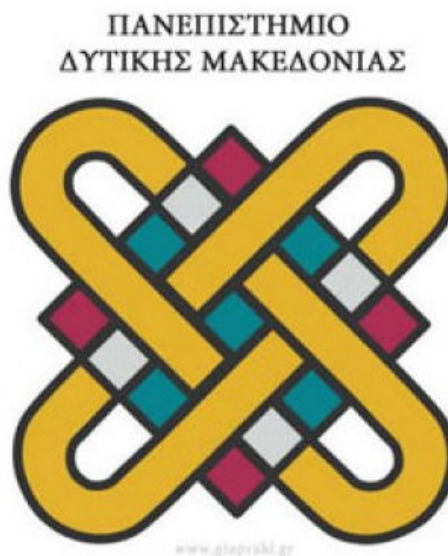


ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ



«Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΟ
ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Δρ. ΠΟΥΛΑΚΙΔΑΚΟΣ ΣΤΑΜΑΤΗΣ

2024

Περιεχόμενα

Πίνακας περιεχομένων	
Εισαγωγή	3
Abstract	4
Κεφάλαιο 1^ο Εισαγωγικά	5
Ενότητα 1 ^η Αποσαφήνιση εννοιών	5
Ενότητα 2 ^η Το Πολιτικό Μάρκετινγκ	8
2.1. Ιστορική αναδρομή του πολιτικού μάρκετινγκ.....	8
2.2 Θεωρητικές προσεγγίσεις	11
2.3 Τα οφέλη του Πολιτικού Μάρκετινγκ	16
Ενότητα 3 ^η Κριτική στο Πολιτικό Μάρκετινγκ.....	17
Κεφάλαιο 2^ο ΜΚΔ και Πολιτικό Μάρκετινγκ	23
Ενότητα 1 ^η ΜΚΔ και Πολιτικό Μάρκετινγκ	23
Ενότητα 2 ^η Κατηγορίες ΜΚΔ.....	24
2.2. Οφέλη και Κίνδυνοι των ΜΚΔ.....	24
2.2.1 Οφέλη και κίνδυνοι της κοινωνικής δικτύωσης.....	25
Ενότητα 3 ^η Το πολιτικό μάρκετινγκ μέσω της χρήσης ΜΚΔ.....	27
2.3.1 Ο ρόλος των ΜΚΔ στο πολιτικό μάρκετινγκ.....	27
2.3.2 Η χρήση των ΜΚΔ στο πολιτικό μάρκετινγκ	28
2.3.3 Παράγοντες που επηρεάζουν τα ΜΚΔ στο πολιτικό Μάρκετινγκ.....	30
2.3.4 Πληροφορία και ΜΚΔ	31
2.3.5 Social Media και πολιτική εμπλοκή	31
2.3.6 Πολιτική αμφισβήτηση και Social Media.....	32
2.3.7 Οι λογικές που διέπουν την χρήση των ΜΚΔ από τα Πολ. κόμματα.....	32
2.3.8 Χρήση των ΜΚΔ ως ενίσχυση των παραδοσιακών ΜΜΕ	33
2.3.9 Η χρήση των ΜΚΔ ως εργαλεία εκλογικής επικοινωνίας	34
2.3.10 Πλεονεκτήματα από την χρήση των ΜΚΔ από τους πολιτικούς.....	35
2.3.11 Σχέση νεολαίας με την Τεχνολογία.....	36
Κεφάλαιο 3^ο Περίπτωση Μελέτης	41
Ενότητα 1 ^η Οι τριπλές εκλογές του 2019	41
3.1.1 Αλέξης Τσίπρας ως περίπτωση μελέτης εισαγωγή	43
3.1.2 Μεθοδολογική προσέγγιση	44
3.1.3 Οι πολιτικές θέσεις του Τσίπρα δια μέσω στο Twitter	46
Συζήτηση	60
Βιβλιογραφικές Αναφορές	61
Παράρτημα	65

Περίληψη

Η ένταξη του διαδικτύου στην ζωή μας επέφερε σημαντικές αλλαγές. Η γνωριμία μας δε με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης άλλαξε τον τρόπο επικοινωνίας μας. Δίπλα στον φυσικό, με διαπροσωπική επαφή, τρόπο, προστέθηκε ο εικονικός, που σε πολλές περιπτώσεις έχει υπερκεράσει τον ζωντανό.

Οι αλλαγές που συντελέστηκαν, δεν επηρέασαν μόνο την κοινωνική επικοινωνία, αλλά όπως ήταν φυσικό, επηρέασε και την πολιτική. Η πολιτική προσαρμόστηκε ή προσπαθεί να προσαρμοστεί στις αλλαγές. Η Πολιτική Επικοινωνία εντάχθηκε και στα ΜΚΔ(Social Media) και σε συνδυασμό με το Πολιτικό Μάρκετινγκ, καλλιεργήθηκε ένα ρευστό μείγμα, ένα μείγμα κυρίως του φαίνεσθαι, παρά του είναι.

Αυτές τις έννοιες και τις αλλαγές θα τις δούμε στην παρούσα εργασία, ξεκινώντας με την απαραίτητη αποσαφήνιση εννοιών, πολιτική, πολιτική επικοινωνία, πολιτικό μάρκετινγκ και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, καθώς και τον ρόλο τους εν συνόλω στην πολιτική .

Θα δούμε τα οφέλη, τους κινδύνους, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της χρήσης των social media, στην πολιτική επικοινωνία και πως έχει επηρεάσει το πολιτικό μάρκετινγκ.

Τέλος, θα υπάρχει παράθεση μιας περίπτωσης μελέτης και πιο συγκεκριμένα του Αλέξη Τσίπρα με φόντο τις τριπλές εκλογές το 2019, ειδικότερα ύστερα από τις ευρωεκλογές του Μαΐου και μέχρι τις εθνικές εκλογές τον Ιούλη του 2019 και πως μέσα από την Πλατφόρμα του Twitter (Νυν Χ) άρθρωσε τον πολιτικό του λόγο και διέδωσε τις πολιτικές θέσεις του κόμματος του.

Λέξεις κλειδιά: Μάρκετινγκ, Πολιτική, Πολιτικό Μάρκετινγκ, Πολιτική Επικοινωνία, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Abstract

The integration of the internet into our lives has brought about significant changes. And our acquaintance with Social Media has changed the way we communicate. Next to the physical, interpersonal way, the virtual one has been added, which in many cases has overtaken the live one.

The changes that have taken place have not only affected social communication, but, naturally, have also affected politics. Politics has adapted or is trying to adapt to the changes. Political Communication was also integrated into the MSM (Social Media) and in combination with Political Marketing, a fluid mix was cultivated, a mix of mainly appearing rather than being.

These concepts and changes will be discussed in this paper, starting with the necessary clarification of concepts, politics, political communication, political marketing and Social Media, and their role overall in politics.

We will look at the benefits, risks, advantages and disadvantages of using social media, in political communication and how it has affected political marketing.

Finally, there will be a case study quotation and more specifically Alexis Tsipras against the backdrop of the triple elections in 2019, especially after the European elections in May and up to the national elections in July 2019 and how through the Twitter Platform (current X) he articulated his political discourse and disseminated his party's political positions.

Key words: Marketing, Politics, Political Marketing, Political Communication, Social Media.

Κεφάλαιο 1^ο

Ενότητα 1^η

«Αποσαφήνιση εννοιών»

Στην καθημερινή μας ζωή συχνά ερχόμαστε σε επαφή με τις λέξεις «πολιτικός», «πολιτική», «προπαγάνδα», «πολιτική επικοινωνία», ενώ κατά τα πρόσφατα χρόνια συναντάμε τις έννοιες του «πολιτικού μάρκετινγκ» με την παράλληλη άνοδο των Μέσων Κοινωνικών Δικτύωσης και την επίδραση που έχουν αυτά στην διαμόρφωση της πολιτικής της ίδιας και των εργαλείων που χρησιμοποιεί προκειμένου να επικοινωνήσει.

Μπορεί για τις παραπάνω έννοιες ο μέσος άνθρωπος να έχει μια ιδέα για το τι σημαίνουν οι ανωτέρω έννοιες και να τις χρησιμοποιεί στον καθημερινό του λόγο, εντούτοις παρατηρούνται συχνά συγχύσεις. Πολλές φορές οι πολίτες μπερδεύονται και σε ένα κρίσιμο τομέα, όπως είναι η πολιτική, πολλές φορές μπορεί να γίνει μοιραία με την “εξαπάτηση” του πολίτη. Επομένως, κρίνεται αναγκαία η παράθεση των ορισμών για τις έννοιες που θα μας απασχολούν καθ’ όλη τη διάρκεια της εργασίας.

Η πολιτική συντροφεύει όλο το φάσμα των ανθρώπινων δραστηριοτήτων. Οι πολιτικές της κυβέρνησης, οι πολιτικές της επιχείρησης, οι πολιτικές αντιμετώπισης ενός ζητήματος κλπ. Αρχικά, η λέξη προέρχεται από την λέξη πόλις που σήμαινε την πόλη- κράτος. ο πρώτος ορισμός πηγάζει από αυτή την σχέση ορίζοντας την ως η τέχνη του να κυβερνάς. Η αντίληψη αυτή περιορίζει την έννοια σε ότι αφορά το κράτος και όσοι έχουν ένα δημόσιο αξίωμα να θεωρούνται πως ασχολούνται με την πολιτική (Γεωργίου, 2007).

Ένας δεύτερος ορισμός θεωρεί την πολιτική ως την ενασχόληση με τα «κοινά», δίνοντας μια ευρύτερη σημασία στην έννοια, διαχωρίζοντας ωστόσο την δημόσια με την ιδιωτική σφαίρα. Σε συνέχεια, ο τρίτος ορισμός της πολιτικής την αντιλαμβάνεται ως συμβιβασμό και συναίνεση, δηλαδή δίνει έμφαση στον τρόπο που λαμβάνονται οι

αποφάσεις. Οι λύσεις, δηλαδή το αποτέλεσμα της πολιτικής, γίνονται με ειρηνικό τρόπο για την αποφυγή της βίας. (Κουτσαντώνης, 2018).

Το κοινό στοιχείο των τριών ορισμών για την πολιτική εντοπίζεται στη στενότητα, το εύρος του αντικειμένου που ορίζουν και συνεπώς παρουσιάζονται προβλήματα στην μελέτη των πολιτικών φαινομένων.

Ο τέταρτος ορισμός, σύμφωνα με αυτήν, πολιτική είναι ο τομέας δράσης που συνδέεται με τις σχέσεις μεταξύ τάξεων, εθνών και άλλων κοινωνικών ομάδων, όπου ο πυρήνας του είναι το ζήτημα της κατάκτησης, της διατήρησης και της χρησιμοποίησης της κρατικής εξουσίας (Εγκυκλοπαίδεια, 1982). Η πολιτική εδώ είναι παρούσα σε όλες τις δραστηριότητες του ανθρώπου και στην δημόσια σφαίρα και στην ιδιωτική. Συνεπώς αποτελεί έναν ευρύτερο ορισμό που μπορούμε με αυτόν να κατανοήσουμε τους λόγους για τους οποίους οι πολιτικοί θέλουν να μεταφέρουν τις απόψεις τους στον κόσμο και βεβαίως για ποιον σκοπό το επιδιώκουν.

Ένα πρώτο συμπέρασμα που πηγάζει από τα ανωτέρω, ο ορισμός της πολιτικής επικοινωνίας έχει διατρέξει την ανθρώπινη ιστορία δίνοντας την κάθε φορά νέα διάσταση και εμπλουτίζοντας τον ορισμό της. Είναι δηλαδή μια διαχρονική διεργασία αντιμετώπισης της πληροφορίας. Η πληροφορία αποτελεί ένα θεμελιώδες συστατικό της πολιτικής, της κοινωνικής και οικονομικής δραστηριότητας του ανθρώπου (Πουλακιδάκος, 2013).

Ένα δεύτερο συμπέρασμα που προκύπτει είναι πως στην αρχή, υπήρχε μηχανιστική αντιμετώπιση της πληροφορίας και η πολιτική επικοινωνία οριζόνταν ως η μελέτη «ποιου παίρνει κάτι, τι παίρνει, πότε το παίρνει, πως το λέει, τι λέει, που το λέει και τι αποτέλεσμα είχε». Η μηχανιστική αντίληψη δεν μπορούσε να αντιληφθεί και να προσαρμοστεί στην γρήγορη εξέλιξη και στην πολυπλοκότητα που έχει ο πολιτικός λόγος στις σύνθετες και πολυεπίπεδες συνθήκες. (Γεωργίου, 2007)

Ωστόσο, ο πολυσύνθετος χαρακτήρας της πολιτικής επικοινωνίας εντοπίζεται στον κάτωθι ορισμό: «Η πολιτική επικοινωνία είναι μια διαδραστική διαδικασία που αφορά στη μετάδοση πληροφορίας μεταξύ των πολιτικών, των μέσων ενημέρωσης και του κοινού. Η διαδικασία λειτουργεί προς τα κάτω από τους κυβερνητικούς θεσμούς προς τους πολίτες, οριζόντια με διασυνδέσεις μεταξύ των πολιτικών παραγόντων, αλλά και προς τα πάνω από την κοινή γνώμη προς τις αρχές» (Norris, 2004). Παρόμοιος είναι και ορισμός της Διεθνούς Ένωσης Επικοινωνίας, όπου την θεωρεί ως την αλληλεπίδραση της επικοινωνίας και της πολιτικής με τις συνδιαλλαγές μεταξύ κυβερνώντων και πολιτών. (Μπουτζέτη, 2020).

Πολλοί μελετητές έχουν δώσει και άλλους ορισμούς για το φαινόμενο αυτό, όπως ότι είναι «ηθελημένη ή αθέλητη μεταβίβαση και παραγωγή μηνυμάτων, λεκτικής και έξω-λεκτικής φύσεως, που αναφέρονται στην άσκηση της πολιτικής εξουσίας από, μεταξύ και εντός των θεσμών του πολιτικού συστήματος, τα οποία επηρεάζουν τις ατομικές πολιτικές γνώμες, στάσεις και συμπεριφορές σε τοπική, εθνική και διεθνή κλίμακα». (Γεωργίου, 2007).

Τον τελευταίο ορισμό θα τον υιοθετήσουμε στην παρούσα εργασία διότι είναι ο πληρέστερος και πιο πολυδιάστατος, όπως είναι και η φύση της ίδιας της επικοινωνίας και του πολιτικού μάρκετινγκ.

Το μάρκετινγκ μας παραπέμπει στην έννοια της εμπορίας εφόσον είναι η κεντρική έννοια της αγοράς. Και σε αυτήν την περίπτωση η βιβλιογραφία αναφέρει πολυάριθμους ορισμούς για το τί είναι το μάρκετινγκ. Όλες οι διαπιστώσεις οδηγούνται στην έννοια της ανταλλαγής. Βέβαια, γρήγορα διευρύνθηκε ο όρος και πλέον περιείχαν και τις ιδέες.

Ο πιο διαδεδομένος ορισμός για το μάρκετινγκ, που υιοθετήθηκε και από την Αμερικανική Ένωση Μάρκετινγκ, θεωρώντας την ότι είναι δραστηριότητα και οι διαδικασίες για τη δημιουργία, την επικοινωνία, την παράδοση και την ανταλλαγή που έχουν αξία για τους συνεργάτες, τους πολίτες και για το σύνολο της κοινωνίας. (Ασλάνογλου, 2017). Συνεπώς, δίπλα σε κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα έχει προστεθεί και η λέξη μάρκετινγκ. Για παράδειγμα, αθλητικό μάρκετινγκ, τραπεζικό μάρκετινγκ, μάρκετινγκ τροφίμων κλπ.. Το μάρκετινγκ υπάρχει και στην πολιτική δίνοντας μας την έννοια του πολιτικού μάρκετινγκ.

Καταρχάς, το πολιτικό μάρκετινγκ είναι ένα επιστημονικό πεδίο που εξελίσσεται σε θεωρητικό, πρακτικό και ερευνητικό πλαίσιο. Η χρησιμοποίηση του όρου και η εφαρμογή του εντοπίζεται και σε προηγούμενες δεκαετίες, εντούτοις η έντονη παρουσία του στη δημόσια σφαίρα εντοπίζεται από την δεκαετία του 1980 και ύστερα.

Η πρόοδος και η ανάπτυξη της στα κατοπινά χρόνια καλλιέργησε πρόσφορο έδαφος για την δημιουργία πληθώρας επιστημονικών άρθρων, επιστημονικών βιβλίων και περιοδικών, εξειδικευμένα μαθήματα στα πανεπιστημιακά τμήματα, ερευνητικών ομάδων και συνεδρίων.

Παρόλα αυτά, η εξελισσόμενη κοινωνία λειτουργεί ως κινητήριος δύναμη για τον περαιτέρω εμπλουτισμό του όρου, διότι συνεχώς αναβλύζουν νέα στοιχεία και νέες συνθήκες.

Αρκετοί ορισμοί έχουν δοθεί και για το πολιτικό μάρκετινγκ συμβαδίζοντας παράλληλα με τις κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές συνθήκες και τα νέα φιλοσοφικά ερωτήματα που ανατροφοδοτούν τις συζητήσεις. Από τους πιο σύγχρονους ορισμούς είναι αυτών των Ormrod και Savigny όπου πολιτικό μάρκετινγκ είναι η «οπτική γωνία μέσα από την οποία μπορεί κανείς να κατανοήσει τα φαινόμενα που διαδραματίζονται στην πολιτική σφαίρα» ,καθώς επιπλέον, είναι και μία «προοπτική που επιδιώκει να διευκολύνει πολιτικές ανταλλαγές αξίας, μέσω της της αλληλεπίδρασης μεταξύ εκλογικής κοινοβουλευτικής και κυβερνητικής αγοράς», ενώ σε αυτά προσθέτουν πως η διάδραση γίνεται και με το εκλογικό σώμα. (Robert P. Ormrod, 2011)

Κεφάλαιο 1^ο

Ενότητα 2^η

«Το πολιτικό Μάρκετινγκ»

Το πολιτικό μάρκετινγκ είναι ένα αναπτυσσόμενο επιστημονικό πεδίο που προέκυψε από την ένωση δύο διαφορετικών κλάδων: της Πολιτικής Επιστήμης και του Μάρκετινγκ. Η δημιουργία του βασίστηκε στην πρακτική εφαρμογή και συνοδεύτηκε από θεωρητικούς προσανατολισμούς, προσελκύοντας το ενδιαφέρον της ακαδημαϊκής κοινότητας. Όπως συμβαίνει με όλες τις κοινωνικές και ανθρωπιστικές επιστήμες, χαρακτηρίζεται από το λεγόμενο «σύνδρομο της οικειότητας». Σύμφωνα με τη Jennifer Lees-Marshment στο άρθρο της «The Marriage of Politics and Marketing», «Σχεδόν όλοι έχουν μια γνώμη, αλλά κανείς δεν φαίνεται να είναι βέβαιος τι ακριβώς είναι αυτή». Το πεδίο αυτό ενδιαφέρει όχι μόνο την επιστημονική κοινότητα, αλλά και πολιτικούς, δημοσιογράφους, πολιτικούς και κομματικούς οργανισμούς, την κοινωνία των πολιτών, υπηρεσίες εκπαίδευσης και υγείας, τοπικές αρχές και κυβερνήσεις. Σίγουρα, πρόκειται για κάτι νέο, ειδικά στον ελληνικό χώρο. Όπως κάθε νέο εγχείρημα και επιστήμη, αντιμετωπίζεται με καχυποψία και επιφυλακτικότητα, έχοντας τους υποστηρικτές και τους επικριτές του. Στο πλαίσιο αυτό, θα επιδιωχθεί τόσο η θεωρητική ανάλυση όσο και η πρακτική εφαρμογή του μέσω της διαχρονικής του πορείας.

2.1. Ιστορική αναδρομή του πολιτικού μάρκετινγκ

Η ορθολογική σκέψη, ο διάλογος με σκοπό την συνεξέταση των παραμέτρων που σχετίζονται με διάφορα θέματα (φυσικά, κοινωνικά, πολιτικά, πολιτισμικά, ψυχολογικά, κ.ά.) για την προσέγγιση της πολυπρισματικής αλήθειας, η καλλιέργεια της πολιτικής συνείδησης και του ενεργού πολίτη, ως έννοιες και ως φιλοσοφία, έχουν τις ρίζες τους στην Αρχαία Ελλάδα. Ο Αριστοτέλης τόνιζε ότι ο άνθρωπος είναι πολιτικό, κοινωνικό και οικονομικό ον, προσδίδοντας και την ηθική διάσταση που πρέπει να διέπει την πολιτική σκέψη και συμπεριφορά.

Η κλασική ρητορική, που ανάγεται στη σχολή των προσωκρατικών φιλοσόφων και των Σοφιστών, συνδέθηκε και μετουσιώθηκε με τη Λογική και τη Διαλεκτική από τον Αριστοτέλη, εφαρμόζοντας τρεις τεχνικές για την πειθώ: α) το ήθος, που αφορά την ηθική, τον χαρακτήρα και την υπόληψη του πολιτικού όντος, και την αξιοπιστία του, β) το πάθος, που αφορά την επίκληση στο συναίσθημα, και γ) τον λόγο, που αφορά την επίκληση της λογικής, κυρίως μέσω της χρήσης των λέξεων.

Αυτή η τέχνη της ρητορικής χρησιμοποιήθηκε από πολιτικούς της αρχαίας Ελλάδας σε πολιτικές συγκεντρώσεις και προεκλογικές εκστρατείες (Λατζούρη, 2018, σσ. 9-14).

Η επίδραση της ελληνικής παιδείας και του πνεύματος ήταν εμφανής και κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους. Αξιοσημείωτο είναι ότι την περίοδο αυτή, όπου οι τεχνικές του πολιτικού λόγου και της πειθούς χρησιμοποιούνταν για διάφορους σκοπούς, η ρητορική γνώρισε μεγάλη άνθηση με τη μορφή του Μάρκου Τύλλιου Κικέρωνα. Ο Κικέρωνας έζησε σε ταραγμένους καιρούς για τη Ρωμαϊκή Δημοκρατία. Μέσα από τους λόγους και τα έργα του, υπερασπίστηκε τη δημοκρατική μορφή διακυβέρνησης και τη νομοκρατία στην κοινωνία.

Όταν διεκδικούσε το υπέρτατο αξίωμα του ύπατου το 63 π.Χ., πίστευε ότι ο ρήτορας πρέπει να έχει γνώση Ψυχολογίας, Νομικών κανόνων, Ιστορίας, Λογοτεχνίας, Ποίησης, Φιλοσοφίας και της τέχνης της Ρητορικής, θεωρώντας ως αρετή και τη χρήση χιούμορ. Στο πλαίσιο της προεκλογικής του εκστρατείας, ο αδελφός του, Quintus, του έγραψε την επιστολή *Commentariolum Petitionis*. Στην πραγματικότητα, αυτή η επιστολή αποτελεί το πρώτο γραπτό εγχειρίδιο του πολιτικού μάρκετινγκ. Είναι μια ανοιχτή επιστολή που συστηματοποιεί όλες τις διάσπαρτες πληροφορίες, τεχνικές, μεθόδους και συμβουλές.

Η επιστολή αυτή λειτουργεί ως εργαλείο προπαγάνδας και «οδικός χάρτης», που θα μπορούσε να χρησιμεύσει ως προεκλογικό φυλλάδιο, έχοντας διπλή υπόσταση:

αφενός, ως πραγματεία για την προεκλογική εκστρατεία και, αφετέρου, ως προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του υποψηφίου σε σχέση με τους αντιπάλους του (Q.T. Cicero, 2003). Οι συμβουλές του Quintus, παρά τις ακραίες θέσεις τους σε ορισμένες περιπτώσεις, υποδεικνύουν μια διαδικασία προεκλογικής ψηφοθηρίας που διατηρεί την επικαιρότητά της. Ακόμη και σήμερα φαίνονται σύγχρονες, σαν να προέρχονται από έναν σύμβουλο που οργανώνει την προεκλογική εκστρατεία ενός υποψηφίου.

Στον Μεσαίωνα, και ιδιαίτερα στην Αναγέννηση, ο Ιταλός πολιτικός, διπλωμάτης, ανθρωπιστής και ιστορικός Νικολό Μακιαβέλι, στο έργο του «Ο Ηγεμόνας», αναφέρει: «Εκείνο που οι άλλοι προσδοκούν από έναν ηγέτη είναι να μην ασχολείται με τίποτα άλλο παρά μόνο με το να τους υπερασπίζεται και να αναζητά τρόπους για να τους βελτιώσει τη ζωή» και «Σημασία δεν έχει στην επιτυχία του ηγέτη αν επιδιώκει τους σκοπούς του με περίσκεψη ή πέφτει με τα μούτρα σ' αυτούς, αν ασκεί βία ή με τέχνη κυβερνά, αν έχει υπομονή ή βιάζεται. Σημασία έχει αν από τύχη ή επιλογή η εκάστοτε συμπεριφορά του ταιριάζει με τις επιταγές των καιρών» (Machiavelli, 1532, σσ. 28, 50).

Ο Μακιαβέλι, με αυτό το αμφιλεγόμενο έργο, αποτυπώνει την πολιτική σκέψη της εποχής του και τον τρόπο για την κατάκτηση, άσκηση και διατήρηση της εξουσίας. Με τον τρόπο του, μας εισάγει σε μια μορφή πειθούς και πολιτικής σκέψης που θα μπορούσε να εξελιχθεί σε προπαγάνδα.

Σύμφωνα με τον καθηγητή Σύγχρονης Ιστορίας David Welch, «Η προπαγάνδα είναι η σκόπιμη προσπάθεια επιρροής της γνώμης του κοινού μέσω της μετάδοσης ιδεών και αξιών για συγκεκριμένο σκοπό, συνειδητά σχεδιασμένη να εξυπηρετήσει το συμφέρον και τις πολιτικές αξιώσεις των προπαγανδιστών, με τρόπο τόσο άμεσο όσο και έμμεσο». Στην ουσία, η προπαγάνδα είναι η διάδοση μιας φιλοσοφίας ή άποψης, επιλέγοντας τον τρόπο παρουσίασης ενός μηνύματος. Έχει κυρίως πολιτικό χαρακτήρα, καθώς αφορά μηνύματα που προωθούνται από κυβερνήσεις και πολιτικές ομάδες.

Η τεχνική της βασίζεται στην επίκληση του συναισθήματος για να επηρεάσει την κοινή γνώμη, χρησιμοποιώντας την επανάληψη και την καταπνίξη των εναλλακτικών ιδεών. Συχνά περιλαμβάνει ψευδείς πληροφορίες, που όμως δεν είναι κραυγαλέες, και μεταδίδει μεγάλο όγκο πληροφοριών. Στηρίζεται στην επικοινωνία, τη διαφήμιση και τη λογοκρισία. Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιήθηκε σε διάφορες ιστορικές περιόδους

στην Ευρώπη και την παγκόσμια πολιτική σκηνή, με κύριο σκοπό τη μαζική χειραγώγηση των λαών.

Από τον Ναπολέοντα Βοναπάρτη, ο οποίος από το 1800 έως το 1815 χρησιμοποίησε την προπαγάνδα για να διαμορφώσει το προσωπικό του προφίλ, έως και την λήξη του Ψυχρού Πολέμου, η προπαγάνδα είχε σημαντικό ρόλο. Η λήξη του Ψυχρού Πολέμου περιόρισε την προπαγανδιστική τακτική, η οποία όμως επανέρχεται σε περιόδους πολεμικών συγκρούσεων, όπως στον Περσικό Κόλπο το 1991, το Κόσσοβο και άλλες (Λεοντίου, 2013, σσ. 45-55).

Χιλιετίες πριν την εμφάνιση του πολιτικού μάρκετινγκ και γενικά των πολιτικών σπουδών, υπήρχαν φιλοσοφίες και πρακτικές που προσομοιάζουν με τα βασικά χαρακτηριστικά και τις αρχές του σύγχρονου πολιτικού μάρκετινγκ. Αυτό του προσδίδει ιστορικότητα και διαχρονικότητα, παρά την πρόσφατη αναγνώρισή του ως επιστημονικού πεδίου. Ωστόσο, για να έχει επιστημονική βάση, το πολιτικό μάρκετινγκ πρέπει να στηρίζεται σε θεωρητικές προσεγγίσεις που του δίνουν υπόσταση και συνδέουν τη θεωρία με την πρακτική.

2.2. Θεωρητικές προσεγγίσεις και βασικές έννοιες

Παρόλο που υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ της πολιτικής και του μάρκετινγκ, είναι δυνατός ο συγκερασμός τους σε ορισμένο βαθμό. Ενώ η πολιτική πρέπει να βασίζεται σε ηθικές αρχές και κοινωνικές αξίες, το μάρκετινγκ εστιάζει στην ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών. Επιπλέον, το πολιτικό προϊόν είναι άυλο και περιορισμένο σε αριθμό, σε αντίθεση με τα προϊόντα του μάρκετινγκ.

Ωστόσο, τα πολιτικά κόμματα μπορούν να χρησιμοποιήσουν τεχνικές μάρκετινγκ για να προσεγγίσουν καλύτερα τους ψηφοφόρους και να προωθήσουν τις ιδέες τους. Για παράδειγμα, μπορούν να μελετήσουν τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πολιτών, να σχεδιάσουν αποτελεσματικές στρατηγικές επικοινωνίας και να προσφέρουν "προϊόντα" που ανταποκρίνονται στις προσδοκίες τους.

Συνεπώς, παρά τις διαφορές, η πολιτική και το μάρκετινγκ μπορούν να συνδυαστούν με τρόπο που να ενισχύει τη δημοκρατία και την αντιπροσώπευση των πολιτών. Τα κόμματα μπορούν να χρησιμοποιήσουν τεχνικές μάρκετινγκ για να

γίνουν πιο αποτελεσματικά, χωρίς να παραβλέπουν τις ιδεολογικές τους αρχές και τον κοινωνικό τους ρόλο.

Η πολιτική είναι ένα επιστημονικό πεδίο που μελετά τα πολιτικά φαινόμενα, τις πηγές τους, τις συνέπειές τους και τις σχέσεις εξουσίας εντός μιας κοινωνίας. Αναλύει τους θεσμούς, τα πολιτικά συστήματα, τις πολιτικές ιδέες, τις πεποιθήσεις, τα ιδανικά και τον τρόπο ανταλλαγής απόψεων σχετικά με την άσκηση της εξουσίας, λαμβάνοντας υπόψη την ιστορική εξέλιξή τους.

Από την άλλη πλευρά, το μάρκετινγκ είναι ένα επιστημονικό πεδίο που εστιάζει στις δραστηριότητες, τους θεσμούς και τις διεργασίες που απαιτούνται για τη δημιουργία, επικοινωνία, παράδοση και ανταλλαγή προϊόντων που προσδίδουν αξία στους πελάτες, τους συνεργάτες και την κοινωνία γενικότερα. Μελετά τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις ανταποκρίνονται στις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών, δημιουργώντας και ανταλλάσσοντας προϊόντα και αξία.

Συνεπώς, ενώ η πολιτική επιστήμη εστιάζει στη μελέτη των πολιτικών φαινομένων και των σχέσεων εξουσίας, το μάρκετινγκ εστιάζει στη δημιουργία αξίας μέσω της ανταλλαγής προϊόντων μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών

Η πολιτική επικοινωνία αναφέρεται στη μετάδοση και παραγωγή μηνυμάτων που σχετίζονται με την άσκηση της πολιτικής εξουσίας εντός των θεσμών του πολιτικού συστήματος, επηρεάζοντας τις ατομικές πολιτικές γνώμες, στάσεις και συμπεριφορές σε τοπική, εθνική και διεθνή κλίμακα¹. Παρόλο που η πολιτική επικοινωνία είναι δύσκολο να οριστεί με σαφήνεια, αναγνωρίζεται αμέσως όταν εμφανιστεί, όπως αναφέρει ο Franklin. Σύμφωνα με τον καθηγητή Πολιτικής Επικοινωνίας και Πολιτικής Κοινωνιολογίας, Ν. Δεμερτζή, η πολιτική επικοινωνία είναι η ηθελημένη και αθέλητη μετάδοση και παραγωγή μηνυμάτων που αφορούν την άσκηση της πολιτικής εξουσίας. Αυτή η δραστηριότητα επηρεάζει τις πολιτικές γνώμες, στάσεις και συμπεριφορές σε διάφορα επίπεδα, από τοπικό έως διεθνές, και αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην πολιτική διαδικασία

Ο Edward Louis Bernays, γνωστός ως πρωτοπόρος και πατέρας των δημοσίων σχέσεων, αναδιαμόρφωσε την έννοια της "προπαγάνδας" σε "δημόσιες σχέσεις" μέσω της "μηχανικής της συναίνεσης", εφαρμόζοντας ιδέες από τους Gustave Le Bon, Wilfred Trotter και Sigmund Freud.

Αυτή η προσπάθεια επέτρεψε τη συγκέραση του μάρκετινγκ με την πολιτική, με τον Bernays να αναδιαμορφώνει την προπαγάνδα ώστε να απευθύνεται στο ασυνείδητο των μαζών για να ελέγχει και να ρυθμίζει τις συμπεριφορές τους.

Η εξέλιξη αυτή οδήγησε στην ανάδειξη του "πολιτικού μάρκετινγκ" ως έννοιας που συνδυάζει την προπαγάνδα με το μάρκετινγκ, εστιάζοντας στην "μαζική πειθώ" και στη δημιουργία μιας ουδέτερης εικόνας που να συμπεριλαμβάνει και τους επαγγελματίες του εμπορικού μάρκετινγκ στα πολιτικά και εκλογικά δρώμενα. Η επιρροή αυτή έγινε εμφανής στις αμερικανικές προεδρικές εκλογές του 1960, ενισχύοντας τη σημασία του μάρκετινγκ στην πολιτική διαδικασία.

Η πρώτη χρήση του όρου "πολιτικό μάρκετινγκ" αποδίδεται στον πολιτικό επιστήμονα Stanley Kelley, ο οποίος στο έργο του "Επαγγελματικές δημόσιες σχέσεις και πολιτική δύναμη" το χρησιμοποιεί εναλλακτικά με τον όρο "προπαγάνδα", αναγνωρίζοντας τον ίδιο σκοπό και στα δύο, δηλαδή την πειθώ¹. Ωστόσο, η πραγματική προέλευση του πολιτικού μάρκετινγκ πηγάζει από τη διεύρυνση της έννοιας του μάρκετινγκ, όπως αποδίδεται στο επιστημονικό άρθρο των Philip Kotler και Sidney J. Levy στην Εφημερίδα του Μάρκετινγκ στην Αμερική το 1969. Στο άρθρο αυτό, οι συγγραφείς υποστήριξαν ότι το μάρκετινγκ δεν αφορά μόνο επιχειρήσεις, αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί από όλους τους οργανισμούς, ακόμη και από τους δημόσιους, κυβερνητικούς, μη κερδοσκοπικούς και φιλανθρωπικούς.

Συνεπώς, παρόλο που ο Stanley Kelley χρησιμοποίησε πρώτος τον όρο "πολιτικό μάρκετινγκ", η πραγματική του προέλευση ανάγεται στη διεύρυνση της έννοιας του μάρκετινγκ από τους Kotler και Levy, οι οποίοι υποστήριξαν ότι μπορεί να εφαρμοστεί και σε μη επιχειρηματικούς οργανισμούς, όπως στην πολιτική.

Ο πρώτος ορισμός του πολιτικού μάρκετινγκ δόθηκε το 1976 στις ΗΠΑ από τον Avraham Shama. Σύμφωνα με αυτόν, το πολιτικό μάρκετινγκ είναι "η διαδικασία με την οποία οι πολιτικοί υποψήφιοι και οι ιδέες τους απευθύνονται στους ψηφοφόρους, προκειμένου να ανταποκριθούν στις πολιτικές ανάγκες τους και να κερδίσουν την υποστήριξή τους για να στηρίξουν τον υποψήφιο και τις ιδέες του".

Ωστόσο, ο ορισμός αυτός αντιμετωπίζει το πολιτικό μάρκετινγκ ως διαδικασία και όχι ως φιλοσοφία, ενώ δεν εστιάζεται στην αλληλεπίδραση των σχέσεων που αναπτύσσονται, όπως επισημαίνει ο Robert Ormond

Ακολούθησαν πολλοί άλλοι ορισμοί από το 1976 έως το 2007, οι οποίοι παρά τις διαφορές τους συγκλίνουν στην εφαρμογή της θεωρίας και τη χρήση των δραστηριοτήτων του μάρκετινγκ στην πολιτική, παρουσιάζοντας διαφορετικές προσεγγίσεις του ίδιου θέματος.

Οι ορισμοί αυτοί αναφέρονται στη συλλογή πληροφοριών από την αγορά, τη χρήση της πληροφόρησης για τον καθορισμό πολιτικών και προγραμμάτων, την επιλογή

αρχηγών και τρόπων διακυβέρνησης, καθώς και σε τεχνικές και μέσα επικοινωνίας με τους πολίτες.

Το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον για το πολιτικό μάρκετινγκ αναπτύσσεται από τη δεκαετία του '70 και '80, ενώ διευρύνεται κατά τη δεκαετία του '90 και μετέπειτα στην Αμερική και στην Ευρώπη.

Σύμφωνα με τις πηγές, προς το τέλος της δεκαετίας του '90 πολλοί θεωρητικοί προσπάθησαν να ενσωματώσουν τη θεωρία του μάρκετινγκ στην πολιτική επικοινωνία. Συγκεκριμένα:

- Οι Butler και Collins (1996) δημιούργησαν ένα μοντέλο ανταγωνισμού μεταξύ κομμάτων, βασισμένο στην κατηγοριοποίηση της ηγεσίας στην αγορά (ηγέτης, ακόλουθος, διεκδικητής, εστιαζόμενος).
- Ο Wring (1996, 2002) μελέτησε τον τρόπο με τον οποίο τα κόμματα χρησιμοποιούν το μάρκετινγκ στην επικοινωνία, εφαρμόζοντας τα 4P's (προϊόν, τιμή, προώθηση, τόπος) στην οργάνωση και διεξαγωγή προεκλογικών εκστρατειών.
- Ο Newman (1999) ανέδειξε πώς τα κόμματα μπορούν να επηρεάσουν τις πολιτικές αποφάσεις μέσω εκτεταμένης έρευνας για τον προσδιορισμό των αναγκών και επιθυμιών της πολιτικής αγοράς, διαμορφώνοντας ένα μοντέλο στρατηγικού μάρκετινγκ.
- Η Lees-Marshment δημιούργησε ένα μοντέλο για το πώς τα κόμματα συμπεριφέρονται ανάλογα με τον προσανατολισμό τους προς την αγορά, το προϊόν ή την πώληση.

