

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Διπλωματική Εργασία με θέμα:

«Κριτική Ανάλυση Λόγου στα τηλεοπτικά προεκλογικά σποτ του ΣΥΡΙΖΑ και της Νέας Δημοκρατίας για τις εθνικές εκλογές κατά την περίοδο 2012-2015»

Επόπτρια: Στάμου Α.

Β Βαθμολογητές: Ντίννας Κ.

Φωτόπουλος Ν.

Καρανικόλας Χρήστος

Φλώρινα 2017

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	3
Περίληψη.....	4
Εισαγωγή.....	5
Κεφάλαιο 1.....	7
1.1. Ο ρόλος της γλώσσας και της επικοινωνίας στην πολιτική διαφήμιση.....	7
1.1.1. Η γλώσσα και η επικοινωνία.....	7
1.1.2. Ο ρόλος και τα χαρακτηριστικά της πολιτικής διαφήμισης.....	8
1.1.3. Ο λόγος, η πολιτική και η δημοσιογραφία.....	13
1.1.4. Συγκερασμός πολιτικής και επικοινωνίας.....	17
1.1.5. Η ιδεολογία της γλώσσας.....	19
1.2. Πολιτικό marketing και στρατηγικός σχεδιασμός.....	24
1.2.1. Ορισμός πολιτικού marketing.....	24
1.2.2. Τα 4P's.....	26
1.2.3. Στρατηγικός Σχεδιασμός.....	28
1.2.4. Οι μοναδικές υποχρεώσεις ενός πολιτικού.....	31
1.2.5. Διαχείριση εικόνας.....	34
1.2.6. Προαπαιτούμενα για την επιτυχία της εκλογικής αναμέτρησης.....	35
1.2.7. Συμπεράσματα.....	36
Κεφάλαιο 2.....	37
2.1.Μεθοδολογία.....	37
2.1.1.Στόχοι της έρευνας- Ερευνητικά ερωτήματα.....	38
2.1.2.Ερευνητικός Σχεδιασμός και ερευνητικά δεδομένα.....	39
2.1.3.Θεωρητικό πλαίσιο ανάλυσης.....	40
2.1.4. Αναλυτικό πλαίσιο για την ανάλυση του γλωσσικού μηνύματος: Συστημική- Λειτουργική Γλωσσολογία.....	46
2.1.5.Αναλυτικό πλαίσιο για την ανάλυση του εικονιστικού μηνύματος: Γραμματική του οπτικού σχεδιασμού.....	51
2.1.6.Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας.....	51
2.1.7.Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας.....	52
2.1.8.Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας.....	53
2.1.9.Περιορισμοί.....	56
Κεφάλαιο 3.....	57
3.1.Πολιτικές εξελίξεις στην Ελλάδα.....	57

3.1.1. Πολιτικό γίνεσθαι στην Ελλάδα 2012 - 2015	57
3.1.2. Σύμπτυξη κυριότερων πολιτικών γεγονότων 2012 – 2015	63
3.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΣΠΟΤ.....	73
ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΣΠΟΤ ΣΥΡΙΖΑ.....	73
3.2.1.1 ^ο Τηλεοπτικό σποτ	73
3.2.2.2 ^ο Τηλεοπτικό σποτ	102
3.2.3.3 ^ο Τηλεοπτικό σποτ	150
3.2.4.4 ^ο Τηλεοπτικό σποτ	187
ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΣΠΟΤ ΝΕΑΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ.....	221
3.2.5.5 ^ο Τηλεοπτικό σποτ	221
3.2.6.6 ^ο Τηλεοπτικό σποτ	240
3.2.7.7 ^ο Τηλεοπτικό σποτ	249
3.2.8.8 ^ο Τηλεοπτικό σποτ	267
Κεφάλαιο 4.....	296
4.1. Συμπεράσματα	296
Βιβλιογραφία.....	322

Ευχαριστίες

Το «ταξίδι» των μεταπτυχιακών σπουδών μου στο Τμήμα Νηπιαγωγών και στην κατεύθυνση «Γλώσσα και Λογοτεχνία στην Εκπαίδευση» τελείωσε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Σεμνύνομαι για όλα αυτά τα χρόνια, τους ανθρώπους που γνώρισα, τις γνώσεις που έλαβα, τις στιγμές που έζησα και θα με ακολουθούν στα επόμενα βήματά μου. Πρώτη από όλους νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω την κυρία Στάμου για τη στήριξη, την πίστη και την υπομονή της σχετικά με τη διπλωματική εργασία και εμένα. Ήταν μία δύσκολη ομολογουμένως διαδικασία αλλά υπήρξε αρωγός μου από την αρχή μέχρι το τέλος. Την ευχαριστώ για όλη τη διαδρομή, από το α' εξάμηνο μέχρι και την παρουσίαση της διπλωματικής, όπως και τους υπόλοιπους καθηγητές για την μεταλαμπάδευση γνώσεων και εμπειριών. Δεν θα μπορούσα να παραλείψω τους ανθρώπους που στάθηκαν δίπλα μου, τη Θεοδοσία, τον Στέφανο, την Εύη, την Ευτυχία και τον Αναστάσιο, που ο καθένας με τον δικό του ξεχωριστό τρόπο συνέβαλε στο να πιστέψω ότι μπορώ να τα καταφέρω. Η συμβουλή μου σε όσους ετοιμάζονται για το τελικό στάδιο των μεταπτυχιακών τους σπουδών είναι να απολαύσουν αυτή τη μοναχική διαδρομή των ορίων τους και να γευτούν τους καρπούς των κόπων τους με αυτούς που έκαναν υπομονή και στήριξαν όλη αυτή την προσπάθεια.

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία γίνεται ανάλυση 8 τηλεοπτικών προεκλογικών σποτ της τετραετίας 2012-2015, 4 του ΣΥΡΙΖΑ και 4 της Νέας Δημοκρατίας. Σκοπός της εργασίας είναι να παρουσιάσει τον τρόπο που αναπαρίστανται στον προεκλογικό τηλεοπτικό λόγο τα δύο κόμματα, την πορεία προβολής που ακολουθεί το εκάστοτε κόμμα αυτή την περίοδο και στα συμπεράσματα που καταλήγουμε συγκρίνοντας τις επιλογές τους. Στο θεωρητικό υπόβαθρο περιγράφονται και επεξηγούνται τα στοιχεία που είναι βοηθητικά για την σε βάθος ανάλυση και ερμηνεία των προεκλογικών σποτ που χρησιμοποιήθηκαν. Η αναφορά που γίνεται στη μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε είναι εκτενής και πολύπλευρη. Για την ανάλυση μελετήθηκαν τα δείγματα που επιλέχθηκαν ως προς τη γλώσσα και ως προς την εικόνα. Για τις ανάγκες του εν λόγω εγχειρήματος χρησιμοποιήθηκαν δύο εργαλεία: α) για την εικόνα: η Γραμματική του Οπτικού Σχεδιασμού (Kress & Van Leeuwen, 1996) και β) για τη γλώσσα: Η Συστημική Λειτουργική Γραμματική του Halliday (1994). Η εργασία κλείνει με γενικά συμπεράσματα στα ερευνητικά ερωτήματα που είχαν δοθεί εξ αρχής, σημειώνοντας ότι δεν είχε ποσοτικό προσανατολισμό αλλά μόνο ποιοτικό, δηλαδή τη διεξαγωγή συμπερασμάτων ως πρακτική λόγου(ερμηνευτική ανάλυση) και κοινωνική πρακτική (επεξηγηματική ανάλυση).

Λέξεις-κλειδιά: προεκλογικά σποτ, περιγραφική ανάλυση εικόνας, περιγραφική ανάλυση γλωσσικού μηνύματος

Εισαγωγή

Η πολιτική σκηνή μιας χώρας ανέκαθεν προσέγγιζε τα βλέμματα και το ενδιαφέρον των πολιτών της. Όταν δε, τα χρόνια που τη στιγματίζουν χαρακτηρίζονται από οικονομική και κοινωνική κρίση, το ενδιαφέρον αυτό γίνεται ακόμα πιο έντονο.

Σε μια ανάλογη πολιτικά και κοινωνικά δυσχερή για την Ελλάδα συνθήκη αναφέρεται η παρούσα βιβλιογραφική ανασκόπηση και έρευνα. Οι χρονιές από το 2012 έως το 2015 χαρακτηρίζονταν κρίσιμες για το μέλλον της χώρας στους κύριους τομείς που νοηματοδοτούν την ύπαρξή της ως κράτος αλλά και ως μέρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα πολιτικά γεγονότα διαδέχονταν το ένα το άλλο, οι εξελίξεις ακολουθούσαν την ίδια κατεύθυνση και οι πολίτες προσπαθούσαν να βρουν τις ισορροπίες τους σε ένα σκηνικό που τύγχανε ελλειπούς ασφάλειας. Σε μια περίοδο συχνών εκλογικών αναμετρήσεων, οι πολιτικοί φορείς προσδοκώντας το βέλτιστο αποτέλεσμα ο καθένας από τη μεριά του, στήριξαν τις ελπίδες τους στα τηλεοπτικά προεκλογικά σποτ που προωθούσαν την πολιτική στρατηγική του κάθε κόμματος. Κάθε τηλεοπτικό προεκλογικό σποτ αντανάκλα την εικόνα της σύγχρονης κοινωνίας ενώ με τρόπο διαισθητικό επιχειρεί να κερδίσει την μεγαλύτερη μερίδα ψηφοφόρων προσφέροντας ασφάλεια και εξυγίανση σε τομείς που έχουν πληγεί. Η εργασία απεικονίζει τα πολιτικά σποτ των δύο κυρίαρχων πολιτικών κομμάτων της εποχής, του ΣΥΡΙΖΑ και της Νέας Δημοκρατίας και αναλύει την αναπαραστατική, την διαπροσωπική του γλωσσικού μηνύματος και την ιδεοποιητική, διαπροσωπική και κειμενική λειτουργία της εικόνας.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια συνοπτική παρουσίαση του θεωρητικού υπόβαθρου της παρούσας εργασίας προκειμένου να γίνει κατανοητός ο συλλογισμός βάσει του οποίου διατυπώθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα αλλά και οι συνακόλουθες αναλύσεις των τηλεοπτικών πολιτικών σποτ. Γίνεται μια πρώτη επαφή με τους όρους της γλώσσας, της επικοινωνίας και της πολιτικής

και στο τέλος του πρώτου μέρους του κεφαλαίου επιχειρείται συγκερασμός αυτών των ορισμών. Στο δεύτερο μέρος του ίδιου κεφαλαίου γίνεται αναφορά στο πολιτικό marketing και τον στρατηγικό σχεδιασμό που ακολουθείται από τους πολιτικούς φορείς για επιτυχή εκλογικά αποτελέσματα. Αναφέρονται τέλος οι υποχρεώσεις ενός πολιτικού ηγέτη σε συνδυασμό με τη διαχείριση της εικόνας του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι στόχοι της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα στα οποία βασίστηκε η παρούσα εργασία. Αναλύονται τα κριτήρια βάσει των οποίων έγινε η επιλογή του δείγματος των τηλεοπτικών πολιτικών σποτ, επεξηγείται η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση του δείγματος και σχολιάζονται οι περιορισμοί της παρούσας έρευνας.

Το τρίτο κεφάλαιο ξεκινά με μια σύντομη αναφορά στα σημαντικότερα πολιτικά γεγονότα των χρόνων 2012-2015 ενώ το κύριο μέρος του καλύπτεται από την ανάλυση των 8 τηλεοπτικών πολιτικών σποτ, στα οποία στηρίζεται και η εν λόγω εργασία.

Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο, συζητούνται τα αποτελέσματα της ανάλυσης και εξάγονται τα σχετικά συμπεράσματα σε μια απόπειρα να δοθούν απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα που είχαν τεθεί εξ αρχής.

Κεφάλαιο 1

1.1. Ο ρόλος της γλώσσας και της επικοινωνίας στην πολιτική διαφήμιση

1.1.1. Η γλώσσα και η επικοινωνία

Η γλώσσα, πολυποίκιλη και πολυπαραγοντική, είναι το βασικό εργαλείο επικοινωνίας και ανθρώπινης ανάπτυξης, παρούσα σε όλες τις σημαντικές και καθημερινές εκφάνσεις της ιστορίας του ανθρώπου. Για πολλούς αιώνες η γλώσσα αποτελεί βασικό αντικείμενο μελέτης ως προς την ίδια της την φύση, αλλά και ως προς τη σχέση της ίδιας με σημαντικά επιστημονικά και ανθρωπολογικά πεδία όπως η σκέψη, η εξέλιξη, η κοινωνικοποίηση αλλά και η πολιτική.

Η γλώσσα είναι ο καθρέφτης του νου, είναι “το προϊόν της ανθρώπινης νόησης, που αναδημιουργείται σε κάθε άτομο, με διαδικασίες που βρίσκονται πολύ πέρα από την ανθρώπινη βούληση ή συνείδηση” (Chomsky, 1975 στο Γιαπράκης, 2012). Αυτό πρακτικά σημαίνει πως “μελετώντας τις ιδιότητες των φυσικών γλωσσών, τη δομή, την οργάνωση και την χρήση τους, ενδεχομένως θα καταλάβουμε περισσότερο τα ειδολογικά χαρακτηριστικά της ανθρώπινης νόησης” (Chomsky, 1975 στο Γιαπράκης, 2012). Έτσι λοιπόν είναι προφανές πως η σχέση σκέψης και λόγου είναι πολύ στενή καθώς δεν υπάρχει λόγος χωρίς σκέψη και δεν υπάρχει στην ουσία σκέψη που να μην μπορεί να εκφραστεί με το λόγο (Benveniste, 1974 στο Γιαπράκης, 2012).

Επικοινωνία καλείται η αμοιβαία επαφή μεταξύ ατόμων ή ομάδων και η μεταβίβαση και ανταλλαγή μηνυμάτων ή πληροφοριών από κάποιον που νοείται ως πομπός προς κάποιον που νοείται ως δέκτης μέσω κοινού συστήματος σημάτων συμβόλων ή τρόπων συμπεριφοράς (Αντωνίου Μ., Αυγερινούδη Μ., Βλάχος Ι, Γαλάνης Μ., Γεωργακοπούλου Παρακεντε Ε., Γρυπάρη, Μ., Δημάκου, Ε., Δημόπουλος, Κ., Ευστρατόγλου Α., Ζαχαροπούλου, Η., Κρίκου, Μ., Λιβάνη, Μ., Λιούμη, Κ., Λουλουδάκη Μ.,

Λυρατζή, Δ., Μαγγίνα Α., Μαργώνη Μ., Μάρκου, Μ., Μοσχίδης Σ., Μυλωνά, Χ., Μυλωνάς, Μ., Ντοϊ κλοντιαν, Γ., Οικονομίδου, Π., Χαρικιοπούλου, Ι., 2012).

1.1.2. Ο ρόλος και τα χαρακτηριστικά της πολιτικής διαφήμισης

Η διαφήμιση είναι πολύπλοκη διαδικασία και εξαρτάται από το περιεχόμενό της και τις συμπεριφορές που εγείρει. Ένας πρώτος ορισμός της διαφήμισης είναι η δημοσιοποίηση και η προβολή των ιδιοτήτων ενός προϊόντος ή ενός προσώπου ή κάποιας υπηρεσίας με σκοπό οικονομικό ή άλλα οφέλη. Είναι επίσης η προβολή μηνυμάτων για κοινωφελείς σκοπούς. Επιπλέον είναι ο τομέας και η τεχνική της εμπορικής δραστηριότητας που ασχολείται με τη διάδοση πληροφοριών που απευθύνονται σε μια ομάδα με σκοπό να επηρεάσουν τη συμπεριφορά τους. Σύμφωνα με τον τρόπο που την προσεγγίζουμε μπορεί να πάρει διάφορες μορφές. Από τον καλλιτέχνη θεωρείται μορφή τέχνης, από τον κοινωνιολόγο κοινωνικό φαινόμενο που διαμορφώνει κοινωνικές αντιλήψεις και κοινωνικά πρότυπα, από τον επιστήμονα δραστηριότητα καταναλωτική ή ενημερωτική που ευαισθητοποιεί πάνω σε κοινωνικά θέματα, θέματα υγείας ή θέματα προστασίας του περιβάλλοντος (Αντωνίου κ συνεργ., 2012).

Κατά τον Κουρμούση (1997) η διαφήμιση ως γενικότερη έννοια χαρακτηρίζεται η συγκεκριμένη μορφή επηρεασμού ανάμεσα σε διάφορους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας. Ο Σατ Τζάλυ (1997 στο Τζίτζη, 2016) επισημαίνει την οικουμενική σχέση, τη σχέση μεταξύ ανθρώπων και αντικειμένων, αναγνωρίζοντας τη διαφήμιση ως λόγο διαμέσου και ως προς τα αντικείμενα. Προς την κατεύθυνση αυτή κινείται και ο ορισμός που δίνει η Δουλκέρη (2003 στο Τζίτζη, 2016) που αναφέρει ότι λέγοντας διαφήμιση εννοείται η παρουσίαση και η προώθηση αγαθών, προϊόντων ή και υπηρεσιών η οποία πραγματοποιείται με αμοιβή-πληρωμή από ένα συγκεκριμένο πρόσωπο ή οργανισμό, τον ανάδοχο ή χορηγό και απευθύνεται σε ένα ευρύ ανώνυμο κοινό με διάφορα μέσα και μορφές έκφρασης. Κατά τους Κουτσουλέλου-Μίχου (2004 στο Τζίτζη, 2016), η διαφήμιση ορίζεται τόσο ως ενέργεια όσο και ως αποτέλεσμα αυτής της ενέργειας που εξωτερικεύει ένα

προϊόν ή και μια υπηρεσία ή έναν οργανισμό με τρόπο που μπορεί να κινήσει το ενδιαφέρον του καταναλωτικού κοινού με σκοπό την προβολή τους. Δεν στοχεύει μόνο στην πληροφόρηση του καταναλωτή για τα νέα προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά αλλά πολύ περισσότερο στην κατεύθυνσή του στον καταναλωτισμό μέσω της αγοράς ή της χρησιμοποίησής τους εν γένει (Τζίτζη, 2016).

Φαινομενικά, ο διαφημιστικός λόγος είναι ατημέλητος, χωρίς συνοχή, ενότητα και επιχειρηματολογία. Στην πραγματικότητα είναι περίτεχνα οργανωμένος, αν και μιμείται τον προφορικό λόγο, προκειμένου η επικοινωνία να φανεί φυσική κι όχι προσχεδιασμένη (Αντωνίου κ συνεργ., 2012).

Μπορεί αλλά και οφείλει να είναι επικοινωνιακός, να λέει πολλά με όσο το δυνατόν λιγότερες λέξεις, σπάνιες ή και εξεζητημένες, νεολογισμούς, ξενικούς τύπους αλλά και λέξεις και εκφράσεις τολμηρές που ταυτίζουν το προϊόν ή την υπηρεσία με μια ιδέα, μια αξία. Παρουσιάζει δηλαδή πολυσημία ενώ συχνοί είναι οι ευφημισμοί, η υπαινικτική χρήση της γλώσσας αλλά και η χρήση λέξεων με ηθική διάσταση (Αντωνίου κ συνεργ., 2012).

Μερικές φορές είναι ελλειπτικός. Παραλείπει άρθρα, συνδέσμους, προθέσεις, ρήματα, προκειμένου να δηλωθεί αμεσότητα στην έκφραση. Είναι αισθηματολογικός, έχει μήνυμα με ρυθμό, ομοιοκαταληξία, παρήχηση ή αναγραμματισμό. Χρησιμοποιεί λογοπαίγνια, επιστρατεύει το χιούμορ, την υπερβολή ενώ αρέσκεται και στην μετατροπή γνωστών ρητών και φράσεων. Αποκλίνοντας από τη γλωσσική νόρμα επιλέγει ασυνταξίες, σολοκισμούς, ασάφειες ή παραδοξολογίες. Ως ρηματικοί χρόνοι χρησιμοποιούνται κυρίως ο ενεστώτας και ο μέλλοντας και ως εγκλίσεις η προστακτική με την έννοια της σύστασης και η οριστική. Ο λόγος εκφέρεται σε β' πρόσωπο ενικού αλλά και σε α' ή β' πρόσωπο πληθυντικού για να επιτευχθεί η αμεσότητα και η οικειότητα με το δέκτη (Αντωνίου κ συνεργ., 2012).

Ο λόγος παρουσιάζει συχνά ιδιορρυθμίες που αφορούν στη συντακτική πλοκή, στη θέση των λέξεων ή των προτάσεων στη χρήση λεκτικών στοιχείων αλλά και στη σημασία με την οποία χρησιμοποιείται μια λέξη. Οι ιδιορρυθμίες αυτές αποτελούν τα σχήματα λόγου(Αντωνίου κ συνεργ., 2012).

Τα σχήματα λόγου εμφανίζονται συνήθως φυσικά και αβίαστα. Χρησιμοποιούνται σκόπιμα για να προκαλέσουν την προσοχή των δεκτών για να εντυπωσιάσουν ώστε να εντυπωθούν τα μηνύματα που μεταφέρουν. Ενισχύουν το στόχο της διαφήμισης, προβάλλοντας προϊόντα ή υπηρεσίες, προκαλώντας την προσοχή του δέκτη αλλά και το ενδιαφέρον του, δημιουργώντας επιθυμίες και ωθώντας τον σε δράση. Χρησιμοποιεί συχνά τη μεταφορά, τη παρομοίωση και την συνυποδήλωση για να ελκύσει το κοινό αφού οι περισσότερες λέξεις έχουν πολλές και διάφορες σημασίες από τις οποίες μία είναι η αρχική ή πρώτη ή κύρια ενώ οι άλλες είναι οι δευτερεύουσες ή μεταφορικές. Χρησιμοποιεί σημαντικές, μεγάλες και τολμηρές έννοιες, την υπερβολή ή την ειρωνεία θέλοντας να τονίσει ή να χλευάσει ένα γεγονός (Αντωνίου κ συνεργ., 2012). Συχνά επιλέγεται ο λόγος να είναι ιδιαίτερα πληθωρικός με κατάχρηση συνωνύμων, με παράθεση επιθέτων ή επιρρημάτων, με πλεονασμούς παραθετικών. Επίσης επινοούνται "λεκτικά τέρατα" για λόγους εντυπωσιασμού. Άλλοτε πάλι για να επιβεβαιώσει τις ιδιότητες του προβαλλόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας αλλά και για να δώσει την εντύπωση του αυθόρμητου και του ανεπιτήδευτου λόγου χρησιμοποιεί την επανάληψη ή το χιαστό σχήμα. Συχνά θέτει επίσης τις ρητορικές ερωτήσεις για να πείσει έμμεσα (Αντωνίου κ συνεργ., 2012).

Την εμφάνισή της στην ελληνική γλώσσα κάνει τον 19ο αι. και πιο συγκεκριμένα το 1887 για να αποδώσει την γαλλική λέξη «reclame» από τη λατινική «reclamare» που σημαίνει αναφωνώ (Αντωνίου κ συνεργ., 2012). Η πολιτική διαφήμιση χρησιμοποιείται από τα κόμματα και τους υποψήφιους σε περιόδους εκλογικών αναμετρήσεων με στόχο να ενημερώσει και να προσελκύσει όλο και περισσότερους οπαδούς. Κατηγοριοποιείται κατά

ακροατήριο, γεωγραφική περιοχή, επικοινωνιακό μέσο και επιδιωκόμενο σκοπό. Ζώτος 2000 (Τζίτζη, 2016).

Σε προεκλογικές περιόδους η πολιτική διαφήμιση αποτελεί ισχυρό εργαλείο. Κατά τη δεκαετία του 1990 πήρε άλλη διάσταση σε σχέση με τη μεταπολεμική πολιτική διαφήμιση. Η τηλεόραση και στη συνέχεια τα νέα τεχνολογικά μέσα πήραν τη θέση των μεγάλων προεκλογικών συγκεντρώσεων, των τεράστιων αφισών και των σημαιών με τα σύμβολα του κόμματος (Τσατσιαμής, 2003 στο Τζίτζη 2016). Οι Diamond E. & Bates (1992 στο Τζίτζη, 2016) υποστηρίζουν ότι οι καλές πολιτικές διαφημίσεις δεν λένε τίποτα στον τηλεθεατή αλλά αντίθετα βγάζουν στην επιφάνεια τα συναισθήματά του και παρέχουν ένα πλαίσιο για να μπορέσει να τα εκφράσει. Η Jamieson (2005 στο Τζίτζη, 2016) ορίζει την πολιτική διαφήμιση ως έναν αρχικό τρόπο μέσω του οποίου οι υποψήφιοι, τα συμβαλλόμενα μέλη και οι ομάδες υπεράσπισης ζητημάτων επικοινωνούν με το σύνολο των πολιτών. Σε μια προεκλογική εκστρατεία περισσότερο από τα 2/3 του προϋπολογισμού της εκστρατείας αποσκοπεί στη δημιουργία, τη δοκιμή, την παραγωγή και την ανανέωση των μεταδιδόμενων διαφημίσεων. Ο Bolland (2001 στο Τζίτζη, 2016) αναφέρεται στην πολιτική διαφήμιση ως την αμειβόμενη καταχώρηση οργανωμένων μηνυμάτων στα μέσα ενημέρωσης.

Τα μέσα ενημέρωσης που συνήθως εμπλέκονται είναι ο κινηματογράφος, οι αφίσες, ο Τύπος, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και το διαδίκτυο. Μέσω της διαφημιστικής εκστρατείας, οι υποψήφιοι προβάλλουν πληροφορίες για το πρόγραμμά τους ή το κόμμα με λεπτομερή τρόπο, πράγμα που δεν είναι τόσο εφικτό από τους δημοσιογράφους. Η διαφήμιση είναι σχεδιασμένη και βασισμένη στην πειθώ. Η τέχνη της πειθούς είναι απαραίτητη για τη συγκινησιακή προσέγγιση και φόρτιση των τηλεθεατών-ψηφοφόρων ενώ παράλληλα δίνει πλεονεκτήματα στον πολιτικό. Ειδικότερα, η πολιτική διαφήμιση βασίζεται σε κανόνες που έχουν χρησιμοποιηθεί στον επιχειρηματικό τομέα για να εκμεταλλευτούν τη δυνατότητα πειθούς των MME (2001 στο Τζίτζη, 2016).