Παρά τις αντιδράσεις, η επιστημονική έρευνα και το μάρκετινγκ επεκτάθηκαν σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και την πολιτική αρένα, δημιουργώντας ένα ξεχωριστό γνωστικό πεδίο. Το πολιτικό μάρκετινγκ συνδέθηκε με τις εκλογές, τη διακυβέρνηση και τη λήψη αποφάσεων, σχετιζόμενο με την πολιτική επιστήμη.

Βάσει των ανωτέρω το πολιτικό μάρκετινγκ είναι ένα ξεχωριστό πεδίο που δεν αποτελεί αντικείμενο του ενός ή του άλλου κλάδου. Η πολιτική επιστήμη ως επιστημονικό πεδίο προϋπήρχε του μάνατζμεντ και του μάρκετινγκ και το καθένα από αυτά έχει τους δικούς του κανόνες, αρχές και θεωρητικά πλαίσια.

Η πολιτική επικοινωνία αποτελεί ένα μόνο μέρος του που αφορά την προώθηση του πολιτικού προϊόντος. Επίσης, στα στάδια και στις διαδικασίες τους εμπλέκονται η ψυχολογία, η κοινωνιολογία, οι οικονομικές επιστήμες και οι δημόσιες σχέσεις.

Για το λόγο αυτό ο Butler και Collins (1999) τονίζουν ότι «για να σημειωθεί πρόοδος στο πεδίο του πολιτικού μάρκετινγκ, οι επιστήμονες που ασχολούνται με αυτό, θα πρέπει να στηρίζονται ταυτόχρονα τόσο στην πολιτική επιστήμη, όσο και στο μάρκετινγκ». Το πάντρεμα πολιτικής και μάρκετινγκ αποδίδεται στην Lees – Marshment που μάλιστα το παρομοιάζει με την σχέση γονέων και μωρού που αν και προκύπτει από αυτούς έχει τη δική του αυθύπαρκτη οντότητα. Ενισχύει την άποψή της με μια σειρά βασικών αρχών που το καθιστούν λειτουργικό.

Οι αρχές αυτές είναι:

- Εφαρμόζεται στην συνολική συμπεριφορά ενός πολιτικού οργανισμού και όχι μόνο στην επικοινωνία και στην προεκλογική εκστρατεία.

- Χρησιμοποιεί τις έννοιες του μάρκετινγκ και όχι μόνο τις τεχνικές του.

- Χρησιμοποιεί τις αναλύσεις του και τη βιβλιογραφία της πολιτικής επιστήμης.

- Προσαρμόζει τη θεωρία του μάρκετινγκ στο διαφορετικό πλαίσιο της πολιτικής για να είναι συμβατό με τη γνώση σχετικά με τα πολιτικά κόμματα.

- Εφαρμόζει το μάρκετινγκ σε κάθε μορφής πολιτική συμπεριφορά: στις ομάδες συμφερόντων, τις πολιτικές επιλογές, τη δημόσια διοίκηση, τα Μ.Μ.Ε., το κοινοβούλιο και την τοπική αυτοδιοίκηση, καθώς και στα κόμματα και τις εκλογές.

το πολιτικό μάρκετινγκ ως πεδίο μελέτης:

- Δεν περιορίζεται μόνο στις πολιτικές διαφημίσεις, την πολιτική επικοινωνία, τις προεκλογικές εκστρατείες, τη χειραγώγηση της κοινής γνώμης και τη διαχείριση των Μ.Μ.Ε..

- Αφορά επίσης τον σχεδιασμό του πολιτικού προϊόντος, τον τρόπο συμπεριφοράς των πολιτικών και των κομμάτων, καθώς και το προϊόν που προσφέρουν οι πολιτικοί στους πολίτες και τον βαθμό σύμφωνα με τις επιθυμίες των πολιτών.

- Τα εργαλεία και οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται στο πολιτικό μάρκετινγκ βρίσκονται σε μια σχέση αλληλεξάρτησης και αλληλεπίδρασης, αποτελώντας ένα ολοκληρωμένο σύνολο και όχι μια αποσπασματική, επιλεκτική διαχείρισή τους. Πρόκειται για έναν τρόπο σκέψης περισσότερο παρά δράσης, με πελατοκεντρική προσέγγιση που συνάδει με αυτήν που επικρατεί στις επιχειρήσεις και στην αγορά.

Βάσει των πηγών που παρέχονται, το πολιτικό μάρκετινγκ αποτελεί μια κοινωνική εξέλιξη και συνδέεται με μια σειρά γεγονότων και παραγόντων που συνέβαλαν στην ανάπτυξή του. Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν:

A. Κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες:

- Εκβιομηχανισμός της οικονομίας, επέκταση του δικαιώματος ψήφου στις γυναίκες, ανάπτυξη των Μ.Μ.Ε.
- Μετάβαση στη μεταβιομηχανική εποχή και ανάπτυξη του τριτογενούς τομέα των υπηρεσιών, με έμφαση στην οικονομική σφαίρα, την παραγωγή, τον καταναλωτή και την προώθηση προϊόντων.
- Παγκοσμιοποίηση της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης.

B. Εξελίξεις στην πολιτική επιστήμη και την πολιτική σφαίρα:

- Αύξηση της μεταβλητότητας των ψηφοφόρων και παρακμή των κομμάτων.
- Ανταγωνιστικό περιβάλλον μεταξύ κομμάτων για τη διεκδίκηση του "μεσαίου χώρου".
- Υποχώρηση των ιδεολογικών βάσεων των κομμάτων.

Γ. Επιστημονικές εξελίξεις:

- Επέκταση της μελέτης και πρακτικής του μάρκετινγκ στον δημόσιο χώρο.
- Αυξανόμενο ενδιαφέρον των πολιτικών επιστημών για τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής στην ανάλυση της εκλογικής συμπεριφοράς.
- Παγκόσμια τεχνολογική εξέλιξη της Κοινωνίας των Πληροφοριών και των Δικτύων.

2.3 «Τα οφέλη του Πολιτικού Μάρκετινγκ»

Η τοποθέτηση του πολίτη στο κέντρο του ενδιαφέροντος του πολιτικού μάρκετινγκ μπορεί να επιφέρει σημαντικές βελτιώσεις στην λειτουργία του πολιτικού συστήματος της κάθε χώρας και έτσι να ενισχυθεί η δημοκρατία σε αυτές.

Ειδικότερα, παροτρύνει τους πολιτικούς και του πολιτικούς φορείς να ακούν περισσότερο την αγορά, στην προκειμένη τους καταναλωτές – ψηφοφόρους, υπάρχει καλύτερη στόχευση των μειονοτήτων και έτσι επιτυγχάνεται σε μεγαλύτερο βαθμό η συμπερίληψη. Αναγκάζει την κυβέρνηση, τους πολιτικούς φορείς και τους πολιτικούς

να υλοποιήσουν τις υποσχέσεις τους, ενώ μαζικοποιεί τον ενδιαφέρον των πολιτών για την πολιτική. Φέρνει σε ανταγωνισμό τους πολιτικούς φορείς και τους εκπροσώπους τους και έτσι υπάρχουν οφέλη από έναν ουσιαστικό διάλογο, ενώ ακόμη ωριμάζουν οι σχέσεις κυβερνόντων και εκλογικού σώματος, θωρακίζεται το κοινωνικό σύνολο και επομένως το δημοκρατικό πολίτευμα. (Κουτσομητροπούλου, 2015)

Τα ανωτέρω συνηγορούν στη συνεργασία των αντίπαλων πολιτικών φορέων, αμβλύνοντας τις ιδεολογικές τους διαφορές, χωρίς αυτό να σημαίνει πως θα χάσουν τις ταυτότητες τους οι πολιτικοί φορείς.

Κεφάλαιο 1^ο

Ενότητα 3^η

«Κριτική στο Πολιτικό Μάρκετινγκ»

Η σύγχρονη κοινωνία, ιδιαίτερα η λεγόμενη «Δυτική», πλέον χρησιμοποιεί κατά κόρον το πολιτικό μάρκετινγκ, αντί της ουσιαστικής πολιτικής επικοινωνίας. Τα ΜΜΕ και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) έχουν επιδράσει καθοριστικά στην προβολή των πολιτικών φορέων, που ονομάζεται διαφήμιση.

Τι είναι όμως η διαφήμιση; Πρώτα από όλα είναι ένας όρος της αγοράς. Επίσης, είναι μια τεχνική του μάρκετινγκ που περιλαμβάνει την πληρωμή χώρου για την προώθηση ενός προϊόντος και την αγορά του από τον καταναλωτή. (Δημητρή, 2022). Η πολιτική διαφήμιση είναι η αγορά χώρου, είτε στα ΜΜΕ, είτε στα ΜΚΔ με τελικό σκοπό την εξαγορά του καταναλωτή – ψηφοφόρου. Υπάρχει η παραδοσιακή μορφή της πολιτικής διαφήμισης που την συναντάμε στην έντυπη μορφή, ενώ την σύγχρονη την εντοπίζουμε στα ΜΜΕ και στα ΜΚΔ.

Η εξαγορά των καταναλωτών ψηφοφόρων γίνεται μέσω της αναγνωρισιμότητας, της πρόκλησης ενδιαφέροντος, της διάχυσης του μηνύματος- πληροφορίας, της δημιουργίας ενός ελκυστικού προφίλ και τέλος η δημιουργία του «Brand», επωνυμίας.

Η κριτική που ασκείται στην εφαρμογή του πολιτικού μάρκετινγκ έχει διττή διάσταση, η μία είναι από την τεχνοκρατική σκοπιά και η άλλη είναι αυτής της πολιτικοκοινωνικής κριτικής διάστασης.

Από την τεχνοκρατική σκοπιά επικρίσεις εντοπίζονται αρχικά στο πεδίο του ορισμού. Δεν υπάρχουν ένας ορισμός που να συγκλίνουν όλοι ή έστω οι περισσότεροι μελετητές και συγκεκριμένα στο τι τελικά ανταλλάσσεται από την συναλλαγή μεταξύ πολιτικού φορέα και καταναλωτή ψηφοφόρου, δηλαδή ποιο είναι το πολιτικό προϊόν.

Ως δεύτερη επίκριση έχουμε την αμφισημία για το ποιος χρησιμοποίησε πιο ορθά τα μεθοδολογικά εργαλεία του πολιτικού μάρκετινγκ στο εγχείρημα της πολύπλευρης εξαγοράς ψήφων. Λείπουν οι αιτίες μιας νίκης ή μιας ήττας δίνοντας μονάχα επιδερμικές απαντήσεις.

Τρίτον, είναι δύσκολη η εφαρμογή των συμπεριφορικών μοντέλων του πολιτικού μάρκετινγκ και περιορίζεται μονάχα σε συγκεκριμένες πρακτικές που πρέπει να ακολουθήσουν οι ιθύνοντες των πολιτικών φορέων.

Μια ακόμη επίκριση θεωρεί πως ενώ ο πολιτικός και μη φορέας χρησιμοποιεί το πολιτικό μάρκετινγκ, έχοντας μάλιστα, ισχυρή σύνδεση με την αγοραία αντίληψη του μάρκετινγκ, στην πραγματικότητα δεν ισχύει κάτι τέτοιο. (Scammell, 1999)

Η άλλη όψη της κριτικής είναι πολιτική. Αποτελεί κοινή διαπίστωση, όσον αφορά την Δύση τουλάχιστον, πως η επικράτηση των αγορών των οικονομικών ελίτ που επιβουλεύονται τον κόσμο και τους λαούς της και η πολιτιστική επικράτηση των Η.Π.Α, έχουν επιφέρει πολλαπλά προβλήματα. (Κουτσομητροπούλου, 2015)

Η πολιτική με την χρήση του πολιτικού μάρκετινγκ «μεσοποιείται», δηλαδή οι πολιτικές συζητήσεις προσαρμόζονται στα θέλω της εικόνας του μέσου και η ουσιαστική συζήτηση των επίμαχων ζητημάτων εξοβελίζεται προς όφελος του θεάματος.

Η «αμερικανοποίηση» της πολιτικής σκηνής και πως αυτή επικοινωνεί με τους πολίτες, νοείται ως μια σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ των ΜΜΕ και των ΜΚΔ με τις εταιρείες δημοσκοπήσεων και πολιτικής επικοινωνίας και του πολιτικού προσωπικού. Σε αυτό το πλαίσιο, η πρακτική της αρνητικής πολιτικής διαφήμισης είναι συνήθης, ενώ πραγματοποιούνται επίσης δημοσκοπήσεις γνώμης, προωθείται η δημόσια εικόνα και χρησιμοποιούνται εντατικά τα μέσα επικοινωνίας. Η αμερικανοποίηση ακολουθεί τους κανόνες της βιομηχανίας του θεάματος και της "κουλτούρας της προβολής", με την προσωποποίηση της πολιτικής να ξεχωρίζει ως κύριο χαρακτηριστικό. (Δεμερτζής, 2023).

Τα παραπάνω οδηγούν στην μετάλλαξη της πολιτικής από συλλογική έκφραση, σε ατομική και από τον κυρίαρχο ρόλο των πολιτικών φορέων και ομάδων πίεσης, στις

προσωπικότητες και στο θέαμα. Μεταλλάσσοντας έτσι και την φυσιογνωμία των πολιτικών φορέων και μη.

Πέρα από αυτό, υπάρχουν εξίσου σημαντικά προβλήματα που προκύπτουν εξαιτίας του πολιτικού μάρκετινγκ. Η έμφαση στην εικόνα και η προσαρμογή της πολιτικής συζήτησης στους κανόνες των ΜΜΕ και των ΜΚΔ, αμβλύνει τις ιδεολογικές διαφορές κάτω από μια ιδεολογία. Η προσαρμογή των ιδεολογιών στην αγοραία και εικονική αντίληψη, γίνεται δίχως αρχές, κανόνες, ιδεολογικούς και προγραμματικούς στόχους, δεν παράγονται πολιτικές θέσεις. Το μόνο που παράγεται είναι το πως θα γίνει κάποιος πιο αρεστός. Αν ένας πολιτικός φορέας δεν μπορεί να προσαρμοστεί σταματάει η λειτουργία του ή εμφανίζονται εφήμερα κόμματα «αναχώματα» της λαϊκής δυσαρέσκειας.

Σε συνάρτηση με την επικράτηση της εικόνας και της αγοραίας αντίληψης στην πολιτική σκηνή, έχουμε και την μετάλλαξη των πολιτικών φορέων στο να συμπεριφέρονται ως επιχειρήσεις και να βλέπει τους ψηφοφόρους ως καταναλωτές.

Η τμηματοποίηση, ακόμη, της κοινωνίας ενθαρρύνει τους πολιτικούς και τους πολιτικούς φορείς να στοχεύουν σε συγκεκριμένες ομάδες της κοινωνίας και όχι στο σύνολο της, με το ζήτημα της ποιότητας της δημοκρατίας να είναι έκδηλο. Αμφισβητείται η ισότητα, θεμέλιος λίθος της δημοκρατίας, και χωρίζεται η κοινωνία, για παράδειγμα επαρχία και αστικά κέντρα, με βάση αυτούς που δέχονται την πολιτική βούληση και σε αυτούς που θεωρούνται ως εγκαταλελειμμένοι. (Κωνσταντίνος Ε. Καραντωνάκης, 2015)

Ταυτόχρονα η τμηματοποίηση και η μετάλλαξη του πολιτικού φορέα από τις βασικές του ιδεολογικές αρχές και πολιτικές θέσεις, διώχνει πολλά από τα μέλη του. Πρόσφατο και ελληνικό παράδειγμα είναι η διάσπαση του ΣΥΡΙΖΑ και η ίδρυση της Νέας Αριστεράς. (Αντζολέτος, 2023). Οι σχέσεις που αναπτύσσονται εντός των πολιτικών φορέων, είναι σχέσης πίστης σε ένα κοινό στόχο-όραμα. Παράλληλα αναπτύσσονται και σχέσεις αλληλεγγύης με αποτέλεσμα της την διαφύλαξή της εσωτερικής δημοκρατικής λειτουργίας. Όταν παύουν αυτά, η δημοκρατική λειτουργία διολισθαίνει, εξασθενεί και στο προσκήνιο προωθούνται ακατάλληλοι άνθρωποι, περσόνες. Μην ξεχνάμε πως οι πολιτικοί φορείς είναι μικρογραφία της κοινωνίας. Αν δεν λειτουργεί σωστά, δεν λειτουργεί και ορθά η κοινωνία.

Η επικέντρωση στις εφήμερες ανάγκες και λύσεις σε ένα ζήτημα, όπως για παράδειγμα η επιδοματική πολιτική για την εξαγορά των ψήφων, δεν βοηθάει στην επίλυση σοβαρών ζητημάτων που ζητούν εκ βάθρων αντιμετώπιση.

Τις εφήμερες ανάγκες οι πολιτικοί φορείς τις διαπιστώνουν, τις «μετρούν» από της δημοσκοπήσεις. Η υπερβολική εστίαση στις δημοσκοπήσεις για την παραγωγή πολιτικής, ελαττώνει την ικανότητα καλλιέργειας νεών προτάσεων, ιδεών, πολιτικών σκέψεων και μακροπρόθεσμης προγραμματικής πρότασης. Οι ψηφοφόροι χάνουν το ενδιαφέρον τους για την πολιτική και τους πολιτικούς και παθητικοποιούνται. Η δημοκρατική πολιτική διαδικασία, δηλαδή η δημόσια συζήτηση, γίνεται όλο και πιο ισχνή.

Η παθητικότητα και η έμφαση στις δημοσκοπήσεις και στην κοινή γνώμη, δημιουργούν ένα περίεργο μείγμα, καθώς πέρα ότι ο πολίτης – ψηφοφόρος θέλει να προάγει τα ατομικά του συμφέροντα, ζούμε στην εποχή του ατομικισμού, υπάρχει και η έλλειψη, πολλές φορές, της συνείδησης για το ποιες είναι οι πραγματικές ανάγκες και του ίδιου και της κοινωνίας. Επομένως, υπάρχει το φαινόμενο της λάθος αντίληψης της κοινωνίας από τους πολιτικούς φορείς και οι ψηφοφόροι να μην μπορούν να κατανοήσουν τις πολιτικές επιλογές του κάθε πολιτικού φορέα. (Lane, 1996). Έτσι οι ψηφοφόροι καταφεύγουν σε δημαγωγικούς πολιτικούς φορείς, όπως είναι οι ακροδεξιές – φασιστικές ομάδες.

Συχνά η πολιτική ελίτ θεωρείται ότι είναι πιο ικανή από τους ίδιους τους πολιτικούς για να αποφασίσει τι χρειάζονται οι πολίτες και ποιες υπηρεσίες θα πρέπει να τους προσφερθούν. Αυτό το θέμα εγείρει σημαντικά ζητήματα. Η θεωρία της αντιπροσώπευσης υποστηρίζει ότι είναι καλύτερο ο ίδιος ο πολίτης να αποφασίζει για τα συμφέροντά του. Η οικονομία της ελεύθερης αγοράς στηρίζει αυτήν τη θεωρία, υποθέτοντας ότι σε μια τέλεια αγορά, η ζήτηση δημιουργεί προσφορά που ικανοποιεί τη ζήτηση.

Παρ' όλα αυτά, στην πράξη προκύπτουν ορισμένα προβλήματα: η πολιτική διαχωρίζει τα οφέλη από τα κόστη, τα οποία συνήθως αντιλαμβάνονται σε κοινωνικό επίπεδο, όχι ατομικό. Οι ανάγκες της κοινωνίας συχνά εκφράζονται από την πολιτική ελίτ πριν από την έκφρασή τους από την αγορά. Η διαδικασία λήψης αποφάσεων στην πολιτική διαφέρει σημαντικά από αυτή στην οικονομία - η υπόθεση της ατομικής εξατομίκευσης που ισχύει στην οικονομία δεν ισχύει στην πολιτική. Τέλος, η έννοια του κοινού αγαθού στην πολιτική πρέπει να περιλαμβάνει όχι μόνο τις ανάγκες των αγοραστών αλλά και τις ανάγκες όσων δεν έχουν αγοραστική δύναμη. (Κωνσταντίνος Ε. Καραντωνάκης, 2015)

Λίγο πιο πάνω είχαμε αναφερθεί στις εφήμερες ανάγκες. Να προσθέσουμε πως υπάρχουν και επίπλαστες ανάγκες, αλλά σαφώς υπάρχουν και οι πραγματικές ανάγκες

του ανθρώπου. Οι ανάγκες πηγάζουν από το ένστικτο του ανθρώπου και προσπαθεί να τις ικανοποιήσει. Ωστόσο, το μάρκετινγκ και το σύνολο του κοινωνικοοικονομικού συστήματος που επικρατεί, καλλιεργεί επίπλαστες ανάγκες που οι άνθρωποι δεν μπορούν να τις ικανοποιήσουν και ταυτόχρονα γεννά το αίσθημα της ακόρεστης επιθυμίας. (Σέργιος Δημητριάδης, 2010). Με την επιθυμία των πολιτών-καταναλωτών-ψηφοφόρων να είναι αμείωτη, οι πολιτικοί φορείς και οι πολιτικοί δεν μπορούν να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες που οι ίδιοι εξέθρεψαν.

Επιπλέον, η τμηματοποίηση και η έμφαση σε συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες, δίνουν τον χώρο, κυρίως σε ακροδεξιές και φασιστικές ομάδες να προσεταιρίζουν κόσμο με ολέθρια αποτελέσματα. (Πανταζόπουλος, 2024)

Η «θολούρα» των ιδεολογιών και η «μεσοποίηση» του πολιτικού λόγου και τις πολιτικής σκέψης καταλήγουν στην αντιγραφή ιδεών και πολιτικών από άλλες χώρες και το αποτέλεσμα αυτού είναι πως παρατηρούνται ομοιότητες μεταξύ των πολιτικών φορέων και των πρακτικών που χρησιμοποιούν. Αν δεν υπάρχουν νέες προτάσεις και πρακτικές, τότε ο πολιτικός φορέας και πολιτικός δεν μπορούν να ανταποκριθούν στα πρέπει της εποχής.

Παράλληλα, η στόχευση σε συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες, η αδυναμία έκφρασης μιας εναλλακτικής πρότασης φέρνει στο προσκήνιο το ζήτημα της αποχής. Η αποχή από την εκλογική διαδικασία, ειδικά στη Δύση, όλο και διογκώνεται και τελικά οι ψηφοφόροι απέχουν και αρνούνται να συμμετέχουν στην οποιαδήποτε πολιτική διαδικασία. Μεγαλύτερη αποχή, μάλιστα, παρατηρείτε όταν οι εκλογές δεν αφορούν την εκλογή κυβέρνησης, αν και εδώ έχουμε άνοδο της αποχής, αλλά όταν γίνονται σε σωματειακό επίπεδο και υπερεθνικό, για παράδειγμα στις Ευρωεκλογές. (Μάρκου, 2023)

Αν και εφόσον οι πολιτικοί φορείς κερδίσουν τις εκλογές, τότε εμμένουν στην επικοινωνιακή αντιμετώπιση των ζητημάτων, δεν μπορούν καταρτήσουν ένα πολιτικό πρόγραμμα, δεν μπορούν να εκφράσουν προτάσεις. Αυτό εγείρει το ζήτημα της εξάρτησης των πολιτικών φορέων, από τις οικονομικές ελίτ και ίσως από άλλα κράτη με την εθνική ανεξαρτησία του ίδιου του κράτους και την αυτονομία της κυβέρνησης να καταλύεται. Η δημαγωγία και η προπαγάνδα (με την αρνητικής της διάσταση), δηλαδή η κατασκευή και η επικοινωνία, με τους ψηφοφόρους, μιας ψεύτικης πραγματικότητας ανθίζουν (Πουλακιδάκος, 2013). Σε συνδυασμό με τους παθητικούς και απέχοντες ψηφοφόρους υφίσταται πρόβλημα δημοκρατίας.

Μια άλλη κριτική που ασκείται στην εφαρμογή του πολιτικού μάρκετινγκ από τους πολιτικούς και των πολιτικών φορέων είναι η ψευδεπίγραφη διαβούλευση που προσπαθεί να ανοίξουν οι πολιτικοί φορείς με την κοινωνία. Η έλλειψη αρχών, ιδεών και πολιτικών πρακτικών καταστεί τον διάλογο τυπικό, άνευρο, ανούσιο μόνο και μόνο να δοθεί το αίσθημα πως δημοκρατικά αποφασίζονται οι λύσεις των προβλημάτων. Το αποτέλεσμα είναι πως οι ψηφοφόροι αποκτούν έναν ακόμη λόγο να στραφούν ενάντια στην πολιτική. Κοινό αίσθημα είναι πως όλα γίνονται για τις φωτογραφίες.

Πολλά ακόμη μπορούν να ειπωθούν για την χρήση του πολιτικού μάρκετινγκ στην πολιτική, όμως όλα κατευθύνουν την συζήτηση στην Δημοκρατία και στην ποιότητας της. Η αντίληψη πως όλα μπορούν να εξαγοραστούν προς όφελος ορισμένων συμφερόντων και η εξάρτηση των συμφερόντων από τα συμφέροντα των οικονομικών ελίτ, καταστούν μια καχεκτική δημοκρατία, μιας δημοκρατίας όπου το κύτταρο της, δηλαδή ο πολίτης, παθητικοποιείται, μειώνονται τα δημοκρατικά του αντανακλαστικά και δεν αποτελεί βασικό πυλώνα της παραγωγής πολιτικής και της εξουσίας. Η απόρροια πολλαπλών και πολυεπίπεδων κακών συμπτωμάτων στην οικονομία, στην κοινωνία, στην κοινωνική συνοχή, στον πολιτισμό, στα ήθη και στα έθιμα και στην πολιτική, διογκώνονται και καταστρέφουν τον ίδιο των άνθρωπο.

Κεφάλαιο 2^ο

Ενότητα 1^η

Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης και Πολιτικό Μάρκετινγκ

2.1 Κοινωνικά δίκτυα και πολιτικό μάρκετινγκ

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι ένας ταχέως αναπτυσσόμενος τομέας, ο οποίος έχει προκαλέσει σύγχυση τόσο στην επιχειρηματική όσο και στην ακαδημαϊκή έρευνα σχετικά με το τι ακριβώς περιλαμβάνει αυτός ο όρος και πώς διαφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από τις φαινομενικά συναφείς έννοιες του Web 2.0 και των ιστοσελίδων περιεχομένου που δημιουργείται από χρήστες (User Generated Content - UGC). Για να δοθεί ένας σαφής ορισμός για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πρέπει πρώτα να αποσαφηνιστούν οι δύο έννοιες που αναφέρθηκαν προηγουμένως: το Web 2.0 και το UGC.

Το Web 2.0 είναι ένας όρος που χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 2004 για να περιγράψει έναν νέο τρόπο με τον οποίο οι προγραμματιστές λογισμικού και οι τελικοί χρήστες άρχισαν να χρησιμοποιούν το World Wide Web (WWW) ως πλατφόρμα. Σε αυτήν την πλατφόρμα, το περιεχόμενο και οι εφαρμογές δεν δημιουργούνται και δημοσιεύονται πλέον μεμονωμένα, αλλά αντίθετα τροποποιούνται συνεχώς από όλους τους χρήστες με έναν συμμετοχικό και συνεργατικό τρόπο. Εφαρμογές όπως οι προσωπικές ιστοσελίδες ή η διαδικτυακή εγκυκλοπαίδεια Britannica, που ανήκαν στην εποχή του Web 1.0, αντικαθίστανται

πλέον από τα blogs και τα wikis που ανήκουν στο Web 2.0, του οποίου η λειτουργία βασίζεται σε ένα σύνολο βασικών λειτουργιών.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το Web 2.0 μπορεί να θεωρηθεί ως η πλατφόρμα για την ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ενώ το Web 2.0 αντιπροσωπεύει την ιδεολογική και τεχνολογική πλευρά αυτής της τεχνολογίας, η έννοια του User Generated Content, που έγινε ευρέως γνωστή το 2005, χρησιμοποιείται για να περιγράψει διάφορες μορφές περιεχομένου που είναι διαθέσιμες στο κοινό και δημιουργούνται από τους τελικούς χρήστες (Andreas Kaplan, 2009).

Οι Kaplan και Haenlein (2009) ορίζουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ως μια ομάδα διαδικτυακών εφαρμογών που βασίζονται στις ιδεολογικές και τεχνολογικές αρχές του Web 2.0, το οποίο επιτρέπει τη δημιουργία και ανταλλαγή περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες (User Generated Content). Από την πλευρά του επιχειρηματικού και πολιτικού κόσμου, τα κοινωνικά μέσα ορίζονται ως τα μέσα που παράγονται από τους καταναλωτές (Consumer Generated Media - CGM) (Andreas Kaplan, 2009).

Ένας άλλος ορισμός που παρέχεται από τον Bradley (2010) χαρακτηρίζει τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ως ένα σύνολο τεχνολογιών και καναλιών που στοχεύουν στη διαμόρφωση και διευκόλυνση μιας δυναμικά μαζικής κοινότητας συμμετεχόντων, με στόχο την παραγωγική συνεργασία. Τα εργαλεία Τεχνολογίας Πληροφορικής που υποστηρίζουν αυτή τη συνεργασία υπάρχουν εδώ και δεκαετίες, αλλά οι τεχνολογίες κοινωνικών μέσων, όπως η κοινωνική δικτύωση, τα wikis και τα blogs, επιτρέπουν τη συνεργασία σε πολύ μεγαλύτερη κλίμακα και υποστηρίζουν τη δύναμη της συλλογικότητας με τρόπους που δεν ήταν εφικτοί στο παρελθόν (Bradley, 2010).

Κεφάλαιο 2^ο

Ενότητα 2^η

2.2 Κατηγορίες Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Σύμφωνα με τον ορισμό των Kaplan και Haenlein (2009), τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ταξινομούνται βάσει των χαρακτηριστικών και των εφαρμογών τους στις εξής κατηγορίες:

1. Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Network Sites - SNS): Η κοινωνική δικτύωση δεν είναι μια νέα έννοια. Παραδοσιακές μορφές κοινωνικής δικτύωσης, από τους πρώτους Χριστιανούς έως την εποχή του World Wide Web, μπορούν να θεωρηθούν ως κοινωνική δικτύωση. Σύμφωνα με τους Schneider και Huber (2008), η κοινωνική δικτύωση περιλαμβάνει τη δράση που αναπτύσσεται μεταξύ ατόμων, οργανώσεων και άλλων κοινωνικών οντοτήτων μέσω κοινωνικών σχέσεων, όπως φιλία, επαγγελματική σχέση, και ανταλλαγή πληροφοριών, δημιουργώντας δεσμούς μεταξύ αυτών των κοινωνικών οντοτήτων. Παραδείγματα Ιστοσελίδων Κοινωνικής Δικτύωσης είναι το Facebook και η πλατφόρμα X.
2. Ιστολόγια (blogs): Τα ιστολόγια ήταν από τις πρώτες μορφές κοινωνικών μέσων, περιέχοντας προσωπικές απόψεις, πληροφορίες και φωτογραφίες. Τα άρθρα είναι ταξινομημένα χρονολογικά και αρχειοθετούνται για αναζήτηση από οποιονδήποτε χρήστη, ο οποίος μπορεί να σχολιάσει και να ανταλλάξει απόψεις με άλλους χρήστες (Hanna L. Schneider, 2009)
3. Κοινότητες Περιεχομένου (content Communities): Αυτές περιλαμβάνουν ιστοσελίδες διαμοιρασμού και προβολής αρχείων βίντεο, όπως το YouTube και το TikTok. Ο κύριος στόχος αυτών των κοινοτήτων είναι η διανομή περιεχομένου μέσω μεταξυ των χρηστών. Περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα μέσων, όπως κείμενα, φωτογραφίες (π.χ. Instagram), βίντεο (π.χ. TikTok), και λιγότερο πλέον παρουσιάσεις PowerPoint. Οι χρήστες δεν χρειάζεται να δημιουργούν προφίλ, και αν το κάνουν, οι προσωπικές σελίδες συνήθως περιέχουν μόνο βασικές πληροφορίες, όπως η ημερομηνία εγγραφής και ο αριθμός των βίντεο που έχουν μοιραστεί (Andreas Kaplan, 2009)

Υπάρχουν και άλλοι τύποι Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, όπως τα βιντεοπαιχνίδια και η εικονική πραγματικότητα, αλλά δεν θα αναλυθούν περαιτέρω καθώς δεν αφορούν την παρούσα εργασία.

Είναι επίσης σημαντικό να αναφερθεί η κύρια διαφορά μεταξύ των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και των Κοινωνικών Δικτύων, όπως επισημαίνει ο Cohen (2009). Σύμφωνα με τον Cohen, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν μια στρατηγική και μια εναλλακτική στην ραδιοφωνική και τηλεοπτική αναμετάδοση, ενώ η Κοινωνική Δικτύωση είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για τη σύνδεση με άλλους. Η διαφορά δεν είναι μόνο σημειολογική, αλλά βασίζεται στα χαρακτηριστικά και τις λειτουργίες αυτών των ιστοσελίδων και υπαγορεύει τον τρόπο χρήσης τους. Επίσης, ο

Cohen υποστηρίζει ότι η έννοια των Κοινωνικών Δικτύων προηγήθηκε των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, με τα πρώτα να εξελίσσονται μέσα από τα δεύτερα (Cohen, 2009).

2.2.1 Οφέλη και κίνδυνοι της κοινωνικής δικτύωσης

Τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη από τη χρήση της διαδικτυακής κοινωνικής δικτύωσης είναι πολυάριθμα, όπως αναφέρει ο Σαμαράς (2014), με την επικοινωνία να αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία. Μέσω των κοινωνικών δικτύων, μπορούν να δημιουργηθούν και να διατηρηθούν σχέσεις με άτομα από όλο τον κόσμο. Αυτό παρέχει τη δυνατότητα εύκολης επικοινωνίας με πολλούς ανθρώπους σε μεγάλες αποστάσεις, ενισχύοντας τους δεσμούς μεταξύ τους. Επιπλέον, τα κοινωνικά δίκτυα επιτρέπουν σε κάποιον να αναζητήσει και να επιλέξει την ομάδα των ανθρώπων που τον εκφράζει καλύτερα και τον ωφελεί ως άτομο.

Επιπλέον, η χρήση των κοινωνικών δικτύων συμβάλλει στην ανάπτυξη των γνώσεων των ανθρώπων, καθώς έρχονται σε επαφή με διαφορετικούς πολιτισμούς και διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες. Επίσης, προάγεται η ανάπτυξη ενός κοινού σκοπού, διευκολύνοντας την ανταλλαγή πληροφοριών και ιδεών για έναν κοινό στόχο. Ακόμη, τα κοινωνικά δίκτυα επιτρέπουν την άμεση ενημέρωση για τις εξελίξεις σε όλο τον κόσμο, και παρέχουν ψυχαγωγία μέσω διαδικτυακών παιχνιδιών, βίντεο και μουσικής.

Αυτά τα οφέλη έχουν προσαρμοστεί από τους πολιτικούς στην πολιτική ζωή, χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως κύριο εργαλείο προβολής και άμεσης σύνδεσης με το κοινό. Μέσω αυτών, μοιράζονται τις ιδέες τους, δημιουργούν το προφίλ τους και αποκτούν νέες επικοινωνιακές δεξιότητες. Επιπλέον, διευκολύνει την τμηματοποίηση των ψηφοφόρων και τη δημιουργία στοχευμένων πολιτικών καμπανιών.

Ωστόσο, σύμφωνα με τον Τζικόπουλο (2013), υπάρχουν και κίνδυνοι στη χρήση των κοινωνικών δικτύων. Ο κυριότερος είναι η επαφή με πολλά και άγνωστα άτομα, η οποία μπορεί να οδηγήσει σε ψυχικά προβλήματα λόγω αποξένωσης. Η δημοσίευση προσωπικών στοιχείων και η συγκέντρωση πολλών ατόμων σε έναν διαδικτυακό

χώρο μπορεί να οδηγήσει σε δυσάρεστες καταστάσεις, ιδιαίτερα για τα πιο ευάλωτα άτομα.

Όπως επισημαίνει η Μιχαηλίδου (2014), στα κοινωνικά δίκτυα ο καθένας μπορεί να δηλώσει ότι θέλει, παριστάνοντας ουσιαστικά ένα άτομο που δεν είναι στην πραγματικότητα, κάτι που αυξάνει τον κίνδυνο εξαπάτησης. Επιπλέον, η ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων είναι σημαντική, αλλά υπάρχουν κλοπές προσωπικών στοιχείων και η χρήση τους χωρίς την έγκριση του κατόχου. Τέλος, μέσω των κοινωνικών δικτύων μπορεί να μεταδοθεί κακόβουλο λογισμικό, προσηλυτιστικό υλικό, πορνογραφικό υλικό, υλικό επικίνδυνων ουσιών και βίας, καθώς και ρατσιστικά μηνύματα.

Οι πολιτικοί που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να είναι προσεκτικοί με αυτούς τους κινδύνους, καθώς και οι ίδιοι είναι χρήστες και αποστολείς μηνυμάτων στο διαδίκτυο.

Κεφάλαιο 2^ο

Ενότητα 3^η

Το πολιτικό Μάρκετινγκ μέσω της Χρήσης Κοινωνικών Δικτύων

2.3.1 Ο ρόλος των Κοινωνικών Δικτύων στο Πολιτικό Μάρκετινγκ

Η άνοδος και υιοθέτηση των κοινωνικών δικτύων ως μέσο επικοινωνίας και διατήρησης των κοινωνικών σχέσεων έχει δημιουργήσει ένα νέο παράδειγμα με ατελείωτες δυνατότητες στο πολιτικό σύστημα. Μπορεί να υποστηριχθεί ότι τα κοινωνικά δίκτυα ενδέχεται να αλλάξουν σταδιακά την έννοια και τον βαθμό της πολιτικής συμμετοχής (Itai Himelboim, 2012)

Οι νέες ψηφιακές τεχνολογίες, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών δικτύων, δημιουργούν ένα νέο παράδειγμα πολιτικής συμμετοχής. Πρόσφατες μελέτες δείχνουν ότι μέσω αυτών των μέσων ενημέρωσης, η επικοινωνία από τη βάση προς την κορυφή έχει εντοπιστεί στους πολιτικούς κύκλους σε πολλές χώρες, όπου τα

εκλογικά όργανα έχουν την εξουσία να εκφράζουν και να επιβάλλουν τις πολιτικές τους απόψεις (Homero Gil de Zúñiga, 2010).

Έχει επίσης παρατηρηθεί ότι τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την οργάνωση εκλογικών προσπαθειών, αποκτώντας αρκετή δυναμική για να επηρεάσουν το πολιτικό σύστημα και τις δομές του. Είναι επίσης σημαντικό να σημειωθεί ότι ακόμη και μειονότητες και ομάδες που προηγουμένως εξοστρακίζονταν, μπορούν τώρα να έχουν σημαντική επιρροή στην πολιτική σκηνή (Philip N. Howard, 2012). Αυτό αποτυπώνεται στην αυξημένη συμμετοχή των νέων ενηλίκων στην πολιτική ζωή, που τροφοδοτείται από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων (Jody C Baumgartner, 2010)

Το πρωτοφανές κύμα πολιτικών αλλαγών ή αντιδράσεων που παρατηρείται σε πολλά μέρη του κόσμου οφείλεται στη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Παραδείγματα περιλαμβάνουν την αλληλεγγύη προς τον Παλαιστινιακό λαό, την Αραβική Άνοιξη και το κίνημα Black Lives Matter. Οι πολιτικές δομές υποτίμησαν την επιρροή και την αποτελεσματικότητα των κοινωνικών δικτύων ως πλατφόρμα για την ενεργό πολιτική συμμετοχή (Homero Gil de Zúñiga, 2010). Τα αποτελέσματα ήταν μοναδικά σε κάθε περίπτωση και ασκούσαν μεγάλη πίεση στους πολιτικούς ηγέτες. Αυτές οι επιτυχίες επιτεύχθηκαν μέσω της χρήσης πλατφορμών όπως το Facebook, το YouTube, το Twitter, το Telegram και το TikTok, που χρησιμοποιήθηκαν για εκπαίδευση, πολιτικές συζητήσεις, κινητοποίηση και την προσέλκυση της προσοχής των διεθνών κοινοτήτων (Γιαννούλα, 2019).

Οι κινήσεις που τροφοδοτούνται από τα κοινωνικά δίκτυα έχουν ανατρέψει κυβερνήσεις και βοήθησαν άλλες να κερδίσουν εκλογές, δίνοντάς τους έναν ρόλο στη νέα γενιά πολιτικής που δεν μπορούσε να αγνοηθεί. Οι πρωτοφανείς πολιτικές αλλαγές σε πολλές χώρες και οι αντιδράσεις ενάντια σε πολιτικές δείχνουν την ικανότητα των ψηφιακών τεχνολογιών να διευκολύνουν τις συζητήσεις και να προκαλούν συλλογικές δράσεις. Άλλες πτυχές αυτής της νέας πολιτικής περιλαμβάνουν τον άμεσο δεσμό μεταξύ της πολιτικής συζήτησης και της πολιτικής συμμετοχής, καθώς και τη σχέση μεταξύ της διάχυσης της τεχνολογίας και των ψηφιακών μέσων με την πολιτική αλλαγή. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι αποτελεσματικά διότι δημιουργούν την ψευδαίσθηση μιας προσωπικής σύνδεσης, κάνοντάς την να φαίνεται «απολίτικη» (Philip N. Howard, Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence, 2012).

2.3.2 Η χρήση των Κοινωνικών Δικτύων στο Πολιτικό Μάρκετινγκ

Η σημασία και ο ρόλος των κοινωνικών δικτύων ως στρατηγικό εργαλείο στο πολιτικό μάρκετινγκ γίνονται όλο και πιο σημαντικοί και αναγκαίοι. Αποτελούν το κύριο εργαλείο για πολιτική επικοινωνία και χρησιμοποιούνται με επιτυχία. Όπως εξηγούν οι Howard et al. (2011), διάφορα κινήματα, όπως η «Αραβική Άνοιξη», χρησιμοποίησαν τα κοινωνικά δίκτυα και μέσα. Το Twitter χρησιμοποιήθηκε για κινητοποίηση, το Facebook για δημιουργία και συντήρηση, ενώ το YouTube και άλλοι ιστότοποι κοινωνικών μέσων επικεντρώθηκαν στην ενεργοποίηση των απλών πολιτών, μεταδίδοντας ιστορίες, όπως στο Telegram. Τα κοινωνικά δίκτυα επέτρεψαν στους απλούς πολίτες να συμμετάσχουν σε πολιτικές δράσεις σε πολλά κινήματα ή πολιτικές κινήσεις, τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιήθηκαν πολιτικά με τους εξής τρόπους:

- **Οικοδόμηση σχέσεων:** Η παραδοσιακή, μη κοινωνική σχέση μεταξύ πολιτικών δομών και πολιτών θεωρείται λιγότερο αποτελεσματική στις πολιτικές εκστρατείες και συλλογικές δράσεις. Τα κοινωνικά δίκτυα επιτρέπουν την κατασκευή τέτοιων σχέσεων, προσφέροντας τη δυνατότητα αξιοποίησης υφιστάμενων δικτύων και δημιουργώντας αξιόπιστες και εμπιστευτικές σχέσεις, ενισχύοντας την πολιτική συμμετοχή και τις συλλογικές δράσεις.
- **Οργάνωση καμπάνιας και επικοινωνία:** Η πιο σημαντική χρήση των κοινωνικών δικτύων είναι η επιρροή τους στην οργάνωση εκστρατειών. Η οικοδόμηση κοινοτήτων στα κοινωνικά μέσα είναι πλέον κανονικότητα για σχεδόν όλες τις πολιτικές οργανώσεις και πρόσωπα. Τα κοινωνικά μέσα χρησιμοποιούνται ως διαδικτυακό μέσο για την οργάνωση και προώθηση δράσεων εκτός σύνδεσης. Η στρατηγική εκστρατείας του Ομπάμα, όπως περιγράφουν οι Cogburn και Espinoza-Vasquez (2011), δεν χρησιμοποιούσε τα κοινωνικά δίκτυα μόνο για διάδοση πληροφοριών αλλά και για τη δημιουργία κοινοτήτων που προσφέρουν αίσθηση του ανήκειν στα μέλη.
- **Πολιτική δέσμευση:** Η πολιτική δέσμευση αφορά το βαθμό στον οποίο ένα άτομο ή μια εκλογική περιφέρεια κινητοποιείται και εμπνέεται να συμμετάσχει στις πολιτικές διαδικασίες. Το κοινωνικό κεφάλαιο, δηλαδή η διασύνδεση μεταξύ ανθρώπων εντός οργανισμών ή ιδρυμάτων με βάση κοινή ταυτότητα ή στόχο, είναι καθοριστικό. Οι Cogburn και Espinoza-Vasquez

(2011) διαπίστωσαν άμεση σχέση μεταξύ της χρήσης κοινωνικών δικτύων και του κοινωνικού κεφαλαίου.

- **Πολιτικό “Crowdsourcing”:** Το Crowdsourcing είναι η διαδικασία εύρεσης ταλέντων για την ολοκλήρωση εργασιών μέσω κοινοτικών προσπαθειών στο δημόσιο τομέα. Δίνει τη δυνατότητα στο κοινό να συμμετέχει στην επίλυση προβλημάτων ή την επίτευξη στόχων, επιτρέποντας σε άτομα με διαφορετικές δεξιότητες να προσθέσουν αξία και να επιλύσουν προβλήματα στο δημόσιο χώρο.

2.3.3 Παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση των Κοινωνικών Μέσων στο Πολιτικό Μάρκετινγκ

Ένα από τα σημαντικότερα ευρήματα στη βιβλιογραφία είναι ότι μια ενισχυμένη πλατφόρμα από μόνη της δεν εγγυάται την επιτυχία. Τα κοινωνικά μέσα μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο ως εργαλεία επικοινωνίας στην πολιτική σκηνή, αλλά η επιτυχία εξαρτάται από τη στρατηγική προσαρμογή. Η ευθυγράμμιση της χρήσης των κοινωνικών δικτύων με τον γενικό στόχο της οργάνωσης και οι επικρατούντες περιβαλλοντικοί παράγοντες είναι κρίσιμοι.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση των κοινωνικών δικτύων στο πολιτικό μάρκετινγκ είναι οι εξής (Μοχλα, 2023):

- **Διείσδυση του διαδικτύου και των κοινωνικών δικτύων:** Η χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης εξαρτάται από την πρόσβαση στο διαδίκτυο. Κατά συνέπεια, η επιτυχία των κοινωνικών δικτύων ως εργαλείο επικοινωνίας εξαρτάται από την έκταση της πρόσβασης στο διαδίκτυο στον πληθυσμό στόχο.
- **Πολιτιστική συμπεριφορά και προσανατολισμός:** Οι μελέτες έχουν δείξει ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της χρήσης των κοινωνικών δικτύων και του πολιτισμικού προσανατολισμού και της συμπεριφοράς των πολιτών. Η ικανότητα των κοινωνικών δικτύων να επηρεάζουν την πολιτιστική συμπεριφορά και τον προσανατολισμό έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, όπως φαίνεται από κινήματα παγκοσμίως, π.χ. στην Ουκρανία από το 2014. Η

δύναμή τους ως εργαλείο επικοινωνίας μπορεί να επηρεάσει απόψεις και να διαδώσει αξίες και πολιτισμικό προσανατολισμό.

- **Δημογραφικά:** Η κοινωνική συνδεσιμότητα και η διαπροσωπική φύση των κοινωνικών δικτύων τα καθιστούν σημαντικά για την κατανόηση της αγοράς-στόχου, ειδικά στην πολιτική επικοινωνία. Τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να αναλυθούν με δημογραφικά χαρακτηριστικά, κάτι που συνδέεται με το γεγονός ότι τα ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι και τα κίνητρα για πολιτική συμμετοχή μπορούν επίσης να ανιχνευθούν σε δημογραφικές μεταβλητές . Επομένως, παράγοντες όπως η ηλικία, το φύλο, η γεωγραφική θέση, η φυλή, κλπ., πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης στην πολιτική επικοινωνία.

2.3.4 Πληροφορία και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Οι σύγχρονες τεχνολογίες επικοινωνίας μετασχηματίζουν τις καθημερινές επικοινωνιακές συνήθειες των ανθρώπων, παρέχοντάς τους διάφορους τρόπους πρόσβασης σε πληροφορίες και δυνατότητες σύνδεσης με άλλους στο κοινωνικό τους περιβάλλον. Ένα από τα κύρια θέματα που απασχολούν την ακαδημαϊκή κοινότητα στα μέσα ενημέρωσης είναι το κατά πόσο η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών μπορεί να διευκολύνει τον πολιτικό λόγο να επιτύχει τους στόχους της πολυφωνίας και της ποικιλομορφίας, οι οποίοι είναι ουσιαστικά στοιχεία της συμμετοχικής δημοκρατίας . Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι η ανοιχτή φύση της διαδικτυακής επικοινωνίας μπορεί να αυξήσει τη συμμετοχή των πολιτών σε πολιτικές συζητήσεις, ενώ άλλοι πιστεύουν ότι το διαδίκτυο μπορεί να ενισχύσει την επικοινωνία μόνο μέσα σε "φούσκες", επιδεινώνοντας τον κατακερματισμό και μειώνοντας την πολιτική ανοχή (Brundidge, 2010) . Η συζήτηση για το αν το διαδίκτυο μπορεί να προάγει τον πολιτικό διάλογο έχει ξεκάθαρα εισέλθει σε μια νέα φάση με την ταχεία εξάπλωση των κοινωνικών μέσων

2.3.5 Social Media και Πολιτική Εμπλοκή

Λόγω της άμεσης, ταχύτατης και μαζικής προβολής και διαφήμισης που επιτυγχάνουν τα social media, καθίσταται προφανές ότι προσφέρουν τη δυνατότητα στην «κοινωνία των πολιτών», στους πολιτικούς, στα πολιτικά κόμματα και σε οργανώσεις να επικοινωνήσουν το όραμά τους και τους στόχους τους. Παράλληλα, ενισχύουν και ισχυροποιούν τις θέσεις, τις πεποιθήσεις και τους στόχους τους. Τα ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν στις διάφορες οργανώσεις και κινήματα την απαραίτητη ενδυνάμωση για να δραστηριοποιούνται όλο και πιο ενεργά, αυξάνοντας την αριθμητική τους βάση που εντάσσεται στους κόλπους τους.

Τα social media, όταν χρησιμοποιούνται κατάλληλα από τους πολίτες, μπορούν να λειτουργήσουν ως μοχλός αλλαγής και αμφισβήτησης της εκάστοτε εξουσίας, φέρνοντας ουσιαστικές αλλαγές. Παραδείγματα τέτοιων επαναστάσεων ή εξεγέρσεων έχουν παρατηρηθεί συχνά στο πρόσφατο παρελθόν και στο παρόν, από τη Βόρεια Αφρική, τη Μέση Ανατολή, την Ευρώπη και γενικότερα σε όλο τον κόσμο. Με τη βοήθεια των κοινωνικών μέσων και του διαδικτύου, κατάφεραν να μεταδώσουν το μήνυμά τους και σε άλλες κοινωνίες, είτε μέσω αλληλέγγυων εκδηλώσεων είτε ως σπύθα για την ανάπτυξη νέων κινήματων (Μοχλα, 2023)

2.3.6 Πολιτική Αμφισβήτηση και Social Media

Τα πολιτικά και κοινωνικά κινήματα, οι επαναστάσεις και οι λαϊκές εξεγέρσεις που εκδηλώθηκαν παγκοσμίως επιβεβαιώνουν την πολιτική δύναμη των social media και του διαδικτύου, καθώς συνέβαλαν τόσο στον επαναπροσδιορισμό της πολιτικής κουλτούρας όσο και στη συγκρότηση διεθνών σχέσεων. Αξιοσημείωτο είναι ότι η δύναμη των social media για αμφισβήτηση και ανατροπή παλαιότερων ιεραρχιών και παραδοσιακών δομών ενισχύθηκε όχι μόνο από τη συγχρονισμένη δράση των μαζών, αλλά και από την αυξανόμενη προσβασιμότητα του διαδικτύου μέσω κινητών τηλεφώνων από ευρύτερα κοινωνικά στρώματα.

Ωστόσο, υπάρχει και η άποψη ότι η συμβολή των ηλεκτρονικών κοινωνικών μέσων στη συσπείρωση και το συντονισμό των λαϊκών μαζών είναι υπερτιμημένη. Ο Malcolm Gladwell, συγγραφέας στο περιοδικό The New Yorker, πιστεύει ότι η επιρροή των social media πηγάζει από δίκτυα με ασθενείς δεσμούς, τα οποία δεν διαθέτουν τη δύναμη να πυροδοτήσουν πραγματικές επαναστάσεις. Χαρακτηρίζει τον ακτιβισμό που προκύπτει από τη χρήση των social media ως "νωθρό ακτιβισμό", όπου περιστασιακοί χρήστες, χωρίς την απαραίτητη προσήλωση και δέσμευση, επιδιώκουν κοινωνικές αλλαγές μέσω χαμηλού κόστους δραστηριοποίησης. Αυτοί οι

χρήστες είναι περισσότερο πρόθυμοι να κάνουν δηλώσεις και να συνταχθούν συναισθηματικά με έναν σκοπό, παρά να προβούν σε ουσιαστικές δράσεις (Saud, 2020)

Για παράδειγμα, στις βουλευτικές εκλογές του 2023 και στις ευρωεκλογές του 2024, οι πολιτικοί αρχηγοί των αστικών κομμάτων του ελληνικού κοινοβουλίου χρησιμοποίησαν κυρίως τα social media για την επικοινωνία τους. Βάσει των παραπάνω, τα social media αποτελούν απλά ένα εργαλείο και δεν επιφέρουν επαναστάσεις και ουσιαστικές πολιτικές αλλαγές από μόνα τους.

2.3.7 Οι Λογικές που Διέπουν τη Χρήση των ΜΚΔ από τα Πολιτικά Κόμματα

Δύο διαφορετικές λογικές φαίνεται να διέπουν τις ενέργειες των υπεύθυνων επικοινωνίας των κομμάτων ως προς τη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ):

Η πρώτη λογική βασίζεται στην άποψη ότι μέσω της χρήσης των ΜΚΔ, το κόμμα μπορεί να αποκομίσει εκλογικό όφελος, καθώς και γενικότερα όφελος ως προς τη διάχυση των απόψεών του στη δημόσια σφαίρα. Με αυτόν τον τρόπο, επιδιώκει να επηρεάσει την «Κοινή Γνώμη». Τα ΜΚΔ προσφέρουν μια πλατφόρμα για άμεση και ευρεία επικοινωνία με τους ψηφοφόρους, προωθώντας τις θέσεις και τις πολιτικές του κόμματος.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχει και μια δεύτερη λογική που χαρακτηρίζει κάποια άλλα κόμματα, τα οποία αντιμετωπίζουν με σκεπτικισμό τα ΜΚΔ ως εργαλεία πολιτικής επικοινωνίας. Αυτή η λογική βασίζεται στην αναγκαιότητα χρήσης των ΜΚΔ, καθώς η απουσία τους από αυτόν τον χώρο εκλαμβάνεται ως ζημιογόνα τόσο για το εκλογικό αποτέλεσμα όσο και για τη διάχυση των ιδεών τους στην κυπριακή δημόσια σφαίρα. Τα κόμματα αυτά χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ κυρίως για να αποφύγουν την αρνητική επίδραση που θα είχε η μη παρουσία τους σε αυτά, παρά για να επιδιώξουν ενεργά κάποιο όφελος.

Οι δύο αυτές λογικές αντικατοπτρίζουν διαφορετικές στρατηγικές και αντιλήψεις ως προς τη χρήση των ΜΚΔ στην πολιτική επικοινωνία, επισημαίνοντας τόσο τις ευκαιρίες όσο και τους κινδύνους που προκύπτουν από την παρουσία τους σε αυτά τα μέσα (Τσαδήλας, 2022)

2.3.8 Χρήση των ΜΚΔ ως Ενίσχυση των Παραδοσιακών Μέσων

Όταν εξετάζουμε τον τρόπο που τα πολιτικά κόμματα χρησιμοποιούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ), παρατηρούμε ότι συχνά τα χρησιμοποιούν για να ενισχύσουν την παραδοσιακή τους επικοινωνιακή στρατηγική. Τα κόμματα δεν φαίνεται να λαμβάνουν υπόψη τις τεχνικές ιδιαιτερότητες των ΜΚΔ σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα. Έτσι, ουσιαστικά τα χρησιμοποιούν ως μια πλατφόρμα που παραπέμπει στα παραδοσιακά μέσα.

Το περιεχόμενο που δημοσιεύουν στα ΜΚΔ συνήθως περιλαμβάνει:

- **Ανακοινώσεις Τύπου:** Επίσημες ανακοινώσεις που απευθύνονται στα ΜΜΕ.
- **Δηλώσεις Αξιωματούχων:** Επίσημες δηλώσεις από μέλη ή ηγέτες του κόμματος.
- **Αρθρογραφία Στελεχών:** Άρθρα και γνώμες από υψηλόβαθμα στελέχη του κόμματος.

Αυτό το περιεχόμενο είναι το ίδιο που δημοσιεύεται στα παραδοσιακά μέσα, όπως έντυπος τύπος, ραδιόφωνο και τηλεόραση.

Η σημαντικότερη ιδιαιτερότητα των ΜΚΔ σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα είναι η δυνατότητα που παρέχεται στους χρήστες για διαδραστική επικοινωνία, ιδιαίτερα μέσω του σχολιασμού των μηνυμάτων (Saud, 2020). Ωστόσο, σύμφωνα με τους επικεφαλής των γραφείων επικοινωνίας των κομμάτων, όχι μόνο δεν επιδιώκεται αυτή η διαδραστικότητα, αλλά υπάρχει προσπάθεια να αποφεύγεται με κάθε τρόπο.

Η χρήση των ΜΚΔ από τα πολιτικά κόμματα συχνά περιορίζεται στην ενίσχυση της παραδοσιακής επικοινωνιακής στρατηγικής, παραβλέποντας τις μοναδικές δυνατότητες των ΜΚΔ για διαδραστικότητα και άμεση επικοινωνία με το κοινό. Αντί να αξιοποιούν τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα ΜΚΔ, τα κόμματα συχνά τα αντιμετωπίζουν ως ακόμα ένα κανάλι διάδοσης των παραδοσιακών τους μηνυμάτων.

2.3.9 Η Χρήση των ΜΚΔ ως Εργαλείο Εκλογικής Επικοινωνίας και η Επίδρασή της στην Αποχή και Αποξένωση από την Πολιτική

Η πολιτική επικοινωνία μέσω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) φαίνεται να στοχεύει κυρίως σε άτομα που είναι ήδη κοντά στο αντίστοιχο κόμμα. Ο πολιτικός λόγος που δημοσιεύεται τόσο στους επίσημους όσο και στους ανεπίσημους λογαριασμούς διοχετεύεται κυρίως στους φίλους και υποστηρικτές του κόμματος, περιορίζοντας την πρόσβαση σε άτομα που δεν έχουν ισχυρούς δεσμούς με κανένα

κόμμα. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αποξένωση και αποχή από την πολιτική για μια σημαντική μερίδα του πληθυσμού που δεν είναι πολιτικά προσκείμενη σε κάποιο κόμμα (Βάθη, 2020)

Τα ΜΚΔ επιτρέπουν την εξατομίκευση, δηλαδή ο κάθε χρήστης μπορεί να τα διαμορφώσει σύμφωνα με τις προτιμήσεις του, πολιτικές ή μη. Έτσι, ενώ ορισμένοι λογαριασμοί τροφοδοτούνται με πολιτικά μηνύματα από ένα συγκεκριμένο κόμμα, άλλοι λογαριασμοί μπορεί να λαμβάνουν μηνύματα από άλλο κόμμα ή και καθόλου πολιτικά μηνύματα. Αυτή η διαφοροποίηση στη ροή πληροφοριών μπορεί να οδηγήσει σε κατακερματισμό του πολιτικού διαλόγου και στην απομάκρυνση πολιτικά αποστασιοποιημένων ατόμων από τη συζήτηση.

Επιπλέον, ένα σημαντικό ποσοστό των Κυπρίων πολιτών δεν διαθέτει λογαριασμούς στα ΜΚΔ, γεγονός που σημαίνει ότι αυτή η μερίδα του πληθυσμού αποκλείεται από την πολιτική επικοινωνία και τη συμμετοχή στη ψηφιακή δημόσια σφαίρα. Η αναδυόμενη πολιτική επικοινωνία στα ΜΚΔ τείνει να αποκλείει αυτούς τους πολίτες, ενισχύοντας την αποξένωση τους από την πολιτική διαδικασία.

Η χρήση των ΜΚΔ ως εργαλείο εκλογικής επικοινωνίας μπορεί να έχει θετικά αποτελέσματα για τα πολιτικά κόμματα όσον αφορά την κινητοποίηση και ενίσχυση της βάσης των υποστηρικτών τους. Ωστόσο, ενέχει τον κίνδυνο της αποξένωσης και αποχής από την πολιτική για άτομα που δεν είναι ήδη πολιτικά ενεργά ή προσκείμενα σε κάποιο κόμμα. Η εξατομίκευση των πληροφοριών στα ΜΚΔ και η περιορισμένη πρόσβαση μιας μερίδας του πληθυσμού σε αυτά τα μέσα μπορεί να οδηγήσει σε κατακερματισμό της πολιτικής συζήτησης και να επιτείνει το πρόβλημα της πολιτικής αποξένωσης.

2.3.10 Πλεονεκτήματα από την Ενασχόληση ενός Πολιτικού Προσώπου με τα Social Media

Η χρήση των κοινωνικών μέσων από πολιτικούς προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα, ενισχύοντας την επικοινωνία και τη σύνδεση με το κοινό. Ακολουθούν μερικά από τα κύρια πλεονεκτήματα:

1. Άμεση Επαφή με το Κοινό

Μέσω των αναρτήσεων (posts), των ζωντανών βίντεο (live videos) και των tweets, οι πολιτικοί μπορούν να επικοινωνούν άμεσα και προσωπικά με τους ψηφοφόρους τους. Αυτή η προσβασιμότητα δημιουργεί μια σχέση εμπιστοσύνης και διαφάνειας με το κοινό.

2. Απευθείας Προσέγγιση Μεγάλου Κοινού εν Δυνάμει Ψηφοφόρων

Τα κοινωνικά μέσα επιτρέπουν στους πολιτικούς να προσεγγίσουν ένα ευρύ και ποικιλόμορφο κοινό, συμπεριλαμβανομένων των εν δυνάμει ψηφοφόρων. Η ευκολία πρόσβασης και η ευρεία χρήση των πλατφορμών αυτών διευκολύνει την επικοινωνία με ένα μεγάλο αριθμό ανθρώπων.

3. Γνωστοποίηση των Απόψεων και Θέσεων

Μέσα από έξυπνες εικόνες και βίντεο, οι πολιτικοί μπορούν να γνωστοποιούν εύκολα τις απόψεις και τις θέσεις τους. Οι πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων επιτρέπουν τη δημιουργία ελκυστικού περιεχομένου που μπορεί να διαδοθεί γρήγορα και αποτελεσματικά.

4. Δημιουργία Ενεργής Κοινότητας

Τα social media λειτουργούν ως εργαλείο για τη συγκέντρωση υποστήριξης και την κινητοποίηση των ψηφοφόρων. Με την οργάνωση εκστρατειών και εκδηλώσεων μέσω αυτών των πλατφορμών, οι πολιτικοί μπορούν να δημιουργήσουν μια ενεργή κοινότητα που υποστηρίζει τις προτάσεις τους.

5. Παράκαμψη των Παραδοσιακών Μέσων Ενημέρωσης

Οι πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων παρέχουν στους πολιτικούς τη δυνατότητα να προβάλλουν τις ιδέες τους χωρίς το φίλτρο των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Αυτό σημαίνει ότι μπορούν να επικοινωνούν απευθείας με το κοινό τους, χωρίς την παρεμβατικότητα δημοσιογράφων και συντακτών, και να εκφραστούν ελεύθερα, πάντα με τη συμβουλή των ειδικών σε θέματα ψηφιακής προβολής.

Η ενσωμάτωση των κοινωνικών μέσων στην επικοινωνιακή στρατηγική των πολιτικών προσώπων προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα. Από την άμεση και προσωπική επαφή με τους ψηφοφόρους μέχρι την ανεμπόδιστη γνωστοποίηση των απόψεων τους και τη δημιουργία ενεργών κοινοτήτων, τα social media αποτελούν ένα ισχυρό εργαλείο για την ενίσχυση της πολιτικής επικοινωνίας και την κινητοποίηση της υποστήριξης (Μπουζέτη, 2020)

Η ανάδυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) ή social media, σε συνδυασμό με τις συνεχείς κοινωνικές και οικονομικές κρίσεις των τελευταίων ετών, έχει σημαντική επίδραση στην καθημερινότητα των νέων ανθρώπων. Το παρόν κείμενο εξετάζει τον ρόλο των ψηφιακών μέσων στις σχέσεις νεολαίας και πολιτικής, καθώς και τις επιπτώσεις αυτών των μέσων στη διαμόρφωση των νεανικών ταυτοτήτων.

Συγκεκριμένα, τονίζεται η ανάγκη αναγνώρισης των πολύπλοκων και ποικίλων τρόπων με τους οποίους οι νέοι επιλέγουν είτε να συμμετέχουν ενεργά στην πολιτική είτε να αποστασιοποιούνται από αυτή, σε μια εποχή που οι μεταβάσεις τους στην ενηλικίωση χαρακτηρίζονται από αυξανόμενο αίσθημα αβεβαιότητας.

2.3.11 Σχέση Νεολαίας και Νέων Τεχνολογιών

Η σχέση της νεολαίας με τις νέες τεχνολογίες συχνά συνοδεύεται από «ηθικό πανικό» στις συζητήσεις της δημόσιας σφαίρας και ιδιαίτερα στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Αυτές οι αντιδράσεις προέρχονται από άτομα που εστιάζουν υπερβολικά στους πιθανούς κινδύνους της χρήσης των ΜΚΔ από τη νεολαία, καθώς και στους τρόπους ζωής και στις καταναλωτικές τους πρακτικές. Αυτό οδηγεί στη διάδοση εικόνων των νέων ως υποκειμένων που λαμβάνουν ασύμμετρα ρίσκα και επιδεικνύουν αποκλίνουσες συμπεριφορές.

Εναλλακτικές Απόψεις για τα ΜΚΔ

Από μια διαφορετική οπτική, η σχέση της νεολαίας με τα ΜΚΔ μπορεί να εξυμνείται μέσα από συζητήσεις για τις απολαύσεις του ηδονιστικού καταναλωτισμού ή για τη συμβολή των ψηφιακών μέσων στην καινοτομία, τη δημιουργικότητα των νέων και τις προσπάθειές τους για τη δημιουργία νεοφυών επιχειρήσεων. Είναι ενδιαφέρον ότι παρόμοιες τοποθετήσεις υπάρχουν και στον δημόσιο διάλογο σχετικά με τις σχέσεις των ΜΚΔ, των νέων και της πολιτικής.

Επιπτώσεις στη Διαμόρφωση Ταυτοτήτων

Οι νέοι επιλέγουν είτε να συμμετέχουν ενεργά στην πολιτική είτε να αποστασιοποιούνται από αυτήν. Αυτή η συμπεριφορά επηρεάζεται από την αυξανόμενη αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει τις μεταβάσεις τους προς την ενηλικίωση. Τα ψηφιακά μέσα διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο σε αυτή τη διαδικασία, παρέχοντας πλατφόρμες για έκφραση, συμμετοχή και σύνδεση με άλλα άτομα και ομάδες.

Συνολικά, η χρήση των ΜΚΔ από τη νεολαία και η σχέση τους με την πολιτική παρουσιάζει πολυδιάστατες επιπτώσεις. Από τη μια πλευρά, υπάρχουν ανησυχίες και κριτικές για τους κινδύνους και τις αποκλίνουσες συμπεριφορές, ενώ από την άλλη πλευρά, αναγνωρίζεται η δυνατότητα των ψηφιακών μέσων να προάγουν την καινοτομία, τη δημιουργικότητα και τη συμμετοχή των νέων σε πολιτικές και κοινωνικές δραστηριότητες (Δεληγκιαουρη, 2018)

Η προσπάθεια κατανόησης των τρόπων συσχέτισης των νέων με την πολιτική μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) αναδεικνύει ότι η αλληλεπίδρασή τους με αυτά τα μέσα δεν είναι στατική, αλλά επηρεάζεται από κοινωνικοοικονομικούς και πολιτισμικούς παράγοντες. Από τη μία πλευρά, οι νέοι μπορεί να χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για την επίτευξη συλλογικών διεκδικήσεων, την πολιτική διαμαρτυρία και τη συμμετοχή σε κοινωνικά κινήματα. Από την άλλη πλευρά, σε ίδιες ή άλλες ψηφιακές πλατφόρμες, οι νέοι συχνά αναζητούν λιγότερο πολιτικοποιημένες διέξοδους από τις ατομικές και κοινωνικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν.

Πολιτικοποιημένη Χρήση των ΜΚΔ

Οι νέοι που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τα ΜΚΔ για πολιτικούς σκοπούς, συχνά επιδιώκουν να:

- **Εκφράσουν συλλογικές διεκδικήσεις:** Χρησιμοποιούν τα social media για να προωθήσουν τα δικαιώματα και τα αιτήματά τους.
- **Συμμετέχουν σε πολιτικές διαμαρτυρίες:** Οργανώνουν και συμμετέχουν σε διαδηλώσεις και εκστρατείες που προωθούν κοινωνικές αλλαγές.
- **Ενταχθούν σε κοινωνικά κινήματα:** Γίνονται μέρος κινήματων που ασχολούνται με περιβαλλοντικά, κοινωνικά ή πολιτικά ζητήματα.

Απολιτικοποιημένη Χρήση των ΜΚΔ

Αντίθετα, άλλοι νέοι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να:

- **Αποδράσουν από τις δυσκολίες:** Αναζητούν διασκέδαση, ψυχαγωγία και κοινωνική αλληλεπίδραση που δεν σχετίζεται με πολιτικά θέματα.
- **Διαχειριστούν προσωπικές προκλήσεις:** Επικεντρώνονται σε περιεχόμενο που τους βοηθά να αντιμετωπίσουν τις καθημερινές τους δυσκολίες.

Πολυπλοκότητα και Ερωτήματα

Αυτή η πολυπλοκότητα στη χρήση των ΜΚΔ από τους νέους εγείρει σημαντικά ερωτήματα:

- **Πώς επιλέγουν οι νέοι να χρησιμοποιήσουν τα ΜΚΔ σε περιόδους κοινωνικών και πολιτικών μετασχηματισμών;**
- **Ποιες είναι οι επιπτώσεις αυτής της χρήσης στη σχέση τους με την πολιτική επικοινωνία και τα πολιτικά κόμματα;**

Οι απαντήσεις σε αυτά τα ερωτήματα είναι κρίσιμες για την κατανόηση του ρόλου των ΜΚΔ στη διαμόρφωση των πολιτικών ταυτοτήτων των νέων. Επιπλέον, οι πολιτικοί και οι υπεύθυνοι επικοινωνίας των κομμάτων πρέπει να λαμβάνουν υπόψη αυτή την πολυπλοκότητα όταν σχεδιάζουν στρατηγικές για την εμπλοκή των νέων

στην πολιτική διαδικασία. Οι νέοι δεν είναι ένα ομοιογενές σύνολο, και οι τρόποι με τους οποίους επιλέγουν να αλληλεπιδρούν με τα ΜΚΔ αντικατοπτρίζουν τις διαφορετικές κοινωνικοοικονομικές και πολιτισμικές συνθήκες που διαμορφώνουν τις ζωές τους (Γιολτζίδου, 2020)

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως διέξοδος των νέων από την κοινωνική και πολιτική πραγματικότητα την περίοδο της κρίσης. Η πολυπλοκότητα της ανάλυσης της σχέσης των νέων με την πολιτική στον ψηφιακό κόσμο εντείνεται λόγω της αύξουσας εμφάνισης ψηφιακών συσκευών, διάφορων πλατφόρμων κοινωνικής δικτύωσης και εργαλείων πολιτικού μάρκετινγκ. Η ψηφιακή τεχνολογία και οι ίδιες οι πλατφόρμες επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τους τρόπους συσχέτισης των νέων με την πολιτική. Κάτι τέτοιο δεν προκύπτει μόνο μέσα από μια μονοδιάστατη προσέγγιση από τη σκοπιά του τεχνολογικού ντετερμινισμού, που θέτει την ίδια τη δομή της κάθε πλατφόρμας ως βασικό μοχλό επίδρασης στα υποκείμενα, αλλά και από τους τρόπους με τους οποίους οι νέοι και οι νέες μοιράζονται πληροφορίες, επικοινωνούν και διαμορφώνουν τις σχέσεις τους, τόσο μέσα στα όρια του ψηφιακού χώρου όσο και εκτός αυτού. Είναι καθοριστικής σημασίας να λάβουμε υπόψη ότι οι εμπειρίες των νέων, όπως διαμορφώνονται μέσα στο πλαίσιο της κοινωνικής και οικονομικής κρίσης, δεν οδηγούν *a priori* σε μια πολιτική ενεργοποίηση και δράση. Έτσι, με την προϋπόθεση ότι ορίζουμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως μηχανισμούς που διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση των ταυτοτήτων των νέων, θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι είναι τα ίδια τα μέσα τα οποία παρέχουν στα υποκείμενά τους πόρους για να επιβιώσουν μέσα στο ασφυκτικό πλαίσιο της κοινωνίας της διακινδύνευσης.

Κάτι τέτοιο απαιτεί τη μέγιστη προσοχή μας, τη στιγμή που οι πολιτικοί πόροι που δυνητικά θα μπορούσαν να παρέχουν μια ουσιαστική διέξοδο είναι περιορισμένοι. Σε αυτό το πλαίσιο, η ανάγκη για μια πιο πολύπλοκη προσέγγιση της σχέσης των νέων με την πολιτική γίνεται εμφανής. Πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι η ψηφιακή τεχνολογία και οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι μόνο εργαλεία επικοινωνίας, αλλά και πόρους για τη διαμόρφωση των ταυτοτήτων και των σχέσεων των νέων.

Πρέπει να προσέχουμε να μην θεωρούμε ότι η χρήση των ψηφιακών μέσων είναι η μόνη πηγή επικοινωνίας και συμμετοχής, αλλά να προσέχουμε επίσης να μην υποτιμάμε τη σημασία τους ως πόρων για τη διαμόρφωση των ταυτοτήτων και των σχέσεων των νέων.

Αυτό το απόσπασμα επικεντρώνεται σε πτυχές της σχέσης των νέων με την πολιτική, οι οποίες χαρακτηρίζονται από μια πιο πραγματιστική προσέγγιση ως προς την πολιτική δραστηριοποίηση, τη συμμετοχή και τη ριζοσπαστικοποίηση τους. Η κυριαρχία της νεοφιλελεύθερης λογικής αυξάνει τις πιέσεις και καθιστά τους νέους υπεύθυνους για την εξεύρεση ατομικών λύσεων στη διαχείριση των πολλαπλών κρίσεων που αντιμετωπίζουν. Η αποστασιοποίηση από τα πολιτικά ζητήματα μέσω των social media μπορεί να μην οφείλεται σε αδιαφορία ή παθητικότητα, αλλά να αντικατοπτρίζει ένα γενικό αίσθημα ματαιότητας και απογοήτευσης λόγω των κρίσεων και του πολιτικού συστήματος.