Ο μελετητής Devlin (στο Τζίτζη, 2016) παρουσιάζει 7 τύπους πολιτικών διαφημίσεων: 1) οι πρωτόγονες διαφημίσεις. Η σχεδιασμένη κατασκευή ποιότητάς τους ήταν εμφανής στον θεατή. 2) Οι ομιλούσες κεφαλές (talking heads) διαφημίσεις πολιτικών ομιλιών, σχεδιασμένες να εστιάζουν σε ένα θέμα και να επιτρέπουν στον υποψήφιο να δίνει την εντύπωση ότι μπορεί να χειριστεί τα πολιτικά θέματα και να ανταπεξέλθει σε κάθε απαίτηση. 3) Ο αρνητικός τύπος διαφήμισης που στόχο είχε να δημιουργήσει σημαντικές αναπαραστάσεις για τους υποψήφιους. 4) Οι διαφημίσεις πραγματικών καταστάσεων που απεικονίζουν τους υποψηφίους να συναναστρέφονται με τους πολίτες στο φυσικό τους χώρο. Μια στρατηγική της διαφήμισης είναι η παρουσίαση της αποδοχής του υποψηφίου από διάσημες προσωπικότητες του πολιτικού χώρου, του χώρου της διαφήμισης, της τέχνης και του αθλητισμού.

Η Jamieson (στο Τζίτζη, 2016) έρχεται να προσθέσει την τεχνική του ουδέτερου ρεπόρτερ στην οποία ο θεατής παίρνει μια εικόνα από μια σειρά πραγματικών γεγονότων ή χαρακτηριστικών που αφορούν τον υποψήφιο και στη συνέχεια καλείται να εκφέρει άποψη για όλα αυτά. Σκοπός της διαφήμισης είναι να προβάλλει πολιτικές θέσεις ενώ στην περίπτωση της εκστρατείας για την επανεκλογή του υποψηφίου η διαφήμιση διεκδικεί, για λογαριασμό του βέβαια, προσδίδοντας εύσημα για κάποια επιτυχία του. Η καθηγήτρια του πανεπιστημίου Πενσυλβάνια Kathleen Hall Jamieson (2005 στο Τζίτζη, 2016) ορίζει 2 τύπους πολιτικών διαφημίσεων: 1) οι διαφημίσεις που υπερασπίζονται, υποστηρίζουν πρώτιστα την εκλογή ή την ήττα ενός υποψηφίου. Τα άτομα και οι ομάδες υπόκεινται στους νόμους κοινοποίησης και σε μερικές περιπτώσεις τα έξοδά τους είναι περιορισμένα. 2) Οι διαφημίσεις υπεράσπισης ζητημάτων που εμφανίζονται να προωθούν ένα σύνολο ιδεών ή πολιτικών. Τα πολιτικά κόμματα, οι οργανώσεις υπεράσπισης ζητημάτων, οι εταιρίες, οι ενώσεις και τα άτομα μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτόν τον τύπο διαφήμισης. Σχεδόν καμία κοινοποίηση των χρηματικών ποσών ή των πηγών που περιλαμβάνονται δεν απαιτείται (Τζίτζη, 2016).

1.1.3. Ο λόγος, η πολιτική και η δημοσιογραφία

Το πολιτικό κείμενο είναι κατ' εξοχήν μορφή λόγου όπου βρίσκει εφαρμογή η θέση του φιλοσόφου της γλώσσας John Austin (1962 στο Γιαπράκης, 2012) ότι ο ανθρώπινος λόγος δεν είναι απλές προτάσεις, που περιγράφουν την πραγματικότητα, αλλά «πράξεις ομιλίας» (speech acts) που οδηγούν, με τη σειρά τους, σε συγκεκριμένες ενέργειες ή πράξεις. Δύο είναι οι κύριες τακτικές στον σχεδιασμό και την παραγωγή ενός τέτοιου κειμένου (λόγου): α) η επίπονη, σύνθετη και απαιτητική τακτική της πειθούς, β) η πρόχειρη, βολική και πολυχρησιμοποιημένη στον τόπο μας τακτική του φανατισμού. Πρόκειται για κειμενικές – επικοινωνιακές τακτικές που στηρίζονται, αντίστοιχα, στην έντιμη και επίμοχθη αποδεικτική διαδικασία του επιχειρήματος η πρώτη, στην εύκολη και πονηρή κατάχρηση του συνθήματος η δεύτερη. Και οι δύο οδηγούν επικοινωνιακά σε πράξη. Η μια σε «πράξη μετά λόγου», η άλλη σε «άλογη» ή και «παρά λόγον» (παράλογη) πράξη. Ένα πολιτικά και επικοινωνιακά έντιμο κείμενο πρέπει να αποσκοπεί στο να παράσχει στον δέκτη – πολίτη τόσες και τέτοιες πληροφορίες (με το πιο γενικό περιεχόμενο του όρου «πληροφορία» που θα τον βοηθήσουν να οργανώσει σωστά, να ανακατατάξει ή και να μεταβάλει ριζικά τον δικό του κόσμο των πληροφοριών, δηλαδή τη γνώση, τις αντιλήψεις, τη στάση και τις πράξεις του (Γιαπράκης, 2012).

Ο πολιτικός λόγος της πειθούς χρησιμοποιεί όπως και ο αυστηρός επιστημονικός λόγος το αίτιο και το αιτιατό, τις ενέργειες και τα αποτελέσματα, τα κίνητρα, τις προθέσεις και τους σκοπούς, τις χρονικές συνθήκες και προοπτικές, τα λογικά δεδομένα, τη σύγκριση και την υπόθεση, τις επιφυλάξεις, τις παραχωρήσεις και τους ενδοιασμούς. Χρησιμοποιεί γενικά μορφές προσεκτικού, απαιτητικού λόγου, με λογική υποστήριξη και αποδεικτικότητα, μια και είναι η κατεξοχήν μορφή επικοινωνίας που απευθύνεται και ενεργοποιεί τη λογική και την κριτική σκέψη του αποδέκτη (Γιαπράκης, 2012).

Αντίθετα, το συνθηματολογικό πολιτικό κείμενο ενεργοποιεί το θυμικό του ακροατή-αναγνώστη, κινητοποιεί τα συναισθήματα και τον βιωματικό του κόσμο, παρακάμπτοντας, κατά κανόνα, τη λογική του κρίση. Στη συνθηματολογία τα μνημοτεχνικά επικοινωνιακά χαρακτηριστικά του ρυθμού και της ομοιοκαταληξίας, και προπάντων η συντομία και περιεκτικότητα του ελλειπτικού και αποσπασματικού λόγου, χρησιμοποιούνται στο έπακρο. Το σύνθημα ως στρατηγική του (ατομικού) προφορικού πολιτικού λόγου χρησιμοποιείται, κατά κανόνα, ως ρητορικό τέχνασμα που αποσκοπεί να εξάψει τον φανατισμό του πολιτικού ακροατηρίου, αμβλύνοντας τον κριτικό έλεγχο των λεγομένων. Διαφορετικά λειτουργεί το σύνθημα στην προφορική πολιτική έκφραση της ομάδας, όπου αποτελεί κύριο επικοινωνιακό μηχανισμό, ιδίως στον διεκδικητικό λόγο. Το ομαδικό σύνθημα στην πολιτική διαδήλωση, τηρουμένων των αναλογιών, παράγεται και λειτουργεί όπως το δημοτικό τραγούδι. Είναι προϊόν ανώνυμου «δημιουργού» που εκφράζει το ευρύτερο λαϊκό αίσθημα, εν προκειμένω το αίσθημα της πολιτικής ομάδας. Άλλωστε, το μαζικό σύνθημα του πολιτικού λόγου έχει τα γενικότερα χαρακτηριστικά του ποιητικού λόγου: μέτρο και ρυθμό, ομοιοκαταληξία, ελλειπτικότητα και υπαινικτικότητα και, προπάντων, έντονη βιωματική φόρτιση (Γιαπράκης, 2012).

Η διαφήμιση κάνει επίκληση στην αυθεντία. Ο διαφημιστής για να ενισχύσει ένα ή περισσότερα επιχειρήματά του, επικαλείται τις απόψεις κάποιου σημαίνοντος προσώπου ή μιας αυθεντίας σε ένα συγκεκριμένο τομέα. Επίσης, κάνει επίκληση στο συναίσθημα προκαλώντας φόβο, ενοχή, ευθύνη, ευχαρίστηση. Ο διαφημιστής προσπαθεί να διεγείρει στο κοινό το συναίσθημα με σκοπό να προκαλέσει μια απόφαση ή να τον οδηγήσει σε μια ενέργεια, στην αποδοχή ενός προϊόντος ή υπηρεσίας. Και τέλος, κάνει επίκληση στη λογική χρησιμοποιώντας επιχειρήματα υπέρ του προϊόντος και σοφιστικά τεχνάσματα. Ο διαφημιστής χρησιμοποιεί στο κείμενό του τεκμηριωμένο λόγο, ορθά δηλαδή επιχειρήματα και εξακριβωμένα τεκμήρια για να αποδείξει την ορθότητα της άποψής του, υπέρ ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας (Αντωνίου κ συνεργ., 2012).

Ως πολιτικός λόγος θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ο λόγος των αρχών και της εξουσίας που έχει ως κυρίαρχο στόχο την πειθώ, δηλαδή να πείσει ο ομιλητής το συνομιλητή ή τον ακροατή και να τον πείσει να ασπαστεί τις απόψεις του (Araolaza & Miquel, 1996 στο Γιαπράκης, 2012). Στις μέρες μας καθώς συχνά χρησιμοποιούνται λέξεις και φράσεις που συνεχώς επιδιώκουν να προωθήσουν έναν πιο εκλεπτυσμένο, βαυκαλιστικό και ωραιοποιημένο τρόπο για να περάσουν ανώδυνα συγκεκριμένες πολιτικές προτάσεις και εφαρμογές, π.χ. χρησιμοποιείται ο όρος «αποκρατικοποίηση» αντί για «ιδιωτικοποίηση», «ελεύθερη οικονομία» αντί για «καπιταλισμός» και «περικοπές δαπανών και δυναμικού» αντί για «μειώσεις μισθών και απολύσεις». Είναι συχνή, επίσης, το τελευταίο διάστημα και μετά την υπαγωγή Ελλάδας στο “μνημόνιο συνεργασίας”, η χρήση λέξεων όπως επιμήκυνση, αναδιάρθρωση, επαναδιαπραγμάτευση, εξορθολογισμός, εξυγίανση. Σχεδόν πάντα μια πρόθεση μπροστά τους, άλλοτε να λανθάνει ο οίκτος της δεύτερης ευκαιρίας που δέθεν δίνουν οι ισχυροί-ξένοι στους αδύνατους για επανόρθωση (επαν-α-διαπραγμάτευση, ανα-διάρθρωση, ανα-συγκρότηση) κι άλλοτε να υποβόσκει το εξ-αντλητικό της προσπάθειας των κρατούντων να θεραπεύσουν τις ανίατες παθήσεις του ελληνικού κράτους, που πάντως μια σειρά από πρακτικές της ιεραρχίας προκάλεσαν (εξ-ορθολογισμός, εξ-υγίανση, εξ-οικονόμηση). Πρόκειται για την επιχείρηση κατασκευής πραγματικότητας μέσω της γλώσσας και ειδικά με λέξεις επισημοφανείς και ωραιοπαθείς. Ο στόχος μοιάζει να είναι ένας: Με παραλήπτη ένα ακροατήριο μαζών και όχι μονάδων να αποδομηθεί η υπαρκτή, υφιστάμενη κατάσταση και να αναδομηθεί μια άλλη πιθανόν πλαστή ή εικονική, με πρωταγωνιστές όσους επιχειρούν να πείσουν ότι είναι φιλικά προσκείμενοι προς το «λαό», με όλες τις ρομαντικές υποδηλώσεις του όρου (Τσιτσανούδη–Μαλλίδη, 2011 στο Γιαπράκης, 2012).

Οι πολιτικοί πολύ συχνά στο λόγο τους αλλά και ο λόγος τους όπως μεταφέρεται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης περιλαμβάνουν μία σειρά από συγκεκριμένες τεχνικές, με αυτόνομους στόχους η κάθε μία. Οι ευφημισμοί είναι ένα παράδειγμα αυτών των τεχνικών και χαρακτηρίζονται ως θετικές ή μη προσβλητικές λέξεις και φράσεις των οποίων η χρήση έχει ως στόχο την

εξομάλυνση της σκληρής, δυσάρεστης και ωμής πραγματικότητας (Lutz, 1989 στο Γιαπράκης, 2012). Ο ίδιος ερευνητής κάνει έναν διαχωρισμό μεταξύ του δομικού ευφημισμού και της διγλωσσίας, τονίζοντας πως όταν ένας ευφημισμός χρησιμοποιείται για να διαστρεβλώσει την πραγματικότητα τότε μετατρέπεται σε διγλωσσία, η οποία έχει ως μοναδικό στόχο να κάνει το παράλογο να φαίνεται λογικό, το ένοχο να φαίνεται αθώο και το αδύναμο ισχυρό (Lutz, 1989). Βασικό χαρακτηριστικό της διγλωσσίας είναι η ασυμφωνία μεταξύ αυτού που λέγεται ή αποκρύπτεται και αυτού που πραγματικά ισχύει διαστρεβλώνοντας έτσι, εξαπατώντας και δημαγωγώντας, κρατώντας απόσταση από τα πραγματικά γεγονότα και περιστατικά (Lutz, 1989). Επιπλέον, στον πολιτικό λόγο κεντρική θέση κατέχουν οι μεταφορές γιατί μέσα από αυτές γίνονται πιο κατανοητά και μεταφέρονται πιο αποτελεσματικά στο ευρύ κοινό περίπλοκα γεγονότα.

Ανάλογα με το μέτωπο στο οποίο κάθε κόμμα ανήκει χρησιμοποιεί και συγκεκριμένο είδος μεταφορών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτού του συστήματος είναι ο χωρισμός του κόσμου ανάμεσα στο καλό και το κακό καθώς η ηθική δύναμη μεταφράζει τον κόσμο στο πλαίσιο ενός πολέμου του καλού ενάντια στις δυνάμεις του κακού. Μία άλλη κοινή μεταφορά του πολιτικού λόγου της συντηρητικής ιδεολογίας είναι “ο αυστηρός πατέρας” και “το έθνος ως οικογένεια” οι οποίες μετατρέπουν την οικογενειοκρατική ηθική σε πολιτική ηθική ενώ το πατερναλιστικό μοντέλο της οικογένειας δίνει έμφαση στη μεγάλη αγάπη του πατέρα (εννοείται της κυβέρνησης ή του κόμματος) καθώς εκπαιδεύει τα παιδιά του (τους πολίτες) να είναι αυτοπειθαρχημένοι και αυτό-εξαρτώμενοι. Συχνά χρησιμοποιούμενες λέξεις εδώ είναι το καθήκον, η δέσμευση, οι ηθικές αξίες, η πίστη, η δύναμη, το θάρρος και βαθύτερες αξίες για την πίστη και την οικογένεια. Άλλοι προφανείς τύποι σύνδεσης της γλώσσας με την εξουσία σχετίζονται με την προώθηση του πατριωτισμού και τη χρήση επιθέτων και γλωσσικών τεχνικών που πλέκουν το εγκώμιο του αρχηγού μίας πολιτικής ομάδας, όροι που κατηγοριοποιούν τους ανθρώπους βάσει του επιπέδου αρχής και ικανότητάς τους, όροι που ταυτοποιούν μία ομάδα μέσα από την υπογράμμιση των κοινών χαρακτηριστικών των μελών της και τις

διαφορές με την εξω- ομάδα αλλά και γλωσσικές παρουσιάσεις που δικαιώνουν και δικαιολογούν πολιτικές ενέργειες και αποφάσεις (Edelmann, 1977 στο Γιαπράκης, 2012). Επιπρόσθετα, οι Jones και Peccei (2004, στο Γιαπράκης, 2012) μεταξύ άλλων στρατηγικών που χρησιμοποιούνται στον πολιτικό λόγο για να επηρεάσουν τις πολιτικές και ιδεολογικές κοινωνικές απόψεις για δικό τους όφελος είναι οι εξής:

- Προϋπόθεση: προϋπάρχουσες και παρασκευασμένες υποθέσεις που εισάγονται μέσα σε μία πρόταση ή φράση.
- Υπονόηση: εξαρτάται κυρίως από την κοινή γνώση γεγονότων μεταξύ εκφωνητή και ακροατή.
- Γλώσσα πειθούς: χρήση μεταφοράς, ευφημισμού, παραλληλισμός. Παρομοίως ο Heatherington (1980) είχε υπογραμμίσει είδη γλωσσικής εκμετάλλευσης που χρησιμοποιούνται από πολιτικούς και σχετίζονται ως επί το πλείστον με το συναίσθημα. Αυτά συνοψίζονται ως εξής:
- Καλά συναισθήματα: πρόκληση συναισθημάτων πατριωτισμού και άμεση φιλοφρόνηση του ψηφοφόρου που επηρεάζει ως επί το πλείστον τον ευαίσθητο ψηφοφόρο μέσα από την αναφορά στο παρελθόν του, τη σοφία του, τις δεξιότητες και τα πλεονεκτήματα που τον χαρακτηρίζουν ως άτομο με κύρια όμως έμφαση την ιδιότητα και τις υποχρεώσεις του ως πολίτη.
- Άσχημα συναισθήματα: πρόκληση συναισθημάτων φόβου, θυμού και περιφρόνησης.
- Ομίχλη: χρήση περίεργων και πολύπλοκων λέξεων που ρίχνουν ένα πέπλο ομίχλης καθώς είναι πολύ αφηρημένες, άσχετες και συχνά πολυσημαινόμενες. Αυτό είναι πολύ συχνό όταν ένας πολιτικός βρίσκεται σε μία πολύ δύσκολη κατάσταση και προσπαθεί να δικαιολογήσει τη συμπεριφορά του καθώς ένας τέτοιος πολιτικός λόγος δεν επιτρέπει την απόδοση ευθυνών σε κανέναν, πόσο μάλλον στον ίδιο τον ομιλητή (Γιαπράκης, 2012).

1.1.4. Συγκερασμός πολιτικής και επικοινωνίας

Η δυσκολία ορισμού του όρου πολιτική επικοινωνία έγκειται στο γεγονός ότι αποτελείται από δύο λέξεις διαφορετικού νοήματος επιδεχόμενες ποικίλες ερμηνείες και οροθετήσεις. Η μια προϋποθέτει την άλλη. Πολιτική ονομάζεται κάθε πράξη, κάθε σκέψη, κάθε παράλειψη που πραγματοποιείται στο όνομα των άλλων. Από την άλλη, επικοινωνία καλείται η ανταλλαγή εννοιών, σημασιών, σκέψεων ανάμεσα σε ανθρώπους με στόχο να επηρεάσει ο ένας τον άλλον προς την κατεύθυνση που επιθυμεί. Κατόπιν προέκυψε ο όρος "πολιτική επικοινωνία". Μετά το 1960 ο όρος κωδικοποιεί 3 σημαινόμενα (Δερμετζής 2002 στο Τζίτζη, 2016). Αρχικά, έναν υποκλάδο της πολιτικής ψυχολογίας που ανιχνεύει, καταγράφει και αναλύει κριτικά κάθε φαινόμενο έκφρασης. Στη συνέχεια, καλύπτει την επαγγελματική ταξινόμηση όλων των καινοτομιών και των τεχνικών με τις οποίες σχεδιάζεται και συγκροτείται ένας επικοινωνιακός σχεδιασμός στο χώρο της πρακτικής πολιτικής. Στόχος είναι η διαμόρφωση ωφέλιμων στάσεων ή αντιδράσεων για εκείνον που τις επιδιώκει. Το τρίτο σημαινόμενο του όρου αναφέρεται στη συστηματική παρακολούθηση των διαφόρων συνδυασμών επικοινωνιακής σχεδίασης, των νέων τηλεπικοινωνιών καθώς και των νέων τεχνολογιών. Η ουσιαστική επίδραση στο περιεχόμενο του μηνύματος ασκείται από τη ψηφιακή μετάδοση, την ακρίβεια και τη ταχύτητα διακίνησης των πληροφοριών, κειμένων, εικόνων και ήχων. Έτσι, με τα άνωθι μέσα, προσδιορίζεται ο τρόπος με τον οποίο η σύγχρονη πολιτική εξουσία επιβάλλεται στους δέκτες από την ασυναίσθητη υπαγωγή των τελευταίων σε ένα ορισμένο τεχνικο-οικονομικό σύστημα. Σε συνέχεια για την έννοια του όρου, ο Meadow (1980 στο Τζίτζη, 2012) προσδιόρισε την πολιτική επικοινωνία ως μια ανταλλαγή συμβόλων ή μηνυμάτων που διαμορφώνονται σε σημαντικό βαθμό από τη λειτουργία των πολιτικών συστημάτων και ταυτόχρονα τη διαμορφώνουν. Από την άλλη, ο McNair (1998 στο Τζίτζη, 2016) εξετάζει πιο λεπτομερώς τον ορισμό. Κατά τον ίδιο, πολιτική επικοινωνία είναι η αποτελεσματική επικοινωνία σχετικά με την πολιτική και περιλαμβάνει αρχικά όλες τις μορφές επικοινωνίας που αναλαμβάνουν οι πολιτικοί στα πολιτικά δρώμενα για την επίτευξη των στόχων τους. Στη συνέχεια, η επικοινωνία που απευθύνεται στους πολιτικούς πρωταγωνιστές από μη πολιτικούς και τέλος, η επικοινωνία σχετικά με αυτούς και τις δραστηριότητές τους. Με τον τρόπο αυτό

ο McNair εντοπίζει την σχέση μεταξύ πολιτικών, Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και εκλογικού σώματος. Ο Δεμερτζής (2002 στο Τζιτζη, 2016) ενσωματώνει την παραγωγή μηνυμάτων, λεκτικών και εξωλεκτικών, που αναφέρονται στην άσκηση της πολιτικής εξουσίας τα οποία επηρεάζουν τις ατομικές πολιτικές γνώμες, τις στάσεις και τις συμπεριφορές σε τοπική, εθνική και διεθνή κλίμακα. Σύμφωνα με τον ίδιο, πέντε είναι τα βασικά στοιχεία της πολιτικής επικοινωνίας: 1) ο σκόπιμος και ηθελημένος πολιτικός λόγος παράλληλα με τον αθέλητο πολιτικό λόγο 2) ο λεκτικός και εξωλεκτικός χαρακτήρας του 3) η επικοινωνία ανάμεσα σε όλους τους θεσμούς ενός πολιτικού συστήματος 4) η πρόθεση επιρροής γνώμων στάσεων και συμπεριφορών και 5) η γεωγραφική εμβέλεια της.

Ο Μεταξάς στην Πολιτική Επικοινωνία (1976 στο Τζιτζη, 2016) προσθέτει στον ορισμό τη δική του πρόταση για τη συστηματική παρακολούθηση των διαφόρων συνδυασμών "επικοινωνιακής σχεδίασης" και νέων τηλεπικοινωνιών και γενικότερα νέων τεχνολογιών. Υποστηρίζει παράλληλα ότι η πολιτική επικοινωνία είναι η κοινωνική συμβολική διαδικασία που περιλαμβάνει ένα ειδικό πληροφοριακό περιεχόμενο, το πολιτικό και ένα σύνολο τεχνικών υποστηρίξεων μέσα από τις οποίες η πολιτική πληροφορία κυκλοφορεί και μεταβιβάζεται.

Συγκρίνοντας την πολιτική με την κλασική μορφή επικοινωνίας διαπιστώνεται ότι στα πλαίσια ενός πολιτικού συστήματος, η αρχική πηγή της πληροφορίας είναι ένα πολιτικό κόμμα, το μήνυμα αναφέρεται στον πολιτικό του προγραμματισμό, στους διαύλους μεταδόσεων περιλαμβάνονται οι νέες τηλεπικοινωνίες και τέλος την εκλογική του δύναμη αποτελεί το αρχικό του ακροατήριο (Τζιτζη, 2016).

1.1.5. Η ιδεολογία της γλώσσας

Ο Fairclough δηλώνει ότι είναι σοσιαλιστής και ότι αντιλαμβάνεται την κοινωνία ως πεδίο διαρκούς σύγκρουσης ή λανθάνουσας σύγκρουσης ανάμεσα σε διάφορες κοινωνικές τάξεις. Θεωρεί ότι στη σύγχρονη κοινωνία η

εξουσία ασκείται με συναινετικά μέσα. Οι άνθρωποι, αντί να εξαναγκάζονται να κάνουν πράγματα αντίθετα με το προσωπικό τους συμφέρον, πείθονται να το κάνουν με τη θέλησή τους, μέσω της δράσης της ιδεολογίας. Σύμφωνα με τον ίδιο, η γλώσσα είναι το όργανο με το οποίο αναπαράγεται η ιδεολογία και, ως εκ τούτου, παίζει σημαντικό ρόλο στον τρόπο με τον οποίο κατανέμεται η ισχύς μέσα στην κοινωνία (Ευθυμίου, χχ).

Στην ιδεολογική χρήση του λόγου για κάποιους γλωσσολόγους και ερευνητές προτιμάται ο όρος «ιδεολογική γλώσσα», η οποία μάλιστα από τους ίδιους υποστηρίζεται ότι δεν είναι ξεκάθαρα ένα είδος γλώσσας, αλλά ένας συγκεκριμένος τρόπος χειρισμού της γλώσσας (Φραγκουδάκη, 1999 στο Γιαπράκης, 2012). Θεωρείται αδόκιμος ο όρος "ένα είδος γλώσσας" γιατί η ιδεολογική γλώσσα στην ουσία καταστρέφει την πολιτικότητα του λόγου, την ύπαρξη του 'εσύ' την οποία αντικαθιστά με ένα εξουσιαστικό μονόλογο που στόχο έχει την πειθώ και χειραγώγηση του παθητικού πλέον ακροατή (Γιαπράκης, 2012). Αυτή η ιδεολογική γλώσσα έχει κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά εκτός από το γενικό χαρακτήρα εξαπάτησης και παγίδευσης μέσω μίας τεχνητά νομιμοποιημένης αυθεντίας του ομιλητή και τα οποία συνοψίζονται ως εξής (Φραγκουδάκη, 1999 στο Γιαπράκης, 2012): α) είναι λόγος πληθωρικός, β) αξιολογικός, γ) ευφημιστικός, δ) συμφυρματικός, ε) διχοτομικός και στ) αυταπόδεικτος.