Οι συνθήκες που δημιουργήθηκαν από την παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008, σε συνδυασμό με τα σκληρά μέτρα λιτότητας στην Ελλάδα από το 2010, καθώς και η νέα οικονομική και υγειονομική κρίση από το 2019 (πανδημία Covid-19), δημιουργούν ένα πλαίσιο επαναπροσδιορισμού της έννοιας της «κανονικότητας». Αυτές οι νέες συνθήκες έχουν άμεσες επιπτώσεις στις εμπειρίες της νεολαίας, όπως αποκαλύφθηκε σε έρευνα που διεξήχθη από το 2016 έως το 2020 μέσω μιας ποιοτικής συγκριτικής μελέτης μεταξύ Ελλάδας (Αττική) και Ηνωμένου Βασιλείου (Βορειοδυτική Αγγλία). Η έρευνα στην Ελλάδα έδειξε ότι οι νέες συνθήκες οδηγούν τη νεολαία σε μια κατάσταση που χαρακτηρίζεται από την απορρύθμιση της αγοράς εργασίας, υψηλά ποσοστά ανεργίας, μειωμένες αποδοχές, περιορισμένες προοπτικές για ιδιόκτητη στέγαση και έντονο άγχος για το μέλλον. Ως αποτέλεσμα, οι νέοι αντιμετωπίζουν ένα γενικευμένο κλίμα επισφάλειας που απαιτεί μεγαλύτερη ευελιξία (Γιολτζίδου, 2020)

Οι νέοι σήμερα αναγκάζονται να διαμορφώσουν τις ταυτότητές τους και να σχεδιάσουν το μέλλον τους σε μια εποχή όπου οι παλιές βεβαιότητες δεν υφίστανται πλέον. Συνεπώς, υπάρχει ανάγκη να δημιουργήσουν τις δικές τους κατάλληλες συνθήκες για να αποκτήσουν μια αίσθηση σταθερότητας. Σημαντικό είναι να σημειωθεί ότι ο ψηφιακός κόσμος, σε αυτό το κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο, προσφέρεται ως μια εναλλακτική πραγματικότητα, πιο αποδεκτή και «ανεξάρτητη» από τους οικονομικούς περιορισμούς της κρίσης. Ουσιαστικά, πρόκειται για έναν ψηφιακό χώρο που επιτρέπει στους νέους να επικοινωνούν, να εκφράζονται και να διαμορφώνουν τις ταυτότητές τους χωρίς τους περιορισμούς του πραγματικού κόσμου.

Η σχέση των νέων με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι καθοριστική. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, που αναλύθηκε λεπτομερώς στην παραπάνω ποιοτική

έρευνα μέσω μιας πολυμεθοδολογικής προσέγγισης, είναι το Instagram. Σε αυτήν την πλατφόρμα, η απουσία αναφορών στην οικονομική κρίση και η αποφυγή σχετικών δημοσιεύσεων επιτρέπουν στους νέους να ανακτήσουν σε κάποιο βαθμό την αίσθηση ελέγχου και του «ανήκειν» που έχουν χάσει. Ωστόσο, το πρόβλημα έγκειται στο ότι αυτή η αναζήτηση ικανοποίησης και αποδοχής γίνεται συχνά με βάση έναν ακραίο ανταγωνισμό για προσοχή και αναγνώριση (Γιολτζίδου, 2020)

Κεφάλαιο 3^ο

Ενότητα 1^η

Οι τριπλές εκλογές του 2019

Το παρόν κεφάλαιο εξετάζει ορισμένες βασικές πτυχές της εκλογικής αναμέτρησης της 7ης Ιουλίου. Αυτές οι πτυχές θα βοηθήσουν στην εισαγωγή στο δεύτερο και εμπειρικό μέρος της εργασίας, που αποτελεί το κύριο αντικείμενο μελέτης. Οι εθνικές εκλογές του Ιουλίου 2019 είναι οι πιο πρόσφατες εθνικές εκλογές που έγιναν στην Ελλάδα. Επιπλέον, είναι οι πρώτες εκλογές που διεξήχθησαν μετά τη λήξη του μνημονιακού καθεστώτος, στο οποίο η χώρα βρισκόταν από το 2010, σηματοδοτώντας το τέλος μιας μακράς περιόδου έντονης οικονομικής κρίσης και την αρχή μιας νέας περιόδου στη μεταμνημονιακή Ελλάδα (Ιωαννίδης, 2020).

Είναι μία από τις εκλογικές αναμετρήσεις που έλαβαν χώρα το 2019. Συνολικά, πραγματοποιήθηκαν τρεις εκλογικές αναμετρήσεις: οι ευρωεκλογές, οι εθνικές και οι

εκλογές για την τοπική αυτοδιοίκηση, περιλαμβανομένων των περιφερειακών και δημοτικών εκλογών. Οι ευρωεκλογές στην Ελλάδα είχαν συμμετοχή 58,69% (<https://ekloges.ypes.gr/>), έγιναν στις 23 Μαΐου, και ανέδειξαν νικητή το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας με πρόεδρο τον Κυριάκο Μητσοτάκη. Συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα των ευρωεκλογών ήταν τα εξής:

	Ποσοστό	Ψήφοι	Έδρες
 ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ	33,12 %	1.873.137	8
 ΣΥΝΑΣΠΙΣΜΟΣ ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΙΚΗΣ ΑΡΙΣΤΕΡΑΣ	23,75 %	1.343.595	6
 Κίνημα Αλλαγής (ΠΑΣΟΚ-ΚΙΔΗΣΟ-Ένωση Δημ. Εθνικής Μεταρρύθμισης...	7,72 %	436.726	2
 ΚΟΜΜΟΥΝΙΣΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑ ΕΛΛΑΔΑΣ	5,35 %	302.603	2
 ΛΑΪΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ - ΧΡΥΣΗ ΑΥΓΗ	4,87 %	275.734	2
 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΥΓΗ - ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΒΕΛΟΠΟΥΛΟΣ	4,18 %	236.347	1
 ΜΕΡΑ 25	2,99 %	169.635	
 ΠΛΕΥΣΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ-ΖΩΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΠΟΥΛΟΥ	1,61 %	90.927	
 ΠΟΤΑΜΙ	1,52 %	85.934	
 ΕΝΩΣΗ ΚΕΝΤΡΩΝ	1,45 %	82.084	
 ΕΛΛΑΔΑ Ο ΑΛΛΟΣ ΔΡΟΜΟΣ ΝΟΤΗΣ ΜΑΡΙΑΣ	1,24 %	70.347	
 ΛΑΪΚΟΣ ΟΡΘΟΔΟΞΟΣ ΣΥΝΑΓΕΡΜΟΣ (ΛΑ.Ο.Σ.)-ΠΑΤΡΙΩΤΙΚΗ ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΙ...	1,23 %	69.779	
 ΠΟΛΙΤΕΣ του ΗΛΙΑ ΨΗΝΑΚΗ	0,91 %	51.398	
 Οικολόγοι Πράσινοι	0,87 %	49.418	

Κατά τη διάρκεια των ευρωεκλογών, ο τότε πρωθυπουργός Αλέξης Τσίπρας έθεσε το ζήτημα της ψήφου εμπιστοσύνης προς την κυβέρνηση και της εξασφάλισης λαϊκής νομιμοποίησης. Με δεδομένα τα αποτελέσματα και τη διαφορά σχεδόν 10 ποσοστιαίων μονάδων υπέρ της ΝΔ σε σχέση με τον ΣΥΡΙΖΑ, ανακοίνωσε το βράδυ των ευρωεκλογών την προκήρυξη πρόωρων εθνικών εκλογών. Στις εθνικές εκλογές που ακολούθησαν, η ΝΔ κέρδισε ξανά, αυτή τη φορά με διαφορά 8,5 ποσοστιαίων μονάδων. Αναλυτικά, τα αποτελέσματα των εθνικών εκλογών της 7ης Ιουλίου ήταν τα εξής:

	Ποσοστό	Ψήφοι	Έδρες
 ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ	39,85 %	2.251.618	158
 ΣΥΝΑΣΠΙΣΜΟΣ ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΙΚΗΣ ΑΡΙΣΤΕΡΑΣ	31,53 %	1.781.057	86
 Κίνημα Αλλαγής (ΠΑΣΟΚ-ΚΙΔΗΣΟ-Ανανεωτική Αριστερά-Προοδευτικό ...	8,10 %	457.623	22
 ΚΟΜΜΟΥΝΙΣΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑ ΕΛΛΑΔΑΣ	5,30 %	299.621	15
 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΛΥΣΗ - ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΒΕΛΟΠΟΥΛΟΣ	3,70 %	209.290	10
 ΜΕΡΑ25	3,44 %	194.576	9
 ΛΑΪΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ - ΧΡΥΣΗ ΑΥΓΗ	2,93 %	165.620	
 ΠΛΕΥΣΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ - ΖΩΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ	1,47 %	82.786	
 ΕΝΩΣΗ ΚΕΝΤΡΩΝ	1,24 %	70.178	
 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΞΑΝΑ - ΘΑΝΟΣ ΤΖΗΜΕΡΟΣ	0,74 %	41.631	
 Ε.Π.Α.Μ - Α.Κ.Κ.Ε.Λ (ΕΝΙΑΙΟ ΠΑΛΛΑΪΚΟ ΜΕΤΩΠΟ και ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΚΤΗΝΟΤ...	0,50 %	28.313	
 ΑΝΤ.ΑΡ.ΣΥ.Α - ΑΝΤΙΚΑΠΙΤΑΛΙΣΤΙΚΗ ΑΡΙΣΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ για την ΑΝΑ...	0,41 %	23.239	
 ΛΑΪΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	0,28 %	15.612	
 ΕΛΛΗΝΩΝ ΣΥΝΕΛΕΥΣΙΣ	0,25 %	14.079	
 ΚΟΜΜΟΥΝΙΣΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑ ΕΛΛΑΔΑΣ (μαρξιστικό-λενινιστικό)	0,14 %	7.760	
 Μ.Α.Κ.Κ.Ε.Ι. ΜΑΡΞΙΣΤΙΚΟ - ΛΕΝΙΝΙΣΤΙΚΟ ΚΟΜΜΟΥΝΙΣΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑ ΕΛΛΑΔΑΣ	0,05 %	2.706	
 Ε.Ε.Κ ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΕΠΑΝΑΣΤΑΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑ - ΕΕΚ ΤΡΟΤΣΚΙΣΤΕΣ	0,03 %	1.719	
 Ο.Ρ.Α.Ε.Σ. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΟΜΜΟΥΝΙΣΤΩΝ ΔΙΕΘΝΙΣΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ (Ο.Κ.Δ.Ε.)	0,03 %	1.576	

Στην πραγματικότητα, ο «μεγάλος» νικητής αυτών των εκλογών ήταν η αποχή, καθώς τα ποσοστά της ξεπέρασαν το ποσοστό της ΝΔ που έλαβε σχεδόν 40%, φτάνοντας στο 42,09% (Ιωαννίδης, 2020). Ένας καθοριστικός παράγοντας για τα εκλογικά αποτελέσματα, αλλά και για την ανάλυση που θα ακολουθήσει στο δεύτερο μέρος της εργασίας, είναι το μεγάλο εθνικό ζήτημα της υπογραφής της συνθήκης των Πρεσπών, η οποία τέθηκε σε ισχύ τον Φεβρουάριο του ίδιου έτους.

Επιπλέον, η ανάλυση του Μαυρή (Ιωαννίδης, 2020) καταλήγει στο συμπέρασμα ότι μετά από αυτές τις εκλογές μπορούμε να μιλάμε για τη διαμόρφωση ενός νέου δικομματισμού, αν και αυτή τη φορά είναι συρρικνωμένος και κοινωνικά αποδυναμωμένος.

Όσον αφορά την επικοινωνιακή διάσταση, η Μπαλαμάτση χαρακτηρίζει αυτές τις εκλογές ως τις πρώτες digital εκλογές στην Ελλάδα, καθώς οι ψηφιακές πλατφόρμες αποτέλεσαν τον βασικό χώρο διεξαγωγής των προεκλογικών καμπανιών των πολιτικών προσώπων και κομμάτων. Με άλλα λόγια, για πρώτη φορά παρατηρείται η συστηματική ένταξη των νέων μέσων στη στρατηγική των κομμάτων.

3.1.1 Περίπτωση Μελέτης: Αλέξης Τσίπρας, Μια εισαγωγή

Αναγκαία προϋπόθεση για την επίτευξη του σκοπού και τη διασφάλιση της βιωσιμότητας της Πολιτικής Επικοινωνίας είναι ο λόγος. Στην κατηγορία του πολιτικού λόγου περιλαμβάνονται «διακηρύξεις, δηλώσεις, εκκλήσεις για συστράτευση και κινητοποίηση, αναλύσεις και συνηγορία απόψεων, έκφραση κριτικού ή αντιπολιτευτικού λόγου, πολιτικά μανιφέστα, διεξοδικά πολιτικά προγράμματα, διαβουλεύσεις με στελέχη και μέλη πολιτικών οργανώσεων, καθώς και άλλα μηνύματα πολιτικού περιεχομένου» (Καϊτατζή – Γουίτλοκ, 2012).

Η σημασία του πολιτικού λόγου αυξάνεται ραγδαία και φτάνει στο αποκορύφωμά της κατά την προεκλογική περίοδο, όπου διακυβεύεται η ανάληψη της εξουσίας. Η προεκλογική περίοδος ξεκινάει επίσημα με τη δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως του Προεδρικού Διατάγματος που αφορά στη διάλυση της Βουλής, την προκήρυξη εκλογής Βουλευτών και τη σύγκληση νέας Βουλής, και ολοκληρώνεται την προηγούμενη ημέρα της διεξαγωγής των εκλογών.

Μια σημαντική παράμετρος αυτής της περιόδου είναι ο ανταγωνισμός. Σύμφωνα με την Καϊτατζή (2014), ο έντονος ανταγωνισμός «δεν εκλείπει ποτέ από τον πολιτικό αγώνα και τον καθημερινό πολιτικό βίο, ωστόσο στις προεκλογικές περιόδους αποκτά καθολικό και οξύ χαρακτήρα».

Οι πολιτικοί ανταγωνιστές δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στον λόγο που αναπτύσσουν κατά την προεκλογική περίοδο, διότι μέσω αυτού επιδιώκουν να πείσουν το εκλογικό σώμα. Η πειθώ, που επιτυγχάνεται μέσω του πολιτικού λόγου, οδηγεί στην επιρροή των ψηφοφόρων. Αν οι ψηφοφόροι πεισθούν από τον λόγο ενός πολιτικού προσώπου και το στηρίξουν, αυτό σημαίνει ότι έχουν επηρεαστεί θετικά, δίνοντάς του την ψήφους και τη δυνατότητα να υλοποιήσει τις εξαγγελίες του.

Για το πολιτικό πρόσωπο, η πειθώ και η επιρροή που προκύπτουν ή όχι από τον προεκλογικό του λόγο, καθορίζουν την επιτυχία ή την αποτυχία της διεκδίκησης της ψήφους των πολιτών. Στις σύγχρονες κοινοβουλευτικές δημοκρατίες, η εκλογική αναμέτρηση αποτελεί την κύρια στιγμή όπου οι πολίτες βρίσκονται στο επίκεντρο, καθώς διαθέτουν τη δύναμη της ψήφους. Μέσω αυτής, νομιμοποιούν ή όχι μία πολιτική δύναμη.

Ο χώρος μέσα στον οποίο ο πολιτικός λόγος μπορεί να επικοινωνήσει, δεδομένης της έκρηξης των νέων τεχνολογιών, ποικίλλει. Ο πολιτικός λόγος και ο πολιτικός διάλογος, σήμερα πλέον, κοινοποιούνται και διεξάγονται «σε ένα ευρύ φάσμα από

φυσικούς και ηλεκτρονικούς χώρους» (Καϊτατζή – Γουίτλοκ, Μορφές και μέσα πολιτικής επικοινωνίας, 2014). Όπως έχει προαναφερθεί, στόχος της παρούσας έρευνας είναι να μελετηθεί ο ρόλος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην πολιτική επικοινωνία. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, μελετάται ο προεκλογικός και ταυτόχρονα ανταγωνιστικός πολιτικός λόγος, ως προς το περιεχόμενό του, όπως αυτός αναπτύσσεται στον ηλεκτρονικό χώρο του Twitter. Συγκεκριμένα, εξετάζεται το πώς πολιτικά πρόσωπα, που προέρχονται από διαφορετικές πολιτικές δυνάμεις, μπορούν να στηρίζουν την προεκλογική τους καμπάνια, αναπτύσσοντας πολιτικό λόγο και ενδεχομένως πολιτικό διάλογο, μέσω του Twitter.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που τίθενται για την επίτευξη του στόχου της ερευνητικής διαδικασίας είναι τα εξής:

- Σε ποιες θεματικές επιλέγουν οι πολιτικοί αντίπαλοι να δομήσουν τον πολιτικό τους λόγο;
- Πού επιλέγει ο καθένας να εστιάσει και ποιες είναι οι κυριότερες διαφορές στην ανάπτυξη των θεματικών;
- Παρατηρείται ανάδραση;

3.1.2 Μεθοδολογική προσέγγιση της περίπτωσης μελέτης

Η μεθοδολογία σε μια έρευνα αποτελεί αναντικατάστατο κομμάτι της, το εργαλείο θα λέγαμε, που την διαρθρώνει και απαντά στα ερευνητικά ερωτήματα που τίθενται στην εκάστοτε εργασία – έρευνα.

Εφόσον προηγουμένως παραθέσαμε τους σκοπούς της ερευνητικής διαδικασίας, σαν κατάλληλη μεθοδολογία διαλέξαμε την θεματική ανάλυση.

Η θεματική ανάλυση περιλαμβάνει τη συστηματική αναγνώριση, την εξέταση και την καταγραφή μοτίβων (ή θεμάτων) εντός των δεδομένων, αναδεικνύοντας το βασικό τους νόημα. Η διαδικασία αυτής της μεθόδου συνήθως περιλαμβάνει διάφορα στάδια, όπως η εξοικείωση με τα δεδομένα, η δημιουργία αρχικών κωδικών, η αναζήτηση θεμάτων, η επανεξέταση και βελτίωση των θεμάτων και η οριστική ονομασία τους. Κατά τη διάρκεια της ανάλυσης, ο ερευνητής αποσκοπεί στον εντοπισμό σημαντικών μοτίβων μέσα στα δεδομένα, τα οποία βοηθούν στην απάντηση του ερευνητικού ερωτήματος ή στην εξερεύνηση ενός ενδιαφέροντος φαινομένου.

Η θεματική ανάλυση είναι μια ευέλικτη και ιδιαίτερα ερμηνευτική μέθοδος, επιτρέποντας στους ερευνητές να καταγράψουν την πολυπλοκότητα και τον πλούτο των ποιοτικών δεδομένων. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία νέας γνώσης, την ανίχνευση μοτίβων και τάσεων, καθώς και την παροχή μιας λεπτομερούς και διαφοροποιημένης κατανόησης των κοινωνικών φαινομένων (Τσιώλης, 2018)

Ως δεδομένα διαθέτουμε τα Tweets του Αλέξη Τσίπρα από την μετεκλογική περίοδο των ευρωεκλογών του Μάιου του 2019 έως και μια μέρα πριν τις εθνικές εκλογές του Ιουλίου του 2019.

Μέσω της περίπτωσης μελέτης προσπαθούμε να διαπιστώσουμε πως ένα πολιτικό υποκείμενο, στην προκειμένη ο Αλέξης Τσίπρας, χρησιμοποιεί το Tweeter για να δομήσει τον του πολιτικό λόγο, κυρίως ως συμπληρωματικό, προσπαθώντας να μεταλαμπαδεύσει τις ιδέες του, αλλά και τις προτάσεις του.

Μέσα στην περίπτωση μελέτης θα υπάρχουν ορισμένες αναφορές που πιστοποιούν τα λεγόμενα του και προφανώς στο τέλος της εργασίας, υπάρχει παράρτημα με συνολικά tweets του Αλέξη Τσίπρα, καθιστώντας πιο πλήρη την εργασία, αλλά και παρουσιάζοντας το πρωτογενές υλικό.

3.1.3 Οι πολιτικές θέσεις του Αλέξη Τσίπρα στο Twitter

Στην πρώτη ενότητα των ευρημάτων, επιχειρείται να δοθούν απαντήσεις στα δύο πρώτα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί από την εισαγωγή της ερευνητικής εργασίας. Αυτά είναι:

1. Σε ποιες θεματικές επιλέγει ο Αλέξης Τσίπρας να δομήσει τον πολιτικό τους λόγο;
2. Πού εστιάζει;

Απαντώντας σε αυτά τα ερωτήματα, μπορούμε να διαμορφώσουμε τις θεματικές κατηγορίες που προκύπτουν από τη συγκέντρωση και κατηγοριοποίηση των ερευνητικών δεδομένων. Επιπλέον, θα κατανοήσουμε πώς ο Αλέξης Τσίπρας αναπτύσσει τα επιχειρήματά του εντός αυτών των θεματικών κατηγοριών, προκειμένου να υποστηρίξει τον προεκλογικό του λόγο στο Twitter, εστιάζοντας τόσο στα σημεία που επιλέγει για την προεκλογική του καμπάνια μέσω του Twitter.

Αλέξης Τσίπρας

Η οικονομική κρίση

Ο Αλέξης Τσίπρας, στην θεματική ατζέντα και τα επιχειρήματά του, ενσωματώνει την οικονομική κρίση που έπληξε την Ελλάδα, με έμφαση στην περίοδο 2010 – 2014 (Τσίπρας, 2019). Περιγράφει αυτή την περίοδο ως μια δοκιμασία για τον ελληνικό λαό, συγκρίνοντάς την με καταστροφή, το χείλος του γκρεμού και την χαράδρα. Αναφέρεται σε αυτήν ως περίοδο ανθρωπιστικής κρίσης, κοινωνικής λεηλασίας και χρεοκοπίας, όπου οι οικονομικά αδύναμοι βρέθηκαν στο περιθώριο, ο καθένας πάλευε μόνος του και όσοι επιβίωσαν, αναγκάστηκαν να μεταναστεύσουν μαζικά σε άλλες χώρες. Συγκεκριμένα, σημειώνει ότι κατά τα έτη 2010 – 2014: α) χάθηκαν 1 εκατομμύριο θέσεις εργασίας με την ανεργία να φτάνει το 28%, β) το αγροτικό εισόδημα φορολογούνταν από το πρώτο ευρώ, γ) το έλλειμμα του δημόσιου ταμείου έφτασε τα 400 δισεκατομμύρια ευρώ, δ) η μεσαία τάξη επιβαρύνθηκε με ταπεινωτικούς φόρους, και ε) τα αποθεματικά των ασφαλιστικών ταμείων άδεισαν, αφού πρώτα είχαν μπει ανεπιτυχώς στο χρηματιστήριο (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Αυτή την κατάσταση την αποδίδει στις τρεις μεγάλες πολιτικές οικογένειες που ιστορικά συμμετείχαν στη διακυβέρνηση της χώρας, χωρίς να τις ονομάζει συγκεκριμένα. Πιθανώς αναφέρεται στις οικογένειες Καραμανλή, Παπανδρέου και Μητσοτάκη, αν και η τελευταία δεν είχε τη δυναμική που είχαν οι δύο πρώτες κατά την περίοδο της κρίσης. Ωστόσο, κατονομάζει άμεσα ή έμμεσα, μια σειρά από πρωθυπουργούς που χαρακτηρίζει ως "πρωθυπουργούς της χρεοκοπίας", τους οποίους θεωρεί κύριους υπαίτιους για την οικονομική κρίση: Κωνσταντίνο Καραμανλή, Γιώργο Παπανδρέου, Λουκά Παπαδήμο και Αντώνη Σαμαρά.

Υποθέτει ότι όλες οι κοινωνικές κατηγορίες είναι ενήμερες για αυτήν την κατάσταση. Ο ίδιος και ο ΣΥΡΙΖΑ ανέλαβαν την εξουσία με τις εκλογές του Ιανουαρίου του 2015 και, όπως υπογραμμίζει, κατάφεραν να επιτύχουν εκεί που οι προηγούμενες κυβερνήσεις απέτυχαν. Με σχέδιο που βασιζόταν στην κοινωνική πλειοψηφία και φροντίδα για τους αδύναμους, επικεντρώθηκαν στην έξοδο της χώρας από το καθεστώς των μνημονίων, αποτρέποντας μεταρρυθμίσεις που το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο επιδίωκε να επιβάλει μέχρι το τέλος της θητείας του, όπως η μείωση των συντάξεων από την 1η Ιανουαρίου 2019. Ο Τσίπρας χαρακτηρίζει τις πολιτικές του ως αγώνα, μέσω του οποίου η Ελλάδα, με συλλογική προσπάθεια, κατάφερε να βγει από τα μνημόνια.

Σήμερα, που η χώρα βρίσκεται εκτός μνημονίων και είναι ελεύθερη, θεωρεί ότι είναι η κατάλληλη στιγμή για να απολαύσει τους καρπούς αυτής της συλλογικής προσπάθειας του ελληνικού λαού, με ενότητα και προοπτική. Για να υπογραμμίσει τη

σημασία αυτών των προσπαθειών, χρησιμοποιεί την ιστορική φράση του Ανδρέα Παπανδρέου, ότι πλέον "η Ελλάδα ανήκει στους Έλληνες". Με αυτόν τον τρόπο, επιχειρεί να συνδέσει το κόμμα του με τον προοδευτικό – σοσιαλιστικό χαρακτήρα που εξέφραζε το ΠΑΣΟΚ του Ανδρέα Παπανδρέου (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Συμπερασματικά, η θεματική της οικονομικής κρίσης αναπτύσσεται σε τρεις χρονικές περιόδους: α) στο παρελθόν, κατά το οποίο οι κυβερνήσεις ΠΑΣΟΚ και Νέας Δημοκρατίας οδήγησαν τη χώρα στην κρίση, β) στην περίοδο μετά τις εκλογές του Ιανουαρίου του 2015, όταν ανέλαβε ο ΣΥΡΙΖΑ και ο Τσίπρας, δίνοντας μαζί με τον ελληνικό λαό αγώνα για να ανατρέψει επιτυχώς το καθεστώς των μνημονίων, και γ) στο παρόν, όπου η χώρα είναι ελεύθερη και έτοιμη να χαράξει την δική της αυτόνομη πορεία.

Προκύπτει ότι ο Τσίπρας, στις εκλογές της 7ης Ιουλίου, συνεχίζει να περιγράφει την πορεία της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα, χωρίς όμως να έχει την ίδια απήχηση που είχε το 2015. Ο ελληνικός λαός έχει ήδη υποστεί 10 χρόνια εξαντλητικής λιτότητας και είναι καλά ενημερωμένος για την κατάσταση, όπως και ο ίδιος ο Τσίπρας παραδέχεται. Το 2015, το αφήγημα της οικονομικής κρίσης είχε επιτυχία διότι η κοινωνία δεν είχε ακόμα εκραγεί. Ο λαός έδωσε τότε ηχηρή απάντηση γιατί βίωνε την ανάγκη για αλλαγή. Το 2019, μετά την αντίδραση, υπάρχει η ανάγκη για ένα νέο αφήγημα, που υπόσχεται κάτι καινούριο και εναλλακτικό, αντί για το τετριμμένο.

Κοινωνική Στήριξη

Ο τότε πρωθυπουργός, μέσα από τον λόγο του, υπογραμμίζει την κοινωνική αλληλεγγύη ως απαραίτητο στοιχείο για την ενίσχυση του κοινωνικού κράτους. Το σχέδιό του για το κοινωνικό κράτος, όπως προκύπτει από την έρευνα, περιλαμβάνει:

α) Δημόσια Υγεία με ποιοτικές και καθολικά προσφερόμενες υπηρεσίες. β) Δημόσια Παιδεία με παιδικούς σταθμούς, ειδική αγωγή, δημόσια πανεπιστήμια και ενίσχυση της έρευνας. γ) Τη μεσαία τάξη στο επίκεντρο της ανάπτυξης. δ) Καλύτερες δουλειές με δικαιώματα για τους εργαζόμενους. ε) Ασφάλεια και πάταξη της εγκληματικότητας, με αστυνομικές περιπολίες εκεί όπου υπάρχει πραγματικό πρόβλημα (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Όσον αφορά τη θητεία του μέχρι τότε, ο Τσίπρας κάνει αυτοκριτική, παραδεχόμενος ότι υπήρχαν θέματα καθημερινότητας των πολιτών που παραγκωνίστηκαν.

Παράλληλα, αναφέρει τα μέτρα κοινωνικής στήριξης που έλαβε κατά τη διάρκεια των τεσσάρων και πλέον ετών της διακυβέρνησής του. Αυτά περιλαμβάνουν:

- Τη στήριξη των αδύναμων πολιτών.
- Την προστασία της πρώτης κατοικίας, και για τους επιχειρηματίες.
- Τη θέσπιση του μεταφορικού ισοδύναμου και τη μείωση της φορολογίας στα νησιά με πληθυσμό έως 3.100 κατοίκους, μέσα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο δημιουργίας συνθηκών ισότητας για τους πολίτες της νησιωτικής Ελλάδας.
- Τη διακοπή των περικοπών στις συντάξεις και την εξασφάλιση της βιωσιμότητας του ασφαλιστικού συστήματος.
- Τα πρώτα μέτρα φορολογικής ελάφρυνσης της μεσαίας τάξης (Τσίπρας, tweet, 2019)

Δεσμεύεται για επιπλέον μέτρα στήριξης για τους πολλούς, τα οποία, εκτός του ότι έχουν σχεδιαστεί, έχουν ήδη κοστολογηθεί. Μεταξύ των ομάδων που θα ωφεληθούν είναι οι συνταξιούχοι, οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι εργαζόμενοι, οι άνεργες μητέρες, η Ελληνίδα μητέρα, η νέα γενιά στο σύνολό της και η μεσαία τάξη, χωρίς όμως να της αποδίδεται συγκεκριμένος ορισμός. Ως σχεδιασμένα και κοστολογημένα μέτρα παραθέτει:

- Την κατάργηση του ΕΝΦΙΑ για τα νησιά με πληθυσμό έως και 1.000 κατοίκους.
- Τη μείωση της προκαταβολής του φόρου κατά 50% για τα φυσικά πρόσωπα και κατά 80% για τις επιχειρήσεις.
- Τη μείωση του ΦΠΑ από το 13% στο 11%.
- Την κατάργηση της εισφοράς αλληλεγγύης για εισοδήματα έως και 20.000 ευρώ.
- Τη μείωση του πρώτου κλιμακίου του φόρου εισοδήματος στο 20%.
- Την πιο δίκαιη φορολόγηση των αγροτών και την επιπλέον μείωση φόρου για τους αγρότες σε συνεταιρισμό.
- Την ενίσχυση της δημοτικής αστυνομίας (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Συνοψίζοντας, το σχέδιο του ΣΥΡΙΖΑ για ένα κοινωνικό κράτος εμφανίζεται ολοκληρωμένο, με την αρχή να έχει γίνει κατά τα έτη 2015-2019, να έχει ακολουθήσει αυτοκριτική για τις αποτυχίες του και με την πρόθεση να συνεχιστεί αν επανεκλεγεί στις εκλογές της 7ης Ιουλίου. Ωστόσο, μετά από μια δεκαετία οικονομικών δυσκολιών και την κοινωνική "βαρβαρότητα" που υπέστη ο ελληνικός λαός, πιθανόν να μην ενδιαφέρεται να αξιολογήσει ποια περίοδος της κρίσης ήταν

"ελαφρώς" καλύτερη. Η κρίση είναι βαθιά χαραγμένη στη συλλογική συνείδηση των πολιτών, και ο ΣΥΡΙΖΑ είναι ένα από τα κόμματα που ενεπλάκησαν σε αυτήν. Η αυτοκριτική του μοιάζει με παραδοχή των ευθυνών και ίσως είναι η κατάλληλη στιγμή για τον ελληνικό λαό να τιμωρήσει "αυτόν" που θεωρεί υπεύθυνο.

Όσον αφορά τους πολλούς, φαίνεται ότι ο όρος αυτός δεν μπορεί να φέρει την ταύτιση και να συσπειρώσει τον ελληνικό λαό. Ο κοινός "εχθρός" του 2015, που ήταν η λιτότητα, δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως τέτοιος. Αυτό μπορεί να συμβαίνει είτε γιατί η λιτότητα έχει υποχωρήσει, είτε γιατί έχει γίνει πλέον γνώριμη στον ελληνικό λαό, είτε από έναν συνδυασμό των παραπάνω. Οι πολίτες δεν μπορούν ή δεν θέλουν να δουν τους εαυτούς τους ως μέρος μιας απροσδιόριστης συλλογικότητας, όπου οι κόποι τους θα μοιραστούν. Αυτό που επιθυμούν είναι ο καθένας να λάβει την προσοχή και την προστασία που δικαιούται ξεχωριστά.

Επιπλέον, είναι λογικό οι περισσότεροι να θεωρούν τους εαυτούς τους οικονομικά επηρεασμένους, κάτι που ισχύει αν συγκριθεί με την προ-κρίσης εποχή, αφού ο ελληνικός λαός επηρεάστηκε συνολικά από την κρίση και κρίνει με βάση τα προσωπικά του βιώματα. Επομένως, όταν βλέπουν μια μερίδα του πληθυσμού να απολαμβάνει επιπλέον στήριξη κατά τη διακυβέρνηση του ΣΥΡΙΖΑ, είναι λογικό να αναπτύσσεται το αίσθημα της αδικίας. Αυτό το αίσθημα ήταν ένας από τους παράγοντες που επηρέασε το εκλογικό αποτέλεσμα.

Τα εργασιακά

Ξεχωριστή αναφορά γίνεται στα εργασιακά ζητήματα. Ο στόχος του ΣΥΡΙΖΑ είναι η τήρηση της εργατικής νομοθεσίας και η προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων (8ωρη και 5ήμερη απασχόληση), η μείωση της ανεργίας μέσω της δημιουργίας νέων και ποιοτικών θέσεων εργασίας, και η αύξηση των αμοιβών με στόχο την αποκατάσταση της κανονικότητας στην αγορά εργασίας, όπως ήταν πριν από την κρίση (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Ωστόσο, το μεγαλύτερο μέρος του λόγου για τα εργασιακά καλύπτεται από αναφορές στα μέχρι τότε επιτεύγματα: α) την επαναφορά του ισοζυγίου προσλήψεων στο Δημόσιο σε 1 προς 1, β) τη δημιουργία 400.000 θέσεων εργασίας από το 2015, με 7 στις 10 από αυτές να είναι πλήρους απασχόλησης, γ) την κατάργηση του υποκατώτατου μισθού, δ) τη μείωση της ανεργίας κατά 8%, ε) την αύξηση του κατώτατου μισθού κατά 11%, στ) τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας μέσω της ενίσχυσης των συλλογικών διαπραγματεύσεων, ζ) τη βιωσιμότητα του ασφαλιστικού

συστήματος μέσω μεταρρυθμίσεων, με τις οποίες τα χρήματα από τις εισφορές των εργαζομένων αξιοποιούνται πλήρως για την αποπληρωμή των συντάξεων, εμποδίζοντας τις περικοπές και εξασφαλίζοντας μικρές αυξήσεις από 1/1/2019, και η) την ενίσχυση του Σώματος Επιθεώρησης Εργασίας.

Όλα τα παραπάνω μέτρα ελήφθησαν σταδιακά από την κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ κατά τη διάρκεια της θητείας της, όσο της επιτρεπόταν από τις κατευθυντήριες γραμμές των θεσμών δανεισμού. Προφανώς, ο τρόπος αξιοποίησης αυτού του περιθωρίου ήταν επιλογή της κυβέρνησης, αλλά δεν μπορούσε να ξεφύγει από το πλαίσιο που της υποδείκνυαν. Αυτό σημαίνει ότι δεν μπορούσε να φέρει μια αλλαγή άκρως αισθητή στη ζωή των πολιτών, που θα μπορούσε να καλλιεργήσει κλίμα εμπιστοσύνης και ελπίδας για κάτι διαφορετικό και ανανεωτικό στα εργασιακά. Παρόλο που τα επιτεύγματα κρίνονται θετικά, δεν είναι τόσο ριζοσπαστικά ώστε η εκτενής αναφορά τους στον προεκλογικό λόγο να "δελεάσει" τους ψηφοφόρους (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Για τη νέα τετραετία, ο Τσίπρας υπόσχεται 500.000 νέες θέσεις εργασίας, εκ των οποίων 2.500 θα είναι για γιατρούς και νοσηλευτές, 10.000 για καθηγητές και 7.500 στην ειδική αγωγή (χωρίς να διευκρινίζεται αν οι 7.500 συμπεριλαμβάνονται στις 10.000: 10.000 καθηγητές για την επόμενη τετραετία και 7.500 στην ειδική αγωγή). Επιπλέον, προβλέπει 150 προσλήψεις στο Σώμα Επιθεώρησης Εργασίας (ΣΕΠΕ). Δεσμεύεται επίσης για αύξηση του κατώτατου μισθού κατά 15% και για ενίσχυση της δικαιοσύνης μεταξύ εργαζομένων και εργοδοτών (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Οι νέες δηλώσεις του Τσίπρα για τα εργασιακά, αν και λιγότερο φιλόδοξες σε σχέση με τα ήδη υλοποιημένα μέτρα, κινούνται στο ίδιο πλαίσιο. Αν και θετικές, δεν επιφέρουν τη σημαντική αλλαγή που θα είχε εμφανή επίδραση στη ζωή της πλειοψηφίας των πολιτών, όπως δεν επηρέασαν καθοριστικά και το εκλογικό αποτέλεσμα.

Επιχειρηματικότητα, Επενδύσεις και Ανάπτυξη

Με τον ίδιο τρόπο αναλύει ο Τσίπρας τα επιτεύγματα της κυβέρνησής του στην επιχειρηματικότητα, τις επενδύσεις και την ανάπτυξη. Αναφέρεται συγκεκριμένα στα εξής επιτεύγματα:

1. Αύξηση των εξαγωγών από μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις.
2. Επίτευξη ανάπτυξης για τέσσερα συνεχόμενα έτη, δηλαδή εννέα εξάμηνα.
3. Δημιουργία των Περιφερειακών Συνεδρίων για άμεση επικοινωνία με τους παραγωγικούς φορείς και την Τοπική Αυτοδιοίκηση.

4. Ρεκόρ δεκαετίας στις ξένες άμεσες επενδύσεις το 2018.
5. Κατάργηση της διάταξης για χρέη επιχειρηματιών προς το Δημόσιο έως 100.000 ευρώ, με 23.000 καταδικαστικές αποφάσεις για χρέη στον Οργανισμό Ασφάλισης Ελεύθερων Επαγγελματιών που υπήρχαν το 2015.
6. Δημιουργία εξωδικαστικού μηχανισμού ρύθμισης οφειλών για επιχειρήσεις με χρέη έως 300.000 ευρώ.
7. Ίδρυση Αναπτυξιακής Τράπεζας με 14 νέα χρηματοδοτικά εργαλεία και νόμο για πιστώσεις έως 20.000 ευρώ για μικρές επιχειρήσεις.
8. Έναρξη των διαδικασιών για την επένδυση στο παλιό αεροδρόμιο του Ελληνικού, αν και η ολοκλήρωσή της καθυστερεί για λόγους ανεξάρτητους από την κυβέρνησή του (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Ο Τσίπρας τονίζει ότι η ανάπτυξη συνδέεται με την προστασία των ευάλωτων κοινωνικών ομάδων έναντι των κερδών της ολιγαρχίας, υποστηρίζοντας τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς και τη νεοφυή και εξωστρεφή επιχειρηματικότητα. Κάνοντας αυτοκριτική για την περίοδο της διακυβέρνησής του, οραματίζεται μια δημιουργική Ελλάδα, η οποία αφήνει πίσω της την Ελλάδα της διαφθοράς και πετυχαίνει επιτυχίες σε τομείς όπως οι ξένες επενδύσεις, οι εξαγωγές, η βιομηχανία, η οικοδομή και ο τουρισμός (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Η πορεία που υπόσχεται ο Τσίπρας κατά τη διάρκεια των εκλογών είναι παρόμοια με την ήδη ακολουθούμενη, προσθέτοντας τους εξής στόχους:

1. Να ξεπεράσει το 2019 το ρεκόρ των ξένων άμεσων επενδύσεων που επιτεύχθηκε το 2018.
2. Να φτάσουν οι εξαγωγές στο 50% του ΑΕΠ έως το 2025.
3. Η Ελλάδα να παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο σε έργα ενέργειας, εμπορίου, ναυτιλίας, τουρισμού και πολιτισμού.
4. Εκσυγχρονισμός των μεταποιητικών μονάδων των συνεταιρισμών, εντός ενός ευρύτερου πλαισίου αναγέννησης του συνεταιριστικού κινήματος σε όλη την οικονομία.
5. Δημιουργία Αναπτυξιακής Τράπεζας για τους αγρότες.
6. Αύξηση του ποσοστού των γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων που διακινούνται μέσω συνεταιρισμών πάνω από το 10%, προσεγγίζοντας τα ευρωπαϊκά πρότυπα όπου το ποσοστό είναι στο 40% (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Ο λόγος του Τσίπρα για την ανάπτυξη είναι λεπτομερής και περιέχει σαφείς στόχους. Ωστόσο, απουσιάζει η «υπόσχεση», καθώς επικεντρώνεται στα ήδη

επιτευχθέντα. Για την Ελλάδα της δημιουργίας, τα στοιχεία που παρουσιάζονται είναι κυρίως ποσοτικά. Μιλώντας με αριθμούς, δεν καταφέρνει να δώσει στο σύνολο των ψηφοφόρων μια εικόνα που να αντικατοπτρίζει το όραμά του, με αποτέλεσμα να χάνει την ευκαιρία να τους επηρεάσει θετικά. Επιπλέον, η σύγκριση με τις προηγούμενες, διεφθαρμένες, όπως τις αποκαλεί, κυβερνήσεις, υπενθυμίζει στους πολίτες την κρίση και τα μνημόνια, τα οποία εν μέρει υλοποιήθηκαν και από τον ίδιο.

Οι Αξίες και τα Ιδανικά

Οι συχνές αναφορές στις αξίες και τα ιδανικά δικαιολογούν την ανάδειξή τους ως ξεχωριστή θεματική ενότητα. Ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ, Αλέξης Τσίπρας, αναφέρει τον εαυτό του ως παράδειγμα, λέγοντας ότι δεν προέρχεται από πολιτική οικογένεια και ότι μεγάλωσε με την αξία του ανθρωπισμού. Για εκείνον, ακόμη και κατά τη διάρκεια της πρωθυπουργικής του θητείας, ο άνθρωπος είχε και έχει την μεγαλύτερη αξία. Γι' αυτό, πάλεψε για να κάνει την ανατροπή και να μπορέσει η Ελλάδα να ανήκει στην κοινωνική πλειοψηφία της, χωρίς να αφήνει κανέναν στο περιθώριο, με ισότητα και κοινωνική δικαιοσύνη (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Στόχος του, είναι η καλή ζωή και ένα καλύτερο μέλλον. Για τον Τσίπρα, η μάχη σηματοδοτεί την πρόοδο και αναγνωρίζει ιστορικά τον αγώνα ως κινητήρια δύναμη για το ελληνικό έθνος. Επίσης, αναγνωρίζει τη μεγαλοψυχία με την οποία η Ελλάδα δέχτηκε τη μεγαλύτερη μετακίνηση πληθυσμών μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, αναφερόμενος στο προσφυγικό. Υπογραμμίζει ότι η φιλοξενία και ο ανθρωπισμός είναι ελληνικές αξίες που μπορούν να αντιταχθούν στο μίσος και το ρατσισμό. Ως αντιπαράδειγμα στο ρατσισμό, φέρει την περίπτωση του Γιάννη Αντετοκούνμπο, που, αν και μη ελληνικής καταγωγής, γεννήθηκε και μεγάλωσε στην Ελλάδα και έκανε περήφανο το ελληνικό έθνος με την παγκόσμια διάκρισή του στο μπάσκετ (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Αυτή είναι η δημοκρατική και ευρωπαϊκή Ελλάδα του 21ου αιώνα, που με αυτοδυναμία, ελευθερία και δημιουργικότητα, αλλά κυρίως με αλληλεγγύη, στέκεται δίπλα τόσο στους πολίτες όσο και στους πρόσφυγες, επιδιώκοντας την ασφάλεια.

Στις αξίες του περιλαμβάνει και την ουσία του δημοκρατικού πολιτεύματος, δηλαδή τη λαϊκή συμμετοχή, που μόνο μέσω της ελευθερίας μπορεί να φέρει ένα δημοκρατικό αποτέλεσμα. Χρησιμοποιεί ξανά το παράδειγμα του εαυτού του, ίσως για να τονίσει την πίστη του στις αξίες που υποστηρίζει, και αναφέρει χαρακτηριστικά ότι, για να δώσει στον ελληνικό λαό τη δυνατότητα της ελεύθερης

επιλογής, εμφανίστηκε στο κεντρικό δελτίο ειδήσεων του τηλεοπτικού σταθμού ΣΚΑΙ, το οποίο θεωρεί «αγωγό» της επικοινωνιακής πολιτικής της ΝΔ και του Μητσοτάκη. Η Ελλάδα, με όλες αυτές τις αξίες, αποτελεί την ψυχή του, την ψυχή του λαού (Τσίπρας, 2019)

Σε αυτή τη θεματική γίνεται αναφορά στην προσπάθεια για ισότητα. Ωστόσο, προεκλογικά ο Τσίπρας κατηγορήθηκε για μεροληπτική στάση υπέρ συγκεκριμένων ομάδων του πληθυσμού και για παραγκώνιση της μεγαλύτερης ομάδας, αυτής της μεσαίας τάξης. Αυτό σημαίνει ότι ο λόγος του αμφισβητείται έντονα από τη μεγάλη μερίδα της μεσαίας τάξης, που σήκωσε όλο το βάρος των μνημονίων και αισθάνεται αδικημένη. Τώρα, στην πολιτική υπέρ των «πολλών», προστίθεται και η πολιτική υπέρ των προσφύγων, της οποίας η ανθρωπιστική αξία είναι μεγάλη. Εξίσου μεγάλη, όμως, είναι και η ανησυχία που μπορεί να προκαλέσει στους ψηφοφόρους, οι οποίοι βλέπουν την προσοχή που διεκδικούν ο καθένας για τον εαυτό του και όχι για «τους πολλούς» να μοιράζεται περαιτέρω.

Ο Αυτοπροσδιορισμός του Κόμματος και η Σχέση του με την Αριστερά

Ο Τσίπρας προβάλλει τον ΣΥΡΙΖΑ ως τη μοναδική πολιτική δύναμη που κατάφερε να φέρει ελπίδα στη χώρα. Παρουσιάζει το κόμμα ως την μόνη πολιτική δύναμη που βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη, χωρίς δογματισμούς, προχωρά προς τα εμπρός, και θέτει πάντα το εθνικό συμφέρον πάνω από το κομματικό. Υποστηρίζει ότι ο ΣΥΡΙΖΑ έχει τα επιχειρήματα και το δίκιο με το μέρος του και λέει την αλήθεια. Τονίζει ότι το γεγονός ότι κανένα από τα μέλη του δεν ανήκουν σε μεγάλες πολιτικές οικογένειες αποτελεί κινητήρια δύναμη για τους αγώνες του κόμματος, ώστε να στέκεται στο πλευρό του λαού, των πολλών, και του κόσμου της εργασίας. Διευκρινίζει ότι, παρόλο που εισήλθε στο πολιτικό παιχνίδι, δεν έγινε σαν τους αντιπάλους του, καθώς κανένας από τους Υπουργούς του δεν εκμεταλλεύτηκε την εξουσία που είχε (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Ο ΣΥΡΙΖΑ συνδέεται σκόπιμα με τη συνέχεια της δημοκρατικής παράταξης της χώρας, ενώ γίνεται ρητή σύνδεση με τη Βενιζελική παράταξη και το ΠΑΣΟΚ του Ανδρέα Παπανδρέου. Στις 23 Ιουνίου, τιμά την ημέρα μνήμης του θανάτου του Ανδρέα Παπανδρέου, δημοσιεύοντας ότι στην προσωπικότητά του συσπειρώθηκε η πλειοψηφία του δημοκρατικού και προοδευτικού κόσμου. Επίσης, αναφέρει τη χαρακτηριστική φράση του Ανδρέα Παπανδρέου, ότι «ο λαός δεν ξεχνά τι σημαίνει

δεξιά», και συγκρίνει τους πολλούς του ΣΥΡΙΖΑ με τους μη προνομιούχους του Ανδρέα Παπανδρέου. Τέλος, ζητά από τον κόσμο του ΠΑΣΟΚ, όπως αυτό διαμορφώθηκε από τον Ανδρέα Παπανδρέου, να μην βοηθήσουν στο να «θυμηθεί ο λαός τι σημαίνει δεξιά» υποστηρίζοντας το Κίνημα Αλλαγής και τη Φώφη Γεννηματά, η οποία, κατά τον ίδιο, αποτελεί στήριγμα για την ανάδειξη του Μητσοτάκη (Τσίπρας, tweet, 2019)

Ο Τσίπρας συνδέει τον ΣΥΡΙΖΑ και με την ανανεωτική Αριστερά, αναφερόμενος στον θάνατο του ηγετικού στελέχους Τάκη Μπενά. Αναφέρει επίσης ότι το κόμμα του διαθέτει τη στήριξη της ευρωπαϊκής Σοσιαλδημοκρατίας και προτείνει τη συμπόρευση, σε παγκόσμια κλίμακα, της Αριστεράς και της Οικολογίας, έναν δρόμο που ακολουθεί και ο ΣΥΡΙΖΑ.

Κρίνοντας από το αποτέλεσμα, η προσδοκία που κατόρθωσε να φέρει ο ΣΥΡΙΖΑ το 2015 δεν επετεύχθη το 2019. Το επιχείρημα περί αλήθειας προς υποστήριξη του κόμματος αποδείχθηκε άστοχο, αφού μία από τις κυριότερες κατηγορίες που δέχθηκε ο ΣΥΡΙΖΑ ήταν αυτή του ψέματος και της μη τήρησης της υπόσχεσης όσον αφορά στο τρίτο μνημόνιο. Στη μεγάλη απογοήτευση συνέβαλε και το δημοψήφισμα, καθώς η πολιτική που ακολουθήθηκε δεν ταίριαζε με το αποτέλεσμά του. Το προηγούμενο προεκλογικό αφήγημα του ΣΥΡΙΖΑ κατέρρευσε, καθιστώντας τη σύνδεση με την Αριστερά δύσκολα επιτυχημένη σε αυτό το εκλογικό αφήγημα. Επιπλέον, η ιδεολογική σύνδεση με το ΠΑΣΟΚ και τον Ανδρέα Παπανδρέου έρχεται σε αντίθεση με το επιχείρημα ότι το κόμμα δεν έχει καμία σχέση με τις μεγάλες πολιτικές οικογένειες της χώρας.

Το Περιβάλλον

Στις 2 Ιουλίου, ο Τσίπρας εισάγει στον πολιτικό του λόγο τη θεματική της ανάγκης για προστασία του περιβάλλοντος. Αναφέρει ότι η ανθρωπότητα, λόγω της συνεχούς και ανεξέλεγκτης ανάπτυξης, αντιμετωπίζει το μεγαλύτερο συλλογικό πρόβλημα: την καταστροφή του περιβάλλοντος. Γι' αυτό, τονίζει την ανάγκη για βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη και κλιματική ουδετερότητα, παρουσιάζοντας τα μέτρα αυτά ως ευκαιρία για μια νέα πράσινη ανάπτυξη και όχι ως εμπόδιο στην παραγωγή (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Στο επίκεντρο της στρατηγικής του πολιτικής, θέτει τους στόχους του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών και τη Συμφωνία των Παρισίων, με έμφαση στις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας και την εξοικονόμηση ενέργειας. Στο πλαίσιο αυτό, αναφέρει ότι,

λόγω της υπερθέρμανσης της Μεσογείου περισσότερο από κάθε άλλο σημείο του πλανήτη, και με ελληνική πρωτοβουλία σε ευρωπαϊκό επίπεδο, προωθείται συμφωνία μεταξύ δέκα κρατών της Βαλκανικής χερσονήσου με στόχο την κλιματική ουδετερότητα έως το 2050. Σε αυτή τη θεματική, ίσως λόγω της καθυστερημένης εισαγωγής της, δεν υπάρχει η έντονη επανάληψη στα λεκτικά δεδομένα, όπως παρατηρείται στις άλλες μεγαλύτερες θεματικές.

Η Εξωτερική Πολιτική, τα Εθνικά Ζητήματα και η Εθνική Ασφάλεια

Στο κέντρο αυτής της θεματικής βρίσκεται η Συμφωνία των Πρεσπών, αν και δεν αναφέρεται συχνά ρητά, με την ονομασία της να εμφανίζεται μόνο δύο φορές στα λεκτικά δεδομένα. Ωστόσο, είναι σαφές ότι η συμφωνία αυτή υποστηρίζεται ξεκάθαρα προεκλογικά από τον ΣΥΡΙΖΑ. Η συνεχής βελτίωση του κύρους και του ρόλου της Ελλάδας σε διεθνές επίπεδο παρουσιάζεται ως σταθερή στρατηγική της τότε κυβέρνησης. Αυτό αποτελεί το ισχυρότερο επιχείρημα του ΣΥΡΙΖΑ υπέρ της συμφωνίας.

Η εθνική αυτοπεποίθηση συνδέεται με έννοιες όπως ο διάλογος, οι συμμαχίες, η ειρήνη, η δημοκρατία και η φιλία των λαών. Σε αυτό το πλαίσιο εντάσσονται α) η επίτευξη της Συμφωνίας των Πρεσπών, η οποία υπογράφηκε τον Ιούνιο του 2018 και τέθηκε σε ισχύ τον Φεβρουάριο του 2019, και β) η ερμηνεία της αυξανόμενης προκλητικότητας της Τουρκίας στην ανατολική Μεσόγειο ως ένδειξη αδυναμίας (Τσίπρας, tweet, 2023)

Ο Τσίπρας πιστεύει ότι κατά τη διάρκεια της διακυβέρνησής του κατάφερε να υπερασπιστεί την πατρίδα, διασφαλίζοντας την ασφάλεια των συνόρων, των εδαφών και των δικαιωμάτων της, ενώ περιόρισε τις απειλές τολμώντας αυτό που οι πολιτικοί του αντίπαλοι δεν τολμούσαν επί χρόνια. Κατά τον ίδιο, δημιούργησε ισχυρή συμμαχία ή ακόμη καλύτερα φιλία στα Βαλκάνια, βάζοντας τέλος στις αλυτρωτικές θέσεις της σημερινής Βόρειας Μακεδονίας και νικώντας τον εθνικισμό. Με αφορμή τη συμφωνία και την αντιπαράθεση για τη σύγκληση του Κυβερνητικού Συμβουλίου Εξωτερικών και Άμυνας, κατά τη διάρκεια του τριμήνου του Αγίου Πνεύματος, ο Τσίπρας εξαπολύει κριτική στην τότε αξιωματική αντιπολίτευση, κατηγορώντας την για μικροπολιτικά συμφέροντα και εκμετάλλευση εθνικών ζητημάτων (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Για ακόμη μία φορά, προβαίνει σε συγκρίσεις με τις προηγούμενες κυβερνήσεις, τις οποίες επικρίνει αυστηρά. Η Συμφωνία των Πρεσπών, αναμφίβολα, ήταν ένας από

τους παράγοντες που κόστισε ψήφους στον ΣΥΡΙΖΑ. Το γεγονός ότι υποστήριξε τη συμφωνία και προεκλογικά, παρά τις γνωστές απώλειες, αξιολογείται θετικά. Ωστόσο, ο τρόπος που παρουσιάστηκε θα μπορούσε να είναι διαφορετικός, καθώς και αυτή η συμφωνία εντάχθηκε στη διχοτομία «εμείς» και «οι άλλοι». Η αποδοχή της ονομασίας Βόρεια Μακεδονία ήταν κάτι που σίγουρα δεν βρήκε σύμφωνο τον ελληνικό λαό, τουλάχιστον στην πλειοψηφία του. Υπενθυμίζοντας ότι υπήρχαν «άλλοι» που εμπόδιζαν την παραχώρηση αυτής της ονομασίας, ενίσχυσε την ουδέτερη έως και αδιάφορη στάση του κόμματος της ΝΔ (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Γίνεται ξεχωριστή αναφορά στην περίπτωση της Κύπρου, με σαφή δήλωση στήριξης για την προστασία των κυριαρχικών της δικαιωμάτων. Η τουρκική προκλητικότητα σε σχέση με τις παραβιάσεις των δικαιωμάτων της Αποκλειστικής Οικονομικής Ζώνης της Κύπρου, αναδεικνύεται ως ένα ευρωπαϊκό ζήτημα που απαιτεί αυστηρές κυρώσεις από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Σ' αυτήν την πορεία, οι δύο χώρες έχουν κοινή γραμμή. Το τουρκοκυπριακό ζήτημα, που αποτελεί επίσης ελληνοτουρκικό ζήτημα, εμφανίζεται πάντα στην προεκλογική ατζέντα.

Οι πολιτικοί αντίπαλοι

Οι πολιτικοί αντίπαλοι αποτελούν ξεχωριστή θεματική περιοχή, με την κύρια αναφορά να γίνεται στο βασικό εκλογικό αντίπαλο, το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας με πρόεδρο τον Κυριάκο Μητσοτάκη. Αυτή είναι η εκτενέστερη αναφορά στον λόγο του Αλέξη Τσίπρα, η οποία αποτελεί μια μακροσκελή και έντονη επίθεση στο τότε κόμμα της αξιωματικής αντιπολίτευσης και συνδιεκδικητή της εξουσίας στις εκλογές της 7ης Ιουλίου. Ενώ θα περιμέναμε αναφορές και στα υπόλοιπα κόμματα της αντιπολίτευσης, όλες οι αναφορές επικεντρώνονται στη Νέα Δημοκρατία, εκτός από μία που αφορά στο Κίνημα Αλλαγής και στη στήριξη που παρέχει στην άνοδο του Κυριάκου Μητσοτάκη.

Για τον Τσίπρα, και κατ' επέκταση για ολόκληρο τον ΣΥΡΙΖΑ, τα "τζάκια" που χρεοκόπησαν τη χώρα, επέβαλαν το 83% των συνολικών μνημονιακών φόρων και αποτέλεσαν κίνδυνο για την ομαλότητα της Δημοκρατίας, λόγω των αντιλαϊκών μέτρων που έλαβαν, επιθυμούν να επανέλθουν στην εξουσία. Τα αντιμετωπίζουν ως κληρονομικό τους δικαίωμα και προσωπική ιδιοκτησία (Τσίπρας, 2019) Για τον σκοπό αυτό, χρησιμοποιούν εύηχα συνθήματα, ΠΑΝγενικόλογες αναφορές, σλόγκαν και "ανώδυνες" ατάκες. Έτσι σκιαγραφεί το προφίλ του βασικού αντιπάλου. Ακολουθεί μια δριμεία και εκτενής κριτική στο πρόγραμμα της ΝΔ, το οποίο

προβάλλεται ως βαθιά αντικοινωνικό και πλήρως ταυτισμένο με τις αξιώσεις του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου. Αυτό συνεπάγεται συρρίκνωση του δημόσιου τομέα με επαναφορά της αναλογίας 1 προς 5 στις προσλήψεις, μείωση της συνταξιοδοτικής δαπάνης και ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων. Αναλυτικά, για τον ΣΥΡΙΖΑ η ΝΔ:

α) Υπόσχεται φοροελαφρύνσεις που μπορούν να υλοποιηθούν μόνο σε βάθος τετραετίας και υπό την προϋπόθεση ότι οι προτάσεις της για μεταρρυθμίσεις θα δελεάσουν τους Ευρωπαίους εταίρους της χώρας. β) Έχει ήδη συμφωνήσει κρυφά με πολυεθνικούς ασφαλιστικούς ομίλους για την παράδοση της επικουρικής ασφάλισης, σε ένα ευρύτερο πλαίσιο αλλαγής του ασφαλιστικού συστήματος με στόχο την ιδιωτικοποίησή του, γεγονός που θα θέσει σε κίνδυνο τις συντάξεις 1.200.000 συνταξιούχων. γ) Έχει επίσης κρυφά συμφωνήσει με ιδιωτικά διαγνωστικά κέντρα για την παράδοση προσωπικού και υποδομών του Εθνικού Συστήματος Υγείας. δ) Υπόσχεται προσλήψεις στο Δημόσιο, ενώ με την επαναφορά της αναλογίας 1 προς 5 στις 9000 θέσεις εργασίας που προκύπτουν κάθε χρόνο και την εξαγγελία πρόσληψης 1500 αστυνομικών, οι θέσεις που απομένουν είναι μόλις 300, οδηγώντας σε υποστελέχωση τους τομείς της Υγείας και της Παιδείας. ε) Αξιώνει τη μείωση του συντελεστή φορολογίας των επιχειρήσεων από το 29% στο 20%, κάτι που στην πράξη σημαίνει 1,5 δις ευρώ λιγότερα στα δημόσια ταμεία και άρα σημαντικές μειώσεις στην Υγεία, την Παιδεία, την έρευνα και τα επιδόματα κοινωνικής στήριξης. στ) Στοχεύει στην προσέλκυση επενδύσεων, όταν το Ελληνικό, το οποίο παρουσιάζεται ως μία από τις μεγαλύτερες επικείμενες επενδύσεις, είναι μια υπόθεση που εκκρεμεί από το 2006 και καμία από τις τότε κυβερνήσεις, συμπεριλαμβανομένης της ΝΔ, δεν κατόρθωσε να ολοκληρώσει. ζ) Όταν μιλάει για πολλές και νέες θέσεις εργασίας που θα προκύψουν από τον ιδιωτικό τομέα ως αποτέλεσμα των επενδύσεων, χρησιμοποιεί έναν ευφημισμό. Στην πραγματικότητα, εννοεί εργασία χωρίς συλλογικές διαπραγματεύσεις και αξιοπρεπείς μισθούς, χωρίς δικαιώματα, χωρίς εξασφαλισμένες συνθήκες για οκτάωρη και πενθήμερη απασχόληση, και χωρίς εξασφαλισμένο κατώτατο μισθό. η) Σκοπεύει να παραδώσει το απόθεμα ρευστότητας ύψους 37 δις ευρώ, το οποίο ο Τσίπρας μεταφράζει ως τις θυσίες του ελληνικού λαού κατά τη διακυβέρνησή του, θυσίες που είναι ικανές να εξασφαλίσουν μία αυτόνομη πορεία για 15 χρόνια, σε τραπεζικά ιδρύματα. Αυτό στην ουσία σημαίνει υπανάπτυξη και επιστροφή στο 2014 (Τσίπρας, Tweet, 2019)

Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι ότι ο Τσίπρας επιλέγει να αφιερώσει μεγάλο μέρος του προσωπικού προεκλογικού του λόγου προσπαθώντας να αποδομήσει πλήρως το κυβερνητικό πρόγραμμα της ΝΔ, καταρρίπτοντας μία προς μία τις προτάσεις της. Την κατηγορεί ανοιχτά για διαπλεκόμενη επιχειρηματικότητα, μέσω της οποίας επιθυμεί να ωφελήσει τις πολύ μεγάλες επιχειρήσεις, για δολιότητα και κρυφά σχέδια, παρουσιάζοντας τις προτάσεις της ως ωραιοποιημένες πλάνες με τη στήριξη των Μέσων. Αυτή η στήριξη βασίζεται σε μια ολιγαρχία, η οποία επιβιώνει με ανταλλαγές χορηγιών και επικοινωνιακής στήριξης, δηλαδή με παροχή κεφαλαίων για να εξασφαλίζεται η θετική προβολή.

Η έντονη κριτική του Τσίπρα προς τον Μητσοτάκη περιλαμβάνει επίσης την άρνησή του να συμμετάσχει σε ανοιχτή προγραμματική αντιπαράθεση, είτε μεταξύ των δύο, είτε με τη συμμετοχή και των άλλων κομμάτων. Αυτό, σύμφωνα με τον Τσίπρα, γίνεται σκόπιμα για να μην επιτρέψει στους πολίτες να γνωρίσουν ουσιαστικά τα προγράμματα και τις θέσεις των κομμάτων, αλλά και για να αποφύγει να δεσμευτεί δημόσια.

Επιπλέον, ξεχωριστή μνεία γίνεται για τη Συμφωνία των Πρεσπών. Ο Τσίπρας κατηγορεί τον Μητσοτάκη ότι χρησιμοποιεί τη συμφωνία αποκλειστικά για επικοινωνιακούς και ψηφοθηρικούς λόγους, ακολουθώντας μια κοντόφθαλμη εξωτερική πολιτική και δεν διστάζει να διχάσει τους πολίτες. Παράλληλα, επισημαίνει την υποκρισία του Μητσοτάκη, καθώς δηλώνει ότι δεσμεύεται για την πιστή τήρησή της.

Η τόσο έντονη και σκληρή αναφορά στη Νέα Δημοκρατία μάλλον αποδείχθηκε θετική για αυτήν. Ο πολεμικός λόγος κατά του αντιπάλου κορυφώνεται σε αυτή την ενότητα. Οι πολίτες δεν έδειξαν διάθεση να ακούσουν οτιδήποτε τους θύμιζε το άσχημο παρελθόν. Και το παρελθόν είναι συνεχώς παρόν στον λόγο του Τσίπρα. Ιδιαίτερα σε αυτή τη θεματική, αναπτύσσεται μια ρητορική που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί έως και μίσους για τη ΝΔ, η οποία, αφενός, δεν είναι ίδια με το 2015 και, αφετέρου, αποκαλύπτει μια «ανακύκλωση επιχειρημάτων» από τον ΣΥΡΙΖΑ, που βασίζεται στο δίπολο «εμείς οι άφθαρτοι» και «οι άλλοι οι διεφθαρμένοι». Ο ίδιος ο Τσίπρας «έδειξε το δρόμο» σε όσους ήθελαν να μετατρέψουν την ψήφο τους σε τιμωρία.

Συζήτηση

Τα Social Media έχουν κατακλύσει τη ζωή μας. Η πολιτική και συνακόλουθα η πολιτική επικοινωνία και το πολιτικό μάρκετινγκ έχουν υιοθετήσει στην επικοινωνιακή φαρέτρα τους τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Η τμηματοποίηση της κοινωνίας σε καταναλωτές ψηφοφόρους ή σε περιχαρακωμένες ομάδες, με σκοπό την νίκη ή εκλογή σε περίπτωση πολιτικού κόμματος ή υποψηφίου, είτε με σκοπό την ανάδυση αντιστάσεων, σε περίπτωση πολιτικοκοινωνικής ομάδας και όλα αυτά μέσα από τα ΜΚΔ, οδηγεί σε δυσλειτουργίες της κοινωνίας.

Η έμφαση στην εικόνα και όχι στην ουσία και η μη διαπροσωπική σχέση, οδηγεί τους πολίτες στην αποχή, στην συντηρικοποίηση τους, στην απάθεια, σε εφήμερες λύσεις, σε εξεγέρσεις χωρίς προσανατολισμό, με αποτέλεσμα όλα τα προβλήματα που ταλανίζουν την εκάστοτε κοινωνία, να παραμένουν άλυτα.

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελεί ένα εργαλείο και ανάλογα το ποιος και πως το χρησιμοποιεί, μπορεί να φέρει στο προσκήνιο τα πλεονεκτήματα του ή να φέρει δυσάρεστες εκπλήξεις, όπως η άνοδος της ακροδεξιάς στην Ευρώπη στις ευρωεκλογές του 2024, όπου το TikTok ήταν μια βασική παράμετρος της ανόδου της και του προσεταιρισμού της νεολαίας.

Η λελογισμένη χρήση των ΜΚΔ στην πολιτική επικοινωνία και στο πολιτικό μάρκετινγκ θα πρέπει να συμβαδίζει με την πολιτική επικοινωνία της διαπροσωπικής και ζωντανής επαφής, όπου εκεί μπορούν να εκτεθούν με μεγαλύτερη έκταση και σαφήνεια τα επιχειρήματα και όπου η ίδια η κοινωνία μπορεί να ασκήσει την πραγματική της δυσαρέσκεια ή επευφημία, νιώθοντας και αυτή πραγματικά συμμετέχουσα στο πολιτικό γίγνεσθαι.

Στην περίπτωση μελέτης που παραθέσαμε στην εργασία, είδαμε πως ο Αλέξης Τσίπρας προσπάθησε να δομήσει τον πολιτικό του λόγο με τις ιδέες και τις προτάσεις του σχεδόν στο σύνολο των θεματικών. Αυτό που διαπιστώνουμε, με αφορμή την μελέτη περίπτωσης που εξετάσαμε, είναι πως τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης δεν προσφέρονται για γόνιμο και συνεκτικό πολιτικό λόγο, εφόσον η πανσπερμία των μηνυμάτων με διαφορετικές θεματικές, ο μικρός χώρος, με την έννοια των περιορισμό λέξεων και η επιφανειακότητά τους, με την έννοια του άμεσου, καθιστούν

δύσκολο από τον πολίτη – ψηφοφόρο να κατανοήσει σε βάθος τι πρεσβεύει ο καθένας.

Η μεταφορά του βάρους από το «είναι» του πολιτικού, συνεκτικού, λόγου με αρχή, μέση και τέλος, στην έμφαση του «φαίνεσθαι» και της ατάκας και η απομάκρυνση από τα προβλήματα και διάδραση με τον κόσμο, πιο πολύ μπερδεύουν και απομακρύνουν τον κόσμο από την πολιτική ενεργή δράση, μετατρέποντας των σταδιακά σε παθητικό πολίτη. Βέβαια, η παθητικοποίηση και η απομάκρυνση του από την πολιτική του κόσμου, δεν οφείλεται αποκλειστικά σε αυτό, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες, αλλά αυτό συμβάλει σημαντικά. Τρανά παραδείγματα αποτελούν οι τελευταίες εκλογές, όλων των περιεχομένων, με κορωνίδα τις Ευρωεκλογές του 2024, που αποχή ήταν μεγάλη, με έναν από τους παράγοντες να ήταν η πολιτική του «Tik Tok».

Συνεπώς, Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης πρέπει να αποτελούν συμπληρωματικά εργαλεία στην πολιτική, είτε των πολιτικών κομμάτων, είτε των πολιτικών, είτε των κοινωνικών οργανώσεων. Να δίνεται περισσότερη έμφαση στην ουσία και όχι στην εικόνα. Ο συνδυασμός πράξης και θεωρίας κάνουν πολιτική και όχι ένα ποστ, ένα tweet ή ένα βιντεάκι.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Andreas Kaplan, M. H. (2009, November). The fairyland of Second Life: Virtual social worlds and how to use them. *Business Horizons*, 52(6), σσ. 563-572.
- Bradley. (2010). *A new definition of social media*. Gartner.
- Brundidge, J. (2010, November 4). Encountering “Difference” in the Contemporary Public Sphere: The Contribution of the Internet to the Heterogeneity of Political Discussion Networks. *Journal of Communication*, σσ. 680-700.
- Cohen, L. S. (2009, March 3). *The Cohenside*. Ανάκτηση από Is There A Difference Between Social Media And Social Networking?: <https://cohenside.blogspot.com/2009/03/is-there-difference-between-social.html>
- Hanna L. Schneider, L. M. (2009). *Social Networks: Development, Evaluation and Influence Hardcover*. Nova.
- Homero Gil de Zúñiga, A. S. (2010, February). Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, σσ. 36-51.
- Itai Himelboim, R. W. (2012, March). Social Media and Online Political Communication: The Role of Interpersonal Informational Trust and Openness. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* , σσ. 92-115.
- Jody C Baumgartner, J. S. (2010, February). MyFaceTube Politics: Social Networking Web Sites and Political Engagement of Young Adults. *Social Science Computer Review* , σσ. 24-44.
- Kaid, L. L. (2004). *Handbook of Political Communication Research*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Lane, R. (1996). Losing touch in a democracy: demands versus needs. Στο J. Hayward, *Elitism, Populism and European Politics*. Oxford: Clarendon Press.
- Norris, P. (2004, February 2). Political Communications. Ανάκτηση από chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_9809/objava_30820/fajlovi/Political%20Communications%20_%20Pipa%20Norris.pdf
- npr. (2023, January 16). *Read Martin Luther King Jr.'s 'I Have a Dream' speech in its entirety*. Ανάκτηση από <https://www.npr.org/2010/01/18/122701268/i-have-a-dream-speech-in-its-entirety>
- Philip N. Howard, M. R. (2012, April). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication* .

- Philip N. Howard, M. R. (2012, February 28). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, σσ. 359-70.
- Robert P. Ormrod, H. S. (2011, March 21). *Political market orientation: A framework for understanding relationship structures in political parties*. Ανάκτηση February 15, 2024, από <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354068810389632>
- Saud, M. I. (2020). Democratic practices and youth in political participation: a doctoral stud. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25, σσ. 800-810.
- Scammell, M. (1999, September). Political marketing : lessons for political science. *Political Studies*, σσ. 718-739.
- Τζικόπουλος. (2013). *Ηλεκτρονικά Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*.
- Wimmer, R. a. (2014). *Mass Media Research: An Introduction*. . Boston: engage Learning.
- Αντζολέτος, Α. (2023, Νοέμβριος 24). *Η Καθημερινή*. Ανάκτηση από ΣΥΡΙΖΑ: Τέλος εποχής σε εκρηκτικό κλίμα – Η δεύτερη διάσπαση και το παρασκήνιο: <https://www.kathimerini.gr/politics/562746217/syriza-telos-epochis-se-ekriktiko-klima-i-deyteri-diaspasi-kai-to-paraskinio/>
- Ασλάνογλου, Γ. (2017). *Πολιτικό Μάρκετινγκ μέσω της χρήσης Κοινωνικών Δικτύων*. Πτυχιακή Εργασία.
- Βάθη, Χ. (2020). *ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ*. Θεσσαλονίκη: Διπλωματική Εργασία.
- Γεωργίου, Β. (2007). *Η τηλεοπτική πολιτική διαφήμιση: θεωρητική ανάλυση και πρακτικές εφαρμογές στις ελληνικές βουλευτικές εκλογές του 1996-2000*. Μεταπτυχιακή Εργασία.
- Γιαννούλα, Κ. (2019). *Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ως εργαλείο του Πολιτικού Μάρκετινγκ και ως παράγοντας διαμόρφωσης εκλογικού ανταγωνισμού*. Θεσσαλονίκη : Διπλωματική εργασία.
- Γιοτζίδου, Γ. (2020). *Κοινωνικά μέσα και πολιτική επικοινωνία σε περιόδους κρίσης – Η περίπτωση του twitter* . Αθήνα: Διδακτορική διατριβή.
- Δεληγκιαουρη, Α. (2018). *Πολιτικός λόγος και ΜΜΕ*. Αθήνα: Διδακτορική Διατριβή .
- Δεμερτζής, Ν. (2023, Οκτώβριος 22). *Η Καθημερινή*. Ανάκτηση από Αμερικανοποίηση και πολιτικό θέαμα: <https://www.kathimerini.gr/opinion/562685488/amerikanopoiisi-kai-politiko-theama/>

- Δήμα Ανιέζα, Μ. Ε. (2014). *Η ανάλυση της Πολιτικής Διαφήμισης στην Ελλάδα σαν εργαλείο της Πολιτικής Επικοινωνίας*. Θεσσαλονίκη: Πτυχιακή εργασία.
- Δημητρή, Μ. (2022, Μαΐου 6). *Bussines rev*. Ανάκτηση από Τι είναι η διαφήμιση και πως να την σχεδιάσετε : <https://businessrev.gr/2022/05/06/ti-einai-i-diafimisi-kai-pos-na-tin-sxediasete/>
- Εγκυκλοπαίδεια, Μ. Σ. (1982). *Πολιτική* (Ελληνική ΈΚΔΟΣΗ εκδ., Τόμ. 28). (Α. Γ. Φιλιππόπουλος, Επιμ.) Αθήνα: ΑΚΑΔΗΜΟΣ.
- Ιωαννίδης, Π. &. (2020). *2019.Οι πρώτες εκλογές μετά το μνημόνιο: Η ακτινογραφία της ψήφου*. . Αθήνα: Παπαζήση.
- Καϊτατζή – Γουίτλοκ, Σ. (2012). *Επικοινωνία: Θεωρία στην πράξη*. Αθήνα: Λιβάνη.
- Καϊτατζή – Γουίτλοκ, Σ. (2014). *Μορφές και μέσα πολιτικής επικοινωνίας*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Κορίκης. (2019, Ιούνης 23). *korikis.com*. Ανάκτηση από Social Media και ενημέρωση στην Ελλάδα και τον κόσμο. Όλα τα στοιχεία για το 2019: <https://korikis.com/social-media-kai-enimerosi-stin-ellada/>
- Κουτσαντώνης, Γ. (2018). *ResPublica*. Ανάκτηση από Ορίζοντας την πολιτική : <https://www.respublica.gr/2018/01/post/%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B6%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B1%CF%82-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE/>
- Κουτσομητροπούλου, Δ. (2015). *Το Πολιτικό Μάρκετινγκ και οι εκλογές του 2015 στην Ελλάδα*. Λευκωσία: Μεταπτυχιακή Εργασία.
- Κωνσταντίνος Ε. Καραντωνάκης, Δ. Μ. (2015). *Σύγχρονες και παραδοσιακές τεχνικές μάρκετινγκ στην πολιτική*. Πτυχιακή Εργασία .
- Μάρκου, Μ. (2023, Νοέμβριος 4). *Capital*. Ανάκτηση από Ποια είναι τα αίτια της αποχής στις εκλογές και πώς μπορεί να αντιμετωπιστεί το φαινόμενο αυτό: <https://www.capital.gr/me-apopsi/3747781/roia-einai-ta-aitia-tis-apoxis-stis-ekloges-kai-pos-mporei-na-antimetopistei-to-fainomeno-auto/>
- Μοχλα, Β. (2023). *Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Πολιτικό Μάρκετινγκ: Μια συγκριτική μελέτη της χρήσης τους στο Facebook και στο Twitter* . Θεσσαλονίκη: Διδακτορική Διατριβή.
- Μπουζέτη, Μ. (2020). *Εξατομικευμένη πολιτική επικοινωνία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης* . Αθήνα: Διπλωματική Εργασία.
- Μπουτζέτη, Μ. (2020). *Εξατομικευμένη Πολιτική Επικοινωνία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*. Αθήνα: Διπλωματική Εργασία.