Ξεκινώντας από το χαρακτηριστικό του πληθωρικού λόγου, αυτό αναφέρεται σε ένα ευρέως διαδεδομένο και πλέον γνωστό στη συνείδηση της πλειοψηφίας της κοινής γνώμης. Πιο συγκεκριμένα, είναι η τάση των πολιτικών να χρησιμοποιούν μία πληθώρα λέξεων, τις περισσότερες φορές λέξεις που επαναλαμβάνονται και έχουν παρόμοιο περιεχόμενο απλά για να καταλήξουν στο σχηματισμό πολύπλοκων συντακτικά και γραμματικά προτάσεων, γεγονός που στο τέλος οδηγεί σε ένα νόημα δυσνόητο και ασαφές στα αυτιά και το επίπεδο συνείδησης του ακροατή. Συχνά χρησιμοποιούνται λέξεις επιτηδευμένα σπάνιες, άγνωστες πολλές φορές στην πλειοψηφία του κόσμου αλλά και λέξεις από την αρχαιοελληνική γλώσσα, την αρχαΐζουσα, ιδιωτισμοί και ξενισμοί και στην πλειοψηφία των περιπτώσεων ένα μίγμα των παραπάνω που επιτείνουν ακόμη περισσότερο τη νοηματική ασάφεια και ακυριολεξία.

Ακόμη το σύνολο αυτών των συνωνύμων, επιθετικών και επιρρηματικών προσδιορισμών στοχεύουν ακόμη περισσότερο στην πρόκληση του συναισθήματος και την ηθική δέσμευση και ευαισθητοποίηση του συνομιλητή. Όλα τα παραπάνω έχουν σαν αποτέλεσμα ο δέκτης να γίνεται παθητικός υποδοχέας προκατασκευασμένων απόψεων και προτάσεων χωρίς να είναι σε θέση να τις επεξεργαστεί ως μεταφερόμενες πληροφορίες (Γιαπράκης, 2012).

Προχωρώντας στο αξιολογικό χαρακτηριστικό της ιδεολογικής γλώσσας αυτό σχετίζεται με το γεγονός ότι στον πολιτικό λόγο ακόμη και όταν αυτός δεν είναι πληθωρικός αυτό που μένει είναι ο αξιολογικός χαρακτήρας, δηλαδή η προβολή των λεγομένων του ομιλητή όχι ως μία προς διερεύνηση πληροφορία αλλά ως μία δεδομένη αλήθεια. Πιο συγκεκριμένα, στηρίζεται σε λέξεις αξίες, τονίζεται το πρέπει ενώ άτυπα καταδικάζεται ο δέκτης που μπορεί να διαφωνεί με την αξία που τονίζεται ως γενικώς αποδεκτή και δεδομένη. Για παράδειγμα, η σωτηρία του έθνους ως ένα μήνυμα και μία αξία που συνοδεύεται με συγκεκριμένες προτάσεις και πρακτικές κάθε πολιτικού είναι μία αξία η οποία δύσκολα μπορεί να αμφισβητηθεί από τον ακροατή ακόμη και αν ενδόμυχα δεν αποδέχεται τις συνακόλουθες προτάσεις και πρακτικές, καθώς σε αυτή την περίπτωση αυτόματα θα χαρακτηριστεί ως ιερόσυλος, ως παραβάτης και καταπατητής αυτής της θεμελιώδους αξίας. Έτσι υποσυνείδητα, ο δέκτης είτε συμφωνεί είτε όχι εσωτερικεύει το μήνυμα ακόμη και αν το αρνείται ή καλύτερα κυρίως στις περιπτώσεις τις οποίες το αρνείται (Γιαπράκης, 2012).

Σχετικά με το συμφυρματικό χαρακτήρα της ιδεολογικής γλώσσας, αυτός σχετίζεται κατά βάση με την κατασκευή αθέμιτων γλωσσικών ή νοηματικών μιγμάτων τα οποία εκ νέου εμποδίζουν την κριτική αντιμετώπιση των λεγομένων από τον δέκτη. Στην περίπτωση της ιδεολογικής γλώσσας, οι πολιτικοί πολύ συχνά χρησιμοποιούν έννοιες αντικρουόμενες και ταυτίζουν ως συνώνυμες λέξεις που δεν έχουν στην πραγματικότητα το ίδιο νόημα για να προκαλέσουν μία βολική ασάφεια η οποία αυτόματα θα τους τοποθετήσει στο απυρόβλητο της κριτικής από μεριάς του δέκτη. Ο συμφυρματικός λόγος συνθέτει μεταξύ τους γλωσσικές μορφές ή κοινωνικά ιδιώματα. Χρησιμοποιεί

ανάκατα λέξεις παρεμφερείς ή και αφηρημένες έννοιες άσχετες μεταξύ τους, προκαλώντας έντονη ασάφεια, που λειτουργεί αποκρύβοντας από το δέκτη το νόημα, αλλά και εμποδίζοντάς τον να αναρωτηθεί για την ακρίβεια ή την ορθότητά του. Συνδέει μεταξύ τους έννοιες που αλληλοαναιρούνται νοηματικά και λογικά, κατασκευάζοντας νοηματικά τέρατα, λέξεις σύνθετες από σημασίες που η μια αποκλείει την άλλη. Εδώ χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η φασιστική ιδεολογία και ο ναζιστικός λόγος ο οποίος ξεκίνησε ως ένας νοητικός παραλογισμός (Faye, 1972 στο Γιαπράκης, 2012) καθώς η ναζιστική εξουσία ένωσε τα αντίθετα στο λόγο που προωθούσε.

Πιο συγκεκριμένα, ο λόγος της στηρίχτηκε στην καταδίκη και καταγγελία του κεφαλαίου και της κεφαλαιοκρατίας -ενώ συνεργαζόταν στενά με αυτό για να εξαπλωθεί- αλλά εμπόδισε την κριτική αυτής της αντίφασης ταυτίζοντας λανθασμένα και στενά το κεφάλαιο με λίγους Εβραίους τραπεζίτες, η οποία καταδίκη μεταγενέστερα μετατοπίστηκε στο σύνολο του Εβραϊκού πληθυσμού. Παράλληλα, οικειοποιήθηκε από την αριστερά τον όρο της επανάστασης τον οποίο συμφурματικά ταύτισε με τον εθνικισμό και την δική της ιδεολογία ενώ ταυτόχρονα κατάφερε να ενώσει τα άκρως αντίθετα για εκείνη την εποχή επίθετα του εθνικού με το σοσιαλιστικό, κατασκευάζοντας άκρως αντιφατικά συνθήματα και όρους όπως “εθνικοσοσιαλισμός” ή “οπισθοδρομική επανάσταση” (Γιαπράκης, 2012).

Ο ευφημιστικός χαρακτήρας του πολιτικού λόγου έχει αναλυθεί παραπάνω, ο οποίος συμπληρώνεται πολύ αποτελεσματικά με το χαρακτηριστικό της διχοτόμησης η οποία είναι πολύ συχνά χρησιμοποιούμενη. Μέσα από τη διχοτόμηση και την προβολή της σύγκρισης άκρως αντίθετων αξιών ξανά ο πολιτικός καταφέρνει να δώσει στον δέκτη τα λεγόμενά του ως μία λογικά αποδεδειγμένη πληροφορία, η οποία προωθείται ως μία στατική και ενιαία αλήθεια. Με την ευφημιστική διατύπωση προσδίδει ο ομιλητής αναντίρρητο κύρος στον εαυτό του, κάνει άτρωτα τα μηνύματά του, μεταμφιέζοντάς τα σε αναμφισβήτητα και απαλλάσσεται επιπλέον από την υποχρέωση να τα τεκμηριώσει με αποδείξεις ή επιχειρήματα. Ένα από τα συχνά χαρακτηριστικά της ευφημιστικής γλώσσας είναι η αποσιώπηση ή

μετάθεση του υποκειμένου της ομιλίας. Ο πολιτικός ρήτορας μιλάει στο πρώτο πρόσωπο του πληθυντικού, βάζοντας στη θέση του υποκειμένου ένα αξιολογικό "εμείς". Η αντιπαράθεση με τους «άλλους» γίνεται αυτόματα, χωρίς να χρειάζεται να οριστούν ούτε να δειχτεί γιατί δεν έχουν τις ιδιότητες που ορίζει το «εμείς». Στη διχοτόμηση υπάρχει εκ των προτέρων αντιπαράθεση δύο δοσμένων αξιών, που δίνουν στο λόγο το κύριο νόημά του. Η κάθε δήλωση βασίζεται στη συνεχή έμμεση αντίθεση ανάμεσα στο καλό-κακό, σωστό-λάθος, προοδευτικό-αντιδραστικό, ωραίο-άσχημο, ηθικό-ανήθικο κ.ο.κ. Η διχοτομική ιδιότητα προβάλλει τη θετική αξία και τη στηρίζει στην αντιπαράθεση με την αντίθετή της, που είναι συνεχώς έμμεσα παρούσα σαν την αρνητική φωτογραφία. Έτσι, η θετική αξία εμφανίζεται σαν αποδεικτικός συλλογισμός και η συνεχής αντιπαράθεση αρκεί για να οδηγεί η απλή μνεία της θετικής αξίας στο αναπόφευκτο συμπέρασμα ότι το καλό είναι θετικό επειδή το κακό είναι αρνητικό (το προοδευτικό είναι θετικό κ.ο.κ.), χωρίς να χρειάζεται να αποδειχτεί γιατί είναι καλό το καλό. Αποκαλυπτικό παράδειγμα είναι η σταλινική θεωρία για το ρεαλισμό στην τέχνη, καθώς από τη μία τονίζει ότι ο σοσιαλισμός είναι το καλό, το προοδευτικό και ταυτόχρονα ταυτίζει το ρεαλισμό με το σοσιαλισμό προβάλλοντας στην ουσία πως το αντίθετο ή το διαφορετικό του ρεαλισμού συνοδεύεται και από τις αντίθετες έννοιες και χαρακτηριστικά (Γιαπράκης, 2012).

Το τελευταίο χαρακτηριστικό που η Φραγκουδάκη (1999 στο Γιαπράκης, 2012) προσδίδει στην ιδεολογική γλώσσα είναι ο χαρακτήρας του αυταπόδεικτου που την χαρακτηρίζει. Όπως ήδη έχει φανεί έμμεσα ως τώρα, τα χαρακτηριστικά του λόγου αυτού δεν εμφανίζονται το καθένα μόνο του, αλλά συνήθως συνυπάρχουν. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από τη συχνή επίκληση της λογικής, του κοινού νου, της φύσης και της παρατήρησης. Ταυτόχρονα εδώ γίνεται συχνά και επίκληση στη αυθεντία γιατί έτσι εντείνεται ακόμη περισσότερο η αποτελεσματικότητα του αυταπόδεικτου, π.χ. η προσωπικότητα του Μαρξ μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αυθεντία και ένα μήνυμα το οποίο προβάλλεται ως συνδεδεμένο με τον ίδιο γίνεται άμεσα αποδεκτό καθώς είναι πολύ δύσκολη και ταυτόχρονα θεωρείται αδύνατη η αμφισβήτηση της

αυθεντίας. Στις περισσότερες βέβαια των περιπτώσεων στην ιδεολογική γλώσσα, το αυταπόδεικτο του λόγου και η σύνδεσή του με αυθεντία είναι προϊόν μίας ανιστόρητης και λανθασμένης σύνδεσης καθώς απουσιάζει ως επί το πλείστον η ιστορική εξέλιξη (Γιαπράκης, 2012).

Όλα τα παραπάνω συνοψίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά της ιδεολογικής γλώσσας, η οποία σύμφωνα με την ίδια δεν είναι ένα είδος επικοινωνιακού λόγου αλλά μία μορφή κατάχρησης της γλώσσας για να προωθηθούν τα λεγόμενα και οι απόψεις ενός πολιτικού πομπού ο οποίος σαφώς και δεν πρέπει να ταυτίζεται περιορισμένα με το ρόλο του πολιτικού αλλά μπορεί να βρίσκει έκφραση στο λόγο του επιστήμονα ή του δημοσιογράφου (Γιαπράκης 2012).

1.2. Πολιτικό marketing και στρατηγικός σχεδιασμός

1.2.1. Ορισμός πολιτικού marketing

Για χρόνια, οι πολιτικοί στηρίζονταν για την προώθηση του κόμματος και των πολιτικών τους ιδεών σε βασικές επικοινωνιακές δεξιότητες – κονκάρδες, αφίσες, πολιτικές εκστρατείες, συγκεντρώσεις και ομιλίες για την εξοικείωση των ψηφοφόρων με ένα όνομα, ένα κόμμα, και μια πλατφόρμα ιδεών (Newman 1994 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”,2013). Οι αρχές που λειτουργούν στην αγορά των επιχειρήσεων, οι ίδιες ισχύουν και στην πολιτική αγορά. Επιτυχημένες είναι οι εταιρείες που προσανατολίζονται προς την αγορά και διαρκώς ασχολούνται με τη δημιουργία αξίας για τους πελάτες τους. Προβλέποντας τις ανάγκες των πελατών τους, αναπτύσσοντας συνεχώς καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες, καταφέρνουν να κρατούν τους πελάτες τους ικανοποιημένους (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”,2013). Παρόμοιο προσανατολισμό έχουν και οι πολιτικοί: συνεχής προσπάθεια για δημιουργία αξίας στους ψηφοφόρους τους, με τη βελτίωση της ποιότητας ζωής, και δημιουργία του μεγαλύτερο οφέλους με το μικρότερο κοινωνικό κόστος (Kotler και Kotler 1981, 1999 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013). Η

πολιτική σήμερα επηρεάζεται ολοένα και περισσότερο από το marketing, και άλλες προηγμένες τεχνολογικά μεθόδους που χρησιμοποιούνται από τον κόσμο των επιχειρήσεων προκειμένου να «τοποθετήσουν» τα προϊόντα τους στην αγορά, χρησιμοποιούνται από τους πολιτικούς προκειμένου να «τοποθετήσουν» τον εαυτό τους και τις ιδέες τους. Ο σύγχρονος πολιτικός θα πρέπει να βασίζεται στο marketing όχι μόνο για να κερδίσει στις εκλογές, αλλά και για να είναι επιτυχής ως ηγέτης μετά την είσοδό του στη Βουλή (Newman, 1981 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Το 1997 ο Henneberg, βασιζόμενος σε έναν ορισμό του Gronroos (1990 στο Παρλιάρης, 2014), ορίζει “το πολιτικό marketing” ως μία επιδίωξη εδραίωσης, διατήρησης και βελτίωσης μακροπρόθεσμων σχέσεων με τους ψηφοφόρους, κερδοφόρων για την κοινωνία και τα πολιτικά κόμματα, με τρόπο τέτοιο ώστε να ικανοποιούνται οι στόχοι των μεμονωμένων πολιτικών δρώντων και οργανισμών. Αυτό επιτυγχάνεται με την αμοιβαία ανταλλαγή και εκπλήρωση υποσχέσεων» (Μόνου ,2004 στο Παρλιάρης, 2014).

Λίγο αργότερα, το 1999, ο Newman (στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”,2013 · Ζερβού, 2008) σε μια ευρύτερη θεώρηση, χαρακτηριστική του πόσο συνυφαίνονται οι όροι που διέπουν την αγορά και την επιστήμη της πολιτικής επικοινωνίας, ορίζει το πολιτικό marketing ως, «την εφαρμογή των αρχών και διαδικασιών marketing σε πολιτικές εκστρατείες από διάφορα άτομα και οργανισμούς». Οι διαδικασίες που εμπλέκονται περιλαμβάνουν την ανάλυση, την ανάπτυξη, την εκτέλεση και τη διαχείριση των στρατηγικών εκστρατειών των υποψηφίων, πολιτικών κομμάτων, κυβερνήσεων, εκπρόσωπων ειδικών ομάδων που επιδιώκουν να οδηγήσουν την κοινή γνώμη, να υποστηρίξει τη δική τους ιδεολογία, να κερδίσουν εκλογές, και να περάσουν νομολογίες για την αντιμετώπιση των αναγκών και επιθυμιών των επιλεγμένων ατόμων και ομάδων σε μια κοινωνία» (Newman, 1999 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Σε μια προσπάθεια παραλληλισμού της πραγματικότητας, τα εμπόδια επικοινωνίας μεταξύ παραγωγού κι καταναλωτή εμφανίζονται ως βουνό. Το marketing έρχεται να πάρει τη θέση του στην κορυφή του βουνού για να μεταφέρει πληροφορίες από τη μια πλευρά στην άλλη ώστε να απλοποιήσει την διαδικασία του εμπορίου. Στα συμβατικά περιβάλλοντα δραστηριοποίησης business to business (B2B) και business to consumer (B2C) το marketing καλείται να αντιμετωπίσει ένα διαρκώς αυξανόμενο ανταγωνισμό και να επικρατήσει το προϊόν/υπηρεσία για το οποίο χρηματοδοτείται (Παρλιάρης, 2014).

Οι παραλληλισμοί συνεχίζονται με τον Egan (1999, στο Παρλιάρης, 2014), και το marketing υπηρεσιών παρά με το marketing προϊόντων. Τούτη η διάκριση συμβαίνει διότι στην περίπτωση του πολιτικού ο υποψήφιος ή το πολιτικό κόμμα στο σύνολό του διαπραγματεύεται με κάθε ενέργεια υποσχέσεις κι όχι κάτι απτό, κάτι χειροπιαστό. Επειδή όμως επιβάλλεται να βασιζόμαστε στο marketing, από την στρατηγική αυτή δεν μπορούν να λείπουν τα δομικά στοιχεία, τα 4 P's (Προϊόν, Τιμή, Διανομή, Προώθηση) που είναι εύλογο ότι θα τροποποιηθούν και να προσαρμοστούν στις ανάγκες του πολιτικού κλάδου (Παρλιάρης, 2014).

1.2.2. Τα 4P's

Η θεωρία των τεσσάρων «Ps» του E.Jerome McCarthy μπορεί να αποτελεί κοινή και θεμελιώδη αφετηρία τόσο του πολιτικού όσο και του επιχειρηματικού marketing, δεν μπορεί όμως να ειπωθεί ούτε απλουστευμένα ούτε αποσπασματικά (Ζερβού, 2008).

Το πολιτικό προϊόν (product) είναι πολύ σημαντικό, πολύπλοκο και οι διαστάσεις του είναι αδιαίρετες στην αντίληψη των ψηφοφόρων. Μπορεί να αφορά στα διαμορφούμενα και έντεχνα παρουσιαζόμενα χαρακτηριστικά του αγαθού, αλλά σχετίζεται ευθέως με τις ανάγκες και τις επιθυμίες του τελικού καταναλωτή (Ζερβού, 2008). Η πολιτική αγορά είναι μεγάλη και ποικίλλει και

αυτός ακριβώς είναι ο λόγος που τα κόμματα πρέπει να προσέχουν την προβολή του προϊόντος τους. Η ψήφος είναι μια πράξη κοινωνικής επιβεβαίωσης, γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα ελιγμών εκ μέρους των κομμάτων αναφορικά με την πρακτική του πολιτικού marketing. Η προβολή διαφορετικών διαστάσεων του πολιτικού προϊόντος μπορεί να επηρεάσει άμεσα διάφορες ομάδες ψηφοφόρων (Μόνου, 2004 στο Παρλιάρης, 2014).

Το δεύτερο δομικό στοιχείο είναι η **πολιτική προώθηση και επικοινωνία**: Ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία του πολιτικού μίγματος marketing είναι η επικοινωνία ή η προώθηση (Παρλιάρης, 2014). Αφορά στον τρόπο και τις μεθόδους πώλησης, στις προωθητικές ενέργειες, στη διαφήμιση, στη δημοσιότητα, στη διαμόρφωση της ταυτότητας του προϊόντος αλλά και στο απαιτούμενο γνωστικό, οργανωσιακό ή ακόμα και ψυχολογικό υπόβαθρο για την υποστήριξη ή καθιέρωσή του (Ζερβού, 2008). Η λειτουργία αυτή εκτελείται μέσω του γνωστού επικοινωνιακού μίγματος, το οποίο περιλαμβάνει τη διαφήμιση, τη διαχείριση ειδήσεων και τις δημόσιες σχέσεις, το διαδίκτυο και τα Social Media (Παρλιάρης, 2014).

Το επόμενο δομικό στοιχείο καλείται **πολιτική τιμή**. Στην πολιτική σκηνή η τιμή μπορεί να αντιπροσωπεύει το συναίσθημα εθνικής, οικονομικής, ψυχολογικής ελπίδας ή ανασφάλειας των ψηφοφόρων που συνδέονται με την επιλογή ενός συγκεκριμένου κόμματος ή υποψηφίου. Υποστηρίζεται ότι η τιμή στο πολιτικό μίγμα marketing αναφέρεται στο οικονομικό, εθνικό και ψυχολογικό τίμημα που συνοδεύει την ψήφο (Μόνου, 2004 στο Παρλιάρης, 2014), αλλά αναφέρεται και στη διαδικασία της κοστολόγησης ενός προϊόντος συμπεριλαμβάνοντας ένα σύνολο παροχών, εκπνώσεων κλπ (Ζερβού, 2008). Παρόλα αυτά μπορεί να γίνει συχνά αντικείμενο εκμετάλλευσης από τα πολιτικά κόμματα (Παρλιάρης, 2014). Η πολιτική τιμή μπορεί να επενδυθεί σωστά όταν μία πολιτική εκστρατεία στοχεύει στην τόνωση της αισιοδοξίας των πολιτών (Μόνου, 2004 στο Παρλιάρης, 2014).

Η πολιτική διανομή, τέλος, αναφέρεται στις μεθόδους ή στα κανάλια που χρησιμοποιούνται για την επίτευξη της προσωπικής επαφής των πολιτικών με το εκλογικό σώμα. Η διανομή στο πολιτικό marketing περιλαμβάνει το πρόγραμμα των προσωπικών εμφανίσεων του υποψηφίου, το πρόγραμμα των δράσεων των πολιτικών αρχηγών ή υποψηφίων, καθώς και την αφισοκόλληση και το μοίρασμα των φυλλαδίων (Μόνου, 2004 στο Παρλιάρης, 2014).

1.2.3. Στρατηγικός Σχεδιασμός

Η στρατηγική

Για να επιτευχθούν τα βέλτιστα κατά την διάρκεια της πολιτικής καμπάνιας δεν πρέπει να ξεχνάμε την **έρευνα**, το ισχυρότερο και πιο αξιόπιστο εργαλείο του marketing. Η διενέργεια ερευνών κρίνεται απαραίτητη για να γνωρίζουμε, έστω και με μικρή απόκλιση, την θέση που καταλαμβάνουμε στην προτίμηση του κοινού στην περίπτωση της ποσοτικής έρευνας. Απαραίτητη είναι η διενέργεια τόσο ποιοτικών όσο και ποσοτικών ερευνών. Εάν σχεδιαστούν σωστά οι ποιοτικές έρευνες, θα αναδείξουν τους λόγους για τους οποίους κατέχουμε μια συγκεκριμένη θέση στο μυαλό των ψηφοφόρων (Παρλιάρης, 2014).