- Πανταζόπουλος, Γ. (2024, Απρίλιος 15). *Lifo*. Ανάκτηση από Η άνοδος της ακροδεξιάς τρομάζει την Ευρώπη: <https://www.lifo.gr/stiles/optiki-gonia/i-anodos-tis-akrodexiias-tromazei-tin-eyropi>
- Πουλακιδάκος, Σ. (2013). *Η προπαγάνδα ως θεμελιώδες συστατικό του δημόσιου λόγου*. Αθήνα: Διπλωματική Εργασία.
- Πουλακιδάτος, Σ. (2013). *Η προπαγάνδα ως θεμελιώδες συστατικό του δημόσιου λόγου: Η παρουσίαση του "μνημονίου" από τα ελληνικά ΜΜΕ*. Διπλωματική Εργασία .
- Σέργιος Δημητριάδης, Α. -Μ. (2010). *Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών*. Ανάκτηση από Το Μάρκετινγκ και η εξέλιξη του: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.dept.aueb.gr/sites/default/files/mbc/useful/Criticisms_Marketing.pdf
- Τσαδήλας, Α. (2022). *Η συμβολή των κοινωνικών Δικτύων στο Πολιτικό Μάρκετινγκ*. Διπλωματική Εργασία.

Παράρτημα

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 12, 2019 Η έξοδος από τα μνημόνια δεν ήταν ούτε εύκολη, ούτε αυτονόητη. Αυτή είναι η πρώτη εκλογική αναμέτρηση κατά την οποία ο ελληνικός λαός γνωρίζει ότι το σχέδιο που θα ψηφίσει θα εφαρμοστεί & δεν θα είναι υπό την αίρεση της τρόικας. Αυτό έχουμε να το ζήσουμε από το 2009. #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 12, 2019 Η θετική εικόνα της οικονομίας μας δίνει τη δυνατότητα να προσθέσουμε επιπλέον μέτρα στήριξης για την πλειοψηφία του ελληνικού λαού & τα οποία έχουμε ήδη κοστολογήσει. Οι πολιτικοί μας αντίπαλοι δίνουν προτεραιότητα στις ελαφρύνσεις για τις πολύ μεγάλες επιχειρήσεις. #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 12, 2019 Η ΝΔ θέλει να μειώσει τον συντελεστή φορολογίας επιχειρήσεων από το 29% στο 20% & να παρέμβει στα μερίσματα των μετόχων επιχειρήσεων. Αυτό είναι 1,5 δισ. ευρώ λιγότερα χρήματα στα δημόσια ταμεία, τα οποία σκοπεύει να αναπληρώσει από τη μείωση δαπανών σε Υγεία, Παιδεία & επιδόματα

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 12, 2019 Σήμερα το ισοζύγιο προσλήψεων-απολύσεων στο δημόσιο είναι 1 προς 1. Αυτό σημαίνει πως μπορούμε να προσλάβουμε επιπλέον 2.500 γιατρούς & νοσηλευτές, 10.000 καθηγητές την επόμενη 4τία & 7.500 στην ειδική αγωγή. Ο κ. Μητσοτάκης θέλει να επαναφέρει τον κανόνα 1 προς 5. #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 12, 2019 Πρόκειται για ζήτημα που δεν αφορά εκείνους που δεν θα προσληφθούν, αλλά την ίδια την κοινωνία. Τις οικογένειες που δεν θα βρискουν βοήθεια, τα νοσοκομεία που δεν θα έχουν γιατρούς & νοσηλευτές, τα σχολεία που δεν θα έχουν καθηγητές, αφορά στην ειδική αγωγή. #εκλογές #εκλογέ2019 Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 12, 2019 Κάθε χρόνο φεύγουν 9.000 εργαζόμενοι από το Δημόσιο. Με την πρόταση του κ.

Μητσοτάκη θα μπορούν να προσληφθούν 1.800. Έχει εξαγγείλει προσλήψεις 1.500 αστυνομικών, επομένως θα περισσεύουν 300 θέσεις. Αυτό σημαίνει 8.700 κενά σε σχολεία, νοσοκομεία, στο «Βοήθεια στο Σπίτι» κ.α

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras [92] Jun 12, 2019 Το διακύβευμα για την επόμενη τετραετία είναι ποιοί θα κυβερνήσουν τον τόπο και με ποιο πρόγραμμα. Αν δηλαδή θα συνεχιστεί η πορεία στήριξης όλων των κοινωνικών στρωμάτων, η πορεία για τη συνολική έξοδο από τη κρίση ή ένα πισωγύρισμα. #εκλογές2019 #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 13, 2019 Επίσκεψη στη κεντρική διεύθυνση του Σώματος Επιθεώρησης Εργασίας και συνάντηση με τους ελεγκτές της υπηρεσίας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 13, 2019 Για εμάς δεν είναι εμπόδιο στην επιχειρηματικότητα η τήρηση του νόμου, ούτε εκβιασμός οι έλεγχοι του ΣΕΠΕ. Δεν είναι εμπόδιο στην επιχειρηματικότητα το δωρο & το 5ήμερο, δεν είναι εμπόδιο στην επιχειρηματικότητα οι κανόνες δικαιοσύνης για τους εργαζόμενους & τους επιχειρηματίες.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 13, 2019 Ενισχύσαμε το ΣΕΠΕ με ανθρώπινο δυναμικό ενώ έχουμε σχεδιάσει και προγραμματίσει για το επόμενο διάστημα 150 νέες θέσεις και προσλήψεις Επιθεωρητών Υγείας και Ασφάλειας, κάτι που έχει να γίνει από το 2000. #ΣΕΠΕ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 13, 2019 Η ενίσχυση των αμοιβών των εργαζομένων, η μείωση της ανεργίας με νέες ποιοτικές δουλειές και κυρίως η τήρηση της εργατικής νομοθεσίας, αποτελούν προϋπόθεση για τη συλλογική πρόοδο, την ανάπτυξη και την προκοπή. #ΣΕΠΕ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 13, 2019 Το σχέδιό μας για την επόμενη τετραετία ξεκινά από τον μεγάλο εθνικό στόχο για την ανάκτηση της κανονικότητας στην αγορά εργασίας στον τόπο μας. Δημιουργώντας νέες ποιοτικές θέσεις εργασίας, με πλήρη δικαιώματα, αξιοπρεπείς μισθούς & τήρηση της εργασιακής νομοθεσίας. #εκλογές2019: ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ
Νέες ποιοτικές θέσεις εργασίας με αυξημένους μισθούς

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 14, 2019 Η Δημοτική Αστυνομία είναι ένας θεσμός σύγχρονος και απαραίτητος για κάθε πόλη. Καταργήθηκε άδικα, προκαλώντας σημαντικές επιπτώσεις στους ίδιους τους εργαζόμενους και στην ποιότητα ζωής των πολιτών. Δέσμευσή μας η ενίσχυσή της, για να γίνει καλύτερη η καθημερινότητα των πολιτών.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 14, 2019 Προχωράμε, με ακόμα πιο τολμηρά βήματα, στην εδραίωση της αλληλεγγύης και της ασφάλειας σε όλη την ελληνική κοινωνία. Εγγυόμαστε ότι η Ελλάδα μπορεί να γίνει μια κοινωνία ισότητας και δικαιοσύνης. #εκλογές #εκλογές2019 #ΣΥΡΙΖΑ Για Αλληλεγγύη και κοινωνική ασφάλεια

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras [93] Jun 15, 2019 Οι εργαζόμενοι έχουν να επιλέξουν αν θα προχωρήσουμε μαζί για την Ελλάδα της δίκαιης ανάπτυξης, με προστασία της εργασίας και του κοινωνικού κράτους για όλους ή αν θα επιστρέψουμε στο παρελθόν. #Ρόδος #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογές #εκλογές2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 15, 2019 Είχα τη χαρά σήμερα να επισκεφθώ τη #Ρόδο και να συναντηθώ με κατοίκους και επισκέπτες του νησιού των Ιπποτών, κυρίως όμως με εργαζομένους στον τομέα του τουρισμού που αποτελεί βαριά βιομηχανία για τη χώρα μας. #Ρόδος #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 15, 2019 Το μεταφορικό ισοδύναμο & η μείωση της φορολογίας για τα νησιά με πληθυσμό έως 3.100 κατοίκους, ήταν τα πρώτα μέτρα στήριξης μετά την έξοδο από τα μνημόνια. Δεσμευόμαστε για την κατάργηση του ΕΝΦΙΑ από 1/1/2020 για νησιά με πληθυσμό έως 1.000 κατοίκους.

<https://youtu.be/TONqWdf5Sq0>

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 15, 2019 Θερμή υποδοχή στην ακριτική Χάλκη. Η καρδιά της Ελλάδας χτυπάει εδώ που οι κάτοικοι δίνουν με περηφάνια τη μάχη για να κρατήσουν τον τόπο τους όρθιο. Οι νησιώτες μας δεν είναι πολίτες δεύτερης κατηγορίας γι' αυτό και εργαστήκαμε για να δημιουργήσαμε συνθήκες ισότητας για όλους.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 15, 2019 Άφιξη στην Τήλο, ένα νησί που έχει λάβει διεθνή αναγνώριση για την ευαισθησία του απέναντι στους πρόσφυγες, για τα ατομικά δικαιώματα και την προστασία του περιβάλλοντος. Χαιρετισμός στην κεντρική πλατεία.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 15, 2019 Η #Τήλος αναδείχθηκε από τον αείμνηστο Τάσο Αλιφέρη, μια σπουδαία προσωπικότητα που άφησε το δικό της αποτύπωμα στο χώρο της αυτοδιοίκησης. Σήμερα, το έργο αυτό συνεχίζει η Δήμαρχος Μαρία Καμμά - Αλιφέρη.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 15, 2019 Στις 7 Ιουλίου οι πολίτες αποφασίζουν για τη ζωή τους, το μέλλον το δικό τους, των παιδιών τους & της χώρας. Θα συνεχίσουμε όλοι μαζί μπροστά, την πορεία για τη δίκαιη ανάπτυξη του τόπου μας ή θα επιστρέψουμε στο σκοτεινό παρελθόν των μνημονίων; #Τήλος #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Ο αγώνας που δίνουμε δεν αφορά τον #ΣΥΡΙΖΑ, εμένα προσωπικά, τους υπουργούς ή τους βουλευτές. Αφορά το μέλλον των παιδιών μας, την πατρίδα και την ίδια τη ζωή μας. Και με τη ζωή μας δεν παίζουμε. https://youtu.be/7tJf1q_hU8Q #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #εκλογες2019 #ΠροοδευτικήΣυμμαχία Βίντεο ομιλίας , στο βήμα από όπου μιλάει ο Τσίπρας αναγράφεται ΤΩΡΑ ΑΠΟΦΑΣΙΖΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗ ΖΩΗ ΜΑΣ – ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Στις #εκλογες αποφασίζουμε αν θα συνεχίσουμε όλοι μαζί στο δρόμο της ανάκαμψης, της ανάπτυξης, της οριστικής εξόδου από την κρίση. Με δικαιοσύνη, με δικαιώματα για όλους. Με προστασία για όλους ή αν θα γυρίσουμε πίσω στα χρόνια της χρεοκοπίας & του αυταρχισμού. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Όσα πετύχαμε μαζί αυτά τα χρόνια, έχουν δώσει τη δυνατότητα να συζητάμε σήμερα για το μέλλον μας. Να διεξάγουμε εκλογές ελεύθεροι. Χωρίς να παρεμβαίνει κανένας πια στα εσωτερικά

μας, όπως έγινε το 2012 & το 2015. Αυτή είναι μια σπουδαία δημοκρατική κατάκτηση του ελληνικού λαού

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Το σχέδιο της ΝΔ είναι πιστό αντίγραφο των προτάσεων του ΔΝΤ, την εφαρμογή των οποίων αποτρέψαμε με σκληρές μάχες κατά τις διαπραγματεύσεις των τριών δύσκολων ετών μέχρι την έξοδο απ'τα μνημόνια. Το παρουσιάζουν βέβαια σε ωραίο αμπαλάζ αλλά αποφεύγουν να πουν τι κρύβεται από πίσω

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Εύηχα συνθήματα, περί δήθεν λιγότερων φόρων. Δεν λένε ποιος θα πληρώσει το μάρμαρο των μειώσεων δαπανών, της απορρύθμισης της αγοράς εργασίας, της συρρίκνωσης του κοινω. κράτους & των απολύσεων. Το μάρμαρο της εγκαθίδρυσης ξανά μιας διαπλεκόμενης επιχειρηματικότητας #ΓωραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Η ασφάλεια δεν είναι μια λέξη σε διαφημιστική καμπάνια. Είναι η προοπτική μας. Είναι η ασφάλεια της ίδιας της πατρίδας μας. Των συνόρων, των εδαφών & των δικαιωμάτων της. Είναι ο περιορισμός των απειλών, είναι οι συμμαχίες που χτίζουμε στα Βαλκάνια και τη Μεσόγειο, στο Βορρά.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Είναι η κοινή μας πορεία με τον Κυπριακό λαό, που δεν θα τον αφήσουμε ποτέ μόνο του απέναντι σε όσους απειλούν τα κυριαρχικά του δικαιώματα. Είναι η εθνική μας αυτοπεποίθηση, που χτίζεται με το διάλογο, τις σταθερές συμμαχίες, την απόλυτη πίστη στην ειρήνη και τη δημοκρατία.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Replying to @atsipras Ασφάλεια για τους κατοίκους των πόλεων μας, που θέλουν να χτυπηθεί η εγκληματικότητα. Με έργα υποδομής, ζωντανεύοντας τις γειτονιές μας, με την αστυνομία παρούσα με περιπολίες εκεί που υπάρχει πραγματικό πρόβλημα. #ΓωραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Replying to @atsipras
Ασφάλεια για το συνταξιούχο που ξεπερνά το φόβο των απανωτών περικοπών. Που
νιώθει ότι πλέον μπορεί να ησυχάσει και να ζήσει με αξιοπρέπεια. Για τον
επαγγελματία που τράβηξε πολλά, αλλά βλέπει ότι η αγορά κινείται πάλι και
περιμένει ελαφρύνσεις. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Η ασφάλειά μας είναι στην
ίδια μας την καθημερινότητα. Για τον εργαζόμενο που ξέρει ότι δεν θα ξεζουμίζεται
για 12ωρα, μαύρα και απλήρωτα. Για τη νέα άνεργη μητέρα που ξέρει ότι η πολιτεία
της εξασφαλίζει την πρόσβαση γι' αυτή και το παιδί της σε ένα δημόσιο νοσοκομείο.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Είναι η κοινή μας πορεία με
τον Κυπριακό λαό, που δεν θα τον αφήσουμε ποτέ μόνο του απέναντι σε όσους
απειλούν τα κυριαρχικά του δικαιώματα. Είναι η εθνική μας αυτοπεποίθηση, που
χτίζεται με το διάλογο, τις σταθερές συμμαχίες, την απόλυτη πίστη στην ειρήνη και
τη δημοκρατία.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Όποιος νομίζει ότι η μάχη
κρίθηκε κάνει τεράστιο λάθος. Το πρωί της 7ης Ιουλίου, οι κάλπες θα είναι άδειες.
Και θα τις γεμίσουμε εμείς: οι Ελληνίδες & οι Έλληνες που διψούν για ζωή. Κάθε
γενιάς, κάθε κοινωνικής καταγωγής, κάθε πολιτικής διαδρομής. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ
#ΠροοδευτικήΣυμμαχία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Και τώρα που βρισκόμαστε
μπροστά σε μια απαράδεκτη κλιμάκωση προκλήσεων της Τουρκίας στην Ανατ.
Μεσόγειο μας κατηγορούν γιατί συγκαλέσαμε το ΚΥΣΕΑ την Κυριακή, λες κι η
ασφάλεια της χώρας πηγαίνει τριήμερα. Τους καλούμε στα εθνικά θέματα να
αφήσουν τις μικροπολιτικές σκοπιμότητες

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 18, 2019 Ακόμη και στην εξωτερική
πολιτική οι πολιτικοί μας αντίπαλοι συμπεριφέρονται με ανεύθυνο και κοντόφθαλμο
τρόπο. Τη μία εκτρέφουν το ρεύμα του εθνολαϊκισμού μιλώντας για προδοσία στο
Μακεδονικό, ενώ την άλλη λένε ότι αν εκλεγούν, θα φροντίσουν η Συμφωνία να
τηρείται κατά γράμμα.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 Αυτός ο αγώνας μπορεί να κερδηθεί με βαθιά ψυχική ενότητα και δύναμη. Με τη γλώσσα της λογικής, της αλήθειας, του νου αλλά και της καρδιάς. Αν όχι εμείς, ποιοι; Αν όχι τώρα, πότε; #ΤωραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 Συνέντευξη στην εκπομπή «Ωρα Ελλάδος 7:00», του τηλεοπτικού σταθμού «Open» και στους δημοσιογράφους Ιορδάνη Χασαπόπουλο <https://youtube.com/watch?v=GcKmYGI5Rdo> #ΤωραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 και #εκλογες2019 Γιάννη #Εκλογες_2019 Σαραντάκο. #ΣΥΡΙΖΑ Οι Ελληνίδες και οι Έλληνες πρέπει να αισθάνονται ασφαλείς. Η Ελλάδα είναι μια χώρα ισχυρή στη περιοχή, με σημαντικές συμμαχίες. Θα είναι ακόμα πιο ισχυρή εάν σταματήσει η μικροπολιτική αντιπαράθεση και εκμετάλλευση στα εθνικά θέματα. #OpenNews

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 Από την περίοδο των ευρωεκλογών είχα ζητήσει από τον κ. Μητσοτάκη την διεξαγωγή μιας ανοιχτής προγραμματικής αντιπαράθεσης για να μπορέσει να ενημερωθεί ο ελληνικός λαός. Μετά τον κ. Σαμαρά, ο σημερινός πρόεδρος της ΝΔ επιλέγει να αρνηθεί τη συζήτηση & να υποτιμά τους πολίτες.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 Εμείς κινήσαμε όλες τις διαδικασίες, την κυρώσαμε στη Βουλή, προχωρήσαμε με την έκδοση του Προεδρικού Διατάγματος, φροντίσαμε να εγκριθεί από το ΣτΕ και τον Ιούλιο θα ξεμπλοκάρουν οι διαδικασίες που έχουν κολλήσει με ευθύνη του παραχωρησιούχου. #OpenNews

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 Το 2018 η Ελλάδα κατάγραψε ρεκόρ ξένων άμεσων επενδύσεων. Στο ζήτημα του Ελληνικού, το οποίο ξεκίνησε από το 2006, βρήκαμε μια σύμβαση προβληματική για το ελληνικό δημόσιο. Δεν υπήρχε οριοθέτηση αιγιαλού, αρχαιολογικών χώρων, δασικών εκτάσεων. #OpenNews

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 Όλοι μπορούν να συγκρίνουν πως ήταν η χώρα το 2014 και που είναι σήμερα. Η ανατροπή είναι εφικτή, αρκεί ο κόσμος να το πιστέψει. Τώρα αποφασίζουμε για τη ζωή μας. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #OpenNews #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 Η κάλπη της 7ης Ιουλίου, των εθνικών εκλογών, είναι τελείως διαφορετική από εκείνη των ευρωεκλογών. Ο κόσμος μας πιστώνει ότι βγήκαμε από τα μνημόνια αλλά μας λέει ότι το κάναμε με πόνο και θέλησε να δείξει τη δυσαρέσκεια του. #OpenNews #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 19, 2019 Συνάντησα σήμερα τον Βασίλη Βασιλικό, έναν διανοούμενο που είναι ταυτισμένος με τους αγώνες για δημοκρατία & κοινωνική δικαιοσύνη και ο οποίος θα ηγηθεί του ψηφοδελτίου Επικρατείας του ΣΥΡΙΖΑ-Προοδευτική Συμμαχία. Τον ευχαρίστησα για τη τιμή να ανταποκριθεί στο κάλεσμα του αγώνα.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Οι εθνικές εκλογές δεν είναι επαναληπτικός αγώνας της ευρωλίγκα, όπου μπορεί δυο ομάδες της ίδιας χώρας να συναντηθούν, αλλά τελικός εθνικού πρωταθλήματος. Έχει τελείως διαφορετικά χαρακτηριστικά. Το πρωί της 7ης Ιουλίου η κάλπη θα είναι άδεια & το αποτέλεσμα μπορεί να γυρίσει

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Replying to @atsipras Ο Γιάννης Αντετοκούνμπο βοήθησε πάρα πολύ διότι ανάγκασε την ελληνική κοινωνία να δει την άλλη όψη των παιδιών που γεννιούνται στην Ελλάδα και έχουν καταγωγή από άλλες χώρες. Ήταν το παράδειγμα του πολύ σημαντικό απέναντι στο αντιπαράδειγμα του ρατσισμού.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Ένα οικονομικά βιώσιμο πρωτάθλημα θα βοηθήσει σε αυτή την κατεύθυνση. Οι ποδοσφαιρικές ομάδες δεν ανήκουν στους προέδρους τους αλλά στους ανθρώπους που τις υποστηρίζουν και στην ιστορία τους. Είναι ζητούμενο, να καταφέρουμε να ξανάεχουμε συλλόγους που να κάνουν ευρωπαϊκές πορείες

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Replying to @atsipras Το ποδόσφαιρο είναι λαϊκό άθλημα, πρέπει να παίζεται παντού και να το απολαμβάνουν όλοι. Στο επαγγελματικό ποδόσφαιρο σήμερα χρειάζεται να αλλάξουμε νοοτροπία & να γίνουν διαρθρωτικές αλλαγές. Επιχειρήσαμε να επιβάλουμε ποινές & έπειτα θεσμικές παρεμβάσεις. Συναντήσαμε αντίσταση

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Έπαιξα μπάλα σαν παιδί στις αλάνες που έπαιζε ο Δομάζος κι έκανε προπονήσεις η Άμυνα Αμπελοκήπων. Το πρώτο ματς που είδα ήταν το Παναθηναϊκός-Πανιώνιος. Ήμουν 7 ετών και δεν θα το ξεχάσω ποτέ. <https://facebook.com/tsiprasalexis/videos/2317441331837196/>

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Ο Τάκης Μπενάς υπήρξε πάντοτε δίπλα στη νέα γενιά, δίδαξε σε εμάς τους νεότερους το ήθος και τις αξίες της ανιδιοτέλειας και της διαρκούς προσφοράς. Οι αγώνες και η πολιτική του σκέψη θα αποτελούν πάντοτε μια σημαντική παρακαταθήκη για όλους μας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Αποχαιρετούμε με βαθιά θλίψη και σεβασμό τον Τάκη Μπενά που έφυγε σήμερα από τη ζωή. Επικεφαλής της Νεολαίας Λαμπράκη και ηγετικό στέλεχος του Κομμουνιστικού κινήματος και της Ανανεωτικής Αριστεράς, υπήρξε πάντοτε πρωτοπόρος στη δράση και στις ιδέες.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Στην Προπαρασκευαστική Σύνοδο των Ευρωπαίων Σοσιαλιστών, στις Βρυξέλλες, πριν από την έναρξη των εργασιών της Συνόδου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 20, 2019 Ο ελληνικός λαός διαχειρίστηκε με γενναιότητα & μεγαλοψυχία τη μεγαλύτερη μετακίνηση ανθρώπινου πληθυσμού στην Ευρώπη μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Απέναντι στο ρατσισμό & το μίσος παρέταξε τον ανθρωπισμό και τη φιλοξενία. Αξίες ελληνικές. #WorldRefugeeDay <https://primeminister.gr/2019/06/20/21662>

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 22, 2019 Η νεοφυής επιχειρηματικότητα μπορεί να αποτελέσει ένα δυναμικό κομμάτι της ελληνικής

οικονομίας, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και λειτουργώντας ως πρότυπο μιας υγιούς και εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 22, 2019 Συνάντηση με νέους επιστήμονες και εκπροσώπους startups στο εναλλακτικό καφενείο «Παντοκαφενές» στο Παλαιό Φάληρο, το οποίο δημιουργήθηκε ως Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Ένταξης.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 22, 2019 Τα εμπόδια στην επιχειρηματικότητα δεν είναι οι εργασιακές σχέσεις ή οι μισθοί αλλά η παρασιτική Ελλάδα, η Ελλάδα της διαφθοράς που μας οδήγησε στην κρίση. Υπάρχει όμως και η Ελλάδα της δημιουργίας, που είναι η μόνη που μπορεί να πάει μπροστά τον τόπο μας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 22, 2019 Η σταθερή στρατηγική της Ελλάδας τα τελευταία 4 χρόνια έχει βελτιώσει το κύρος & τον ρόλο της χώρας μας. Η Συμφωνία των Πρεσπών έχει βοηθήσει πολύ, διότι έδειξε ότι η Ελλάδα είναι μια χώρα που επιθυμεί λύσεις και είναι παράγοντας σταθερότητας στην περιοχή.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 22, 2019 Η μεγάλη τομή από τη χθεσινή απόφαση του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, είναι ότι περνάει από το επίπεδο της ρητορικής καταδίκης στην προαναγγελία αυστηρών μέτρων έναντι της Τουρκίας, εάν συνεχίσει την προκλητική συμπεριφορά-την παραβίαση των κυριαρχικών δικαιωμάτων της Κύπρου.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Η επένδυση στο Ελληνικό έχει ολοκληρωθεί από την πλευρά μας, με σεβασμό στο δημόσιο συμφέρον & το περιβάλλον. Εκείνοι που επέβαλαν το 83% των φόρων δεν έφεραν ούτε μία σοβαρή επένδυση. Εμείς πετύχαμε ρεκόρ 10τίας ξένων επενδύσεων το 2018 και αναμένεται να το ξεπεράσουμε το 2019. ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ Η αλήθεια για την επένδυση το Ελληνικό ΑΛΕΞΗΣ ΤΣΙΠΡΑΣ : Στο ζήτημα του Ελληνικού βρήκαμε απλά μία σύμβαση προβληματική για το ελληνικό δημόσιο. Αυτή τη σύμβαση την προχωρήσαμε την αλλάξαμε την κυρώσαμε στη Βουλή βγάλαμε το Προεδρικό Διάταγμα, φροντίσαμε πρωτίστως να εγκριθεί από το ΣτΕ κινήσαμε όλες εκείνες τις γραφειοκρατικές διαδικασίες που δυστυχώς είναι χρονοβόρες βρήκαμε ένα

οικόπεδο σκέτο με μία σύμβαση προβληματική που δεν υπήρχε ούτε οριοθέτηση αιγιαλού ούτε οριοθέτηση προβληματικών χώρων ούτε οριοθέτηση δασικών εκτάσεων. Διότι η χώρα μας δεν είχε ούτε κτηματολόγιο, ούτε δασολόγιο, δε λειτουργούσε τίποτα, αυτή είναι η πραγματικότητα. Από πότε έχει ξεκινήσει το Ελληνικό; Ξέρετε; Πείτε μου. Θυμάστε ; (προς δημοσιογράφο) Από το Γ. Σουφλιά το 2006. Έχουν περάσει 14 χρόνια. Ήρθε μετά ο Γιώργος Παπανδρέου κι έφερε τον Ισπανό αρχιτέκτονα Χ. Αθεμπίγιο που θα έκανε το μεγαλύτερο πάρκο στον κόσμο. Έφυγε ο Χ. Αθεμπίγιο, ήρθαν κάποιοι από το Κατάρ. Μετά ήρθε ο Σαμαράς με τη Lamda Development του κ. Λάτση και το μόνο που κατάφερε να κάνει ήταν μία σύμβαση προβληματική. Κι εμείς κινήσαμε όλες τις διαδικασίες. Ο κ. Μητσοτάκης , αν και ξέρει ότι είναι λαϊκισμός, ξέρει ότι φτάσαμε στο τέλος. Αυτή τη στιγμή αν δεν ξεκινάνε οι εργασίες δεν ευθύνεται η κυβέρνηση. Ευθύνεται ο παραχωρησιούχος. Διότι ο διαγωνισμός για το καζίνο είναι προϋπόθεση για να περάσουν οι μετοχές στον παραχωρησιούχο. Ο διαγωνισμός για το καζίνο καθυστέρησε όχι με ευθύνη της κυβέρνησης αλλά διότι έπρεπε να γίνουν διαπραγματεύσεις ανάμεσα στον παραχωρησιούχο και στους επενδυτές. Ενώ ξέρουν όλοι ότι τελειώνει ο διαγωνισμός κι ότι θα γίνει μέσα στον Ιούλιο, έρχεται ο κ. Μητσοτάκης και θέλει να το πιστωθεί. Εμένα με ενδιαφέρει ο ελληνικός λαός να καταλάβει ένα πράγμα: αυτοί οι οποίοι μιλάνε για μειώσεις φόρων και για επενδύσεις όταν ήταν στην κυβέρνηση είχαν τρελάνει στους φόρους το λαό. Αυτοί επέβαλαν το 83% των φόρων από τα 3 μνημόνια και δεν είχαν φέρει ούτε μία σοβαρή επένδυση. Ούτε μία. ΣΥΡΙΖΑ – ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ Αλέξης Τσίπρας Συνέντευξη στο OPEN 19.06.2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Ο κ. Μητσοτάκης και στελέχη της ΝΔ χρησιμοποιούν το Ελληνικό ως παράδειγμα υπονόμευσης των επενδύσεων από την πλευρά του κράτους και του #ΣΥΡΙΖΑ. Στην πραγματικότητα, εκεί που αποτύγχαναν οι κυβερνήσεις τους από το 2006, εμείς πετυχαίνουμε. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Ο Ανδρέας Παπανδρέου, απέναντι στη ΝΔ του Μητσοτάκη, υπενθύμισε ότι ο λαός δεν μπορεί να ξεχνά τί σημαίνει δεξιά και ότι η Ελλάδα ανήκει στους ανθρώπους του μόχθου και της δημιουργίας. Στους μη προνομιούχους όπως έλεγε τότε, στους πολλούς, όπως θα λέγαμε σήμερα.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Σαν σήμερα πριν από 23 χρόνια έφυγε από τη ζωή ο Ανδρέας Παπανδρέου. Η Αριστερά είχε πάντα μια σχέση αγάπης & μίσους μαζί του. Η ιστορία έχει ήδη αποτιμήσει τους λόγους. Η αλήθεια πάντως είναι ότι κατάφερε να συσπειρώσει τη μεγάλη πλειοψηφία του δημοκρατικού & προοδευτικού κόσμου

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 θα Ο ελληνικός λαός δεν πρόκειται να επιτρέψει την επιστροφή στις μαύρες μέρες του Σαμαρά, του Βενιζέλου, του ΔΝΤ. Όσοι βαυκαλίζονται με όνειρα ρεβάνς, εκδίκησης, στρατηγικής συντριβής της Αριστεράς, ξυπνήσουν απότομα <https://primeminister.gr/2019/06/23/21671>

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 στις 8 Ιουλίου. Συνέντευξη στο «Έθνος» Είναι θλιβερό το 2019, να κάνουμε τη συζήτηση μεταξύ των πολιτικών αρχηγών με τόσο αποστειρωμένο τρόπο. Κάποιοι προτιμούν να αποφύγουν το διάλογο και την αντιπαράθεση με επιχειρήματα. Ίσως γιατί δεν έχουν και μεγάλη εμπιστοσύνη στα επιχειρήματά τους. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #Εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Όλοι μαζί γυρίσαμε τον τροχό της ιστορίας τον περασμένο Αύγουστο, βγάλαμε τη χώρα από τα μνημόνια, κάναμε ξανά την Ελλάδα δυνατή. Όλοι μαζί θα πάμε ενωμένοι μπροστά για την επόμενη μέρα. Ομιλία στη Φλώρινα. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #Εκλογες_2019 στο βήμα της ομιλίας αναγράφεται ΤΩΡΑ ΑΠΟΦΑΣΙΖΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗ ΖΩΗ ΜΑΣ, ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Θέλουμε μια Ελλάδα της ανάπτυξης για όλους. Από τα 7 χρόνια ύφεσης έως το 2014, βρισκόμαστε στο 4ο συνεχόμενο έτος ανάπτυξης. Έχουμε όμως πολύ δρόμο μπροστά μας αλλά έχουμε και σχέδιο. Επενδύοντας στα συγκριτικά πλεονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #Εκλογες_2019 GIF: Ανάπτυξη για όλους με σεβασμό στο περιβάλλον ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Έχουμε σχέδιο για μια Ελλάδα σύγχρονη, δημοκρατική, ευρωπαϊκή. Με ένα κράτος δίπλα στον πολίτη και

με ένα Σύνταγμα που προωθεί τη λαϊκή συμμετοχή, προστατεύει τα δημόσια αγαθά και βάζει τέλος στα προνόμια των Υπουργών και των επαγγελματιών της πολιτικής.
#ΤώραΣΥΡΙΖΑ #Εκλογες_2019 Για ένα Δημοκρατικό και αποτελεσματικό κράτος
ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Θέλουμε και έχουμε σχέδιο για μια Ελλάδα που παρέχει ασφάλεια σε κάθε πολίτη, με καθολική πρόσβαση όλων σε καλά δημόσια νοσοκομεία, με ποιοτικές υπηρεσίες υγείας. Με καλά σχολεία & Πανεπιστήμια, με ισχυρή κοινωνική αλληλεγγύη, με ένα δίκαιο & βιώσιμο ασφαλιστικό. #ΣΥΡΙΖΑ #Φλωρινα

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Με την ιστορική Συμφωνία των Πρεσπών, που αποκαθιστά την ιστορία μας, η Ελλάδα γίνεται ο φάρος της φιλίας & της ενότητας των λαών στα Βαλκάνια. Βάζει τέλος στον αλυτρωτισμό & τον εθνικισμό, φέρνει κοντά δυο λαούς που δεν έχουν τίποτα να χωρίσουν.#Φλωρινα
#ΤώραΣΥΡΙΖΑ #Εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Ο κ. Μητσοτάκης και η ΝΔ, που πολέμησαν ως «προδοτική» την Συμφωνία των Πρεσπών, σήμερα μας λένε ότι αν εκλεγούν απλά θα προσέχουν τη «κατά γράμμα τήρησή της». Δεν υπάρχει μεγαλύτερη απόδειξη της υποκρισίας και του πολιτικού τους καιροσκοπισμού.
#Φλωρινα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Η ΝΔ λέει «καλύτερες δουλειές» αλλά εννοεί δουλειές χωρίς δικαιώματα & αξιοπρεπή μισθό. Θεωρεί ξεπερασμένο το 8ωρο και το 5νθημερο και τις συλλογικές διαπραγματεύσεις «ιδεοληψία». Ο κ. Μητσοτάκης προσπαθεί να πουλήσει κάτι που ίσχυε έναν αιώνα πριν, ως καινοτομία. #Φλωρινα

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Όμως, αν υπάρχει μια πολιτική δύναμη στη χώρα μας η οποία γέννησε και μπορεί να ξαναγεννήσει την προσδοκία, που δημιούργησε τις προϋποθέσεις για ένα άλμα προς τα εμπρός, που πάλεψε με εντιμότητα για να βγούμε από τα δύσκολα χρόνια, αυτή είναι ο #ΣΥΡΙΖΑ.
#Φλωρινα #Εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 23, 2019 Δώσαμε όλο μας το βάρος για να βγούμε από τα μνημόνια & αφήσαμε πίσω κρίσιμα θέματα που αφορούν στην καθημερινότητα του πολίτη. Θέλω, με το χέρι στην καρδιά, να πω σε όλες & όλους που απείχαν στις ευρωεκλογές ή στήριξαν άλλα κόμματα για να μας δώσουν ένα μήνυμα, ότι έχουν δίκιο.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Οι αντιδράσεις των γειτόνων μας, η παραβατική συμπεριφορά δεν είναι αποτέλεσμα της ισχύος τους, αλλά της αδυναμίας στην οποία βρίσκονται. Συνέντευξη στην EPT 3 @ERT3Social

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Η Ευρωπαϊκή Ένωση με απόλυτη σαφήνεια και με τη μέγιστη δυνατή αυστηρότητα καταδίκασε τις παραβιάσεις του διεθνούς δικαίου από την πλευρά της Τουρκίας στην ΑΟΖ της Κύπρου και προχώρησε στην προαναγγελία λήψης στοχευμένων μέτρων. Αλέξης

Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Ακόμη και όταν αποδέχτηκα να έρθω στο στούντιο απευθείας από το αεροπλάνο, βρήκαν πρόσχημα άρνησης. Σε συνεννόηση μεταξύ τους προφανώς, ώστε να μοιράζονται την ευθύνη και όλοι μαζί να τη ρίχνουν στον ΣΥΡΙΖΑ. Κρίμα για τη δημοκρατία, κρίμα για την ενημέρωση των πολιτών. #debate

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Αρχικά πίστευα ότι μόνο ο κ. Μητσοτάκης θέλει να αποφύγει, σα το διάολο το λιβάνι, το ντιμπέιτ των δυο. Σήμερα φάνηκε ότι και το ΚΙΝΑΛ, ακόμη -παραδόξως- και το ΚΚΕ έπαχναν εναγωνίως αφορμή να αποφύγουν και το ντιμπέιτ των πέντε. #debate #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Τον Αύγουστο του 2018 γυρίσαμε σελίδα & αφήσαμε πίσω μας οριστικά τα μνημόνια. Η Ελλάδα είναι ξανά αυτοδύναμη. Στηρίζεται στην εργατικότητα & το πείσμα των ανθρώπων της. Τώρα αποφασίζουμε για την επιχείρησή μας, την οικογένειά μας, τα παιδιά μας. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Οι αντίπαλοί μας προσπαθούν να καλλιεργήσουν μια αντίληψη ότι είναι γενικώς «υπέρ της

επιχειρηματικότητας». Ότι όλοι οι επιχειρηματίες, ανεξαρτήτως μεγέθους & αντικειμένου της επιχείρησής τους, είναι το ίδιο. Το γνωρίζετε καλύτερα από τον καθένα, ότι αυτό είναι μια τεράστια πλάνη.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Το πλέον αποδοτικό & βιώσιμο μοντέλο ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία περνά μέσα από την στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Διότι μπορούν να αναπτύξουν δυναμική & εξωστρέφεια, να είναι ανταγωνιστικές δίχως να «στραγγαλίζουν» άλλες επιχειρήσεις. #Εκλογες_2019 #ΤώραΣΥΡΙΖΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Εμείς θεσπίσαμε πρόσφατα την προστασία της πρώτης κατοικίας για πρώτη φορά και για επιχειρηματίες. Την ερχόμενη Δευτέρα ανοίγει η πλατφόρμα και εντάσσονται σε αυτήν ηλεκτρονικά πάνω από 175 χιλιάδες δικαιούχοι. #Ρέντη #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #Εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Εμείς καταργήσαμε την διάταξη που έστελνε τους επιχειρηματίες στα κρατητήρια για χρέη στο δημόσιο μέχρι 100 χιλ. ευρώ. Το 2015 υπήρχαν σε εκκρεμότητα 23 χιλ. καταδικαστικές αποφάσεις για χρέη στον ΟΑΕΕ & το εξοργιστικό είναι ότι παρά τα κατασταλτικά μέτρα τα χρέη διπλασιάζονταν.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 [103] Επίσης, προχωρήσαμε στη δημιουργία Αναπτυξιακής Τράπεζας. Με 14 νέα χρηματοδοτικά εργαλεία που μπαίνουν μπροστά για μικρομεσαίες επιχειρήσεις και με το νόμο των μικροπιστώσεων έως 20 χιλ. ευρώ για τις μικρότερες επιχειρήσεις. #Ρέντη #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες_2019 #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Εμείς προχωρήσαμε τον εξωδικαστικό μηχανισμό ρύθμισης οφειλών για χρέη ως 300 χιλ. ευρώ. Με διαγραφή κύριας οφειλής -περίπου στο 70%- και προσαυξήσεων, με αποτέλεσμα 9 στις 10 μικρομεσαίες επιχειρήσεις να πληρώνουν σήμερα μικρότερες εισφορές, ειδικά οι πολύ μικρές επιχειρήσεις.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Πετύχαμε την αύξηση των εξαγωγών από μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, που κάνει ρεαλιστικό το στόχο να φτάσουν οι εξαγωγές το 50% του ΑΕΠ μέχρι 2025. Τώρα που μπορούμε να οργανώσουμε την επόμενη μέρα χωρίς μνημόνια και καταναγκασμούς. #Ρέντη #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες_2019 #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 24, 2019 Τα θετικά μέτρα ελάφρυνσης είναι σχεδιασμένα και κοστολογημένα. Μέσα από τον δημοσιονομικό χώρο που έχουμε κερδίσει και υπολογίσει για τα επόμενα χρόνια. #Ρέντη #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες_2019 #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 MVPs είναι όμως και οι άνθρωποί του, που τον πίστεψαν και τον στήριξαν. MVPs είναι όλα τα παιδιά που γεννήθηκαν και μεγάλωσαν στη χώρα μας και που ασχέτως καταγωγής ονειρεύονται ένα καλύτερο μέλλον. Συγχαρητήρια Γιάννη, δίνεις μεγάλη χαρά σε έναν ολόκληρο λαό. #NBAAwards

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Τα ξημερώματα γράφτηκε μια σπουδαία σελίδα στην ιστορία του ελληνικού μπάσκετ. Ένα δικό μας παιδί, ένας Έλληνας με καταγωγή από τη Νιγηρία, αναδείχθηκε ο πολυτιμότερος παίχτης στο κορυφαίο πρωτάθλημα του κόσμου. Ο Γιάννης Αντετοκούνμπο είναι ο MVP της κανονικής περιόδου στο #NBA.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Τόσο πολύ υποτιμάτε το πρόγραμμά σας; Μένουν 10 μέρες ακόμα. Σας καλώ να τηρήσετε το λόγο σας. Να αγνοήσετε τους επικοινωνιολόγους & να έρθετε να συζητήσουμε ανοιχτά & χωρίς φόβο για όλα τα θέματα, ενώπιον του λαού. Όποτε θέλετε. Όπου θέλετε. Θα αναμένω εκ νέου την απάντησή σας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Κύριε Μητσοτάκη τα υπόλοιπα κόμματα δήλωσαν πως αδυνατούν να παραβρεθούν στο debate της 1ης Ιουλίου. Εσείς όμως, στις 8 Μαΐου, δεσμευθήκατε ότι θα έρθετε σε τηλεοπτική αναμέτρηση -και μάλιστα σε όσες επιθυμώ- μόλις προκηρυχθούν εκλογές. Τόσο πολύ υποτιμάτε τις δεσμεύσεις σας; ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ ΑΠΟ ΤΗ ΒΟΥΛΗ: ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ Βουλή των Ελλήνων 8.5.2019 ΚΥΡΙΑΚΟΣ

ΜΗΤΣΟΤΑΚΗΣ: Αν θέλετε τηλεοπτικό διάλογο έχετε την δυνατότητα να κάνετε κάτι πάρα πολύ απλό: Προκηρύξτε τώρα εθνικές εκλογές και θα κάνουμε όσα debate θέλετε Όταν θα έχει κλείσει η Βουλή Για την οικονομία Για τις Πρέσπες Για το προσφυγικό Για όλα αυτά τα οποία με ευθύνη του Προέδρου της Βουλής Ουδέποτε συζητήθηκαν Διότι εδώ παραβιάζονται κατάφωρα τα δικαιώματα της μειοψηφίας Προ ημερησίας συζητήσεις που δεν διοργανώθηκαν ποτέ Θα συζητήσουμε λοιπόν για όλα αυτά κ. Τσίπρα όταν κλείσει η Βουλή όταν προκηρύξετε εθνικές εκλογές και στην τηλεόραση όπως πάντα γίνεται ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Ο κ. Μητσοτάκης προσπαθεί με κάθε τρόπο να αποφύγει την προγραμματική αντιπαράθεση, την αντίκρουση επιχειρημάτων. Λέει ότι είναι αποκρουστικός ο πολιτικός μου λόγος, που μιλάει για τους κινδύνους να επιστρέψει η κοινωνία σε όσα έζησε με την κυβέρνηση του κ. Σαμαρά. #Εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Ποιο ήταν το βασικό αφήγημα του κ. Μητσοτάκη τα τελευταία 3 χρόνια αλλά και στις ευρωεκλογές; Ότι θα πρέπει να γίνουν μειώσεις φόρων. Και έρχεται τώρα -3 χρόνια μετά- και αποκαλύπτει ότι αν κερδίσει τις εκλογές δεν σκοπεύει να κάνει καμία φορολογική ελάφρυνση το 2019, ούτε το 2020

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Απευθύνομαι στην ψυχή του απλού κόσμου του ΠΑΣΟΚ που έζησε με τη μνήμη για το τί σημαίνει αυτή η Δεξιά που θέλει να ξανακυβερνήσει. Αναρωτιέμαι αν αυτός ο κόσμος θα κάνει τη χάρη στην κα. Γεννηματά να δει ένα κόμμα που ίδρυσε ο Α. Παπανδρέου να γίνεται υποστύλωμα αυτής της Δεξιάς

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Ενώ όλη η Σοσιαλδημοκρατία στην Ευρώπη αγκαλιάζει τον ΣΥΡΙΖΑ, εδώ, στην Ελλάδα, η κα. Γεννηματά αγκαλιάζει τη ΝΔ του κ. Μητσοτάκη και αυτό είναι μια αντίφαση. #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Δεν μπορεί σήμερα να θέλει ένα πολιτικό κόμμα που είναι διάδοχο του ΠΑΣΟΚ, του ιστορικού ΠΑΣΟΚ, να

αυτοπροσδιορίζεται στο χώρο της Δημοκρατικής Παράταξης και της κεντροαριστεράς και να δουλεύει για την εγκαθίδρυση του κ. Μητσοτάκη στη διακυβέρνηση του τόπου. #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 25, 2019 Στη ζωή όταν δεν αλλάζεις, γίνεσαι μνημείο του εαυτού σου. Εμείς θέλουμε να αλλάζουμε, πηγαίνοντας μπροστά και φιλοδοξούμε να αποτελέσουμε τη ραχοκοκαλιά της μεγάλης δημοκρατικής και προοδευτικής παράταξης του τόπου. Συνέντευξη στο «Star». #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 26, 2019 Ο λόγος για τον οποίο αποφεύγει το debate ο κ. Μητσοτάκης είναι γιατί το πρόγραμμα της ΝΔ είναι βαθιά αντικοινωνικό. Όσο και αν προσπαθεί να το κρύψει, πίσω από πολύ ευχάριστες λέξεις, η αλήθεια είναι ότι δεν σκοπεύει να κάνει καμία φορολογική ελάφρυνση ούτε το 2019, ούτε το 2020 ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ Α. Τ. Τι εννοούν όταν μιλάνε για φοροαπαλλαγές ; Αποκάλυψε ο κ. Μητσοτάκης ότι δεν σκοπεύει να κάνει καμία φορολογική ελάφρυνση αν κερδίσει τις εκλογές, ούτε το 2019 ούτε το 2020. Θα εφαρμόσει, εάν εκλεγεί, ένα κύμα μεταρρυθμίσεων με βάση το οποίο ελπίζει να δελεάσει τους Ευρωπαίους εταίρους προκειμένου να μειώσουν τα πρωτογενή πλεονάσματα για να προχωρήσει σε αυτές τις φοροελαφρύνσεις αλλά σε βάθος τετραετίας. Πρώτο ερώτημα: για ποιο λόγο χρειάζεται να δελεάσει τους Ευρωπαίους εταίρους με κύμα μεταρρυθμίσεων για να ρίξουν τα πρωτογενή πλεονάσματα. Αφού εμείς οι ίδιοι έχουμε καταθέσει πρόταση συγκεκριμένη προκειμένου να μειωθούν κατά 1% τα πλεονάσματα από το 2020 δίχως να παραβιαστεί η συμφωνία με τους εταίρους μας. Και το δεύτερο ερώτημα: ποιο θα είναι αυτό το κύμα μεταρρυθμίσεων το οποίο θα δελεάσει τους εταίρους για κάτι το οποίο ήδη έχουμε εμείς πετύχει; Αυτές τις μεταρρυθμίσεις θα στοχεύουν κυρίως στη μείωση των δαπανών. Το πρόγραμμα της ΝΔ στοχεύει στη μείωση των δαπανών μέσα από την κατάργηση των επιδομάτων κοινωνικής στήριξης. Το πρόγραμμα της ΝΔ στοχεύει στη διατήρηση ή ακόμη περαιτέρω συρρίκνωση των ασφαλιστικών δαπανών, δηλαδή των συνταξιοδοτικών δαπανών. Άρα σημαίνει ότι οι συνταξιούχοι που είδαν το τελευταίο διάστημα να σταματάει η αιμορραγία στις συντάξεις τους και η αιμορραγία στα εισοδήματά τους πιθανότατα το επόμενο διάστημα προκειμένου να μπορέσουν να υλοποιηθούν στο τέλος της 4ετίας κάποιες υποσχέσεις για μειώσεις φόρων θα δούνε τις συντάξεις τους να συρρικνώνονται ακόμη περισσότερο. Αυτή

είναι η δική μας εκτίμηση κι εγώ οφείλω να την με ειλικρίνεια στον ελληνικό λαό.
ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας Συνέντευξη στο Star 25.06.2019 Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 26 Ιουν 2019 Κερατσίνι, Δραπετσώνα, Πέραμα, Κοκκινιά, Κορυδαλλός, Ρέντη, είναι για 'μας οι γειτονιές της περηφάνιας μας. Είναι το πρόσωπο της Ελλάδας που επιμένει, αντιστέκεται και προκόβει στις πιο δύσκολες συνθήκες. Ομιλία στη Δραπετσώνα. #εκλογες_2019 #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 26 Ιουν 2019 Η ΝΔ της κυβέρνησης Σαμαρά, με Υπουργό τον κ. Μητσοτάκη, στάθηκε σκληρά απέναντι στην ομαλότητα της Δημοκρατίας. Το μόνο που φρόντισε ήταν η επιβολή των μνημονίων & των αντιλαϊκών μέτρων. «Ο καθένας μόνος του κι όποιος αντέξει» ήταν & είναι η πεμπτουσία της πολιτικής τους.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 26 Ιουν 2019 Ομαλότητα & σταθερότητα είναι να συνεχίσουμε τη προσπάθεια για να επιστρέψει η ανεργία στα προ κρίσης επίπεδα, με νέες αξιοπρεπώς αμειβόμενες δουλειές. Να στηρίζουμε την υγιή επιχειρηματικότητα, τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της παραγωγής

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 26 Ιουν 2019 Η ΝΔ ήδη έχει έρθει σε συμφωνία με μεγαλοϊδιοκτήτες Διαγνωστικών Κέντρων για να τους παραδώσει μέρος του προσωπικού αλλά και των υποδομών του ΕΣΥ, προκειμένου να αυξήσουν τα κέρδη τους στη πλάτη του ελληνικού λαού. #Δραπετσωνα #εκλογες_2019 #ΤώραΣΥΡΙΖΑμας, να ενισχύσουμε το κοινωνικό κράτος.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 26 Ιουν 2019 Η ΝΔ ήδη διαμοιράζει τα μάτια των Ελλήνων & εξαργυρώνει την ψήφο τους, πριν την πάρει. Όπως αποκαλύφθηκε σήμερα, βρίσκεται σε προχωρημένες επαφές με πολυεθνικούς ασφαλιστικούς ομίλους, για να τους παραδώσει την επικουρική ασφάλιση. Δηλαδή τις συντάξεις. #εκλογες2019 #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 26 Ιουν 2019 Εδώ και 4 χρόνια η κυβέρνηση δεν βρήκε ούτε μια μέρα ησυχίας. Πιέσεις & εκβιασμοί στο εξωτερικό,

υπονόμευση στο εσωτερικό. Κανείς δεν μπορεί να μας κατηγορήσει ότι συμβιβαστήκαμε & γίναμε σαν τους άλλους ή ότι υπήρξε έστω ένας Υπουργός που έβαλε το χέρι του στο μέλι της εξουσίας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 26 Ιουν 2019 Αποδείξαμε, στην πράξη, ότι η ανάπτυξη δεν έχει ως προϋπόθεση την καταστροφή των πιο ευάλωτων κοινωνικών στρωμάτων, εν ονόματι των κερδών της ολιγαρχίας. Ότι η κοινωνική δικαιοσύνη είναι κινητήρας ανάπτυξης και όχι τροχοπέδη, όπως την εμφανίζουν οι αντίπαλοί μας. #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 26 Ιουν 2019 Μαζί καταφέραμε να ξαναστήσουμε την Ελλάδα στα πόδια της, στηρίζοντας τους πιο αδύναμους. Χωρίς να αφήσουμε κανέναν μόνο του απέναντι στη κρίση. Εμείς, εσείς, όλοι μαζί, ελευθερώσαμε τη χώρα από το ζυγό των δανειστών & το πετύχαμε με την κοινωνία όρθια. #Δραπετσωνα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 27 Ιουν 2019 Προσπαθούν βουβά, μέσα στη λήθη, στη θερινή ραστώνη, να μας οδηγήσουν εκεί που θέλουν. Είναι λένε προδιαγεγραμμένο ότι οι Έλληνες θα επιστρέψουν σε αυτούς που μας χρεοκόπησαν. Όμως η Ελλάδα που βγήκε από τα μνημόνια χρειάζεται ενότητα & προοπτική. #Καβαλα

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 27 Ιουν 2019 Την περίοδο 2010-14 χάσαμε 1 εκατ. δουλειές. Από τότε όμως, δημιουργήθηκαν 400.000 νέες θέσεις εργασίας & η ανεργία έπεσε 8%. Ο κατώτατος μισθός αυξήθηκε 11%, 250.000 εργαζόμενοι έχουν καλύτερους μισθούς & καλύτερες συνθήκες γιατί επαναφέραμε τις συλλογικές διαπραγματεύσεις.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 27 Ιουν 2019 7 στις 10 νέες θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν από το 2015 είναι πλήρους απασχόλησης. Έχουμε το σχέδιο ώστε η σταθερή εργασία να γίνει κανόνας. Μπορούμε -και θα το πετύχουμε- να τελειώνουμε με το σκληρό καθεστώς της ελαστικής και της μαύρης εργασίας. #Καβαλα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 27 Ιουν 2019 Θέλουμε μια Ελλάδα της ανάπτυξης για όλους. Από τα 7 χρόνια ύφεσης ως το 2014, συμπληρώνουμε φέτος 4 συνεχόμενα έτη ανάπτυξης. Οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις καταγράφουν ρεκόρ 10τίας. Οι εξαγωγές, η βιομηχανία, η οικοδομή, ο τουρισμός καταγράφουν εξαιρετικές επιδόσεις την τελευταία 3τα

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 27 Ιουν 2019 Θέλουμε μια χώρα που πρωταγωνιστεί στα μεγάλα διεθνή projects στην ενέργεια, στο εμπόριο, τη ναυτιλία, τον τουρισμό, τον πολιτισμό. Που δίνει το παράδειγμα της υπεράσπισης των πανανθρώπινων αξιών με τη στάση της στο προσφυγικό & ενισχύει το ρόλο της στα Βαλκάνια & τη ΝΑ Μεσόγειο.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 27 Ιουν 2019 Η ΝΔ λέει «λιγότεροι φόροι» αλλά εννοεί λιγότερο κοινωνικό κράτος. Η ΝΔ λέει «καλύτερες δουλειές» αλλά εννοεί δουλειές χωρίς δικαιώματα και αξιοπρεπή μισθό. Η ΝΔ λέει «ισχυρή ανάπτυξη» αλλά εννοεί επιστροφή στο 2014. #εκλογες

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 27 Ιουν 2019 Η Νέα Δημοκρατία, η παράταξη που μας βούτηξε στο βούρκο της παραπολιτικής, σήμερα κρύβεται πίσω από γενικόλογες αναφορές που με συνέπεια επαναλαμβάνουν τα στελέχη της σε κάθε δημόσια εμφάνιση. #Καβαλα #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 27 Ιουν 2019 Η Ελλάδα έχει την ιστορική ευκαιρία για μια 10ετία ανάπτυξης, δικαιοσύνης & προοπτικής. Χωρίς μνημόνια, με υγιή δημόσια οικονομικά, με τεράστιες παραγωγικές δυνατότητες, με ένα λαό εργατικό, με μια νέα γενιά με γνώση & δημιουργικότητα όσο καμία άλλη στην ιστορία της πατρίδας μας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 28 Ιουν 2019 Ο κύριος Μητσοτάκης, ζήτησε να ακούνε οι Έλληνες τον ίδιο, για να εξακριβώσουν τις προθέσεις του. Εδώ, οι προθέσεις του για τις επικουρικές συντάξεις. Είναι η πρώτη του συνέντευξη μετά την εκλογή του στην προεδρία της ΝΔ. ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ Τι θα κάνει ο κ. Μητσοτάκης με τις επικουρικές συντάξεις (Κ.Μ. στο δελτίο ειδήσεων στο ΣΚΑΙ) Σία Κοσιώνη: Αλλά λέτε και «ναι» σε μείωση επικουρικών δηλαδή σε

μείωση συντάξεων Κ.Μ. Δεν το έκρυψα. Γι' αυτό σας λέω ότι εγώ μιλάω με τη γλώσσα της αλήθειας και θέλω αύριο να πράττω και το έργο της αλήθειας. ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 28 Ιουν 2019 Σχέδιο μας είναι η Ελλάδα που προχωρά μπροστά, αυτοδύναμη, κυρίαρχη, ελεύθερη, δημιουργική. Ομιλία στην Τρίπολη. <https://youtu.be/5nkEDeZ67Uk> #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες #εκλογες2019 Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 28 Ιουν 2019 Θέλουμε μια Ελλάδα με περισσότερες & καλύτερες δουλειές. Δεν ξεχνάμε ότι την περίοδο 2010-14, 1 εκατ. πολίτες βγήκαν στην ανεργία. Επί των ημερών μας 400.000 ξανάπιασαν δουλειά, ο κατώτατος μισθός αυξήθηκε 11%, 250.000 εργαζόμενοι έχουν καλύτερους μισθούς. #Τριπολη #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 28 Ιουν 2019 Οι πολιτικοί μας αντίπαλοι επιθυμούν οι πολίτες να προσέλθουν στη κάλπη δίχως να γνωρίζουν τα προγράμματα & τις θέσεις των κομμάτων. Αρνούνται τη πολιτική αντιπαράθεση, την τηλεοπτική αναμέτρηση ανάμεσα στους πολιτικούς αρχηγούς ενώ ο κ. Μητσοτάκης αποφεύγει το debate.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 28 Ιουν 2019 Ο κ. Μητσοτάκης έχει κρυφό σχέδιο & πρόγραμμα. Θέλει να συνεχίσει το έργο κοινωνικής λεηλασίας του κ. Σαμαρά, που ο λαός σταμάτησε το 2015. Είναι αυτό που έφερε την ανεργία στο 28%, που προκάλεσε 300.000 λουκέτα, που επέβαλε φόρους για τη μεσαία τάξη & τους αδύναμους οικονομικά.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 28 Ιουν 2019 Ο ΣΥΡΙΖΑ έκανε βιώσιμο το ασφαλιστικό σύστημα. Σταματήσαμε τις περικοπές. Τώρα προαναγγέλλουν ότι θα ξεπουλήσουν την επικουρική ασφάλιση σε ιδιώτες. Αυτό σημαίνει ότι οι ασφαλισμένοι θα σταματήσουν να πληρώνουν εισφορές & άρα δεν θα υπάρχουν χρήματα για τις επικουρικές συντάξεις.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 28 Ιουν 2019 Ακούμε ότι μέρος του «κύματος των μεταρρυθμίσεων» της ΝΔ θα είναι η εκ νέου αλλαγή του ασφαλιστικού. Πρώτα τζογάρανε τα αποθεματικά των ασφαλιστικών ταμείων στο

χρηματιστήριο. Αργότερα στα δομημένα ομόλογα. Κουρέψανε τα ομόλογα του δημοσίου με το PSI, αφήνοντας άδεια τα ταμεία.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 28 Ιουν 2019 Είμαστε πιο έτοιμοι, πιο αποφασισμένοι, πιο σίγουροι από ποτέ. Μπορούμε και θα ζήσουμε καλύτερα σε αυτό τον τόπο. Μπορούμε να δώσουμε ξανά προοπτική στη νέα γενιά. Μπορούμε να χτίσουμε μια κοινωνία ισότητας και αλληλεγγύης. #Τριπολη #ΤωραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 29 Ιουν 2019 Ο ΣΥΡΙΖΑ είναι ένα κόμμα που συνεχώς εξελίσσεται. Δεν υπήρξε ποτέ δογματικός. Δεν απομακρυνθήκαμε ποτέ από τις ιδεολογικές καταβολές και τον βασικό μας προσανατολισμό: να υπερασπιζόμαστε τον κόσμο της εργασίας, τους «πολλούς». Συνέντευξη στο @popagandagr https://popaganda.gr/people/alexis-tsipras-59lepta/?fbclid=IwAR3ZBhmtBPIyC_wi0MtWYIodSCSLD84uXS7KvTxFAYdyNFeI9nKxbXBAFC0

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Απαλλαγμένοι από το βραχνά του μνημονίου, ήρθε η ώρα να δρέψουμε τους καρπούς των προσπαθειών μας όλα αυτά τα χρόνια. Και στις 7 Ιούλη, θα κάνουμε το αποφασιστικό βήμα για να ζήσει κάθε αγρότης καλύτερα στον τόπο του. <https://youtube.com/watch?v=HBxezQhykI0>

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 29 Ιουν 2019 Χρειάζεται πιο δίκαιη φορολογία των αγροτών με την εισαγωγή ενός αντικειμενικού τεκμαρτού μεικτού συστήματος φορολόγησης, που θα λαμβάνει υπόψη και τοπικές ιδιαιτερότητες του αγροτικού επαγγέλματος. Και προσανατολιζόμαστε στην περαιτέρω μείωση του φόρου συνεταιρισμένων αγροτών.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras 29 Ιουν 2019 Απάντηση στον χρήστη @atsipras Το αγροτικό εισόδημα, συμπεριλαμβανομένων των κοινοτικών ενισχύσεων, μέχρι το 2015 φορολογούνταν από το πρώτο ευρώ. Σήμερα κάθε αγρότης απολαμβάνει 3 ειδών αφορολόγητο. Υπάρχει ανάγκη για δημιουργία μιας αναπτυξιακής τράπεζας για τους αγρότες & δεσμευόμαστε για τη δημιουργία της

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Ο εκσυγχρονισμός των μεταποιητικών μονάδων σε συνεταιρισμούς όπως της Ζαγοράς, θα οδηγήσει στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας και στην κατάκτηση νέων αγορών για τα ελληνικά προϊόντα αλλά και στην αύξηση της απασχόλησης.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Στην ΕΕ το 40% της αξίας των γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων περνά μέσα από τους συνεταιρισμούς. Στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσοστό είναι κάτω από 10%. Ένα ποσοστό δυστυχώς χαμηλότερο από αυτό στην ΕΕ, που όμως όλα αυτά τα χρόνια, όπως ξέρετε, πασχίζουμε να το αυξήσουμε.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Σήμερα έχουμε περίπου 800 υγιείς και ενεργούς συνεταιρισμούς. Από αυτούς οι 48 πετυχαίνουν τζίρους άνω των 5 εκατ. ενώ 227 πάνω από 500.000 έως 5 εκατ. Σημαντικό επίσης είναι ότι συμμετέχουν 130.000 αγρότες στους συνεταιρισμούς της χώρας μας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Replying to @atsipras Η Ελλάδα είναι μια από τις χώρες της ΕΕ με το μικρότερο μέγεθος κλήρου και οι συνεταιρισμοί των αγροτών είναι το βασικό εργαλείο για να αυξηθεί το μέγεθος και άρα και η ανταγωνιστικότητα της παραγωγής και η διαπραγματευτική δύναμη του κάθε μικρού αγρότη.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Επισκέφθηκα σήμερα τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Ζαγοράς, ένα πετυχημένο παράδειγμα συνεταιρισμού. Αιχμή του δόρατος για την Ελλάδα που οραματιζόμαστε είναι η αναγέννηση του συνεταιριστικού κινήματος όχι μόνο στον αγροτικό χώρο αλλά σε όλη την οικονομία.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Απαλλαγμένοι από το βραχνά του μνημονίου, ήρθε η ώρα να δρέψουμε τους καρπούς των προσπαθειών μας όλα αυτά τα χρόνια. Και στις 7 Ιούλη, θα κάνουμε το αποφασιστικό βήμα για να ζήσει κάθε αγρότης καλύτερα στον τόπο του.
<https://youtube.com/watch?v=HBxezQhykI0>

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Μια ιστορικής σημασίας εκλογική μάχη εξελίσσεται στα βουβά. Η αντιπολίτευση & τα ΜΜΕ που τη στηρίζουν, έχουν επιβάλει σιωπητήριο στην προγραμματική συζήτηση. Παραθέτουν μονάχα σλόγκαν, ανώδυνες ατάκες & κρύβουν τα όσα σχεδιάζουν. Ομιλία στον Βόλο. [#ΣΥΡΙΖΑ](https://youtube.com/watch?v=YH0sBWPI0bQ&feature=youtu.be&fbclid=IwAR3sxvsUZM_G2JEI3mI TIEugdWHjbExzZVyG6J814iENaz9ju_4L_HO3IKs)

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Οι πολιτικοί μας αντίπαλοι λένε για «ισχυρή ανάπτυξη» αλλά το μόνο που μπορούν να φέρουν είναι μια ανάπτυξη για τους ισχυρούς. Αυτό όντως το πέτυχαν όταν κυβέρνησαν. Έφτιαξαν μια ολιγαρχία η οποία τους το ανταποδίδει με απλόχερη στήριξη σε χορηγίες & επικοινωνιακή στήριξη. #Βολος

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Replying to @atsipras Λένε ότι είναι ιδιοκτησία τους. Είναι κληρονομικό τους δικαίωμα. Εμείς δεν γεννηθήκαμε στα σαλόνια της εξουσίας, ούτε μάθαμε τη πολιτική στους διαδρόμους της, αλλά στους δρόμους του αγώνα για το δίκιο του λαού. Άφησαν μια χώρα με 400 δις φέσι και άδεια ταμεία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Πως βρέθηκε η χώρα στο χείλος του γκρεμού; Ο ένας παρέδωσε 24 δις έλλειμμα, ο άλλος έφερε το ΔΝΤ, ο επόμενος ήταν διορισμένος τραπεζίτης. Και ο τελευταίος έφτασε την ανεργία το 28% και γέμισε λουκέτα την αγορά. Έριξαν τη χώρα στο γκρεμό και τώρα που τη βγάλαμε τη ζητάνε πίσω.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Replying to @atsipras Μπορούν αυτά να τα προσφέρουν οι άνθρωποι που μας χρεοκόπησαν; Που αποπειράθηκαν να μας διχάσουν χωρίζοντας μας σε προδότες κι εθνικόφρονες; Το 2015 ενώσαμε δυνάμεις με κάθε δημοκρατικό πολίτη. Χωρίς αυτή τη μεγάλη κοινωνική πλειοψηφία, η χώρα θα βρισκόταν ακόμα στα χέρια του ΔΝΤ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Κάθε Ελληνίδα μάνα, χρειάζεται ασφάλεια για το μέλλον των παιδιών της. Κάθε εργαζόμενος, χρειάζεται ασφάλεια στην εργασία και προοπτική για ένα καλύτερο μισθό. Κάθε νέα και νέος, θέλει να μπορέσει ξανά να ονειρευτεί και να δημιουργήσει στον τόπο που γεννήθηκε.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Θέλουμε μια Ελλάδα με ισχυρό κοινωνικό κράτος. Που θα μπορούν όλοι να έχουν πρόσβαση σε καλά δημόσια νοσοκομεία και ποιοτικές υπηρεσίες υγείας. Με καλά Δημόσια σχολεία, πανεπιστήμια για τη νέα γενιά. Με ισχυρή κοινων. αλληλεγγύη που δε θα αφήνει κανένα συμπολίτη μας στο περιθώριο

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Πήραμε μια οικονομία ερημωμένη και σήμερα είμαστε σε 9ο συνεχόμενο τρίμηνο ανάπτυξης. Ξένες επενδύσεις, εξαγωγές, βιομηχανία, οικοδομή και τουρισμός καταγράφουν εξαιρετικές επιδόσεις. Αυτή η πορεία θα συνεχιστεί αν συνεχίσουμε προς τα εμπρός και δε κάνουμε αναστροφή προς τα πίσω.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Το σχέδιο τους έχει ως προϋπόθεση να καταργήσει επιδόματα, να απολύσει εργαζόμενους στο δημόσιο, να κόψει συντάξεις, πόρους από Πρόνοια, Παιδεία & Υγεία. Να αυξήσει τις τιμές των φαρμάκων, να κάνει τα χατίρια των πολυεθνικών. Να ακυρώσει όλα όσα στήριζαν την κοινωνία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Ξυπνάμε κάθε πρωί με την έγνοια των παιδιών μας και για κάθε παιδί που ξυπνά να πάει στον παιδικό σταθμό, στο σχολείο. Με το άγχος κάθε γονιού που θέλει να δώσει στο παιδί του όσα χρειάζονται για να έχει ένα ασφαλές μέλλον. Γι' αυτό συνεχίζουμε τη μάχη και θα την κερδίσουμε ξανά.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 29, 2019 Σχέδιό μας είναι η Ελλάδα που προχωρά μπροστά. Σχέδιό μας είναι μια Ελλάδα που θα τη χτίσουμε όλοι μαζί. Μια Ελλάδα που στηρίζεται ξανά στις δικές της δυνάμεις. #Βολος #ΤωραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες2019 #εκλογες #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 30, 2019 Στην πολιτική, τη μεγαλύτερη αξία έχουν οι άνθρωποι, όχι οι αριθμοί. Γι' αυτό ως Πρωθυπουργός, τους ανθρώπους νοιάζομαι πάνω απ' όλα. #ΤωραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες #εκλογες_2019 <https://youtu.be/TH3DjYLQYEg> Δεν γεννήθηκα πολιτικός Σε μία γειτονιά της Αθήνας μεγάλωσα Εκεί έμαθα ότι μεγαλύτερη αξία έχουν οι

άνθρωποι Όχι οι αριθμοί Με αυτόν το σκοπό διαδήλωσα, αγωνίστηκα, ασχολήθηκα με την πολιτική Ως Πρωθυπουργός, τους ανθρώπους νοιάζομαι, πάνω από όλα Για μία Ελλάδα με ανθρωπιά και δικαιοσύνη Στις 7 Ιουλίου να είσαι εκεί Αποφασίζουμε για τη ζωή μας ΠΡΩΤΑ Η ΖΩΗ ΜΑΣ ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 30, 2019 με Ο κ. Μητσοτάκης αποφεύγει την προγραμματική αντιπαράθεση γιατί δεν θέλει οι πολίτες να ακούσουν τι πρεσβεύει ο καθένας. Ο ΣΥΡΙΖΑ ούτε κρύβεται, ούτε φοβάται. Έχουμε επιχειρήματα, έχουμε το δίκιο το μέρος μας. #ΤωραΣΥΡΙΖΑ #Εκλογες_2019 <https://facebook.com/tsiprasalexis/photos/a.10150189504248054/10157461437318054/?type=3&theater>

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 30, 2019 Αποφάσισα τη Τρίτη το βράδυ να πάω στη τηλεόραση του ΣΚΑΙ. Να ακουστούν & εκεί τα επιχειρήματά μας. Αν ο κ.Μητσοτάκης αποφάσισε να δοξαστεί κρυπτόμενος, εμείς θα εξαντλήσουμε όλες τις δυνατότητες για να φτάσει η αλήθεια σε όλο τον λαό.Χωρίς κανένα φόβο, σε οποιοδήποτε περιβάλλον.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 30, 2019 Συνάντηση με τον Πορτογάλο Πρωθυπουργό Αντόνιο Κόστα, στις Βρυξέλλες. Συμφωνήσαμε, να δώσουμε σήμερα μαζί τη μάχη, για να τερματιστεί η 15χρονη κυριαρχία του Ευρωπαϊκού Λαϊκού Κόμματος στην προεδρία της Κομισιόν, στηρίζοντας την υποψηφιότητα του Φρανς Τίμερμανς.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jun 30, 2019 Στη συνάντηση με την επικεφαλής των Ευρωπαίων Πρασίνων, Σκα Κέλερ συζητήσαμε για τη νέα ηγεσία της ΕΕ, καθώς και για τα επόμενα βήματα στη συνεργασία μας με τους Πράσινους στην Ευρώπη και την Ελλάδα.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 1, 2019 Στα γραφεία της Ισπανικής Αντιπροσωπείας, μετά τη συνάντηση των οκτώ προοδευτικών πρωθυπουργών.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 1, 2019 Έχουμε μπροστά μας την πιο κρίσιμη εβδομάδα. Την τελική ευθεία. Δεν κυνηγάμε ανεμόμυλους. Η ανατροπή θα

έρθει εφόσον ο καθένας & η καθεμία από μας φέρει στην κάλπη άλλον έναν άνθρωπο που θέλει να ζήσει καλύτερα σε αυτό τον τόπο. Ομιλία στο Ηράκλειο. #Κρητη