Η σημασία του να γίνεται έρευνα στηρίζεται στην ιδέα ότι όλα τα προϊόντα δεν μπορούν να πουληθούν σε όλους τους καταναλωτές. Οι εταιρείες χρησιμοποιούν την έρευνα αγοράς προκειμένου να καθορίσουν σε ποιο στοιχείο να δώσουν έμφαση ανάλογα με την ομάδα καταναλωτών που απευθύνονται. Ο χώρος της πολιτικής δε διαφέρει (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Η Έρευνα αγοράς και οι δημοσκοπήσεις, φυσικά, δεν είναι νέα στον τομέα της πολιτικής (Mitchell&Daves, 1999 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013). Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι δημοσκοπήσεων πάνω στις οποίες βασίζονται οι υποψήφιοι, συμπεριλαμβανομένων των

συγκριτικών ερευνών (benchmark surveys) που συνήθως διεξάγονται όταν ένας υποψήφιος έχει αποφασίσει να θέσει υποψηφιότητα στις εκλογές για να έχει μια καλή βάση πληροφοριών, έρευνες πρόθεσης ψήφου (trial heat surveys), που χρησιμοποιείται για μια ομάδα υποψηφίων ως μια σύγκριση αποδοχής και πρόθεσης ψήφου, συνήθως στην αρχή κάποιας εκστρατείας. Υπάρχουν ακόμα οι δημοσκοπήσεις εντοπισμού τάσεων (tracking polls) που διεξάγονται σε τακτά χρονικά διαστήματα στο ίδιο δείγμα ψηφοφόρων προκειμένου να ανιχνεύσουν και να μετρήσουν τυχόν αλλαγές απόψεων. Οι έρευνες πάνελ (panel surveys) πραγματοποιούνται από μεγάλες εταιρείες δημοσκοπήσεων την πάροδο του χρόνου για να δώσουν μια εικόνα για το σε ποια διαφορετικά σημεία δίνει έμφαση το εκλογικό σώμα κατά τη διάρκεια μιας εκστρατείας, και τέλος οι δημοσκοπήσεις εξόδου (exit polls), που διεξάγονται αμέσως μετά την ψήφο του ψηφοφόρου (Asher, 1998 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Εκτός από τις δημοσκοπήσεις, οι υποψήφιοι βασίζονται και σε ομάδες εστίασης (focus groups), που συγκεντρώνουν ένα μικρό αριθμό των ανθρώπων σε ένα δωμάτιο για να συζητήσουν είτε για τον υποψήφιο ή για τις ιδέες τους. Καθώς η συζήτηση των ανθρώπων αυτών λαμβάνει χώρα, οι υπεύθυνοι της εκστρατείας κάθονται πίσω από έναν καθρέφτη διπλής κατεύθυνσης και παρακολουθούν σε μια προσπάθεια λήψης νέων δεδομένων – γνώση που θα τους βοηθήσει να κάνουν την εκστρατεία περισσότερο αποτελεσματική (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Οι πρακτικές αυτές δεν είναι καινούργιες. Δεν είναι ασυνήθιστο για έναν υποψήφιο να προσλαμβάνει μια εταιρεία για να ελέγξει τη προσωπική ζωή και το παρελθόν ενός υποψηφίου ανταγωνιστή ψάχνοντας για τυχόν τρωτά σημεία. Εδώ ο στόχος είναι να προβλέψει ο κάθε υποψήφιος εκ των προτέρων, τι θα μπορούσε να πει για αυτόν ένας ανταγωνιστής. Στην πραγματικότητα, η εκστρατεία είναι ο χρόνος κατά τον οποίο οι ιδέες ερευνώνται, δίνονται οι υποσχέσεις, και μετά ελέγχονται στην πολιτική αγορά κάτι το οποίο αναφέρεται ως «δοκιμή της αγοράς». Αυτό είναι καταρχάς η ίδια διαδικασία την οποία

ακολουθούν οι επιχειρήσεις πριν εισάγουν ένα προϊόν σε εθνικό επίπεδο (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Το επόμενο βήμα του στρατηγικού σχεδιασμού αφορά την διαδικασία **Τμηματοποίησης-Στόχευσης-Τοποθέτησης**. Στις επιχειρήσεις, η τμηματοποίηση και στόχευση της αγοράς χρησιμοποιούνται για να προσδιορίσουν τις ομάδες πελατών που η επιχείρηση κατευθύνει το προϊόν, τη διαφημιστική εκστρατεία της και γενικότερα όλο το μίγμα marketing. Στην πολιτική, η τμηματοποίηση της αγοράς έχει χρησιμοποιηθεί παραδοσιακά από κάθε κομματικό συνδυασμό προκειμένου να επιλεγθούν ποια τμήματα των πολιτών θα στοχευθούν με το πρόγραμμά τους (Baines, 1999 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013). Αυτές οι δραστηριότητες εμφανίζουν μεγάλες αλληλεπιδράσεις τόσο μεταξύ τους όσο και με τα ευρήματα και συμπεράσματα του σταδίου διεξαγωγής ερευνών και αναλύσεων (Baines, 1999 στο Παρλιάρης, 2014). Η τμηματοποίηση της αγοράς των ψηφοφόρων προτείνεται να γίνει βάσει μιας στατιστικής τεχνικής, της cluster analysis, η οποία τοποθετεί τους ερευνώμενους σε ομάδες που απάντησαν όμοια σε ερωτήσεις που έγιναν. Βέβαια εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι πλην των γεωγραφικών και δημογραφικών χαρακτηριστικών θα πρέπει να γίνει συστηματική και εκτενής χρήση ψυχογραφικών χαρακτηριστικών. Τέτοια προσέγγιση της τμηματοποίησης τονίζει την μακροχρόνια σχέση με τον ψηφοφόρο (Kotler, 2003 στο Παρλιάρης, 2014). Η σωστή τμηματοποίηση της αγοράς είναι αυτή που ουσιαστικά θα εξοπλίσει τον φορέα/υποψήφιο με το κοινό στόχο τον οποίο θα στοχεύσει και θα προσπαθήσει να προσελκύσει. Απαραίτητο όμως είναι να εξετάζουμε τον βαθμό πίστης κάποιων ομάδων σε σχέση με κάποιες άλλες. Οι Hayes & McAllister (1996, στο Παρλιάρης, 2014) αναφέρουν ότι είναι δύσκολο να στοχευθούν οι αναποφάσιστοι ψηφοφόροι καθώς είναι λιγότερο πολιτικά συνειδητοποιημένοι ενώ η Μόνου Ρ. (2005, στο Παρλιάρης, 2014) καταλήγει στο συμπέρασμα ότι στην περίπτωση της στόχευσης θα πρέπει να λαμβάνεται υπ' όψη η “ελκυστικότητα” του τμήματος και η “ανταγωνιστική” θέση του υποψηφίου σε αυτό.

Τέλος το τρίπτυχο κλείνει με την **τοποθέτηση - χωροθέτηση (positioning)**. Κατά τον Bradshaw (1995, στο Παρλιάρης, 2014) είναι η κεντρική ιδέα του υποψηφίου/ κόμματος που αποτελεί το συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τον ανταγωνισμό αλλά και που δημιουργεί μια μακροχρόνια σχέση με τον ψηφοφόρο έτσι ώστε να προβεί σε μετέπειτα επιλογή του ίδιου (Μόνου Ρ., 2005 στο Παρλιάρης, 2014). Μόλις τα πολλαπλά μέρη των ψηφοφόρων έχουν εντοπιστεί, ο υποψήφιος πρέπει να «τοποθετήσει» τον εαυτό του στην αγορά. Η χωροθέτηση είναι μια διαδικασία πολλαπλών σταδίων που ξεκινά με τη εκτίμηση του υποψηφίου τόσο για τα δικά του δυνατά και αδύνατα σημεία όσο και των αντιπάλων του (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013). Η τοποθέτηση είναι το εργαλείο πειθούς το οποίο αποτελεί τον κορμό της καμπάνιας που θα επικοινωνηθεί στους ψηφοφόρους. Η κεντρική ιδέα της τοποθέτησης στο μυαλό του καταναλωτή θα πρέπει να συνδυάζεται με την κεντρική ιδεολογία του χώρου που ανήκει ο υποψήφιος. Διαφορετικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τον ανταγωνισμό και να επιστρέψει μπουμέρανγκ (Παρλιάρης, 2014 · Ζερβού, 2008).

1.2.4. Οι μοναδικές υποχρεώσεις ενός πολιτικού

Μια άκρως ανταγωνιστική αγορά θα πρέπει να βασιστεί σε παρόμοιες προσεγγίσεις όπως και οι πάροχοι υπηρεσιών άλλων αγορών. Ο πολιτικός είναι στην πραγματικότητα ένας πάροχος υπηρεσιών που πρέπει να δει τον ψηφοφόρο / πολίτη ως καταναλωτή σε μια πολιτική αγορά.

Ωστόσο, υπάρχουν τρεις καταστάσεις που ξεχωρίζουν το πολιτικό, από τους άλλους παρόχους υπηρεσιών (Newman, 1988 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Πρώτα από όλα, ο πολιτικός αντιμετωπίζει από καταστάσεις που είναι τόσο ελεγχόμενες όσο και ανεξέλεγκτες. Σε αντίθεση με άλλους παρόχους υπηρεσιών, οι πολιτικοί πρέπει να αντιδρούν συνεχώς σε δυνάμεις μέσα σε περιβάλλον το οποίο είναι δύσκολο να ελεγχθούν. Αυτά τα γεγονότα είναι

ανεξέλεγκτα από τον υποψήφιο και μπορούν να αντιμετωπιστούν μόνο έχοντας ένα μηχανισμό αρκετά ευέλικτο ώστε να ανταποκρίνεται. Οι πολιτικοί μπορούν, ωστόσο, να ελέγχουν την πορεία των γεγονότων μια εκστρατείας με τη θέσπιση δραστηριοτήτων και πολιτικών ενεργών και καινοτόμων, παρά την υιοθέτηση δραστηριοτήτων που θα αντιδρούν – απαντούν στις ανταγωνιστικές προκλήσεις (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Μια δεύτερη διάσταση, η οποία διαφοροποιεί τους πολιτικούς, εκτός από άλλους φορείς παροχής υπηρεσιών είναι ο διπλός ρόλος που διαδραματίζουν τόσο ως διεκδικητές/υποψήφιοι σε εκλογές όσο και ως υπεύθυνοι για τη χάραξη πολιτικών (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Ως διεκδικητής, ο πολιτικός προσπαθεί να κερδίσει αρκετές ψήφους για να εκλεγεί. Η προσεκτική εξέταση της εκλογικής περιφέρειας και του ανταγωνισμού είναι αναγκαία για την αναγνώριση των αναγκών των ψηφοφόρων και για να μπορέσει να διακρίνει – απευθυνθεί αποτελεσματικά και κερδίσει ανταγωνιστικά κοινά «φωλιές» (competitive niches) στην πολιτική αγορά. Αυτό συχνά απαιτεί τη χρήση εθελοντών, οι οποίοι προσλαμβάνονται σε προσωρινή βάση για τη διεξαγωγή βασικών – πρωταρχικών δραστηριοτήτων.

Ως υπεύθυνος χάραξης πολιτικής, ο πολιτικός στηρίζεται σε μόνιμο προσωπικό εργαζομένων οι οποίοι τον βοηθούν να πραγματοποιήσει τα καθήκοντά του. Το κρίσιμο σημείο που πρέπει να επισημανθεί εδώ είναι ότι το φάσμα των δραστηριοτήτων και οι αποτελεσματικές στρατηγικές εξαρτώνται πάρα πολύ από το ρόλο που ο πολιτικός παίζει στο ευρύτερο πολιτικό πλαίσιο (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Η τρίτη διαφορά έγκειται στο είδος και το επίπεδο της επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται από τον πολιτικό και την οργάνωσή του. Σε αντίθεση με άλλους παρόχους υπηρεσιών, οι πολιτικοί σπάνια θα συναντηθούν με όλους τους πελάτες τους (το εκλογικό σώμα), και αντί αυτού πρέπει να βασιστούν στη

χρήση των μαζικών μέσων επικοινωνίας, σε δημόσιες εμφανίσεις και διαδικασίες marketing για να έρθουν σε επαφή με τους ψηφοφόρους τους. Σε πολλές περιπτώσεις, η οργάνωση του πολιτικού είναι υπεύθυνη για τη λήψη της επαφής. Ωστόσο, όσον αφορά τον ανταγωνισμό, οι πολιτικοί συνήθως έχουν περισσότερες εκ του σύνεγγυς επαφές με τους ανταγωνιστές τους, απ' ότι συναντάμε στις περισσότερες άλλες βιομηχανίες υπηρεσιών ("Ανασκόπηση πολιτικού marketing", 2013). Ωστόσο, υπάρχουν τρεις μεγάλες διαφορές ανάμεσα στο πολιτικό marketing και το επιχειρηματικό marketing (Newman, 1998 στο Ζερβού, 2008). Κατ' αρχήν υπάρχει διαφορά στη θεμελιώδη φιλοσοφία. Στο εμπόριο ο στόχος είναι η εξασφάλιση κέρδους, ενώ στην πολιτική είναι η επιτυχής λειτουργία της δημοκρατίας. Η επιτυχία από την αποτυχία στην πολιτική πολλές φορές διαφέρουν ελάχιστες ποσοστιαίες μονάδες ενώ στο εμπόριο η απόσταση ανάμεσα στην επιτυχία ή την αποτυχία είναι τεράστια. Τέλος στο εμπόριο η εφαρμογή των αποτελεσμάτων της έρευνας συνήθως ακολουθεί ενώ αντίθετα η αρχική πολιτική φιλοσοφία μιας προεκλογικής εκστρατείας καθορίζει συχνά το εύρος της απήχησης της. Οι διαφορές βέβαια αυτές δεν έχουν εμποδίσει τους επαγγελματίες του κάθε χώρου να προσπαθούν το συνταίριασμά τους. Στα κοινά τους σημεία θα μπορούσαμε να κατατάξουμε το γεγονός ότι και οι δύο προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν τα παραδοσιακά εργαλεία και μεθόδους στρατηγικής, όπως η έρευνα αγοράς (market research), η κατάτμηση της αγοράς (market segmentation), η στοχοθέτηση (targeting), η τοποθέτηση (positioning) η ανάπτυξη και εφαρμογή στρατηγικής.

Επιπλέον, ο ψηφοφόρος μπορεί να ειπωθεί ως ένας καταναλωτής στην πολιτική «αγορά», ενώ τόσο πολιτικό όσο και εμπορικό marketing λειτουργούν μέσα σε ανταγωνιστικές «αγορές» και γι' αυτό άλλωστε έχουν αντίστοιχες θεωρήσεις της νίκης ή της ήττας (Newman, 1994 στο Ζερβού, 2008).

Το marketing συχνά περιγράφεται ως μια διαδικασία «ανταλλαγής» ανάμεσα στον πωλητή και τον αγοραστή. Όταν αυτό εφαρμόζεται σε μια

πολιτική εκστρατεία, η διαδικασία της ανταλλαγής επικεντρώνεται ανάμεσα σε έναν υποψήφιο ή θεσμό που προσφέρει πολιτική ηγεσία και όραμα με αντάλλαγμα την ψήφο του πολίτη (Kotler & Kotler, 1999 στο Ζερβού, 2008). Ένα προβλέψιμο μοντέλο της συμπεριφοράς του ψηφοφόρου προϋποθέτει μια σειρά από προϋπάρχουσες γνώσεις που προέρχονται από ποικίλες και συχνά ετερόκλητες πηγές, την επικοινωνία στόμα με στόμα, και την επίσημη επικοινωνία μέσω των media (Newman, 1999 στο Ζερβού, 2008). Το μοντέλο αυτό ενσωματώνει την επιρροή που μπορεί να προκύψει σε κάποιο άτομο από το συγχρωτισμό του σε ένα κοινωνικό περιβάλλον.

1.2.5. Διαχείριση εικόνας

Η διαδικασία «διαχείρισης εικόνας» (image management) έχει χρησιμοποιηθεί από τα πολιτικά κόμματα για να διαμορφώσουν μια «νέα και βελτιωμένη» εικόνα, ευθυγραμμισμένη με τις αλλαγές των τάσεων του εκλογικού σώματος. Μαζί με αυτή τη διαδικασία έχει έρθει μια μετατόπιση πίσω – εμπρός και των ανθρώπων από το ένα κόμμα στο άλλο και μια σύγχυση του ορισμού της ιδεολογίας (“Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

Σε όρους μάρκετινγκ, η ιδεολογία είναι μια διαδικασία «επισήμανσης – ετικέτας», σχεδόν παρόμοιας φύσης με τη χρήση του εμπορικού σήματος για τα προϊόντα. Οι άνθρωποι ιστορικά έχουν χρησιμοποιήσει την ιδεολογία ως τρόπο επισήμανσης – ταύτισης τόσο για τον εαυτό τους όσο και για τους πολιτικούς, και στη συνέχεια γίνεται μια σύνδεση μεταξύ των ίδιων και του υποψήφιου ή / και του πολιτικού κόμματος με τη χρήση αυτής της «ετικέτας». Αυτές οι «ετικέτες» δεν είναι διαφορετικές από αυτές που βλέπουμε στα διάφορα προϊόντα, καθώς επίσης και οι υπηρεσίες που συνδέονται με αυτά, διαφημίζονται από επαγγελματίες με την ελπίδα της δημιουργίας μιας εικόνας η οποία θα ορίζει το ποιος και το τι εκπροσωπεί στο μυαλό των καταναλωτών (Schweiger & Adami, 1999 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013).

1.2.6. Προαπαιτούμενα για την επιτυχία της εκλογικής αναμέτρησης

Καθώς η φόρμουλα για την επιτυχημένη ανάπτυξη ενός προϊόντος ακολουθεί κάποιους κανόνες το ίδιο ισχύει και για την πολιτική. Η ανάγκη για συνεχή βελτίωση, η αλλαγή και πολλές φορές η επανεκκίνηση σε νέα βάση είναι αναγκαία για τη διατήρηση μιας ηγετικής θέσης. Σε όλες τις περιπτώσεις η δομή καθορίζει τη στρατηγική, μια διαδικασία που θα καταλήξει στην εφεύρεση νέων τρόπων επίλυσης των θεμάτων, διοίκησης οργανισμών και μεταφοράς γνώσης. Ο Newman (1999) καταθέτει οκτώ προαπαιτούμενα για την επιτυχία μιας εκλογικής αναμέτρησης:

1. Κατανόηση του τι ζητούν οι ψηφοφόροι: Αυτό συνδέεται με την ανάγκη για διεξαγωγή ερευνών αναφορικά με το κοινό που απευθύνεται στη συγκεκριμένη συγκυρία προκειμένου να εντοπιστούν τα “θέλω” και τα “χρειάζομαι” των ψηφοφόρων, στα οποία θα πρέπει να στοχεύσει το προεκλογικό μήνυμα.
2. Στο μάρκετινγκ είναι θεμελιώδους σημασίας η δημιουργία μιας συναισθηματικής συσχέτισης με τους ανθρώπους. Οι καταναλωτές παίρνουν αποφάσεις με την καρδιά τους και τις επιβεβαιώνουν με το μυαλό τους. Εάν δεν κατορθώσει να αναπτύξει μια συναισθηματική σχέση με τους ψηφοφόρους του ένας πολιτικός δεν θα μπορέσει να αναπτύξει και να δημιουργήσει θετική προδιάθεση για τα θέματα –στόχος.
3. Ζούμε στην εποχή των κατασκευασμένων εικόνων. Καθώς οι ευκαιρίες της προσωπικής επαφής είναι ελάχιστες η διαμόρφωση μιας ελκυστικής εικόνας παίζει καθοριστικό ρόλο στη μετέπειτα επιτυχία.
4. Χρειάζεται ένα κεντρικό μήνυμα που να χαρακτηρίζει και να διαπερνά την προεκλογική εκστρατεία.
5. Είναι σημαντικό να γίνονται αντιληπτές οι ανησυχίες των ψηφοφόρων που ως επί το πλείστον νοιάζονται όχι για το ποιες είναι οι ιδέες στόχοι, αλλά πως αυτές θα επηρεάσουν την καθημερινή τους ζωή.
6. Οι ψηφοφόροι βρίσκονται σε μια αέναη αναζήτηση της αλλαγής που ενισχύεται από την επανάσταση που έχει συντελεστεί στις μέρες μας στην τεχνολογία και τις τηλεπικοινωνίες.

7. Τη δημιουργία μιας καλής σχέσης με τα ΜΜΕ που καθημερινά ολοένα και αποδεικνύονται οι μεγάλοι συνδιαμορφωτές της κοινής γνώμης.
8. Η συσχέτιση με τις πολιτικές ελίτ του εκάστοτε χώρου είναι πάντα ενισχυτικές της κατοχύρωσης μιας προεξέχουσας θέσης (Ζερβού, 2008).

Σε κάθε περίπτωση είτε μιλάμε για εμπορικό είτε για πολιτικό μάρκετινγκ η ανάγκη ύπαρξης και η συνεπής συσχέτιση με μια συγκεκριμένη κεντρική φιλοσοφία- ιδεολογία αποτελεί κομβικό σημείο αναφοράς. Στις μέρες μας οι εταιρείες ενθαρρύνονται στο να διαπνέονται από ένα κεντρικό και άσχετο με τα εμπορικά αποτελέσματα όραμα, ενώ παράλληλα το «προϊόν» αυτό καθαυτό αλλά και ο τρόπος παραγωγής και διανομής του οφείλουν να είναι συνεπή σε αυτήν την κεντρική αντίληψη. Όμως οι εταιρείες οργανώνονται συχνά με τρόπο αυστηρά ιεραρχικό. Η συνέπεια και η τήρηση της επικρατούσας εταιρικής «ιδεολογίας» δεν είναι απλά απαιτητή αλλά ντετερμινιστικά επιβαλλόμενη. Τα στελέχη των εταιρειών όχι απλά καλούνται να λειτουργήσουν μέσα σε ένα αυστηρά καθορισμένο πλαίσιο οργάνωσης και αντίληψης αλλά και κρίνονται βάσει της ικανότητας τους να το εξυπηρετήσουν και να το αναπτύξουν.

1.2.7. Συμπεράσματα

Η επιτυχία στην Πολιτική μετριέται με τη δυνατότητα που έχει ένας ηγέτης να μετακινήσει τη κοινή γνώμη στην κατεύθυνση που θέλει. Αυτή είναι μια βραχυχρόνια μέτρηση της επιτυχίας, αλλά επίσης είναι και το μοναδικό βαρόμετρο που θα εξετάσει κάποιος την ημέρα των εκλογών και πριν την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων. Η μετακίνηση της κοινής γνώμης σε μια επιθυμητή κατεύθυνση είναι η πρόκληση του μάρκετινγκ για τους ηγέτες όλων των δημοκρατιών.

Είναι κρίσιμο για ένα ηγέτη, ένα πολιτικό κόμμα, να γνωρίζει το μέρος εκείνο του εκλογικού σώματος που πρέπει να ακούσει, που πρέπει να στοχεύσει και με ποιο τρόπο θα το κάνει. Ένα σημαντικό ζήτημα για την υγεία της δημοκρατίας και της εκλογικής μάχης του ποιος θα υπερισχύσει, είναι το να

γίνεται αυτό που είναι καλό για τη χώρα, ακόμα και με το τίμημα της μείωσης της δημοτικότητας από τις δημοσκοπήσεις, και πιθανόν τη μη επανεκλογή.

Στο μέλλον, μπορούμε να αναμένουμε ότι οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις θα συνεχίσουν να έχουν ένα προφανές αντίκτυπο στο Πολιτικό Μάρκετινγκ. Οι εξελίξεις στα μέσα επικοινωνίας, και ειδικά οι διαδραστικές τεχνολογίες, έχουν τη δυναμική να αλλάξουν – εξελίξουν τη διαδικασία των εκλογών, σε μια πιο άμεση δημοκρατία (Johnson, 1999 στο “Ανασκόπηση πολιτικού marketing”, 2013). Για παράδειγμα, μπορεί να είναι πιθανό για κάποιον πολίτη να ψηφίζει από το σπίτι του, μέσω του διαδικτύου. Αυτή η πιθανότητα μπορεί να επιφέρει μια δυναμική αύξηση του ποσοστού συμμετοχής στις εκλογές.

Το Μάρκετινγκ έχει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των πολιτικών ιδεολογιών κάθε πολιτικού χώρου. Η Πολιτική ιδεολογία έχει αρχίσει να λαμβάνει υπόψη της το μάρκετινγκ. Παλαιότερα, η ιδεολογία βασιζόταν στις βασικές διαφορές του μοντέλου διακυβέρνησης. Σήμερα, τα θέματα που ανακύπτουν από τις δημοσκοπήσεις καθορίζουν τι το κάθε κόμμα, ο κάθε ηγέτης θα πρεσβεύσει. Οι εκλογικές καμπάνιες πλέον, βασίζονται σε focus groups και δημοσκοπήσεις. Η «Πολιτική Εικόνα» διαμορφώνεται με τον ίδιο επιτηδευμένο τρόπο όπως τα πιο επιτυχημένα προϊόντα. Η συσκευασία, η ετικέτα, το χτίσιμο της εικόνας, η διαφημιστική δύναμη είναι τόσο μεγάλη σήμερα, που σχεδόν ο καθένας μπορεί να γίνει να φαίνεται και να ακούγεται πολιτικά ελκυστικός ακόμα και στον πιο απαιτητικό και δύσκολο πολίτη. Η εφαρμογή τεχνικών μάρκετινγκ και στρατηγικών στο πολιτικό φάσμα, θα αλλάξει το πολιτικό τοπίο και την πολιτική όπως τη ξέρουμε σήμερα.

Κεφάλαιο 2

2.1.Μεθοδολογία

2.1.1. Στόχοι της έρευνας- Ερευνητικά ερωτήματα

Σε μια κρίσιμη για την Ελλάδα εποχή, τόσο σε οικονομικό όσο και σε κοινωνικοπολιτισμικό και ηθικό επίπεδο, το ενδιαφέρον των πολιτών ήταν στραμμένο στην πολιτική.

Από τις απαρχές της οικονομικής κρίσης το 2010, και πολύ περισσότερο την περίοδο από το 2012 έως το 2015, τα γεγονότα διαδέχονταν το ένα το άλλο στην πολιτική σκηνή της χώρας καθιστώντας τον χώρο αυτό αναγκαίο και καίριο στην καθημερινή ζωή των πολιτών. Ακόμη και όσοι απαξίωναν το πολιτικό γίνεσθαι και την πολιτική εν γένει, είχαν να επιδείξουν τα συγκεκριμένα χρόνια μια τάση μεγαλύτερου ενδιαφέροντος προς την πολιτική. Η στροφή αυτή γινόταν με σταθερά αλλά γοργά βήματα, προσπαθώντας να καλύψει την ανάγκη των πολιτών για πίστη σε κάτι βέβαιο και στήριξη σε κάτι σαφές.

Τα πολιτικά κόμματα από τη μεριά τους προσπαθούσαν να κερδίσουν την μεγαλύτερη μερίδα των ψηφοφόρων με τα μέσα διέθεταν. Οι προεκλογικές εκστρατείες ανέλαβαν να διαδραματίσουν το κυριότερο ρόλο στη διαδικασία αυτή μέσω των πολιτικών σποτ που δημοσίευαν. Κάθε κόμμα, δίνοντας έμφαση είτε στο πολιτικό του πρόγραμμα που εγγυόταν ανατροπές και αλλαγές στην καθημερινότητα του Έλληνα πολίτη, είτε στην αδυναμία ολοκλήρωσης του προγράμματος που εξήγγειλε το αντίπαλο κόμμα, προσπαθούσε να υποσχεθεί στους ψηφοφόρους την ασφάλεια και την αλλαγή που επιζητούσαν.

Η παρούσα βιβλιογραφική ανασκόπηση, σκοπό έχει να παρουσιάσει και να αναλύσει μέσα από τα προεκλογικά τηλεοπτικά σποτ των δύο μεγάλων κομμάτων που κυριάρχησαν την τετραετία 2012-2015, ΣΥΡΙΖΑ και Νέα Δημοκρατία, την ανάγκη των κομμάτων για προσέλευση ψηφοφόρων. Συνακόλουθα, αποσκοπεί στο να φωτίσει τις πτυχές αυτές προσφέροντας χρήσιμα συμπεράσματα. Μέσα από την ανάλυση των προεκλογικών τηλεοπτικών σποτ σε επίπεδο λόγου (γλώσσας και εικόνας) παρατηρείται πως αποτυπώνονται στην πράξη πολιτικές αλλά και κοινωνικές αντιλήψεις και στάσεις των κομμάτων. Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο την ανάλυση των σποτ του ΣΥΡΙΖΑ και της Νέας Δημοκρατίας έχοντας ως βασικούς άξονες τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

α) πώς αναπαρίστανται στον προεκλογικό τηλεοπτικό λόγο τα δύο κόμματα μεταξύ του 2012-2015.

β) ποια πορεία προβολής ακολουθεί το εκάστοτε κόμμα αυτή την περίοδο και σε ποια συμπεράσματα καταλήγουμε συγκρίνοντας τις επιλογές τους.

2.1.2.Ερευνητικός Σχεδιασμός και ερευνητικά δεδομένα

Για την ανάλυση μελετήθηκαν τα δείγματα που επιλέχθηκαν ως προς τη γλώσσα και ως προς την εικόνα. Για τις ανάγκες του εν λόγω εγχειρήματος χρησιμοποιήθηκαν δύο εργαλεία:

α) για την εικόνα: η Γραμματική του Οπτικού Σχεδιασμού (Kress&VanLeeuwen, 1996).

β) για τη γλώσσα: Η Συστημική Λειτουργική Γραμματική του Halliday (1994).

Η επιλογή των προεκλογικών τηλεοπτικών σποτ έγινε με κριτήριο την χρονική περίοδο, που αναμφισβήτητα έχει ήδη γραφτεί στην ιστορία της μεταπολιτευτικής Ελλάδας. Από το 2009-2010, ό,τι θεωρούσε ως δεδομένο αυτή η χώρα ανατράπηκε. Η οικονομική κρίση που ξέσπασε οδήγησε σε κρίση αξιών και ηθικής και το μέχρι τότε πολιτικό σύστημα κατέρρευσε. Επομένως, το ενδιαφέρον για την περίοδο αυτή έγκειται και στη μεγάλη ανατροπή του ισχύοντος πολιτικού συστήματος. Ο μέχρι τότε δικομματισμός (ΠΑΣΟΚ – Νέα Δημοκρατία) αποτέλεσε παρελθόν και την εμφάνισή του έκανε ο ΣΥΡΙΖΑ που μέχρι σήμερα κυβερνά μαζί με τους Ανεξάρτητους Έλληνες. Άρα, η επιλογή των συγκεκριμένων σποτ πραγματοποιήθηκε λόγω της σημαντικότητας της χρονικής συγκυρίας και του ενδιαφέροντος που προκάλεσε η επάνοδος του ΣΥΡΙΖΑ με τις αξιώσεις του «Πρώτη φορά αριστερά».

Να σημειωθεί, επίσης, ότι το σώμα των κειμένων αντλήθηκε από το κανάλια των δύο κομμάτων στο youtube και ότι τα σποτ είναι τα κεντρικά του εκάστοτε κόμματος. Παράλληλα, θα πρέπει να επισημανθεί ότι η εργασία δεν είχε ποσοτικό προσανατολισμό αλλά μόνο ποιοτικό, δηλαδή τη διεξαγωγή συμπερασμάτων ως πρακτική λόγου(ερμηνευτική ανάλυση) και κοινωνική πρακτική (επεξηγηματική ανάλυση).

2.1.3.Θεωρητικό πλαίσιο ανάλυσης

Η Κριτική Ανάλυση του Λόγου (ΚΑΛ) αποτελεί μια μορφή θεώρησης και προσέγγισης της γλώσσας η οποία συνδυάζει τη λεπτομερή γλωσσολογική περιγραφή και ανάλυση των κειμένων με κοινωνιολογικές θεωρίες για τη συμβολή της γλώσσας στην κοινωνική οργάνωση και δομή (Γιαλαμπούκη, 2008). Αναπτύχθηκε τη δεκαετία του 1990, επιδιώκοντας να αναδείξει τη σχέση της γλώσσας με την κατασκευή της κοινωνικής πραγματικότητας, φέρνοντας στο φως "κρυφές" μεθόδους ανατροφοδότησης στερεοτύπων και προκαταλήψεων με διάυλο τη γλώσσα και την επικοινωνία. Σχέσεις υφιστάμενων κοινωνικών δομών παγιώνονται, συντηρούνται ή μετασχηματίζονται μέσα από την αδιάκοπη αλληλεπίδραση της γλώσσας με την κοινωνική πραγματικότητα (Στάμου, 2014 στο Στανίση, 2015). Έχουμε να κάνουμε επομένως, με μια αμφίδρομη διαδικασία, έναν αέναο "κοινωνικό" διάλογο ανάμεσα στη γλώσσα, στην κοινωνία και στην ιδεολογία μέσω των αναπαραστάσεων του κόσμου. Το μικρο - και το μακρο - επίπεδο του λόγου συνδέονται, όπως ακριβώς, το κείμενο με το συγκεκριμένο αντλώντας στοιχεία από ποικίλες κοινωνικές θεωρίες.

Η ΚΑΛ μάς επιτρέπει να αντιμετωπίσουμε τη γλώσσα ως πηγή κοινωνικά προσδιορισμένων νοημάτων και πολύ λιγότερο ως μέσο προσωπικής έκφρασης. Με αυτό το σκεπτικό, τα κείμενα δεν διαμορφώνονται τόσο από την προσωπικότητα και την ιδιοσυγκρασία των ομιλητών/τριών όσο από τις ευρύτερες ιστορικο-πολιτισμικές συνθήκες με τις οποίες συνδέεται η παραγωγή και η πρόσληψή τους (Μητσιοπούλου, 2001 στο Στάμου, 2014).

Η ΚΑΛ δέχεται ότι ο λόγος είναι στενά συνδεδεμένος με την ιδεολογία και μάλιστα αποτελεί την υλική του έκφραση. Το κείμενο και η ομιλία λειτουργούν ως μέσα πειθούς και ενέχουν ιδεολογική λειτουργία. Η ΚΑΛ εστιάζει περισσότερο σε δημόσια κείμενα που παράγονται από θεσμούς και δημόσια πρόσωπα καθώς συνδέονται με σχέσεις εξουσίας και κοινωνικής ανισότητας (Στανίση, 2015). Επιχειρεί έτσι να συσχετίσει έννοιες και αρχές επιμέρους κλάδων της γλωσσολογίας, οι οποίοι δεν επεκτείνονται συνήθως σε ευρύτερες κοινωνικές θεωρήσεις για τη λειτουργία της γλώσσας, με κοινωνικές θεωρίες οι οποίες αποδίδουν στη γλώσσα κεντρικό ρόλο στη διαμόρφωση της κοινωνικής πραγματικότητας χωρίς, ωστόσο, να περιλαμβάνουν λεπτομερείς περιγραφές της (Γιαλαμπούκη, 2008).

Με σκοπό να συνδέσει το μικρο- με το μακρο-επίπεδο, η ΚΑΛ αντλείται από ποικίλες κοινωνικές θεωρίες, οι βασικότερες από τις οποίες είναι ο δυτικός μαρξισμός, η φιλοσοφία της γλώσσας και η θεωρία της λογοτεχνίας με μαρξιστικές επιρροές, καθώς και η μεταδομιστική ανάλυση του Foucault. Πιο συγκεκριμένα, εκκινώντας από την αντίληψη για τη γλωσσική χρήση ως λόγο (discourse), δηλαδή ως μορφή κοινωνικής πρακτικής, η ΚΑΛ διερευνά πώς τα κείμενα και η ομιλία οικοδομούν αναπαραστάσεις της κοινωνικής πραγματικότητας οι οποίες παγιώνουν, συντηρούν ή μετασχηματίζουν σχέσεις ιδεολογικής κυριαρχίας και κοινωνικής ανισότητας (Στάμου, 2014). Επιδιώκει, έτσι, να διατυπώσει μια κοινωνική θεωρία της γλώσσας, η οποία συνδυάζει τη μικρο-ανάλυση των διαφορετικών εκφάνσεων του λόγου σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές περιστάσεις, με τη μακρο-ανάλυση της κοινωνικής δομής στην οποία εντάσσεται και ο λόγος (Caldas-Coulthard & Coulthard 1996, Fairclough 1989, 1992, 1995α, van Dijk 2001α, Wodak & Chilton 2005, Wodak & Meyer 2001 στο Γιαλαμπούκη, 2008).

Οι βασικές επιρροές και απαρχές της Κριτικής Ανάλυσης του Λόγου προέρχονται από την κοινωνική θεώρηση της γλώσσας του Foucault (1987 στο Γιαλαμπούκη, 2008), την κριτική αναθεώρηση της κλασικής μαρξιστικής έννοιας της ιδεολογίας από τον Althusser (1971 στο Γιαλαμπούκη, 2008), την ανάλυση της κοινωνικής εξουσίας ως ηγεμονίας του Gramsci (1971 στο Γιαλαμπούκη,

2008), την κοινωνική θεώρηση της γλώσσας του Voloshinov (1973 στο Γιαλαμπούκη, 2008) και τη Συστημική Γλωσσολογία του Halliday (1978, 1985 στο Γιαλαμπούκη, 2008).

Για την ΚΑΛ, η γλώσσα δεν αποτελεί ένα αφηρημένο σύστημα σημείων, το οποίο διαμορφώνεται ανεξάρτητα από τη χρήση του. Αντίθετα, αποτελεί, στοιχείο συστατικό του εκάστοτε κοινωνικού σχηματισμού στον οποίον χρησιμοποιείται και διαμορφώνεται ανάλογα με τις ανάγκες τις οποίες καλείται να ικανοποιήσει σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές περιστάσεις. Παράλληλα, ωστόσο, η γλώσσα συμβάλλει στη συγκρότηση της κοινωνικής πραγματικότητας (Γιαλαμπούκη, 2008).

Στην ΚΑΛ η γλώσσα βρίσκεται σε αλληλεπίδραση με την κοινωνία. Σύμφωνα με τον Fairclough (1992, στο Στάμου, 2014), ωστόσο, ο λόγος έχει σε τελική ανάλυση ενεργητικό ρόλο στη συγκρότηση της κοινωνίας, αφού ακόμη και όταν επηρεάζεται από τις υφιστάμενες κοινωνικές δομές δεν τις αντικατοπτρίζει απλώς, αλλά τις παγιώνει ή τις αναπαράγει. Επιπλέον, η ΚΑΛ υποστηρίζει ότι ο λόγος είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με ιδεολογικές συνιστώσες (Στάμου, 2014).

Η εξουσία αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό κάθε κοινωνικού σχηματισμού και η εκάστοτε κοινωνική δομή είναι απόρροια της διαμάχης μεταξύ διαφορετικών κοινωνικών ομάδων για τη διατήρηση ή κατάκτησή της. Σε αυτήν τη διαμάχη βασικό ρόλο κατέχει και η γλώσσα, η οποία αποτελεί όχι μόνο μέσο άσκησης της εξουσίας, αλλά και διακύβευμά της. Αυτή η θεώρηση της γλώσσας μπορεί να ειπωθεί (van Dijk 2001α: 352 στ, 2008) ως αντίδραση στις κυρίαρχες φερεγγιστικές γλωσσολογικές προσεγγίσεις των δεκαετιών του 1960 και 1970, οι οποίες ήταν μη κοινωνικές και, ταυτόχρονα, μη κριτικές.

Ωστόσο, οι μηχανισμοί με τους οποίους η γλώσσα εμπλέκεται στην κοινωνική διαμάχη για την εξουσία δεν είναι πάντοτε εμφανείς στους/στις χρήστες/τριές της. Η ΚΑΛ επιχειρεί να φέρει στο φως αυτούς ακριβώς τους άδηλους συσχετισμούς γλώσσας-εξουσίας και να διαφωτίσει τον τρόπο με τον οποίον η γλώσσα συμβάλλει στην παραγωγή και αναπαραγωγή κοινωνικών ανισοτήτων και των ιδεολογιών που τις συντηρούν: συσχετίζοντας χαρακτηριστικά των ίδιων των κειμένων με τις γλωσσικές και κοινωνικές

πρακτικές της παραγωγής και ερμηνείας τους, επιδιώκει να περιγράψει και να ερμηνεύσει πώς η καθημερινή γλωσσική πρακτική των κοινωνικών υποκειμένων συμβάλλει στην αναπαραγωγή των εκάστοτε κοινωνικών δομών και τη νομιμοποίηση και διατήρηση σχέσεων εξουσίας (Fairclough and Wodak 1997: 272-273, Kress 1996: 15, van Dijk 1993: 252-254, 1996: 84, 2001α: 352, Wodak 2001β: 11 στο Γιαλαμπούκη, 2008).

Επιπλέον, η ΚΑΛ παίρνει θέση στην κοινωνική διαμάχη για την εξουσία και υιοθετεί των οπτική κοινωνικά υποτελών κοινωνικών ομάδων (Fairclough and Wodak 1997: 259, Meyer 2001: 30, van Dijk 2001β: 96 στο Γιαλαμπούκη, 2008), επιχειρώντας να συμβάλει με αυτόν τον τρόπο στην καλύτερη συνειδητοποίηση εκ μέρους των χρηστών/τριών του λόγου του τι συνεπάγεται ιδεολογικά, κοινωνικά και πολιτισμικά η καθημερινή γλωσσική πρακτική τους (Fairclough 2001: 125, Fairclough and Wodak 1997: 259, Fowler 1996: 4-5 στο Γιαλαμπούκη, 2008). Η διαμόρφωση μιας κριτικής γλωσσικής συνείδησης στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού συστήματος αποτελεί μία πτυχή αυτής της προσπάθειας (Fairclough 1995α: 215-252, Fairclough and Wodak 1997: 265 στο Γιαλαμπούκη, 2008).

Απώτερος στόχος είναι η κοινωνική αλλαγή μέσα από την αλλαγή των γλωσσικών πρακτικών και την καλλιέργεια μιας κριτικής στάσης απέναντί τους. Η ΚΑΛ, δηλαδή, δεν περιορίζεται σε αμιγώς επιστημονικούς στόχους (π.χ., περιγραφή και ανάλυση του λόγου), αλλά υιοθετεί πολιτικούς και ευρύτερα κοινωνικούς στόχους μέσα από την επιστημονική ενασχόληση με τον λόγο (Fairclough 2005α: 76, Kress 1996: 15, van Dijk 1993: 252, 1997α: 23 στο Γιαλαμπούκη, 2008).

Η ΚΑΛ στρέφεται κυρίως στη μελέτη θεσμοθετημένων και δημόσιων κειμένων, μιας και εκεί είναι που τίθενται συχνότερα ζητήματα κοινωνικής εξουσίας και ανισότητας. Σύμφωνα με τον van Dijk (2001 στο Στάμου, 2014), τα κείμενα που παράγονται από θεσμούς, υπηρεσίες και δημόσια πρόσωπα έχουν ευρεία διανομή, ενώ αποτελούν τη σημαντικότερη πηγή από την οποία διαμορφώνουμε την αντίληψή μας για την κοινωνική και πολιτική

πραγματικότητα. Μάλιστα, κατά τον Luke (1997 στο Στάμου, 2014), η ΚΑΛ ορίζεται ως η προσέγγιση εκείνη που έχει ως αντικείμενο μελέτης της τη γλώσσα και τον λόγο των κοινωνικών θεσμών. Η ΚΑΛ επικεντρώνεται κυρίως σε κείμενα προερχόμενα από τα ΜΜΕ, την πολιτική, την εκπαίδευση και τα γραφειοκρατικά και δημόσια έγγραφα. Λόγω του συνήθως γραπτού και μονολογικού χαρακτήρα αυτών των κειμένων, η ΚΑΛ έχει επικριθεί ότι παραμελεί προφορικές και διαλογικές μορφές επικοινωνίας (Στάμου, 2014).

Αν και δεν υπάρχει ένα ενιαίο και ευρύτερα αποδεκτό θεωρητικό πλαίσιο ανάλυσης της γλώσσας στην ΚΑΛ, υπάρχουν ορισμένες βασικές έννοιες οι οποίες διατρέχουν τις επιμέρους θεωρήσεις των ερευνητών/τριών της και οι οποίες συνιστούν τον κοινό παρανομαστή τους. Οι έννοιες αυτές είναι: 1) λόγος (discourse), 2) συμφραστικό πλαίσιο (context), 3) εξουσία (power), και 4) ιδεολογία (ideology). (Γιαλαμπούκη, 2008).

Τρεις είναι οι βασικές προσεγγίσεις στις οποίες διακρίνεται η ΚΑΛ:

1) την κοινωνιοπολιτισμική (socio-cultural) προσέγγιση του Fairclough. Επιχειρείται η σύνδεση του μικροεπιπέδου με το μακροεπίπεδο, δηλαδή, η μικροανάλυση κειμένων λόγου σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές περιστάσεις σε συνδυασμό με μακροανάλυση της κοινωνικής δομής στην οποία εντάσσεται ο λόγος (κοινωνική θεωρία της γλώσσας). Ο Fairclough (1989 στο Στανίση, 2015) πρότεινε τρία επίπεδα ανάλυσης:

α) την περιγραφική. Ο λόγος μελετάται ως κείμενο (περιγραφική ανάλυση).

β) την ερμηνευτική. Ο λόγος αντιμετωπίζεται ως πρακτική λόγου (ερμηνευτική ανάλυση) που περιλαμβάνει την μελέτη των γλωσσικών στοιχείων, την γραμματική και την κειμενική δομή. Πρόκειται για την σύνδεση του κειμένου με το περικείμενο στο οποίο παράγεται και προσλαμβάνεται. Και εδώ το περικείμενο χωρίζεται σε:

- I. καταστασιακό: περιλαμβάνει τα βασικά στοιχεία της επικοινωνιακής περίπτωσης που πρέπει να ληφθούν υπόψη για

την ανάλυση ενός κειμένου όπως είναι οι συμμετέχοντες /ουσες, ο τόπος, ο χρόνος και ο σκοπός της επικοινωνίας.

- II. γνωστικό: περιλαμβάνει τις γνώσεις, τις λογικές συνεπαγωγές που συσχετίζεται με την παραγωγή και την πρόσληψη κειμένων
γλωσσικό: αναφέρεται στο άμεσο συγκείμενο δηλαδή στο τι προηγείται και έπεται του κειμένου.
- III. κοινωνιοπολιτισμικό: αναφέρεται στο δίκτυο των διακειμενικών σχέσεων με τα υπόλοιπα κείμενα της γλωσσικής κοινότητας, τις γλωσσικές συμβάσεις μιας κοινότητας και τα γλωσσικά απαραίτητα γλωσσικά γεγονότα για την ανάλυση ενός κειμένου. Μάλιστα, στο σημείο αυτό ο Fairclough δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην συστατική διακειμενικότητα δηλ. τη διαλογική σχέση ενός κειμένου με ευρύτερες γλωσσικές συμβάσεις. Στηριζόμενος σε αυτό διακρίνει τις συμβάσεις αυτές σε:

I.1. λόγους: πρόκειται για αναπαραστάσεις της πραγματικότητας ειδομένες από μια συγκεκριμένη οπτική γωνία.

I.2. ύφη: αφορούν συμβατικοποιημένες γλωσσικές μορφές οι οποίες φέρουν κοινωνικούς ρόλους και σχέσεις υποκειμένων στα πλαίσια της κοινωνικής πρακτικής.

I.3. κειμενικά είδη: αναφέρονται σε τυποποιημένες μορφές που εξυπηρετούν τους σκοπούς των επικοινωνιακών περιστάσεων στα πλαίσια μιας κοινωνικής πρακτικής.

Παράλληλα, ο Fairclough υποστηρίζει ότι μέσω της διακειμενικότητας αποκαλύπτεται η συμβολή του λόγου ως φορέα του κοινωνικού μετασχηματισμού. Δεδομένου ότι ένα κείμενο αποτελεί προϊόν των ζυμώσεων των γλωσσικών συμβάσεων μιας κοινότητας οι οποίες υπόκεινται αλλαγές, ακολουθεί και το κείμενο τις αλλαγές αυτές, καθώς αποτελεί ένα ζωντανό κομμάτι της κοινωνικής πραγματικότητας.

γ) την επεξηγηματική. Ο λόγος μελετάται ως κοινωνική πρακτική καθώς οι πρακτικές λόγου συνδέονται με τις κοινωνικές δομές και τις σχέσεις εξουσίας που τις υποστηρίζουν.

2) την κοινωνιογνωσιακή (socio-cognitive) προσέγγιση του vanDijk σύμφωνα με την οποία αναδεικνύεται ο ρόλος των γνωσιακών διεργασιών ανάμεσα στο λόγο και στην κοινωνία. Οι αναπαραστάσεις δε επηρεάζουν άμεσα τις κοινωνικές δομές αλλά η νοητική αυτή διαδικασία "φιλτράρεται" από τις νοητικές αναπαραστάσεις των ίδιων των ομιλητών και ακροατών. Επιχειρείται να διερευνηθεί η επιρροή ενός κειμένου στον αποδέκτη ανεξάρτητα από τον παραγωγό του.

3) τη λογοϊστορική (discourse-historical) προσέγγιση της ομάδας της Βιέννης με επικεφαλής τη Wodak, μια ιστορική διάσταση ανάλυσης λόγου που περιλαμβάνει και τα επικοινωνιακά γεγονότα με τα οποία συνδέονται τα υπό ανάλυση κείμενα. Γίνεται προσπάθεια να εξεταστεί συγκριτικά ένα κείμενο με άλλα παλαιότερα ή άλλες πηγές με σκοπό την αποκάλυψη των επιχειρημάτων όπως διαμορφώνεται από τον έναν τύπο κειμένου στον άλλο.

Ωστόσο, και η ΚΑΛ έχει δεχτεί αρνητική κριτική η οποία επικεντρώνεται κυρίως στον τρόπο αντιμετώπισης του περικείμενου, την ερμηνεία των ευρημάτων της κειμενικής ανάλυσης αλλά και τον κοινωνικό της ρόλο σχετικά με την πολιτική χειραγώγηση της έρευνας. Παρόλα αυτά, η ΚΑΛ αποτελεί διεθνώς αναγνωρισμένο σύστημα μελέτης των κοινωνικών φαινομένων μέσω του λόγου, το οποίο τα τελευταία χρόνια φαίνεται να κερδίζει έδαφος στην ελληνική έρευνα (Στάμου, 2014 στο Στανίση, 2015).

2.1.4. Αναλυτικό πλαίσιο για την ανάλυση του γλωσσικού μηνύματος: Συστημική-Λειτουργική Γλωσσολογία

Τα περισσότερα κείμενα αξιοποιούν ως μεθοδολογικό εργαλείο τη Συστημική-Λειτουργική Γλωσσολογική θεωρία του Halliday (1994 στο Στανίση, 2015). Η συστημική-Λειτουργική Γλωσσολογική θεωρία (ΣΛΓ) επικεντρώνεται στο νόημα που εκφράζουν οι λεξικογραμμαμματικοί τύποι κι όχι στη γλωσσική δομή και δίνει έμφαση στην επιλογή των συγκεκριμένων λεξικογραμμαμτικών τύπων προκειμένου να δηλωθούν διαφορετικά νοήματα και να μεταφερθούν στον αναγνώστη του κειμένου. Η παραγωγή και πρόσληψη της γλώσσας ως

σημειωτικό σύστημα διευρύνει τη χρήση και τη λειτουργία της σε αυθεντικές περιστάσεις επικοινωνίας (Halliday, 1978 στο Στανίση, 2015).



Σχήμα 1: Σχέση σημασιολογικού και λεξικογραμματικού επιπέδου (Λύκου, 2000)

Σύμφωνα με τον Halliday, η γλωσσική λειτουργία διακρίνεται σε τρεις επιμέρους τομείς:

α) Ιδεοποιητική λειτουργία: πρόκειται για την κατασκευή μιας εκδοχή της κοινωνικής πραγματικότητας. Οι αναπαραστατικές σημασίες πραγματώνονται μέσω του συστήματος της μεταβιβαστικότητας που αφορά το σύστημα μέσω του οποίου οι ομιλητές/τριες ερμηνεύουν την πραγματικότητα θέτοντας κριτήρια αιτιότητας. Η απόδοση αιτιώδους νοήματος στον κόσμο μέσω της γλώσσας γίνεται με τον καθορισμό:

1. των διαδικασιών, δηλαδή, των πράξεων με την ευρεία τους έννοια (ενέργειες, καταστάσεις, συναισθήματα, διανοητικές διαδικασίες κ.ά.),

2. των συμμετεχόντων/ουσών, δηλαδή, των οντοτήτων και των αντικειμένων που συνδέονται με τις διαδικασίες. Οι συμμετέχοντες/ουσες είναι ο/η δράστης/τρια που πραγματοποιεί ή υφίσταται τη διαδικασία, και ο στόχος, που είναι ο/η αποδέκτης/τρια της διαδικασίας. Οι συμμετέχοντες/ουσες είναι ο/η αισθανόμενος/η, που αποτελεί την ενσυνείδητη οντότητα που πραγματοποιεί τη διαδικασία, και το φαινόμενο, που αποτελεί το περιεχόμενο της διαδικασίας.

3. των περιστάσεων, δηλαδή των συνθηκών (π.χ. χωρικών, χρονικών, τροπικών) στις οποίες λαμβάνουν χώρα οι διαδικασίες. Σε λεξικογραμματικό επίπεδο, οι διαδικασίες πραγματώνονται με ρήματα ή ουσιαστικοποιήσεις, οι συμμετέχοντες/ουσες με ουσιαστικά, ενώ οι περιστάσεις με προθετικές φράσεις ή επιρρηματικά σύνολα.

Ο Halliday με βάση τα σημασιολογικά χαρακτηριστικά των ρημάτων διακρίνει τις διαδικασίες στα εξής είδη:

α) τις υλικές: Οι υλικές διαδικασίες περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο.

β) τις νοητικές: Οι νοητικές διαδικασίες αναφέρονται σε δράσεις του εσωτερικού κόσμου.

γ) τις γνωσιακές.

δ) τις αντιληπτικές.

ε) τις συναισθηματικές.