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 1, 2019 Την επόμενη Κυριακή δεν έχει σημασία αν είμαστε αριστεροί, δεξιοί ή κεντρώοι. Σημασία έχει τι θα ξημερώσει για τον ελληνικό λαό & τη πατρίδα μας. Γι' αυτό θα πάμε στη κάλπη έχοντας στο νου, πρώτα τη ζωή μας, πρώτα το μέλλον των παιδιών μας, πρώτα τη πατρίδα μας. #Ηρακλειο #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 1, 2019 Τολμήσαμε με γενναιότητα & πατριωτισμό και ανοίξαμε δρόμους εκεί που κανείς άλλος δεν τόλμησε. Καταφέραμε σε 4 χρόνια και μετατρέψαμε την Ελλάδα από μαύρο πρόβατο της Ευρώπης σε χώρα με κύρος & αξιοπιστία αλλά και φάρο της φιλίας και της ενότητας των λαών στα Βαλκάνια. #Ηρακλειο

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 1, 2019 Είμαστε περήφανοι γιατί πάντα στην ιστορία της Ελλάδας, από την εποχή του Ελευθέριου Βενιζέλου ως σήμερα, όποτε αυτή η παράταξη κλήθηκε να διαχειριστεί εθνικά θέματα, έβαλε πάντοτε μπροστά τη πατρίδα και το συμφέρον του τόπου. #Ηρακλειο #Κρητη #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 1, 2019 Πίσω από τα συνθήματα της ΝΔ και του κ. Μητσοτάκη, κρύβεται η αλήθεια: Λένε «λιγότεροι φόροι» αλλά εννοούν λιγότερο κοινωνικό κράτος, κατάργηση των επιδομάτων κοινωνικής στήριξης, διάλυση & ιδιωτικοποίηση του δημόσιου συστήματος ασφάλισης & του ΕΣΥ. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #Ηρακλειο

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 1, 2019 Έχουμε σχέδιο και μπορούμε να χτίσουμε μια κοινωνία ισότητας και αλληλεγγύης, να δώσουμε προοπτική στη νέα γενιά, να ζήσουμε καλύτερα. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες #Ηρακλειο #Κρητη

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Δεν αξίζει στην Ελλάδα και δεν μας αξίζει να περάσουμε ξανά την δοκιμασία που ζήσαμε ως το 2014. Να

γυρίσουμε στην εποχή που όλοι θέλουμε να ξεχάσουμε όπου ο καθένας μόνος του θα παλεύει να επιβιώσει και όποιος αντέξει. Την επόμενη Κυριακή αποφασίζουμε για τη ζωή μας. #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Οι αδύναμοι οικονομικά θυμούνται ποιος τους οδήγησε στο περιθώριο, ποιος δημιούργησε συνθήκες ανθρωπιστικής κρίσης και έφερε 300.000 λουκέτα. Όλες οι κοινωνικές κατηγορίες έχουν πλήρη επίγνωση του παρελθόντος.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Το 2015 ήρθαμε για να ενώσουμε την κοινωνική πλειοψηφία σε ένα σχέδιο αποτροπής της πορείας προς την καταστροφή και την κοινωνική λεηλασία. Σήμερα ζητάμε ψήφο για να συνεχίσουμε την προσπάθεια προς τα εμπρός. Να μην γυρίσουμε στις μαύρες μέρες της διακυβέρνησης Σαμαρά.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Συνέντευξη στα περιφερειακά κανάλια Ήπειρος TV1, Star Κεντρικής Ελλάδας, Ena Channel, Κρήτη TV, Ionian TV, TRT- Δίκτυο HELLASNET, Flash TV, Δέλτα Τηλεόραση.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Η ΝΔ υιοθετεί και τις τρεις εμμονές του ΔΝΤ για την Ελλάδα: Τη μείωση της συνταξιοδοτικής δαπάνης, τη συρρίκνωση του δημόσιου τομέα με το 1 προς 5, την ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων. Εμείς λέμε την αλήθεια στον ελληνικό λαό & ο ελληνικός λαός ας βγάλει τα συμπεράσματά του

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Είναι κατανοητό και θεμιτό οι πολίτες να έχουν μεγαλύτερες προσδοκίες κυρίως από εμάς. Σήμερα έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε μια κυβέρνηση η οποία έδωσε τη δυνατότητα να βγούμε από τη χρεοκοπία και σε αυτούς που χρεοκόπησαν τη χώρα και τους οδήγησαν σε περιπέτεια και λεηλασία.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Οι πολίτες πρέπει να γνωρίζουν ότι ενώ η ΝΔ και ο κ. Μητσοτάκης μίλαγε εδώ και τρία χρόνια για μειώσεις φόρων, σήμερα λέει ότι, εάν εκλεγεί, αυτές θα έρθουν στο τέλος της 4ετίας

και εφόσον οι εταίροι δελεαστούν από ένα κύμα μεταρρυθμίσεων, ένα τσουνάμι κοινωνικής λεηλασίας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Το πρόγραμμα της ΝΔ δημιουργεί μια τεράστια μαύρη τρύπα στο ασφαλιστικό μας σύστημα. Πως θα καλυφθεί; Πως ακριβώς εγγυάται ο κ. Μητσοτάκης ότι 1.200.000 συνταξιούχοι θα συνεχίσουν να παίρνουν επικουρική σύνταξη;

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Το σύστημα σήμερα είναι τέτοιο, ώστε όλα τα χρήματα που εισπράττονται από τους εργαζόμενους, να πηγαίνουν στους σημερινούς συνταξιούχους. Εάν πάψουν οι σημερινοί ασφαλισμένοι να δίνουν εισφορές για την επικουρική σύνταξη, οι συνταξιούχοι δεν θα μπορούν να πάρουν επικουρική σύνταξη

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Σειρά δημοσιευμάτων που βλέπουν το φως της δημοσιότητας -και τα οποία δεν τα έχουν αρνηθεί οι σύμβουλοι της ΝΔ ή οι υπεύθυνοι τομεάρχες- αναφέρουν ότι η ΝΔ έχει ετοιμάσει ένα σχέδιο ιδιωτικοποίησης της επικουρικής ασφάλισης.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Αν υπάρχει μια Κυβέρνηση η οποία έχει φροντίσει να προσδιορίσει τι εννοεί όταν μιλάει για την εύηχη λέξη «ανάπτυξη», είμαστε εμείς που κάναμε τα Περιφερειακά Συνέδρια, που βρεθήκαμε δίπλα με τους παραγωγικούς φορείς, με την Τοπική Αυτοδιοίκηση, με τους ανθρώπους της Περιφέρειας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Σε αυτές τις εκλογές έχουμε δυο επιλογές: Να προχωρήσουμε μπροστά όλοι μαζί ή να επιστρέψουμε πίσω, στη λιτότητα, την ανασφάλεια, την αδικία. Αυτό είναι το διακύβευμα των εκλογών. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ https://youtube.com/watch?v=q7Vx2scB_Qw Α. Τ. ΣΠΟΤΑΚΙ Σήμερα η Ελλάδα είναι ελεύθερη Ανήκει και πάλι στους Έλληνες Σ' αυτές τις εκλογές όμως, έχουμε δύο επιλογές #ΠροοδευτικήΣυμμαχία Η πρώτη είναι να προχωρήσουμε μπροστά όλοι οι Έλληνες μαζί Η δεύτερη είναι να γυρίσουμε πίσω Στη λιτότητα, την ανασφάλεια, την αδικία Να αφηθεί ο καθένας μόνος του κι όποιος αντέξει Αυτό τον κίνδυνο πρέπει να αποτρέψουμε Στις 7 Ιουλίου να είσαι εκεί

Αποφασίζουμε για τη ζωή μας ΠΡΩΤΑ Η ΖΩΗ ΜΑΣ ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 #εκλογες Σήμερα, πλέον, αποδεικνύεται η μεγάλη υποκρισία και τα εθνικά ψεύδη της ΝΔ στο Μακεδονικό. Αποδεικνύεται η εθνική συκοφαντία και η σκευωρία που έστησαν εναντίον μας. Εκεί όπου θα έπρεπε να είμαστε όλοι ενωμένοι, αποφάσισαν να διχάσουν το λαό για να κερδίσουν λίγες ψήφους. ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ Τι πιστεύει στ' αλήθεια ο κ. Μητσοτάκης για τη Συμφωνία των Πρεσπών; Α. Τ. Εδώ και 14 χρόνια έχουν παραδώσει το όνομα «Μακεδονία» στους γείτονες χωρίς κανέναν προσδιορισμό και χωρίς κανέναν όρο για την αλλαγή της συνταγματικής τους ονομασίας. «Μακεδονία» σκέτο στο εσωτερικό και «Μακεδονία – Σκόπια» στο εξωτερικό. Αυτό αποδέχθηκαν ως βάση της λύσης 14 χρόνια πριν. Αλλά το χειρότερο δεν είναι αυτό. Το χειρότερο ήταν ότι όταν εμείς κερδίσαμε όλα όσα δεν διανοήθηκαν ποτέ αυτοί να διεκδικήσουν τότε άρχισαν να υποκρίνονται τους Μακεδονομάχους και να μιλούν για προδοσίες και να ηγούνται συλλαλητηρίων. Ο κ. Μητσοτάκης λοιπόν μετά από αυτές τις αποκαλύψεις οφείλει μία δημόσια συγγνώμη. Μία δημόσια συγγνώμη εκ μέρους της Νέας Δημοκρατίας για όλα αυτά απ' όλο τον ελληνικό λαό και κυρίως από τους χιλιάδες απλούς συμπολίτες μας που διαδήλωναν δίπλα στα στελέχη της Νέας Δημοκρατίας φωνάζοντας «Η Μακεδονία είναι μόνο μία» και ότι ο ΣΥΡΙΖΑ δίνει το όνομα. Και κυρίως οφείλει να εξηγήσει σε όλους αυτούς που παραπλανούσε με συνθήματα πατριωτικής ευαισθησίας τι ακριβώς σκοπεύει να κάνει με τη Συμφωνία των Πρεσπών αν τυχόν εκλεγεί μας λέει «να επιτηρεί την πιστή της εφαρμογή». Μα αν είναι προδοτική γιατί θέλει να επιτηρεί την πιστή της εφαρμογή. Είμαστε περήφανοι γιατί πάντα στην ιστορία της Ελλάδας μας από την εποχή του Ελευθερίου Βενιζέλου ως σήμερα όποτε αυτή η παράταξη κλήθηκε να διαχειριστεί εθνικά θέματα έβαλε πάντοτε μπροστά την πατρίδα και το συμφέρον του τόπου. Το πατριωτικό συμφέρον. ΣΥΡΙΖΑ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ Αλέξης Τσίπρας Ομιλία στο Βόλο 29.06.2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 2, 2019 Συνέντευξη στο κεντρικό δελτίο ειδήσεων του ΣΚΑΪ. <https://youtu.be/VYckk8JttO4> #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Η στρατηγική συμπόρευση της Αριστεράς με την Οικολογία πρέπει να πάρει σάρκα και οστά σε παγκόσμια κλίμακα. Ομιλία στην κοινή εκδήλωση του #ΣΥΡΙΖΑ–Προοδευτική Συμμαχία με τους Οικολόγους Πράσινους, με αφορμή την κοινή κάθοδο στις #εκλογές της 7ης Ιουλίου.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Η ανάγκη των αγορών για ολοένα και περισσότερη ανάπτυξη, χωρίς όρους και όρια -όπως αυτή που ευαγγελίζονται οι πολιτικοί μας αντίπαλοι- είναι η αιτία της καταστροφής του περιβάλλοντος. Αυτό είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που έχει κληθεί ποτέ να αντιμετωπίσει συλλογικά η ανθρωπότητα

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Έχουμε εισέλθει σε μία διαφορετική περίοδο, όπου οι προκλήσεις για το περιβάλλον είναι συνεχώς και πιο έντονες. Η κλιματική αλλαγή είναι η νέα πραγματικότητα. Η υπέρμετρη ανάπτυξη, η αλόγιστη σπατάλη των φυσικών πόρων, καταστρέφουν το περιβάλλον και εντείνουν το πρόβλημα.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Η βιώσιμη ανάπτυξη που επιθυμούμε δεν είναι εμπόδιο για την παραγωγή, αλλά αναπτυξιακός πόρος. Δημιουργεί ευκαιρίες για νέα επιχειρηματικότητα & καλύτερη ποιότητα ζωής, σε ένα παγκόσμιο περιβάλλον που επενδύει στην αειφορία & στην κλιματική ουδετερότητα. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Με την έξοδο από τα μνημόνια, η Ελλάδα πρέπει να μπει στο δρόμο της βιώσιμης ανάπτυξης, που βασίζεται σε νέα εργασία, νέο πραγματικό προϊόν & ευκαιρίες για όλους, στη βάση της παγκόσμιας πολιτικής ατζέντας για Βιώσιμη Ανάπτυξη & της υλοποίησης της Συμφωνίας των Παρισίων. #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Διεκδικούμε ένα φιλόδοξο Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης για την επίτευξη των Παγκόσμιων Στόχων για τη βιώσιμη ανάπτυξη σε επίπεδο ΕΕ. Με πρωτοβουλία της Ελλάδας, προωθούμε εντός του 2019,

τη Βαλκανική συμφωνία 10 κρατών για την κλιματική ουδετερότητα έως το 2050.
#ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Οι στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης του ΟΗΕ & η συμφωνία των Παρισίων, με προσαρμογή στο στόχο για τον 1,5 βαθμό Κελσίου, αποτελούν τον πυρήνα της πολιτικής μας στρατηγικής. Με ριζική στροφή στην πράσινη ενέργεια -32% παραγωγή ΑΠΕ και 32,5% εξοικονόμηση ενέργειας μέχρι το 2030.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Είμαστε έτοιμοι να πάμε μπροστά όλοι μαζί, ενώνοντας δυνάμεις. Για να προστατεύσουμε την πορεία της χώρας, της οικονομίας, τους εργαζόμενους αλλά και το περιβάλλον, τον φυσικό πλούτο της πατρίδας μας. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Και όσοι μείνουν να μπορούν να προσφέρουν στην πατρίδα με τη γνώση και τις δυνατότητές τους. Θέλω όμως να πω στους νέους και τις νέες που φεύγουν στο εξωτερικό να κρατούν πάντα την πόρτα ανοιχτή πίσω τους. Να μη ρίχνουν μαύρη πέτρα! Συνέντευξη στη @lifomag

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Είναι σπουδαίο να μπορεί κάποιος να ζήσει και να εργαστεί στο εξωτερικό, να διευρύνει τους ορίζοντές του, να αποκτήσει περισσότερες γνώσεις και εμπειρίες. Όραμα μου είναι να γυρίσουν εκείνοι που είναι έξω @lifomag

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Η μεγάλη ανατροπή της Κυριακής είναι πρώτα απ' όλα θέμα συνείδησης. Να σκεφτεί ο καθένας και η καθεμιά σε αυτό τον τόπο τι έζησε ως το 2014 και πως είναι η χώρα σήμερα και να συγκρίνει με ψυχραιμία και λογική. Ομιλία στην #Πάτρα. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 [119] Θέλουμε μια Ελλάδα δίκαιης ανάπτυξης για όλους. Πήραμε μια οικονομία διαλυμένη, που μετρούσε 7 ολόκληρα χρόνια ύφεσης και σήμερα είμαστε σε 9ο συνεχόμενο τρίμηνο ανάπτυξης.

Οι ξένες επενδύσεις, οι εξαγωγές, η βιομηχανία, η οικοδομή, ο τουρισμός καταγράφουν εξαιρετικές επιδόσεις.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Καταθέσαμε την ψυχή μας στον αγώνα να βγάλουμε τη χώρα από την χρεοκοπία. Καταφέραμε να συμμαζέψουμε μια χώρα που την είχαν αφήσει χρεοκοπημένη, βγάλαμε τη χώρα από τα μνημόνια. Αυτό είναι που δεν μας συγχωρούν και δεν θα μας συγχωρούν ποτέ #Πάτρα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Η ιστορία της χώρας μας δεν ξεκίνησε στις 25/1/2015. Προηγήθηκε μια πρωτοφανής καταστροφή με ευθύνη των πρωθυπουργών της χρεοκοπίας. Ο ένας παρέδωσε 24 δισ. έλλειμμα. Ο άλλος έφερε το ΔΝΤ. Ο επόμενος ήταν διορισμένος τραπεζίτης & ο τελευταίος, έφτασε την ανεργία το 28%. #Πάτρα

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Ο ΣΥΡΙΖΑ, η Προοδευτική Συμμαχία, ως κορμός & συνεχιστής της Δημοκρατικής παράταξης του τόπου, όλοι εμείς, βάζουμε πάντα μπροστά το συμφέρον της πατρίδας και όχι του κόμματος. Σε όλα τα μεγάλα θέματα. Όχι μόνο στα εθνικά. Αυτή είναι η συμβολή της προοδευτικής παράταξης στον τόπο.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Εγώ χθες αποφάσισα, να δώσω τη δυνατότητα σε κάθε πολίτη να βγάλει καθαρά συμπεράσματα. Πήγα σε ένα κανάλι που παράγει επί της ουσίας όλη την επικοινωνιακή στρατηγική του κ.Μητσοτάκη. Και νομίζω οι συμπολίτες μας που παρακολούθησαν τη χθεσινή συζήτηση έβγαλαν τα συμπεράσματα τους

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Οι πολιτικοί μας αντίπαλοι νομίζουν ότι απευθύνονται σε καταναλωτές, σε πελάτες, όχι πολίτες με μνήμη & γνώση. Βομβαρδίζουν με διαφήμιση, λένε κούφια λόγια στις εμφανίσεις τους, αρνούνται κάθε πολιτική αντιπαράθεση ακόμα και το debate όλων των πολιτικών δυνάμεων.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Και αναρωτιόμαστε αλήθεια: Γιατί θέλουν να ανοίξουν ξανά το ασφαλιστικό; Η απάντηση είναι γιατί ήδη έχουν κλείσει συμφωνίες πολλών δις, με μεγάλες ιδιωτικές ασφαλιστικές εταιρείες για να ξεπουλήσουν την επικουρική ασφάλιση.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Αν αύριο οι εργαζόμενοι σταματήσουν να πληρώνουν εισφορές στο δημόσιο και την πληρώνουν σε ιδιώτες, τότε θα δημιουργηθεί μια μαύρη τρύπα. Και θα καλυφθεί με κατάργηση των προσωπικών διαφορών. Δηλαδή να εφαρμοστεί αυτό που ήθελε το ΔΝΤ από 1/1/2019, με μειώσεις στις συντάξεις.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Ήταν επιλογή κοινωνικής δικαιοσύνης να μην αφήσουμε την Ελλάδα να γεμίσει με απελπισμένους ανθρώπους που τρώνε στα συσσίτια. Ήταν δημοκρατική μας ευθύνη να μην αφήσουμε την Ελλάδα να γίνει σαν χώρες της Βαλκανικής γιατί αυτό ήταν το σχέδιό τους, το 1/3 του πληθυσμού στο περιθώριο

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Στο ερώτημα που βρίσκεται στο μυαλό όλων «Μπορείτε να το γυρίσετε;», απαντάμε «ναι, μπορούμε». Μπορούμε να πετύχουμε τη μεγαλύτερη εκλογική ανατροπή στη σύγχρονη ιστορία. Γιατί τώρα βάζουμε πρώτα και πάνω απ' όλα τη ζωή μας. Και η ζωή και πάλι θα νικήσει

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Ποια ήταν η κοινωνική μας ευθύνη; Η Ελλάδα ανήκει στη μεγάλη της κοινωνική πλειοψηφία. Όχι στα τζάκια που θέλουν να επιστρέψουν και θεωρούν ότι η εξουσία τους ανήκει ως κληρονομικό δικαίωμα.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 3, 2019 Απευθύνομαι στους οικογενειάρχες που ξέρουν πόσο δύσκολα είναι να βγάλουν το τέλος του μήνα. Σε όσους μας κατηγορούν ότι φροντίσαμε τους αδύναμους και αφήσαμε τη μεσαία τάξη. Αν τύχει να έχουν τρία παιδιά και το ένα απ' αυτά να είναι αδύναμο, δεν θα το φροντίσουν;

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Συνέντευξη στην πρωινή εκπομπή «Καλημέρα Ελλάδα» του τηλεοπτικού σταθμού ANT1 και στον δημοσιογράφο Γιώργο Παπαδάκη. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες #εκλογες2019 <https://youtu.be/d23e9NFSQ-w> Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Υλοποιήσαμε την πιο γενναία μεταρρύθμιση στο ασφαλιστικό, διασφαλίσαμε ότι δεν θα περικοπούν οι συντάξεις, από 1/1/2019 είχαμε μικρές αυξήσεις. Η ΝΔ λέει ότι θα αλλάξει το ασφαλιστικό με στόχο να δελεάσουν τους εταίρους για να μειωθούν τα πλεονάσματα. Κάτι που ήδη έχουμε πετύχει.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Η ΝΔ έχει καταφέρει να πει πολλά χωρίς να δεσμευτεί, αφού έχει αποφύγει την προγραμματική αντιπαράθεση. Τα στελέχη της αποκαλύπτουν σκελετούς όπως είναι η μεταρρύθμιση του ασφαλιστικού, το 1 προς 5 στο δημόσιο. Είναι οι μεταρρυθμίσεις που ήθελε το ΔΝΤ και που εμείς αποτρέψαμε.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Τα 37 δισ. ευρώ, που η ΝΔ θέλει να δώσει στις τράπεζες, δεν είναι απλά ένα απόθεμα ρευστότητας, αλλά ένα απόθεμα κυριαρχίας, αξιοπρέπειας & προοπτικής για τον ελληνικό λαό. Αυτό το απόθεμα είναι που μας δίνει τη δυνατότητα να έχουμε χαμηλά επιτοκία & ένα καθαρό διάδρομο 15ετίας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Τρεις πολιτικές οικογένειες κυβερνούσαν για χρόνια τη χώρα και την οδήγησαν στον γκρεμό. Τώρα που την ανασύραμε από τον γκρεμό, μας κουνάνε το δάχτυλο και μας λένε ότι η Ελλάδα τους ανήκει. Το διακύβευμα των #εκλογών είναι: Θα επιστρέψουμε στο παρελθόν ή θα προχωρήσουμε μαζί;

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Ένα μεγάλο μέρος του ελληνικού λαού έχει μεγαλύτερες προσδοκίες από εμάς, σε σχέση με τη δεξιά. Μας κρίνει πιο αυστηρά και σωστά κάνει. Εμείς, ούτε την ψυχή μας χάσαμε, ούτε τον στόχο μας, ούτε τον προσανατολισμό μας. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Εκείνοι που έλεγαν ότι τα μνημόνια είναι ευλογία, που δεν ζήτησαν ποτέ μια συγγνώμη για την κοινωνική καταστροφή, σήμερα υπόσχονται τον παράδεισο. Τους πιστεύεις; #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 1.000.000 Άνεργοι. 300.000 Λουκέτα. Χιλιάδες οικογένειες σε απόγνωση. Σήμερα, οι ένοχοι αυτής της τραγωδίας τάζουν ανάπτυξη και καλές δουλειές. Τους πιστεύεις; #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες #εκλογες2019 ΣΠΟΤΑΚΙ Α. Τ. 2010 -2014 1Εκατομμύριο άνεργοι / τριακόσιες χιλιάδες λουκέτα Χιλιάδες οικογένειες σε απόγνωση Σήμερα οι ένοχοι αυτής της τραγωδίας τάζουν ανάπτυξη και καλές δουλειές Τους πιστεύεις ; Στις 7 Ιουλίου να είσαι εκεί Αποφασίζουμε για τη ζωή μας ΠΡΩΤΑ Η ΖΩΗ ΜΑΣ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Η ανατροπή δεν είναι απλώς επιθυμία. Δεν είναι μόνο ανάγκη για τη χώρα και τη μεγάλη κοινωνική πλειοψηφία. Η ανατροπή έχει ήδη αρχίσει. Ομιλία στην Θεσσαλονίκη. <https://youtu.be/TwU64OMJDAc> #Θεσσαλονικη #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Πρέπει & μπορούμε να κερδίσουμε αυτές τις #εκλογες. Πρέπει ο λαός μας να κερδίσει αυτή την κρίσιμη μάχη. Όχι για τον ΣΥΡΙΖΑ, αλλά για την Ελλάδα & για τη ζωή μας. Το χρειάζονται οι νέοι, οι συνταξιούχοι, οι μικρομεσαίοι, οι διανοούμενοι. Το χρειάζονται όλοι οι μη προνομιούχοι.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Για μας είναι έπαινος οι συκοφαντίες τους. Είναι έπαινος οι τοξικές επιθέσεις μεγάλων ΜΜΕ. Είναι έπαινος οι απειλές για στρατηγική συντριβή, οι απειλές για διώξεις και θεσμικές απαγορεύσεις. Ας είναι βέβαιοι: Δεν πρόκειται να μας γονατίσουν. #Θεσσαλονικη #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Replying to @atsipras Δεν μας συγχωρούν γιατί τους χαλάσαμε τα σχέδια να μετατρέψουν τα μνημόνια σε

καθεστώς. Δεν μας συγχωρούν γιατί εμείς πετύχαμε, χωρίς να είμαστε όπως αυτοί από τζάκια, ποτισμένοι με την βεβαιότητα ότι η εξουσία μας ανήκει κληρονομικό δικαίω.
#Θεσσαλονικη #ΤωραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Δεν μας συγχωρούν ότι μέσα στις πιο δύσκολες συνθήκες αντισταθήκαμε στην αγριότητα βάζοντας πάνω απ' όλα τον άνθρωπο, την αλληλεγγύη, την ανθρωπιά. Είτε αυτό αφορούσε εκατομμύρια συμπατριώτες μας, είτε χιλιάδες πρόσφυγες. #Θεσσαλονικη #ΤωραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #εκλογες #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Replying to @atsipras Όλοι αυτοί, αφού άδειασαν τα ταμεία και λεηλάτησαν τον τόπο, σήμερα μας κουνάνε το δάχτυλο και μας λένε ότι η χώρα που εμείς διασώσαμε από τη χαράδρα, τους ανήκει. Δεν μας συγχωρούν ότι πετύχαμε εκεί που αυτοί απέτυχαν. Βγάλαμε τη χώρα από τα μνημόνια, φροντίζοντας τους αδύναμους

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Ένα φάντασμα πλανιέται τούτες τις ώρες πάνω από τη χώρα. Το φάντασμα όσων ευθύνονται για την οικονομική, πολιτική & ηθική χρεοκοπία. Το πολιτικό προσωπικό της χρεοκοπίας, οι βαρόνοι της ενημέρωσης & οι λόρδοι της διαπλοκής. Όλοι αυτοί που οδήγησαν την χώρα στον γκρεμό.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Η ΝΔ και ο κ. Μητσοτάκης τάζουν πολλές και καλές θέσεις εργασίας. Αλλά είναι αυτοί που προκάλεσαν αιμορραγία στην εργατική τάξη, εκτινάσσοντας την ανεργία στο 28%, είναι αυτοί που μείωσαν κατά 22% τον κατώτερο μισθό και θέσπισαν τον ρατσιστικό υποκατώτατο για τους νέους.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Η ΝΔ και ο κ. Μητσοτάκης τάζουν σήμερα ανάπτυξη, όχι απλώς ισχυρή, αλλά ιλιγγιώδη. Αλλά είναι αυτοί που οδήγησαν την Ελλάδα στη μεγαλύτερη υποανάπτυξη σε συνθήκες ειρήνης.
#Θεσσαλονικη #ΣΥΡΙΖΑ #ΤωραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Αυξήσαμε τον κατώτατο μισθό κατά 11% μόλις απελευθερωθήκαμε από τα μνημόνια & καταργήσαμε τον ντροπιαστικό υποκατώτατο για τους νέους εργαζόμενους. Δεσμευτήκαμε για αύξηση 15% τα επόμενα δυο χρόνια, ώστε οι μισθοί να φτάσουν τουλάχιστον στα προ κρίσης επίπεδα. #ΓωραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Νίκη του ΣΥΡΙΖΑ σημαίνει ότι την επόμενη μέρα θα έχουμε προοδευτική κυβέρνηση, με τη συμμετοχή όλων των προοδευτικών δυνάμεων του τόπου, παρά τις διαφορές μας. #Θεσσαλονικη #ΓωραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες #Εκλογες_2019 Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Θέλω να ρωτήσω όλους αυτούς που πιστεύουν ακόμα στις ιδέες και τις αξίες του Ανδρέα Παπανδρέου: Τι σχέση έχετε με το κόμμα που η πρόεδρός του δήλωσε ότι θα συνεργασθεί και πάλι με τη ΝΔ; #Θεσσαλονικη #ΓωραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Η Ελλάδα δεν είναι για μας απλά μια περιοχή στον χάρτη. Είναι η ψυχή μας. Τώρα είμαστε και πάλι ελεύθεροι. Έξω από τα μνημόνια. Θα προχωρήσουμε μπροστά όλοι μαζί ή ο καθένας μόνος του κι όποιος αντέξει; #ΓωραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες #εκλογες2019 Η Ελλάδα δεν είναι για μας απλά μία περιοχή στον χάρτη Είναι η ψυχή μας Τώρα είμαστε και πάλι ελεύθεροι, έξω από τα μνημόνια Αλλά θα προχωρήσουμε μπροστά όλοι μαζί ή ο καθένας μόνος του και όποιος αντέξει; Στις 7 Ιουλίου να είσαι εκεί Αποφασίζουμε για τη ζωή μας ΠΡΩΤΑ Η ΖΩΗ ΜΑΣ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Αυτοί που ταπεινώσαν τη μεσαία τάξη, την παρέδωσαν στους δανειστές με την διαβεβαίωση ότι «έχει λίπος» και της στέρησαν ακόμα και τα στοιχειώδη, σήμερα της τάζουν φορολογικές ελαφρύνσεις. #Θεσσαλονικη #ΓωραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικηΣυμμαχια #εκλογες #εκλογες2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 4, 2019 Είμαστε εμείς που μόλις βγάλαμε από το λαιμό μας τη θηλιά των μνημονίων, θεσπίσαμε για τη μεσαία τάξη τα πρώτα σημαντικά μέτρα φορολογικής ελάφρυνσης. Είμαστε εμείς που την έχουμε

τοποθετήσει, μαζί με την εργασία, στο κέντρο της αντίληψης & του σχεδίου μας για την ανάπτυξη.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Η ανάγκη των αγορών για ολοένα και περισσότερη ανάπτυξη είναι η αιτία της καταστροφής του περιβάλλοντος. Είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που έχει κληθεί να αντιμετωπίσει η ανθρωπότητα. Και αυτό μπορούμε να το κάνουμε μόνο όλοι μαζί. Να βάλουμε τη ζωή των ανθρώπων πάνω από το χρήμα. ΣΠΟΤΑΚΙ Α. Τ. Η κλιματική αλλαγή απειλεί την ίδια τη ζωή μας. Η γειτονιά μας, οι χώρες της Μεσογείου θερμαίνονται περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο σημείο του πλανήτη. Κανείς δεν μπορεί να κλείνει τα μάτια. Να μιλάει μόνο για ανάπτυξη ενώ καταστρέφεται η Γη. Η ανάπτυξη στην εποχή μας ή θα είναι πράσινη ή δε θα υπάρξει. Στις 7 Ιουλίου να είσαι εκεί. Αποφασίζουμε για τη ζωή μας. ΠΡΩΤΑ Η ΖΩΗ ΜΑΣ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Εμπιστεύεσαι εκείνους που χρεοκόπησαν τη χώρα ή αυτούς που την έβγαλαν από τα μνημόνια; Όλοι μαζί πετύχαμε πολλά. Το μέλλον είναι στα χέρια μας. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες #εκλογες2019 ΣΠΟΤΑΚΙ Α. Τ. Όλοι μαζί πετύχαμε πολλά. Τώρα το μέλλον είναι στα χέρια μας. Σκέψου λογικά. Ποιους εμπιστεύεσαι; Αυτούς που χρεοκόπησαν τη χώρα ή αυτούς που την έβγαλαν από τα Μνημόνια; Στις 7 Ιουλίου να είσαι εκεί. Αποφασίζουμε για τη ζωή μας. ΠΡΩΤΑ Η ΖΩΗ ΜΑΣ.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Συνέντευξη στην εκπομπή της ΕΡΤ1 «Μπροστά στα γεγονότα» και στον δημοσιογράφο Νίκο Μερτζάνη. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Μας είπαν ότι επιστρέφουμε στο παρελθόν. Εμείς όμως αγωνιζόμαστε για το μέλλον. Αυτή την Κυριακή αποφασίζουμε για την ζωή μας. Ψηφίζουμε ΣΥΡΙΖΑ-Προοδευτική Συμμαχία. #ΣΥΡΙΖΑ #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #Εκλογες_2019 #Εκλογές ΣΠΟΤΑΚΙ Α. Τ. Χρωστάμε στις επόμενες γενιές να μη ζήσουν ξανά ποτέ αυτό που ζήσαν οι νέοι τη θλιβερή πενταετία 10 – 15 πού φευγαν μαζικά μετανάστες στο εξωτερικό. Χρωστάμε στη νέα γενιά του σήμερα αλλά και στη νέα γενιά του αύριο να δώσουμε αυτόν τον αγώνα να μη

γυρίσει η Ελλάδα σε αυτούς που τη λεηλάτησαν , να προχωρήσουμε μπροστά μαζί για μία νέα νίκη του λαού μας. ΠΡΩΤΑ Η ΖΩΗ ΜΑΣ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Το #Σύνταγμα, η Πλατεία των Ελλήνων, γέμισε ξανά με ελπίδα, αισιοδοξία & αποφασιστικότητα. Η ιστορία αυτού του τόπου, είναι η κινητήρια δύναμη του μέλλοντός του. Οι αγώνες του λαού μας ήταν πάντα η εγγύηση της προόδου. Όλοι μαζί θα προχωρήσουμε μπροστά. Αλέξης

Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Τώρα που όλοι μαζί, βγάλαμε τη χώρα σε ξέφωτο, έρχονται και ζητούν εκδίκηση, αυτοί που τη βύθισαν στο σκοτάδι. Ζητούν εκδίκηση από έναν ολόκληρο λαό που τους αγνόησε & στάθηκε όρθιος. Θέλουν να διαγράψουν από τη συλλογική μνήμη τις στιγμές περηφάνιας & αξιοπρέπειας του λαού.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Εμείς, το 2015, ήρθαμε για να ενώσουμε όλες τις Ελληνίδες και όλους τους Έλληνες. Ενώσαμε τις δυνάμεις μας με κάθε δημοκρατικό πολίτη. Χωρίς αυτή την πλατιά ενότητα, δεν θα είχαμε σήμερα καταφέρει να βγούμε από τα μνημόνια. #Συνταγμα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Σήμερα 4 χρόνια μετά, στεκόμαστε εδώ όρθιοι & περήφανοι. Γιατί αντέξαμε, δεν καταθέσαμε τα όπλα, πετύχαμε το στόχο μας να βγάλουμε τη θηλιά από το λαιμό του λαού μας. Δεν είναι πια στη χώρα το ΔΝΤ, δεν αποφασίζουν πια οι τεχνοκράτες. #Συνταγμα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Η ιστορία δεν σβήνει. Η ιστορία και ο λαός δικαιώνει όσους αγωνίζονται με εντιμότητα, όσους ματώνουν, όσους καταθέτουν και την ψυχή τους για να βγει η πατρίδα από τα σκοτάδια. #Συνταγμα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #ΠροοδευτικήΣυμμαχία #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Χθες ο κ. Μητσοτάκης ειρωνεύτηκε τους Έλληνες που βρέθηκαν εδώ ακριβώς, στην Πλατεία Συντάγματος,

πριν από 4 χρόνια. Ακόμα δεν συγχωρούν εκείνη τη βραδιά που γκρέμισε το φόβο και που ανάγκασε σε παραίτηση τον χειρότερο πρωθυπουργό και πιο διχαστικό πολιτικό που γνώρισε η Ελλάδα.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Και όλα αυτά αφού πρώτα υφαρπάξει τους κόπους & τις θυσίες του λαού μας. Αφού βάλει χέρι στο απόθεμα της ρευστότητας, που με τόσο κόπο δημιουργήσαμε για να μπορούμε να είμαστε σήμερα ελεύθεροι. Την Κυριακή, ο ελληνικός λαός, δεν θα τους επιτρέψει να βάλουν χέρι στις θυσίες του.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Νόμιζε ο ελληνικός λαός ότι ο κ. Μητσοτάκης έχει σχέδιο για λιγότερους φόρους. Αλλά ξαφνικά μας αποκάλυψε ότι δεν πρόκειται να μειώσει τους φόρους, αλλά να φέρει ένα «κύμα μεταρρυθμίσεων». Μόνο που δεν θα είναι κύμα αλλά τσουνάμι στις κατακτήσεις & στα δικαιώματα της κοινωνίας.

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Η Παιδεία, η έρευνα, οι καλύτερες δουλειές, η ελευθερία και τα δικαιώματα στον τόπο μας, είναι η προϋπόθεση για να μείνετε εδώ, είναι τα όνειρά σας. Θα εμπιστευθείτε ξανά τα όνειρά σας και τη ζωή σας σε αυτούς που σας τα έκλεψαν; #Συνταγμα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #ΣΥΡΙΖΑ #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Ο κ. Μητσοτάκης και η ΝΔ δεν ήθελαν ούτε την ψήφο στα 17. Δεν δεσμεύονται για τη διατήρηση των δαπανών στο 1% του ΑΕΠ, που εμείς αυξήσαμε για την έρευνα. Δεν δεσμεύονται για το 5% στη Παιδεία. Δεν δεσμεύονται για τις αυξήσεις στον κατώτατο μισθό. #ΤώραΣΥΡΙΖΑ #εκλογες_2019

Αλέξης Τσίπρας - Alexis Tsipras @atsipras Jul 5, 2019 Την Κυριακή δίνουμε μια μάχη που οφείλουμε να κερδίσουμε για τα παιδιά μας, για την Ελλάδα. Γιατί θέλουμε και μπορούμε να ζήσουμε καλύτερα. Γιατί θέλουμε και μπορούμε να ζήσουμε σε μία δίκαιη, ανθρώπινη, σύγχρονη ευρωπαϊκή χώρα του 21ου αιώνα. #Συνταγμα #ΤώραΣΥΡΙΖΑ