γ) τις συσχετιστικές: οι συσχετιστικές διαδικασίες (του «είμαι») δηλώνουν σχέσεις συμβολικού τύπου ανάμεσα σε οντότητες. Οι σχέσεις αυτές είτε αποδίδουν γνωρίσματα είτε ταυτοποιούν (ταυτοποιητικές). Οι συμμετέχοντες/ουσες στις κατηγορικές διαδικασίες είναι το χαρακτηριστικό που περιγράφει τον φορέα. Στις ταυτοποιητικές διαδικασίες αποδίδεται μια αξία ταυτοποίησης.

β) Διαπροσωπική λειτουργία: αφορά στην υιοθέτηση κοινωνικών ρόλων και την διαμόρφωση σχέσεων κατά την αλληλεπίδραση με τους/τις συνομιλητές/τριες μας. Οι διαπροσωπικές σημασίες πραγματώνονται μέσω του

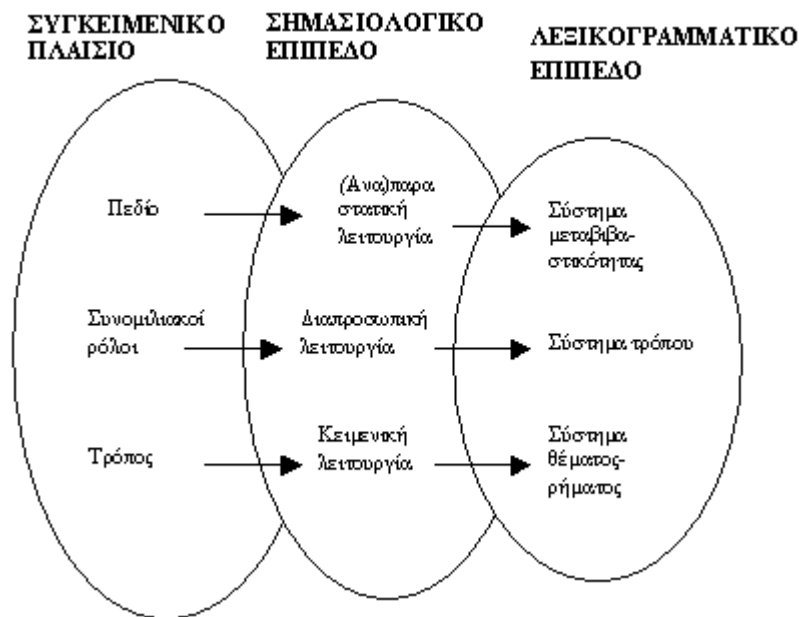
συστήματος της διάθεσης η οποία περιλαμβάνει λεξικογραμματικά στοιχεία που προσδιορίζουν τον ρόλο που υιοθετούμε στις σχέσεις μας με τους/τις άλλους/ες, τη στάση μας απέναντί τους, καθώς και την προσπάθειά μας να δράσουμε πάνω τους. Κεντρικό μέρος του συστήματος της διάθεσης αποτελούν:

1) οι γλωσσικές πράξεις: που επιτελούμε κάθε φορά μέσω των εκφωνημάτων μας (βεβαιωτικές, δεσμευτικές, κατευθυντικές, διακηρυκτικές, εκφραστικές).

2) η τροπικότητα: αφορά στον γλωσσικό μηχανισμό με τον οποίο εκφράζεται η στάση του/της ομιλητή/τριας προς τα λεγόμενά του/της. Η στάση αυτή μπορεί να αφορά τον βαθμό βεβαιότητας του/της ομιλητή/τριας προς αυτά που λέει (επιστημική), τον βαθμό επιτακτικότητας με τον οποίο ζητάει κάτι από τον/την συνομιλητή/τρια του/της (δεοντική) ή τη συγκινησιακή φόρτιση που φέρει το εκφώνημά του/της (αξιολογική).

3) η προσωπική δείξη, η οποία πραγματώνεται μέσω της επιλογής προσώπου των αντωνυμιών. Ο/Η ομιλητής/τρια μπορεί να συμπεριλάβει (προσωπικό ύφος/ διεπιδραστικό κείμενο) ή να απαλείψει (απρόσωπο ύφος/ μη διεπιδραστικό κείμενο) δεικτικά στοιχεία προσώπου στο κείμενό του/της ανάλογα με τη σχέση που θέλει να οικοδομήσει με τον/την συνομιλητή/τρια του/της.

γ) Κειμενική λειτουργία: περιλαμβάνει την οργάνωση της πληροφορίας με ένα συγκεκριμένο τρόπο. Οι κειμενικές λειτουργίες πραγματώνονται μέσω του συστήματος του θέματος - ρήματος που αφορά στην οργάνωση των πληροφοριών στο επίπεδο της πρότασης (Στάμου, 2014 στο Στανίση, 2015).



Σχήμα 2: Σχέση συγκειμενικού πλαισίου, σημασιολογικού και λεξικογραμματικού επιπέδου (Λύκου, 2000)

Στην περίπτωση των γλωσσικών κειμένων χρησιμοποιούμε τη γλώσσα για να μιλήσουμε για ένα συγκεκριμένο θέμα, δίνοντας μια αναπαράσταση της κοινωνικής πραγματικότητας. Αυτή είναι και η λεγόμενη ιδεοποιητική λειτουργία της γλώσσας. Η λειτουργία της γλώσσας στην διεπίδραση με τον ακροατή και στην υιοθέτηση μιας στάσης προς το εκφώνημα διαμορφώνοντας κοινωνικές ταυτότητες και σχέσεις καλείται διαπροσωπική. Τέλος, κειμενική λειτουργία της γλώσσας ονομάζεται η λειτουργία με την οποία κατασκευάζουμε το μέσο της επικοινωνίας συνδέοντας τα επιμέρους γλωσσικά στοιχεία για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου συνόλου, του γλωσσικού κειμένου.

Η ιδεοποιητική λειτουργία αναφέρεται στον ρόλο που έχει η εικόνα να απεικονίζει αντικείμενα της βιωματικής εμπειρίας παρέχοντας μια αναπαράσταση της κοινωνικής πραγματικότητας. Η διαπροσωπική λειτουργία αφορά τον τρόπο με τον οποίο ο παραγωγός της εικόνας και τα αντικείμενα που απεικονίζονται διεπιδρούν με τον θεατή καθώς και τη στάση που υιοθετεί ο παραγωγός της εικόνας προς τα αντικείμενα αυτά διαμορφώνοντας συγκεκριμένους ρόλους και σχέσεις. Η κειμενική λειτουργία τέλος, αναφέρεται στον τρόπο που τα στοιχεία που απεικονίζονται συνδέονται μεταξύ τους για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου συνόλου, του εικονιστικού κειμένου, αλλά και

στο πώς συνδέεται ένα εικονιστικό κείμενο με ενός άλλου τύπου κείμενο για τη δημιουργία ενός πολυτροπικού κειμένου.

2.1.5.Αναλυτικό πλαίσιο για την ανάλυση του εικονιστικού μηνύματος:
Γραμματική του οπτικού σχεδιασμού

2.1.6.Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Η παρούσα λειτουργία αφορά στην αναπαράσταση της κοινωνικής πραγματικότητας μέσω του προσδιορισμού των συμμετεχόντων, των αντικειμένων δηλαδή που απεικονίζονται στην εικόνα και στις διαδικασίες που στις οποίες εμπλέκονται οι συμμετέχοντες. Οι Kress και Van Leeuwen (1996 στο Στάμου κ.ά. 2011) διακρίνουν 4 είδη διαδικασιών:

1) στις αφηγηματικές διαδικασίες οι συμμετέχοντες συνδέονται μέσω μιας πράξης που επιτελούν. Αφορούν δηλαδή, εικόνες στις οποίες οι συμμετέχοντες κάνουν κάτι. Αναπαριστούν εκτυλισσόμενες πράξεις και γεγονότα. Πρόκειται για δυναμικές εικόνες που απεικονίζουν μια εξέλιξη, μια αλλαγή.

2) Οι αναλυτικές, οι ταξινομικές και οι συμβολικές διαδικασίες ανήκουν σε μια ευρύτερη κατηγορία, τις εννοιολογικές. Οι διαδικασίες αυτές αναπαριστούν τους συμμετέχοντες σε σχέση με τη γενική και σταθερή ουσία τους. Πρόκειται για στατικές εικόνες που αναπαριστούν μια δεδομένη κατάσταση και όχι μια διαδικασία σε εξέλιξη. Πιο συγκεκριμένα, στις ταξινομικές διαδικασίες οι συμμετέχοντες συνδέονται μέσω μιας ταξινόμησης, εμφανίζουν μια ομοιότητα που δηλώνεται και εικονιστικά μέσω της συμμετρικής σύνθεσης των απεικονιζόμενων στοιχείων μεταξύ τους.

Στις αναλυτικές διαδικασίες οι συμμετέχοντες συνδέονται μέσω μιας σχέσης μέρους-όλου, με βάση τη δομή τους. Οι αναλυτικές εικόνες αφορούν την παρουσίαση ενός αντικειμένου το οποίο προσφέρεται για παρατήρηση στον θεατή.

Τέλος, στις συμβολικές διαδικασίες οι συμμετέχοντες αναπαρίστανται σε σχέση με το νόημα που υποδηλώνουν. Πρόκειται για εικονιστικές συνθέσεις με εμβληματική και πληροφοριακή αξία.

2.1.7.Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η λειτουργία αυτή περιλαμβάνει την κατασκευή των κοινωνικών ρόλων και ταυτοτήτων η οποία αναφέρεται στη διεπίδραση μεταξύ παραγωγού της εικόνας/απεικονιζόμενων αντικειμένων και θεατή αλλά και στη στάση του παραγωγού της εικόνας προς τα απεικονιζόμενα αντικείμενα. Οι Kress και Van Leeuwen (1996 στο Στάμου, 2014) διακρίνουν 3 βασικές αναλυτικές κατηγορίες: το βλέμμα των απεικονιζόμενων αντικειμένων προς τον θεατή, το μέγεθος του κάδρου και την κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή και τη σχέση εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή.

Το βλέμμα αφορά το αν τα απεικονιζόμενα αντικείμενα κοιτούν προς τον θεατή απευθυνόμενα άμεσα προς αυτόν. Στη δεύτερη περίπτωση τα απεικονιζόμενα αντικείμενα δεν κοιτούν προς τον θεατή αλλά προσφέρονται προς παρατήρηση.

Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή κατασκευάζεται εικονιστικά από το μέγεθος που έχει το κάδρο. Η κοντινή λήψη της εικόνας υποδηλώνει μια προσωπική και στενή σχέση. Η μεσαία λήψη υποδηλώνει μια μετρίου βαθμού οικειότητα. Η μακρινή λήψη δεν εστιάζει καθόλου στα αντικείμενα και υποδηλώνει μια απρόσωπη σκέψη.

Η σχέση εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή πραγματώνεται εικονιστικά από τις επιλογές που γίνονται στον κάθετο άξονα γωνίας λήψης της εικόνας. Αν το αντικείμενο που απεικονίζεται το βλέπουμε από υψηλή γωνία λήψης, δείχνει μικροσκοπικό και ασήμαντο. Απεικονίζεται έτσι μια ασύμμετρη σχέση εξουσίας με τον θεατή να ασκεί εξουσία στο αντικείμενο. Στην αντίθετη περίπτωση της χαμηλής γωνίας λήψης, το αντικείμενο δείχνει τεράστιο και σημαντικό. Εδώ η ασύμμετρη σχέση εξουσίας αντιστρέφεται με το απεικονιζόμενο αντικείμενο να ασκεί εξουσία στον θεατή.

Αν τέλος, η γωνία λήψης είναι στο ύψος των ματιών, τότε υπάρχει μια συμμετρική σχέση ισοτιμίας των δυο μερών.

Η στάση του παραγωγού της εικόνας προς τα απεικονιζόμενα αντικείμενα πραγματώνεται με το σύστημα της τροπικότητας που αφορά στο βαθμό αξιοπιστίας και αφορά τον βαθμό αξιοπιστίας και ρεαλισμού του εικονιστικού μηνύματος.

Οι Kress και Van Leeuwen (1996 στο Στάμου, 2014) διακρίνουν 3 είδη προσανατολισμών κωδικοποίησης. Όταν μια εικόνα συνδέεται με ένα τεχνο-επιστημονικό συμφραζόμενο, ο βαθμός τροπικότητας αυξάνεται όσο προσομοιάζει με ένα αφηρημένο διάγραμμα. Όταν αντίθετα μια εικόνα συνδέεται με συμφραζόμενα που κυριαρχεί η απόλαυση γίνεται πιο ρεαλιστική όσο τα χρώματά της είναι όλο και πιο έντονα. Όταν τέλος, μια εικόνα επιτελεί τον ρόλο του πιστού αντίγραφου της πραγματικότητας και συνδέεται με σχετικά συμφραζόμενα τότε ο βαθμός ρεαλισμού της αυξάνεται όσο προσομοιάζει με αυτό που εκλαμβάνουμε ως πραγματικότητα.

2.1.8.Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η κειμενική λειτουργία αναφέρεται στην κατασκευή εικονιστικού κειμένου μέσω της διάταξης των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων αλλά και στη σύνθεση πολυτροπικού κειμένου μέσω της σύνδεσης του εικονιστικού με έναν άλλου τύπου σημειωτικό κώδικα. Περιλαμβάνει μεταξύ άλλων την πληροφοριακή αξία η οποία ορίζεται από την τοποθέτηση των στοιχείων στις διάφορες ζώνες της εικόνας: η ζώνη αριστερά-δεξιά, η ζώνη πάνω-κάτω και η ζώνη κέντρο-περιθώριο.

Η ζώνη αριστερά-δεξιά αναφέρεται σε μια σχέση γνωστής και νέας πληροφορίας αντίστοιχα. Ό,τι τοποθετείται αριστερά σε μια εικόνα θεωρείται δεδομένο και οικείο στον θεατή ενώ ό,τι τοποθετείται δεξιά της νέα και σημαντική πληροφορία.

Η ζώνη πάνω-κάτω δηλώνει μια σχέση ιδανικής και πραγματικής κατάστασης αντίστοιχα. Ό,τι τοποθετείται στο πάνω μέρος της εικόνας δηλώνει

τις επιθυμίες και προσδοκίες μας ενώ αυτά που βρίσκονται στο κάτω μέρος της δηλώνουν αυτό που συμβαίνει πραγματικά.

Τέλος η ζώνη κέντρο-περιθώριο αφορά τον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται η εικονιστική σύνθεση. Κεντραρισμένη θεωρείται η εικόνα εκείνη στην οποία υπάρχει ένα κέντρο που οργανώνει τα υπόλοιπα στοιχεία που βρίσκονται στο περιθώριο. Τα στοιχεία που βρίσκονται στο κέντρο αποτελούν τον πυρήνα της πληροφορίας ενώ αυτά που βρίσκονται στο περιθώριο αποτελούν εξαρτώμενα μέρη. Όταν αντίθετα δεν υπάρχει ένα κέντρο που να οργανώνει τα στοιχεία μεταξύ τους και έχουμε πολλούς ανεξάρτητους πόλους, τότε η εικόνα είναι πολωμένη.

Οι τρεις μεταλειτουργίες της οπτικής επικοινωνίας, οι υπολειτουργίες και τα συστήματα πραγμάτωσής τους.

Μεταλειτουργίες Οπτικής επικοινωνίας - Συστήματα Πραγμάτωσης		
Μεταλειτουργία	Υπο- λειτουργίες	Συστήματα Πραγμάτωσης
Ιδεοποιητική	Ταυτοποίηση/ Προσδιορισμός	Ποιοι ή τι είναι οι αναπαριστώμενοι συμμετέχοντες
	Δράσεις - αντιδράσεις	Παρουσία ανυσματικής σχέσης
	Περιστάσεις	Συσχέτιση συμμετεχόντων- απουσία ανυσματικής σχέσης
	Ιδιότητες	Συσχέτιση συμμετεχόντων ως προς την τάξη, τη δομή ή το νόημα
	Διαπροσωπική	Κοινωνική απόσταση
Απευθυντικότητα		Παρουσία/ απουσία βλέμματος, μορφασμού, χειρονομίας
Εμπλοκή- αποστασιοποίηση		Οριζόντια γωνία
Εξουσία		Κάθετη γωνία: απεικονιζόμενο αντικείμενο

Κειμενική		<ul style="list-style-type: none"> • από "υψηλή γωνία λήψης" (δείχνει μικροσκοπικό και ασήμαντο, ο θεατής ασκεί εξουσία) • από "χαμηλή γωνία λήψης" (δείχνει τεράστιο και σημαντικό, το απεικονιζόμενο αντικείμενο ασκεί εξουσία). • Στο "ύψος των ματιών" (συμμετρική σχέση ισοτιμίας)
	Βλέμμα	<p>"εικονιστική πράξη απαίτησης" αν τα αναπαριστώμενα πρόσωπα κοιτούν προς τον θεατή απευθυνόμενα.</p> <p>"εικονιστική πράξη παροχής" αν δε ζητούν κάτι αλλά παρέχουν μια πληροφορία</p>
	Προβολή	Παρουσία τεχνικών προσέλευσης της προσοχής του θεατή
	Πληροφοριακή αξία	<p>Ζώνες τοποθέτησης στοιχείων σύνθεσης</p> <ul style="list-style-type: none"> • "ζώνη αριστερά - δεξιά" (σχέση γνωστής/οικείας/ δεδομένης - νέας/ σημαντικής πληροφορίας) • "ζώνη πάνω- κάτω "(σχέση ιδανικής και πραγματικής κατάστασης) • "ζώνη κέντρο- περιθώριο" (τα σημαντικά στοιχεία στο κέντρο, στο περιθώριο τα εξαρτώμενα μέρη).Όταν υπάρχει κέντρο είναι "κεντραρισμένη" κι όταν όχι "πολωμένη"
	Πλαισίωση	Παρουσία/ απουσία μέσων πλαισίου
	Αναγνωστικό μονοπάτι	Γραμμική/ μη γραμμική πορεία ανάγνωσης
	Τροπικότητα	Βαθμός αξιοπιστίας και ρεαλισμού του εικονιστικού μηνύματος που μεταφέρεται: "υψηλή" τροπικότητα (ρεαλιστική εικόνα)

		"χαμηλή" τροπικότητα (λιγότερο ρεαλιστική εικόνα)
	Προσανατολισμός κωδικοποίησης	<ul style="list-style-type: none"> • Τεχνολογικός προσανατολισμός κωδικοποίησης: η εικόνα συνδέεται με ένα τεχνοεπιστημονικό συμφραζόμενο π.χ. ένα αφηρημένο διάγραμμα (αυξημένη τροπικότητα) • Αισθητηριακός προσανατολισμός κωδικοποίησης: η εικόνα αποσκοπεί στην απόλαυση και τη συγκίνηση (π.χ. διαφήμιση, μαγειρική, ορισμένες μορφές τέχνης). <p>νατουραλιστικός προσανατολισμός κωδικοποίησης: η εικόνα ως πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας (π.χ. φωτορεπορτάζ).</p>

2.1.9.Περιορισμοί

Σύμφωνα με το παραπάνω αναλυτικό πλαίσιο για την ανάλυση του γλωσσικού μηνύματος (Συστημική-Λειτουργική Γλωσσολογία), στην παρούσα εργασία, η ανάλυση διεξάγεται στο πεδίο της περιγραφικής ανάλυσης γλωσσικού μηνύματος, στην οποία αναπτύσσονται η αναπαραστατική και διαπροσωπική λειτουργία. Η πρακτική λόγου και η κοινωνική πρακτική, με την ερμηνευτική και επεξηγηματική ανάλυση αντίστοιχα, λαμβάνουν χώρα στην ενότητα των συμπερασμάτων, διότι στόχο της εργασίας αποτελεί η περιγραφική ανάλυση λόγου και εικόνας και συμπερασματικά η ανάλυση των υπόλοιπων πεδίων.

Κεφάλαιο 3

3.1. Πολιτικές εξελίξεις στην Ελλάδα

3.1.1. Πολιτικό γίγνεσθαι στην Ελλάδα 2012 - 2015

Μια σειρά από ατυχείς πολιτικές πρακτικές οδήγησαν στα μέσα του 2010 την ελληνική κυβέρνηση να αδυνατεί να δανειστεί με λογικά επιτόκια από τις αγορές για τη χρηματοδότηση του τρέχοντος δημοσιονομικού ελλείμματος και την αναχρηματοδότηση του χρέους. Αποτέλεσμα ήταν ο άμεσος κίνδυνος στάσης πληρωμών του Ελληνικού Δημοσίου. Κατόπιν αυτών η Ελλάδα κατέφυγε στη βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, που συγκρότησαν από κοινού μηχανισμό για την Ελλάδα. Η ανακοίνωση της προσφυγής στον μηχανισμό στήριξης έγινε στις 23 Απριλίου 2010 από τον τότε πρωθυπουργό Γεώργιο Α. Παπανδρέου, από το Καστελόριζο. Η χρηματοδότηση από τον μηχανισμό στήριξης έγινε υπό τους όρους ότι η Ελλάδα θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής και, ειδικότερα, υπό τους όρους ότι θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής εξυγίανσης. Με τη χρηματοδότηση από το μηχανισμό αποφεύχθηκε ο άμεσος κίνδυνος στάσης πληρωμών της Ελλάδας, που θα είχε πιθανές ανεξέλεγκτες συνέπειες και για όλη τη ζώνη του ευρώ.

Στις 3 Μαΐου 2010, η Ελλάδα αιτήθηκε 80 δισεκατομμύρια ευρώ από τις υπόλοιπες (15) χώρες του Ευρώ και 30 δισεκατομμύρια από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ). Την αίτηση συνόδευσαν 3 συνημμένα μνημόνια:

1. "Μνημόνιο Οικονομικής και Χρηματοπιστωτικής Πολιτικής" (ΜΟΧΠ),
2. "Τεχνικό Μνημόνιο Συνεννόησης" (ΤΜΣ) και
3. "Μνημόνιο Συνεννόησης στις Συγκεκριμένες Προϋποθέσεις Οικονομικής Πολιτικής" (ΣΠΟΠ). Το επόμενο διάστημα ακολούθησαν 3 αυστηρά για το σύνολο του ελληνικού πληθυσμού πακέτα μέτρων λιτότητας.

Η δυσαρέσκεια στην κοινωνία από την μεγάλη οικονομική ύφεση ήταν πλέον έντονη και εμφανής το 2011. Άρχισε να εκφράζεται με αποδοκιμασίες πολιτικών που εμφανίζονταν σε δημόσιους χώρους, ακόμα και στο εξωτερικό.

Στο διάστημα αυτό άρχισαν να ενισχύονται κινήματα πολιτών που δεν συνδέονταν με πολιτικά κόμματα. Ένα τέτοιο ήταν το κίνημα «δεν πληρώνω» που έκανε έντονη την παρουσία του με τα μέλη του να αρνούνται να πληρώσουν στα διόδια το υψηλό αντίτιμο. Η πραγματική οικονομία εξακολούθησε να επιδεινώνεται με συνέχιση του αποκαλούμενου κύματος λουκέτων στην αγορά και την ανεργία να συνεχίζει να καλπάζει φτάνοντας τον Μάρτιο σε ποσοστό 16,2%.

Τον Μάιο η συνεχιζόμενη δυσαρέσκεια άρχισε να εκφράζεται με ένα νέο κίνημα διαμαρτυρίας που διοργανώθηκε μέσα από σελίδες κοινωνικής δικτύωσης και ονομάστηκε κίνημα των αγανακτισμένων, το οποίο επηρεάστηκε από το αντίστοιχο κίνημα που είχε ξεκινήσει λίγο καιρό πριν στην Ισπανία. Οι συμμετέχοντες ήταν ανεξάρτητοι πολίτες χωρίς κομματική ιδιότητα, που επιθυμούσαν την ύπαρξη κάποιου είδους δράσης, ενάντια στην συνεχιζόμενη επιδείνωση της ποιότητας ζωής. Οι πολίτες που συμμετείχαν διοργάνωναν ογκώδεις διαδηλώσεις σχεδόν καθημερινά στις πλατείες των μεγαλύτερων πόλεων της Ελλάδας.

Τη Δευτέρα 31 Οκτωβρίου ο Γ. Παπανδρέου ανακοίνωσε την απόφαση του για διεξαγωγή δημοψηφίσματος, από την οποία και παραιτήθηκε λίγο αργότερα. Στην ψηφοφορία της 4ης Νοεμβρίου καταφέρνει να λάβει ψήφο εμπιστοσύνης από τη βουλή, με 153 ψήφους υπέρ.

Ακολούθησαν τετραήμερες διαβουλεύσεις με συμμετοχή των κομματικών επιτελείων του ΠΑΣΟΚ, της Νέας Δημοκρατίας και του ΛΑΟΣ, για την επιλογή του προσώπου που θα ηγηθεί στο νέο κυβερνητικό σχήμα. Οι διεργασίες ολοκληρώθηκαν την Πέμπτη 10 Νοεμβρίου οπότε επιλέχτηκε ο Λουκάς Παπαδήμος ως νέος πρωθυπουργός. Η νέα κυβέρνηση που ορκίστηκε την επόμενη μέρα περιλάμβανε έξι στελέχη από τη Νέα Δημοκρατία, τέσσερα από το ΛΑΟΣ, ενώ παρέμεναν σχεδόν όλα τα στελέχη της κυβέρνησης Παπανδρέου. Την ίδια περίοδο η πραγματική οικονομία συνέχιζε να επιδεινώνεται με την ανεργία να καταγράφει νέο ρεκόρ κατά τον μήνα Αύγουστο

φτάνοντας το 18,4% και ακόμα υψηλότερα κατά τον μήνα Νοέμβριο όπου έφτασε, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, στο 20,9%. Η επιδείνωση της οικονομίας αποτυπώνεται στο σύνολο του κοινωνικού βίου με έμφαση στα όλο και συχνότερα περιστατικά υποσιτισμού μαθητών που παρουσιάζονταν σε σχολεία. Στα τέλη Ιανουαρίου του 2012 το υπουργείο παιδείας ανακοίνωσε πρόγραμμα συσσιτίων για μαθητές, για την αντιμετώπιση του προβλήματος.

Το δεύτερο Μνημόνιο συζητήθηκε στη Βουλή στις 12 Φεβρουαρίου 2012 («Έγκριση των Σχεδίων Συμβάσεων Χρηματοδοτικής Διευκόλυνσης μεταξύ του Ευρωπαϊκού Ταμείου Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας (Ε.Τ.Χ.Σ.), της Ελληνικής Δημοκρατίας και της Τράπεζας της Ελλάδος, του Σχεδίου του Μνημονίου Συνεννόησης μεταξύ της Ελληνικής Δημοκρατίας, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Τράπεζας της Ελλάδος και άλλες επείγουσες διατάξεις για τη μείωση του δημοσίου χρέους και τη διάσωση της εθνικής οικονομίας») και ψηφίστηκε τις πρώτες πρωινές ώρες της 13ης Φεβρουαρίου. Υπέρ ψήφισαν 199 βουλευτές, κατά 74 και 5 ψήφισαν παρών.

Στις 11 Απριλίου ο πρωθυπουργός Λουκάς Παπαδήμος ανακοίνωσε την ημερομηνία των εκλογών. Ημερομηνία διεξαγωγής τους ορίστηκε η 6η Μαΐου. Το αποτέλεσμα των εκλογών της 6ης Μαΐου οδήγησε σε ριζική αλλαγή του πολιτικού τοπίου. Τα ποσοστά των κομμάτων της συγκυβέρνησης συρρικνώθηκαν σημαντικά ενώ εντυπωσιακή υπήρξε η αύξηση των ποσοστών των κομμάτων που εξέφραζαν την εναντίωσή τους στην κυβερνητική πολιτική. Από το κατακερματισμένο πολιτικό σκηνικό δεν προέκυψε τελικά κυβέρνηση. Στις 16 Μαΐου ορίστηκε υπηρεσιακή κυβέρνηση με πρωθυπουργό τον Παναγιώτη Πικραμμένο και προκηρύχθηκαν νέες εκλογές για τις 17 Ιουνίου. Οι εκλογές της 17ης Ιουνίου ανέδειξαν την Νέα Δημοκρατία πρώτο κόμμα, χωρίς όμως αυτοδυναμία. Σχηματισμός κυβέρνησης επιτεύχθηκε με την συνεργασία του ΠΑΣΟΚ και της ΔΗΜΑΡ, με πρωθυπουργό τον Αντώνη Σαμαρά.

Οι διαπραγματεύσεις διάρκειας της κυβέρνησης με την τρόικα κατέληξαν στην κατάρτιση του μεσοπρόθεσμου πλαισίου δημοσιονομικής στρατηγικής 2013-2016. Το πολυνομοσχέδιο κατατέθηκε στη βουλή στις 5 Νοεμβρίου, σε ένα άρθρο 216 σελίδων, με τη διαδικασία του κατεπείγοντος.

Στις 22 Δεκεμβρίου 2012 ψηφίστηκε ο προϋπολογισμός για το 2013, χωρίς διαρροές για την κυβέρνηση. Στις 28 Απριλίου 2013 ψηφίστηκε από τη βουλή το πολυνομοσχέδιο του Υπουργείου Οικονομικών που περιείχε σημαντικές αλλαγές σε μία σειρά επαγγελματικών κλάδων. Το πολυνομοσχέδιο υπερψηφίστηκε από 168 βουλευτές της κυβερνητικής πλειοψηφίας, άλλα και ανεξάρτητους. Αντιδράσεις για διατάξεις του πολυνομοσχεδίου σημειώθηκαν κυρίως στο χώρο της εκπαίδευσης που οδήγησαν την κυβέρνηση στην απόφαση της επιστράτευσης των εκπαιδευτικών. Αυτή υπήρξε η 4η επιστράτευση επαγγελματικού κλάδου τον τελευταίο χρόνο.

Στις βουλευτικές εκλογές του Ιανουαρίου του 2015 ο ΣΥΡΙΖΑ υπό τον Αλέξη Τσίπρα κέρδισε με 36,34% και 149 έδρες υποσχόμενος να τερματίσει την λιτότητα, την ανεργία και τα μνημόνια και σχημάτισε κυβέρνηση συνεργασίας με τους Ανεξάρτητους Έλληνες του Πάνου Καμμένου. Η νέα κυβέρνηση ξεκίνησε σειρά διαπραγματεύσεων με τους δανειστές καταλήγοντας τον Ιούνιο να βρίσκεται κοντά σε συμφωνία. Ωστόσο, νέες απαιτήσεις των δανειστών οδήγησαν τον πρωθυπουργό να ανακοινώσει στις 27 Ιουνίου την πρόθεσή του για διεξαγωγή δημοψηφίσματος στις 5 Ιουλίου με το ερώτημα: " Πρέπει να γίνει αποδεκτό το σχέδιο συμφωνίας, το οποίο κατέθεσαν η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο στο eurogroup της 25.06.2015 και αποτελείται από δύο μέρη, τα οποία συγκροτούν και την ενιαία πρότασή τους; Το πρώτο έγγραφο τιτλοφορείται "Reforms for the completion of the current program and beyond" ("Μεταρρυθμίσεις για την ολοκλήρωση του τρέχοντος προγράμματος και πέραν αυτού") και το δεύτερο "Preliminary debt sustainability analysis" ("Προκαταρκτική ανάλυσης βιωσιμότητας χρέους)". Μετά την εξαγγελία του δημοψηφίσματος, ο πρόεδρος

της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Ζαν-Κλοντ Γιουνκέρ, η καγκελάρια της Γερμανίας Άνγκελα Μέρκελ και ο πρόεδρος της Γαλλίας Φρανσουά Ολάντ, σε κοινή τους δήλωση διεμήνυσαν ότι το δημοψήφισμα θα αφορά την παραμονή ή όχι της Ελλάδας στην Ευρωζώνη. Το δημοψήφισμα είχε ως αποτέλεσμα την καταψήφιση της συμφωνίας-μνημονίου με ποσοστό σχεδόν 62,15%. Την επόμενη ημέρα, 6 Ιουλίου, παραιτήθηκε ο υπουργός Οικονομικών, Γιάνης Βαρουφάκης και αντικαταστάθηκε από τον Ευκλείδη Τσακαλώτο. Η Κυβέρνηση συνέχισε τις συζητήσεις γύρω από ένα νέο μνημόνιο που κατέληξαν μετά από πολύωρη διαπραγμάτευση σε συμφωνία στις 13 Ιουλίου.

Η σύναψη της τρίτης δανειακής σύμβασης προκάλεσε αντιδράσεις στο εσωτερικό του κυβερνώντος κόμματος. Ο πρωθυπουργός αντικατέστησε τους υπουργούς που είχαν αρνηθεί να συμφωνήσουν σε συμφωνία-μνημόνιο και προχώρησε σε κυβερνητικό ανασχηματισμό στις 17 Ιουλίου 2015. Τελικά το τρίτο μνημόνιο ψηφίστηκε στις 14 Αυγούστου από 221 βουλευτές και με απώλειες για τον κυβερνητικό σχηματισμό. Αυτές οι απώλειες οδήγησαν τον Αλέξη Τσίπρα να αναγγείλει ότι θα ζητήσει ψήφο εμπιστοσύνης από την Βουλή μετά τις 20 Αυγούστου 2015. Στις 20 Αυγούστου, ανακοίνωσε τελικά την παραίτηση της κυβέρνησής του.

Μετά την παραίτηση της Κυβέρνησης Τσίπρα και την αποτυχία των διερευνητικών εντολών να οδηγήσουν στον σχηματισμό νέας κυβέρνησης, η πρόεδρος του Αρείου Πάγου Βασιλική Θάνου έλαβε από τον Πρόεδρο της Δημοκρατίας Προκόπη Παυλόπουλο εντολή σχηματισμού κυβέρνησης με θητεία μέχρι την διεξαγωγή πρόωρων εκλογών στις 20 Σεπτεμβρίου του ίδιου έτους.

Στις πρόωρες εκλογές ο ΣΥΡΙΖΑ έλαβε 35,46% και σχημάτισε εκ νέου κυβέρνηση συνεργασίας με το κόμμα Ανεξάρτητοι Έλληνες. Ο Αλέξης Τσίπρας ορκίστηκε πρωθυπουργός στις 21 Σεπτεμβρίου 2015, ενώ η νέα κυβέρνηση στις 23 Σεπτεμβρίου 2015. Στις 4 Οκτωβρίου 2015, ο Νίκος Βούτσικος εξελέγη

νέος πρόεδρος της Βουλής, με 181 ψήφους. Τους επόμενους μήνες άρχισε η προετοιμασία του νέου ασφαλιστικού.

Σημαντικοί Οικονομικοί Δείκτες

	2011	2012	2013	2014	2015
Εξέλιξη ΑΕΠ (σταθερές τιμές 2010)	-9,1%	-7,3%	-3,2%	0,7%	-0,2%
Πληθωρισμός: Μέσος Ετήσιος	3,3%	1,5%	-0,9%	-1,3%	-1,7%
Παραγωγικότητα εργασίας (EU-28=100)**	87,3	88,6	90,6	89	n.a.
Ποσοστό ανεργίας	17,9%	24,4%	27,5%	26,5%	24,9%
Δημόσιες επενδύσεις (% ΑΕΠ)**	2,4%	2,5%	3,4%	3,7%	3,8%
Εξαγωγές (αγαθά-τρέχουσες τιμές)*	24,3	27,6	27,3	27,2	25,8
Εισαγωγές (αγαθά-τρέχουσες τιμές)*	48,4	49,3	47	48,1	43,6

*δισεκατομμύρια €

**Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2015

Έως και το 2008 η ανεργία στην Ελλάδα ήταν σχετικά χαμηλή και κινούνταν με ποσοστό της τάξεως του 7,8% στο μέσο όρο της Ευρωζώνης. Κατά το 2009 η ανεργία στη χώρα αυξήθηκε ως αποτέλεσμα της διεθνούς κρίσης που έπληξε και την Ελλάδα και ανήλθε σε 9,6%, ενώ για το 2010 αυξήθηκε περαιτέρω στο 12,7%, ως συνέπεια της περιοριστικής δημοσιονομικής πολιτικής που εφαρμόστηκε εξαιτίας της κρίσης χρέους. Κατά το έτος 2011 το ποσοστό ανεργίας, ως επακόλουθο της γενικότερης κρίσης της ελληνικής οικονομίας και των μέτρων που έχουν ληφθεί για τη δημοσιονομική εξυγίανση, έφτασε το 17,9%, ενώ κατά το 2012 ξεπέρασε το 24% και κατά το 2013 έφτασε το 27,5%. Κατά το έτος 2014 παρατηρείται για πρώτη φορά από την έναρξη της κρίσης μια μικρή μείωση, αν και η ανεργία παρέμεινε στα πολύ υψηλά επίπεδα του 26,5%, ενώ κατά το έτος 2015 σημείωσε μικρή περαιτέρω πτώση και έφτασε το 24,9%. Ιδιαίτερα η ανεργία των νέων, που ξεπερνά το

50%, αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που επέφερε η οικονομική κρίση στη χώρα.

3.1.2. Σύμπτυξη κυριότερων πολιτικών γεγονότων 2012 – 2015

24 Ιανουαρίου 2012 Διεξάγεται στη βουλή η ψηφοφορία για το πολυνομοσχέδιο του Υπουργείου Οικονομικών. Πολλά άρθρα καταψηφίζονται από βουλευτές του ΠΑΣΟΚ ενώ η διάταξη που αφορούσε την απελευθέρωση του ωραρίου των φαρμακείων καταψηφίστηκε και από βουλευτές των υπολοίπων κομμάτων της συγκυβέρνησης.

9 Φεβρουαρίου 2012 Κατέληξαν σε συμφωνία οι πολυήμερες συζητήσεις των αρχηγών των κομμάτων της συγκυβέρνησης, για το πακέτο μέτρων που απαιτεί η τρόικα, προκειμένου να προχωρήσει το νέο δανειακό πακέτο και το PSI. Παραιτήθηκε ο υφυπουργός εργασίας Γ. Κουτσούκος.

10 Φεβρουαρίου 2012 Παραιτήθηκε η αναπληρώτρια υπουργός Εξωτερικών Μαριλίζα Ξενογιαννακοπούλου. Επίσης υπέβαλαν τις παραιτήσεις τους οι υπουργοί του ΛΑΟΣ που συμμετείχαν στην συγκυβέρνηση. Παραιτήθηκε από τη βουλευτική του έδρα ο βουλευτής Άρτας του ΠΑΣΟΚ Παύλος Στασινός.

11 Φεβρουαρίου 2012 Παραιτήθηκαν οι βουλευτές του ΠΑΣΟΚ Π. Ζούνη και Δ. Βαρβαρίγος.

12 Φεβρουαρίου 2012 Η Βουλή συζήτησε την πρόταση νόμου για τη συμφωνία του 2ου Μνημονίου («Έγκριση των Σχεδίων Συμβάσεων Χρηματοδοτικής Διευκόλυνσης μεταξύ του Ευρωπαϊκού Ταμείου Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας (Ε.Τ.Χ.Σ.), της Ελληνικής Δημοκρατίας και της Τράπεζας της Ελλάδος, του Σχεδίου του Μνημονίου Συνεννόησης μεταξύ της Ελληνικής Δημοκρατίας, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Τράπεζας της Ελλάδος και άλλες επείγουσες διατάξεις για τη μείωση του δημοσίου χρέους και τη διάσωση της εθνικής οικονομίας») που υπέβαλε η κυβέρνηση Παπαδήμου. Η πρόταση υπερψηφίστηκε τις πρώτες πρωινές ώρες της 13ης Φεβρουαρίου από 199 βουλευτές.

13 Φεβρουαρίου 2012 Μετά την ολοκλήρωση της ψηφοφορίας για τα νέα μέτρα που ολοκληρώθηκε τα μεσάνυχτα της Κυριακής 12 Φεβρουαρίου,

διεγράφησαν 22 βουλευτές του ΠΑΣΟΚ, 21 της Νέας Δημοκρατίας και 2 του ΛΑΟΣ που διαφοροποιήθηκαν από την απόφαση του κόμματός τους. Ακολούθησαν οι παραιτήσεις των βουλευτών του ΠΑΣΟΚ Μ. Τσόκλη και Α. Λαφαζάνη (13-02) από τις βουλευτικές τους έδρες, Την προηγούμενη μέρα είχε προηγηθεί η παραίτηση του βουλευτή της ΝΔ, Ν. Λέγκα (12-02).

9 Μαρτίου 2012 Ολοκληρώθηκε το PSI με τη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα να φτάνει το 95,7%.

11 Απριλίου 2012 Προκηρύχθηκαν εκλογές για τις 6 Μαΐου 2012.

6 Μαΐου 2012 Διεξάγονται οι εκλογές από τις οποίες δεν προέκυψε τελικά κυβέρνηση.

16 Μαΐου 2012 Ορκίζεται η υπηρεσιακή κυβέρνηση Παναγιώτη Πικραμένου.

5 Ιουνίου 2012 Ο γενικός δείκτης του χρηματιστηρίου Αθηνών κλείνει κάτω από τις 500 μονάδες.

17 Ιουνίου 2012 Διεξάγονται οι εκλογές οι οποίες οδήγησαν τελικά σε δημιουργία κυβέρνησης συνασπισμού με τη συμμετοχή της Νέας Δημοκρατίας, του ΠΑΣΟΚ και της ΔΗΜΑΡ.

21 Ιουνίου 2012 Ορκωμοσία της κυβέρνησης του Αντώνη Σαμαρά.

26 Ιουνίου 2012 Αναλαμβάνει Υπουργός Οικονομικών ο Γιάννης Στουρνάρας.

5 Νοεμβρίου 2012 Κατατίθεται στη βουλή το Μεσοπρόθεσμο Πλαίσιο Δημοσιονομικής Στρατηγικής 2013-2016, σε ένα άρθρο με τη διαδικασία του κατεπείγοντος.

7 Νοεμβρίου 2012 Υπερψηφίστηκε το Μεσοπρόθεσμο πρόγραμμα με 153 ψήφους.

22 Δεκεμβρίου 2012 Ψηφίστηκε ο προϋπολογισμός για το 2013.

28 Απριλίου 2013 Ψηφίστηκε το πολυνομοσχέδιο του Υπουργείου Οικονομικών.

21 Ιουνίου 2013 Αποχώρησε η ΔΗΜΑΡ από την κυβέρνηση, με αφορμή την αιφνιδιαστική απόφαση της κυβέρνησης για το κλείσιμο της ΕΡΤ.

24 Ιουνίου 2013 Ανακοινώθηκε ο ανασχηματισμός της κυβέρνησης.

18 Ιουλίου 2013 Ψηφίστηκε το πολυνομοσχέδιο της κυβέρνησης.

29 Δεκεμβρίου 2014 Αποτυχία εκλογής Προέδρου της Δημοκρατίας από την Βουλή.

30 Δεκεμβρίου 2014 Με αφορμή την μη εκλογή προέδρου της δημοκρατίας και όπως προβλέπει το σύνταγμα, ο πρωθυπουργός Αντώνης Σαμαράς σε συνάντηση με τον πρόεδρο της δημοκρατίας Κάρολο Παπούλια, δηλώνει την διάλυση της βουλής και την παραίτηση της κυβέρνησης του και προκηρύσσονται πρόωρες εκλογές στις 25 Ιανουαρίου 2015.

25 Ιανουαρίου 2015 Διεξαγωγή των πρόωρων εκλογών που ολοκληρώνονται με νίκη του ΣΥΡΙΖΑ ο οποίος συγκεντρώνει 36,34% και 149 έδρες. Η Νέα Δημοκρατία λαμβάνει 27,81% και 76 έδρες και καταλαμβάνει την θέση της αξιωματικής αντιπολίτευσης.

26 Ιουνίου 2015 Προκήρυξη δημοψηφίσματος για τη νέα δανειακή σύμβαση για τις 5/7/2015. Οι πολίτες αδειάζουν τα ΑΤΜ (bank run).

29 Ιουνίου 2015 Επιβολή capital controls και κλείσιμο τραπεζών.

1 Ιουλίου 2015 Η Ελλάδα βρίσκεται εκτός προγράμματος στήριξης μετά την μη ανανέωση του τελευταίου από τις Βρυξέλες.

5 Ιουλίου 2015 Επικράτηση του "Όχι" στο δημοψήφισμα με 62%.

6 Ιουλίου 2015 Παραιτείται ο υπουργός Οικονομικών Γιάνης Βαρουφάκης. Νέος Υπουργός Οικονομικών αναλαμβάνει ο Ευκλείδης Τσακαλώτος.

17 Ιουλίου 2015 Κυβερνητικός ανασχηματισμός με αντικατάσταση των υπουργών που απέρριψαν την συμφωνία με τους δανειστές.

14 Αυγούστου 2015 Τις πρώτες πρωινές ώρες η Βουλή ψηφίζει το τρίτο μνημόνιο με σημαντικότερες απώλειες για τον Κυβερνητικό σχηματισμό. Το μνημόνιο στηρίζουν με τις ψήφους τους ο ΣΥΡΙΖΑ, η Νέα Δημοκρατία, οι Ανεξάρτητοι Έλληνες, το ΠΑΣΟΚ και Το Ποτάμι. Κατά τάσσονται συνολικά η Χρυσή Αυγή και το ΚΚΕ, μαζί με 44 βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ.

16 Αυγούστου 2015 Ο Πρωθυπουργός Αλέξης Τσίπρας ανακοινώνει την πρόθεση του να ζητήσει ψήφο εμπιστοσύνης από την Βουλή μετά από τις 20 Αυγούστου.

20 Αυγούστου 2015 Ο Πρωθυπουργός Αλέξης Τσίπρας ανακοινώνει την παραίτηση της κυβέρνησης με σκοπό τη διεξαγωγή πρόωρων εκλογών στις 20 Σεπτεμβρίου 2015.

21 Αυγούστου 2015 25 Βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ ανεξαρτητοποιούνται και ανακοινώνουν τον σχηματισμό νέου πολιτικού κόμματος με την ονομασία Λαϊκή Ενότητα και Πρόεδρο τον Παναγιώτη Λαφαζάνη.

27 Αυγούστου 2015 Η Πρόεδρος του Αρείου Πάγου Βασιλική Θάνου ορκίζεται Πρωθυπουργός και γίνεται έτσι η πρώτη γυναίκα σε αυτό το αξίωμα. Την επόμενη ημέρα ορκίζεται η κυβέρνηση Θάνου.

20 Σεπτεμβρίου 2015 Ο ΣΥΡΙΖΑ κερδίζει τις εκλογές με 35,46% και 145 έδρες έναντι της Νέας Δημοκρατίας που συγκεντρώνει 28,10% και 75 έδρες. Σχηματίζει κυβέρνηση με τους Ανεξάρτητους Έλληνες.

7 Οκτωβρίου 2015 Η Κυβέρνηση λαμβάνει ψήφο εμπιστοσύνης από την Βουλή με 155 ψήφους υπέρ και 144 κατά.

19 Νοεμβρίου 2015 Ψηφίζονται τα νέα προαπαιτούμενα από την Βουλή με 153 ψήφους υπέρ. Διαγράφονται από τους ΑΝΕΛ ο Νίκος Νικολόπουλος που καταψήφισε και ο Στάθης Παναγιούλης από τον ΣΥΡΙΖΑ που απείχε (Κατσίκας, Δ., Καρακίσιος, Α., Φιλίνης, Κ., Πετραλιάς, Α., 2014). Το ιστορικό της ελληνικής κρίσης κάνει την εμφάνισή του με τις αποκαλύψεις για το απρόσμενα υψηλό δημοσιονομικό έλλειμμα της χώρας το φθινόπωρο του 2009. Όπως αποδείχθηκε το έλλειμμα εκείνου του έτους θα έφτανε στο εξαιρετικά υψηλό 15,8% του ΑΕΠ. Όπως ήταν φυσικό, οι αποκαλύψεις αυτές έπληξαν σημαντικά την αξιοπιστία της χώρας. Σε μια περίοδο κατά την οποία η παγκόσμια οικονομία εξακολουθούσε να κλονίζεται από τη χρηματοπιστωτική κρίση οποία είχε ξεκινήσει από τις ΗΠΑ το 2007, η είδηση αυτή σε συνδυασμό με το υψηλό δημόσιο χρέος της χώρας (300 δισεκατομμύρια ή 129% του ΑΕΠ στα τέλη του 2009) και τη χαμηλή ανταγωνιστικότητα, αποδείχθηκε αρκετή για να απομακρύνει τις ήδη ανήσυχες χρηματοπιστωτικές αγορές (Κατσίκας & συνεργ., 2014).

Τα πράγματα ωστόσο εξελίχθηκαν χειρότερα από τις προσδοκίες. Το εύρος και η ταχύτητα των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων συνέτειναν στην εντατικότερη χρήση των πόρων του κρατικού μηχανισμού. Οι παραδοσιακά (ακόμη και προ της κρίσης) κακές επιδόσεις του κράτους στον σχεδιασμό και την εφαρμογή μεταρρυθμίσεων, περιορίστηκαν περαιτέρω από τις επιθετικές

πολιτικές δημοσιονομικής προσαρμογής οι οποίες μείωσαν τον προϋπολογισμό των κρατικών υπηρεσιών (Κατσίκας & συνεργ., 2014). Τα παραπάνω δεδομένα οδήγησαν με γοργούς ρυθμούς σε ένα άλλο είδος κρίσης, την κοινωνική. Η οικονομική δυσχέρεια και η πτώση που είχε επέλθει στην χώρα είχαν εμφανή αποτελέσματα στο σύνολο των κοινωνικών ομάδων. Πολλοί δημόσιοι υπάλληλοι οδηγήθηκαν σε πρόωρη συνταξιοδότηση με αποτέλεσμα οι υπηρεσίες που εργάζονταν να αντιμετωπίζουν ελλείψεις προσωπικού. Την ίδια στιγμή η επιθετικότητα της δημοσιονομικής προσαρμογής οδήγησε την ελληνική οικονομία σε βαθιά ύφεση η οποία με τη σειρά της υπονόμωσε τις προσπάθειες δημοσιονομικής εξυγίανσης της κυβέρνησης καθώς τα φορολογικά έσοδα μειώθηκαν ενώ αυξήθηκαν οι δαπάνες της κοινωνικής πρόνοιας, ιδιαίτερα όσες αφορούσαν τα επιδόματα ανεργίας (Κατσίκας & συνεργ., 2014). Ο φαύλος αυτός κύκλος συνέχισε να βυθίζει τη χώρα σε μια καθοδική οικονομική πορεία. Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα αποκομμένο από τη διεθνή διατραπεζική αγορά και έχοντας απωλέσει καταθέσεις ύψους περίπου 80 δισεκατομμυρίων ευρώ την περίοδο 2010 - 2012 ήταν ανίκανο να παράσχει ρευστότητα στην οικονομία (Κατσίκας & συνεργ., 2014).

Το ποσοστό φτώχειας αυξήθηκε κατά περισσότερες από 25 ποσοστιαίες μονάδες μεταξύ 2010 και 2013 (από περίπου 18% το 2010 στο εξαιρετικά υψηλό 44,3% το 2013). Κάτι τέτοιο υποδεικνύει ότι περισσότεροι άνθρωποι έχουν γίνει φτωχότεροι κατά τη διάρκεια της κρίσης και ειδικότερα ότι σχεδόν ο μισός ελληνικός πληθυσμός είχε το 2012 λιγότερο από το 60% του διάμεσου διαθέσιμου ισοδύναμου εισοδήματος που είχε το 2007 (Τούντας, Γ., Βαρδαβάς, Κ., Γιαννοπούλου, Κ., Γώτη, Γ., Καντζανού, Μ., Καστανιώτη, Κ., Μαυριδόγλου, Γ., Μεράκου, Κ., Μπαρμπούνη, Α., 2016 · Κατσίκας & συνεργ., 2014).

Τα μεγαλύτερα ποσοστά κάτω από το σταθερό όριο σχετικής φτώχειας, παρουσιάζονται ως αναμενόμενα στους ανέργους, αλλά και στους ελεύθερους επαγγελματίες, ενώ τα μικρότερα στους μισθωτούς. Αναμενόμενο είναι και το υψηλό ποσοστό των ανέργων που δηλώνουν μείωση του εισοδήματός τους

(88,8%), καθώς και των συνταξιούχων (81,5%). Βέβαια, οι οικονομικές δυσκολίες καταγράφονται σε μεγαλύτερο ποσοστό στα κατώτερα επίπεδα, στους ανέργους και στις νοικοκυρές, λόγω της μεγαλύτερης ποσοστιαίας επιδείνωσης του εισοδήματός τους. Με άλλα λόγια τα ανώτερα στρώματα έχασαν περισσότερα αλλά τα χαμηλότερα αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες οικονομικές δυσκολίες αν και έχασαν λιγότερα (Τούντας & συνεργ., 2014).

Περνάμε στη διερεύνηση του αντίκτυπου της κρίσης στις διάφορες υποομάδες. Πιο συγκεκριμένα παρατηρούμε ότι μεταξύ των νέων και ειδικότερα μεταξύ εκείνων που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 16-24 ετών οι φτωχοί έχουν αυξηθεί κατά τη διάρκεια της κρίσης τόσο ώστε το 2013 ένας στους τρεις αυτής της ηλικιακής ομάδας να βρίσκεται κάτω από το κατώφλι φτώχειας (Τούντας & συνεργ., 2014). Ακολουθούν τα παιδιά κάτω των 16 ετών, των οποίων η κατάσταση έχει επιδεινωθεί από το 2010, όπως εξάλλου έχει συμβεί και με την ηλικιακή ομάδα των 25-64 ετών.

Οι αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης έχουν ως αποτέλεσμα την επιδείνωση της σωματικής και ψυχικής υγείας του πληθυσμού. Στις περισσότερες περιπτώσεις που μελετήθηκαν διεθνώς, διαπιστώθηκε μείωση του προσδόκιμου ζωής, αύξηση των δεικτών θνησιμότητας και νοσηρότητας, επιδείνωση της ποιότητας ζωής που σχετίζεται με την υγεία και υιοθέτηση ορισμένων ανθυγιεινών συμπεριφορών. Στον τομέα της σωματικής υγείας, οι πιο ισχυρές επιπτώσεις αφορούν τα λοιμώδη και τα καρδιαγγειακά νοσήματα, ενώ σε ό,τι αφορά τη ψυχική υγεία, παρατηρείται μεγάλη αύξηση της κατάθλιψης, η οποία σχετίζεται σημαντικά με την παρατηρούμενη αύξηση των αυτοκτονιών (Κατσίκας & συνεργ., 2014). Ο αντίκτυπος της κρίσης στην πρόσβαση στις υπηρεσίες υγείας, έφεραν ορισμένα μέτρα πολιτικής στον τομέα των υπηρεσιών υγείας και του ασφαλιστικού συστήματος (αύξηση της συνεισφοράς στα φάρμακα, καθιέρωση εισιτηρίου για πρόσβαση στα δημόσια νοσοκομεία, περιορισμοί στα δικαιώματα για ορισμένες θεραπείες ή φάρμακα και μειώσεις επιδομάτων) οδήγησαν σε αύξηση του κόστους των υπηρεσιών υγείας για τους ασθενείς (Κατσίκας & συνεργ., 2014).

Επιπροσθέτως, περικοπές στις δημόσιες δαπάνες για τις δομές υγείας σε εποχές κατά τις οποίες η ζήτηση για τις δημόσιες υπηρεσίες υγείας έχει αυξηθεί (καθώς οι ασθενείς δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν το κόστος των ιδιωτικών υπηρεσιών) έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του χρόνου αναμονής (Κατσίκας & συνεργ., 2014). Δοθέντος ότι αυτά τα προβλήματα είναι πιθανό να επηρεάζουν δυσανάλογα τους ηλικιωμένους, δεν εκπλήσσει το γεγονός ότι σύμφωνα με δεδομένα της ευρωπαϊκής Έρευνας Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης των Νοικοκυριών (EU-SILC), οι αυτοαναφερόμενες ως μη καλυφθείσες ανάγκες για ιατρικές εξετάσεις για τους ηλικιωμένους αυξήθηκαν από 7,6% το 2008 σε 9,4% το 2012 (Κατσίκας & συνεργ., 2014).

Μια ιδιαίτερως ανησυχητική πλευρά της κρίσης στην Ελλάδα είναι το ζήτημα της επισιτιστικής ανασφάλειας. Παρότι γνωρίζουμε λίγα για την πραγματική έκταση του προβλήματος, καθημερινά συσσίτια που οργανώνονται σε όλη τη χώρα από δημοτικές αρχές, μη κυβερνητικές οργανώσεις και την εκκλησία και τα οποία καλύπτουν τις ανάγκες ενός διαρκώς αυξανόμενου αριθμού πολιτών έχουν γίνει κοινό φαινόμενο τα τελευταία χρόνια. Σε αυτή την έκθεση αφιερώνουμε μια ξεχωριστή ενότητα στο ζήτημα καθώς πρόκειται για ένα από τα εμφανέστερα συμπτώματα της κρίσης και απασχολεί μεγάλο μέρος της σχετικής δημόσιας συζήτησης· ένας ακόμη λόγος όμως είναι ότι είχαμε την τύχη να μας διατεθούν τα μόνα κατά πάσα πιθανότητα στοιχεία για την επισιτιστική ανασφάλεια κατά τη διάρκεια της κρίσης στην Ελλάδα τα οποία μας παραχωρήθηκαν για τους σκοπούς αυτού του ερευνητικού προγράμματος από το Ινστιτούτο Προληπτικής, Περιβαλλοντικής και Εργασιακής Ιατρικής, Prolepsis (Κατσίκας & συνεργ., 2014).

Οι γεννήσεις στην Ελλάδα το 2014, ανήλθαν σε 92.148, παρουσιάζοντας μείωση κατά 2,1% σε σχέση με το 2013, σε αντίθεση με τους θανάτους οι οποίοι παρουσίασαν αύξηση κατά 1,17% και ανήλθαν σε 113.740 από 111.794 το 2013. Η φυσική μεταβολή του πληθυσμού (δηλαδή η μεταβολή που οφείλεται μόνον στη διαφορά των γεννήσεων – θανάτων χωρίς συνυπολογισμό της μετανάστευσης) παρουσίασε αρνητική εξέλιξη, με φυσική μείωση του

πληθυσμού κατά 21.592 άτομα. Η μείωση του πληθυσμού μετά το 2010, η οποία συνεχίζεται μέχρι σήμερα, οφείλεται στη μείωση της γονιμότητας και στη μετανάστευση (περίπου 80.000 Έλληνες μεταναστεύουν κάθε χρόνο). Και οι δύο αυτές αιτίες σχετίζονται άμεσα με την οικονομική κρίση (Τούντας & συνεργ., 2014).

Το ενδιαφέρον στοιχείο σε αυτή την ανάλυση προέρχεται από τους συνταξιούχους, η κατάσταση των οποίων επιδεινώνεται μεταξύ 2009 και 2011, με τα ποσοστά φτώχειας τους να αυξάνονται από 21,4% σε 23,6%, ακολούθως όμως αυτά μειώνονται σημαντικά στο 15,1% το 2013 καθιστώντας την εν λόγω ομάδα τη λιγότερο πληγείσα από τη φτώχεια. Κάτι τέτοιο εξηγείται από το γεγονός ότι οι συντάξεις επλήγησαν λιγότερο από άλλους τύπους εισοδήματος και επομένως, όταν μετριοούνται ποσοστά σχετικής φτώχειας, η θέση των ηλικιωμένων (οι περισσότεροι των οποίων είναι συνταξιούχοι) μοιάζει να βελτιώνεται¹ (Κασιόκας & συνεργ., 2014 · Τούντας & συνεργ., 2016).

Και μεταξύ των εργαζομένων όμως η φτώχεια ακολούθησε ενδιαφέρουσα πορεία μειούμενη μεταξύ 2009 και 2011, αυξανόμενη εντόνως το 2012 για να μειωθεί εκ νέου το 2013. Έτσι οι εργαζόμενοι ακολουθούν την ακριβώς αντίστροφη πορεία από εκείνη των συνταξιούχων μέχρι το 2013, οπότε οι πορείες τους φαίνεται να συγκλίνουν. Η πτώση του δείκτη φτώχειας για τους εργαζόμενους το 2013 είναι μια εξέλιξη η οποία χρειάζεται περισσότερη διερεύνηση. Μια εξήγηση θα μπορούσε να είναι ότι η σχετική θέση τους έχει βελτιωθεί σε σύγκριση με άλλες ομάδες και ειδικά με τους ανέργους.

Επιπροσθέτως, άτομα με μη συμβατικές μορφές εργασίας, όπως εργαζόμενοι με καθεστώς μερικής απασχόλησης ή με συμβάσεις προσωρινής

¹Μια αναγκαία επισήμανση ως προς την ερμηνεία των αποτελεσμάτων που αφορούν τους συνταξιούχους είναι η εξής: παρότι η κατάστασή τους φαίνεται να έχει βελτιωθεί με σχετικούς όρους από το 2012, θα πρέπει να έχουμε υπόψη μας ότι οι προαναφερθείσες μετρήσεις είναι χρηματικές μετρήσεις που στηρίζονται στο εισόδημα. Δεν περιλαμβάνουν άλλου τύπου χρηματικές ή μη χρηματικές εξελίξεις που ενδέχεται να αυξάνουν τον κοινωνικό αποκλεισμό τους, όπως για παράδειγμα την πρόσβαση σε υπηρεσίες υγείας και σε φάρμακα, η οποία θεωρείται συνήθως σημαντικό μέτρο για την ευημερία των ηλικιωμένων.

απασχόλησης, αντιμετωπίζουν παραδοσιακά υψηλότερα ποσοστά φτώχειας, μια κατάσταση η οποία έχει συνεχιστεί και μετά την έναρξη της κρίσης. Πιο συγκεκριμένα, το επίπεδο φτώχειας για τους εργαζόμενους με καθεστώς μερικής απασχόλησης και για τους εργαζόμενους με συμβάσεις προσωρινής απασχόλησης διαμορφώθηκε το 2013 στο 27% και 13,8% αντίστοιχα, ενώ των εργαζομένων σε πλήρη απασχόληση και των εργαζομένων με συμβάσεις αορίστου χρόνου σε 10,7% και 5,8% αντίστοιχα.

Και οι εργαζόμενοι παρουσιάζουν σημαντικά ποσοστά φτώχειας ιδιαίτερα όταν εργάζονται σε μη συμβατικές μορφές εργασίας. Στους αυταπασχολούμενους περιλαμβάνονται πολλοί που εργάζονται σε θέσεις μερικής ή προσωρινής απασχόλησης· σε κάποιον βαθμό επομένως τα αποτελέσματα μπορούν να ερμηνευθούν από τη δυναμική των μη συμβατικών μορφών εργασίας που περιγράφηκε νωρίτερα. Επιπροσθέτως, στους αυταπασχολούμενους περιλαμβάνονται κατά κανόνα πολλοί μικροεπιχειρηματίες οι οποίοι κατά τη διάρκεια της κρίσης έχουν δει τις επιχειρήσεις τους σχεδόν να καταρρέουν· αυτοί πολλές φορές προσπαθούν να διατηρήσουν τις επιχειρήσεις τους ακόμη και όταν δεν έχουν κέρδη ενώ συχνά δεν περιλαμβάνονται στους καταγεγραμμένους ανέργους, ακόμη και όταν κλείνουν τις επιχειρήσεις τους (Κατσίκας & συνεργ., 2014). Οι άνδρες βρίσκονται σε χειρότερη κατάσταση από τις γυναίκες κατά τη διάρκεια της κρίσης, παρότι το 2013 η διαφορά στα ποσοστά φτώχειας μεταξύ των δύο φύλων μειώθηκε σε λιγότερη της μιας ποσοστιαίας μονάδας.

Μεγαλύτερο κίνδυνο για τις αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία διατρέχουν οι μακροχρόνιοι άνεργοι, που έχουν αυξηθεί σημαντικά μετά το 2010 σε σύγκριση με τις χώρες της ευρωζώνης. Η κατηγορία αυτή των ανέργων παρουσιάζει αύξηση, και το 2014, σε αντίθεση με γενικό ποσοστό ανεργίας. Τα νούμερα ανεβαίνουν δραματικά σε ό,τι έχει να κάνει με τους νέους. Σχεδόν οι μισοί από αυτούς δεν έχουν καταφέρει να ενταχθούν στην εργατική βάση, ενώ σε κάποιες περιοχές τα ποσοστά αγγίζουν και το 60%³. Σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες του ΟΟΣΑ, η πιο ευάλωτη είναι η ηλικιακή ομάδα 25-49 ετών.

Ένας στους τρεις νέους βρίσκεται εκτός εργασίας για πάνω από ένα χρόνο. Οι οικονομικές επιπτώσεις φαίνονται στα έσοδα των Ταμείων, ενώ από κοινωνικής άποψης συναντά κανείς οικογένειες να συντηρούνται από συνταξιούχους που έχουν, τουλάχιστον, ένα πενιχρό, αλλά σταθερό εισόδημα (Τούντας & συνεργ., 2014). Η σύνδεση μεταξύ εκπαιδευτικών προσόντων και φτώχειας, που περιγράφηκε πιο πάνω για τα χρόνια πριν από την κρίση, επιβεβαιώνεται και για τα χρόνια μετά την εκδήλωσή της. Και πάλι τα υψηλότερα επίπεδα φτώχειας εντοπίζονται μεταξύ όσων δεν έχουν κανένα ή έχουν πολύ χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης, ενώ η φτώχεια εκείνων που έχουν ανώτερη δευτεροβάθμια και μετα-δευτεροβάθμια, μη τριτοβάθμια εκπαίδευση είναι περίπου 10 ποσοστιαίες μονάδες χαμηλότερη· τέλος όσοι έχουν τριτοβάθμια εκπαίδευση βρίσκονται άλλες 15 ποσοστιαίες μονάδες πιο χαμηλά. Πρέπει ωστόσο να ειπωθεί πως, παρότι το ποσοστό φτώχειας αυξήθηκε για όλες τις ομάδες μεταξύ 2010 και 2012, η μεγαλύτερη αναλογική αύξηση αφορούσε τη δεύτερη ομάδα –πρόκειται για εξέλιξη που απαιτεί περαιτέρω διερεύνηση. Παρατηρούμε επιπροσθέτως ότι το 2013 υπήρξε μια ελαφρά βελτίωση για τις πλέον μορφωμένες ομάδες, ενώ το ποσοστό φτώχειας για ανθρώπους με καθόλου ή χαμηλό εκπαιδευτικό υπόβαθρο εξακολουθούσε να αυξάνει (Κατσίκας & συνεργ., 2014).

3.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΣΠΟΤ

ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΣΠΟΤ ΣΥΡΙΖΑ

3.2.1.1°Τηλεοπτικό σποτ

<https://youtu.be/XuVq9GjynUI?list=PLE4801F9C81872065>

1. Περιγραφική ανάλυση λόγου

Α. Περιγραφική ανάλυση εικόνας²

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
	0:00' - 0:20'					

²Fairclough, N.,; Clive H. (1995). Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. Longman

<p>ΣΚΗΝΗ 1</p>	<p>0:00' - 0:02'</p>	<p>Το σποτ ξεκινά απότομα και όχι σταδιακά. Εμφανίζονται τα πρόσωπα των πολιτικών Παπανδρέου, Βενιζέλου, Σαμαρά, Καρτζαφέρη και Παπαδήμου διαδοχικά σε κινούμενα από όλες τις κατευθύνσεις κουτάκια με γρήγορο ρυθμό. Σε πράσινο πλαίσιο αναγράφεται «Αποφάσισαν να μας εξαπατήσουν».</p>	<p>Η μουσική ή σε χαμηλή ένταση και αργό ρυθμό.</p>	<p>Αποφάσισαν να μας εξαπατήσουν και να μας εκβιάσουν.</p>	<p>Αποφάσισαν να μας εξαπατήσουν</p>	<p>Ο προφορικός λόγος είναι πιο αναλυτικός από τον γραπτό.</p>
--------------------	--------------------------	---	---	--	--------------------------------------	--

ΣΚΗΝΗ 2	0:03' – 0:05'	Εμφανίζονται με την ίδια μορφή εικόνες από επεισόδια, διαδηλωτές, καπνογόνα, αστυνομικούς, ματ και πρόσωπα ανθρώπων αγανακτισμένων αντιασφυξιογόνες μάσκες. Σε μπλε πλαίσιο η αναγραφή: «Αποφάσισαν να μας τρομοκρατήσουν».	Η μουσική ή στην ίδια ένταση και στον ίδιο ρυθμό.	Αποφάσισαν να μας τρομοκρατήσουν.	Αποφάσισαν να μας τρομοκρατήσουν.	Ο προφορικός λόγος ταυτίζεται με τον γραπτό.
------------	------------------	---	---	-----------------------------------	-----------------------------------	--

ΣΚΗΝΗ 3	0:06- 0:09	Το μοτίβο με τα κουτάκια παραμένει. Μέσα προβάλλονται άνθρωποι, κυρίως ηλικιωμένοι, που περιμένουν με ουρές σε συσσίτια. Σε μωβ πλαίσιο η αναγραφή: «Αποφάσισαν να μας βυθίσουν στη φτώχεια».	Η μουσική στην ίδια ένταση και στον ίδιο ρυθμό.	Αποφάσισαν να μας βυθίσουν στην ανεργία και στη φτώχεια.	Αποφάσισαν να μας βυθίσουν στη φτώχεια.	Ο προφορικός λόγος είναι πιο αναλυτικός από τον γραπτό.
ΣΚΗΝΗ 4	0:10- 0:11	Στο ίδιο πλαίσιο με τα κουτάκια αναδεικνύονται χιλιάδες κόσμου σε	Η μουσική υπόκρουση παραμένει στον ίδιο	Αποφάσισαν χωρίς εμάς.	Αποφάσισαν χωρίς εμάς.	Ο προφορικός λόγος ταυτίζεται με

		<p>διαδηλώσεις με πλακάτ σε ειρηνικό κλίμα καθώς χειροκροτούν και δείχνουν να φωνάζουν συνθήματα. Περιγράφεται ο ξεσηκωμός του λαού. Σε κόκκινο πλαίσιο η αναγραφή: «Αποφάσισαν χωρίς εμάς».</p>	<p>βαθμό σε ρυθμό και ένταση.</p>			<p>τον γραπτό.</p>
<p>ΣΚΗΝΗ 5</p>	<p>0:12-0:13</p>	<p>Η εικόνα διαφοροποιείται εντελώς και συμπυκνώνεται στη φράση</p>	<p>Η ένταση της μουσικής αυξάνεται.</p>	<p>Προχωράμε χωρίς αυτούς.</p>	<p>Προχωράμε χωρίς αυτούς.</p>	<p>Ο προφορικός λόγος ταυτίζεται με τον γραπτό.</p>

		«προχωράμε χωρίς αυτούς». Τα κουτάκια με την προηγούμενη εικόνα με τον κόσμο που διαδηλώνει επαναλαμβάνονται με τη μορφή της παραπάνω φράσης. Υπερτονίζεται με μεγάλα και κεφαλαία γράμματα η λέξη «χωρίς».				
ΣΚΗΝΗ 6	0:14- 0:16	Σε κόκκινο πλαίσιο αναγράφεται το μήνυμα	Η μουσική κορυφώνεται, όπως και η	Ψηφίζουμε για ανατροπή στην Ελλάδα,	Ανατροπή στην Ελλάδα – Μήνυμα	Ο προφορικός λόγος

		«ανατροπή στην Ελλάδα –μήνυμα στην Ευρώπη» και με αυτόν τον τρόπο καταλήγει το βίντεο. Επιλέγεται το λευκό χρώμα στη φράση «Ανατροπή στην Ελλάδα» και το μαύρο στην φράση «Μήνυμα στην Ευρώπη».	φωνή του εκφωνητή.	στέλνουμε μήνυμα στην Ευρώπη.	στην Ευρώπη.	είναι πιο αναλυτικός από τον γραπτό.
ΣΚΗΝΗ 7	0:17- 0:20	Στην τελευταία εικόνα προστίθεται το σήμα του ΣΥΡΙΖΑ, η ονομασία του με την αναγραφή	Η μουσική λαμβάνει τέλος.	ΣΥΡΙΖΑ: Ενωτικό Κοινωνικό Μέτωπο.	Ανατροπή στην Ελλάδα – Μήνυμα στην Ευρώπη, ΣΥΡΙΖΑ –	Ο γραπτός λόγος είναι πιο αναλυτικός από τον προφορικό.

		«Ενωτικό Κοινωνικό Μέτωπο» και η ηλεκτρονική διεύθυνση του κόμματος.			ΕΝΩΤΙΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΕΤΩΠΟ, www.syriza.gr	
--	--	---	--	--	---	--

1^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας³

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 1η σκηνή είναι «Οι διεφθαρμένοι πολιτικοί». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι κύριοι Παπανδρέου, Βενιζέλος, Σαμαράς, Καρατζαφέρης και Παπαδήμος. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι προσπάθησαν να εξαπατήσουν και να εκβιάσουν τον ελληνικό λαό και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργαστική διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η μονόδρομη μεταβατική δράση, επειδή «ένα άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει δύο συμμετέχοντες, ένα Δρώντα και ένα στόχο». (Kress&VanLeeuwen, 2010, σ.138).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι ισότιμοι και ο ΣΥΡΙΖΑ τους κατατάσσει στο ίδιο πλαίσιο. Η επιλογή του παραγωγού της εικόνας να μην απευθύνονται οι συμμετέχοντες άμεσα μέσω του βλέμματος στον θεατή το κατατάσσουν στο είδος της "παροχής". Στην κατεύθυνση της δήλωσης "παροχής πληροφοριών" συστρατεύεται και η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (αποφάσισαν). Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει την "κοντινή λήψη", που τοποθετούν το δείκτη στην κλίμακα της οικειότητας ανάμεσα στα απεικονιζόμενα πρόσωπα και τον θεατή. Ωστόσο, αξίζει να τονιστεί η έλλειψη απευθυντικότητας με την απουσία βλέμματος, μορφασμού και χειρονομίας. Η

³KressG, VanLeeuwen, T. Η Ανάγνωση των εικόνων, Η Γραμματική του Οπτικού Σχεδιασμού (Επιμέλεια – Θεώρηση: Φωτεινή Παπαδημητρίου), Αθήνα: εκδ. Επίκεντρο

πραγμάτωση της σχέσης εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή απεικονίζεται με κάθετη γωνία λήψης(εξουσία) και συγκεκριμένα από «χαμηλής γωνίας λήψης», δηλώνοντας έτσι ότι το απεικονιζόμενο αντικείμενο δείχνει τεράστιο και σημαντικό και ασκεί εξουσία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η έλλειψη κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (κουτάκια, φωτεινή επιγραφή). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλευσης με σκοπό την προσέλευση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου που αναλύσαμε παραπάνω και την πλαισίωσή του το καθιστούν πιο προεξέχον από τους συμμετέχοντες. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την "τροπικότητα" της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να προκαλέσει απόλαυση, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Παράλληλα, εμπλέκεται ο νατουραλιστικός προσανατολισμός κωδικοποίησης, αφού η εικόνα λειτουργεί ως πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και απουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Αντίθετα, στην απεικόνιση των δρώντων παρατηρούμε σχεδόν απουσία χρώματος, ελάχιστη διαφοροποίηση που φτάνει σχεδόν στη μονοχρωμία, χαμηλή ένταση, απουσία φόντου και μέτρια προς χαμηλή ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση,

δηλαδή, χαμηλή τροπικότητα. Το βάθος κυμαίνεται από τη γωνιακή έως τη μετωπική - ισομετρική προοπτική, ενώ δε διακρίνεται συγκεκριμένη πηγή φωτισμού, η οποία να επηρεάζει τους συμμετέχοντες, στοιχεία που υποδηλώνουν μέτρια τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωηρό πράσινο με την γραπτή ένδειξη "αποφάσισαν να μας εξαπατήσουν" συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με την επιλογή του χρώματος τους δύο πρώτους, Παπανδρέου και Βενιζέλο (ΠΑΣΟΚ) . Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τους ιθύνοντες ως δράστες.

2^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 2η σκηνή είναι «Τρομοκρατική ατμόσφαιρα». Οι δράστες της διαδικασίας είναι η αστυνομικοί και το πλήθος. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι οι πολιτικοί με τις επιλογές τους ώθησαν τον κόσμο στις πορείες διαμαρτυρίας και στην επικράτηση τρομοκρατικής ατμόσφαιρας στους δρόμους με επεισόδια και τραυματίες και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργασιακή διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η μονόδρομη μεταβατική δράση, επειδή «ένα άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει δύο συμμετέχοντες, ένα Δρώντα και ένα στόχο» (Kress & Van Leeuwen, 2010, σ.138).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων δεν είναι ισότιμοι, αν και ο ΣΥΡΙΖΑ τους κατατάσσει στο ίδιο πλαίσιο για να προβάλλει το τρομοκρατικό κλίμα. Η επιλογή του παραγωγού της εικόνας να μην απευθύνονται οι συμμετέχοντες άμεσα μέσω του βλέμματος στον θεατή το κατατάσσουν στο είδος της "παροχής". Στην κατεύθυνση της δήλωσης "παροχής πληροφοριών" συστρατεύεται και η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (αποφάσισαν). Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει την "κοντινή λήψη", που τοποθετεί το δείκτη στην κλίμακα της οικειότητας ανάμεσα στα απεικονιζόμενα πρόσωπα και τον θεατή, αλλά και τη «μακρινή λήψη» δηλώνοντας απρόσωπη σχέση μεταξύ των ατόμων που διαδηλώνουν. Ωστόσο, αξίζει να τονιστεί η ύπαρξη απευθυντικότητας με την παρουσία, όχι τόσο του βλέμματος, αλλά μορφασμού και χειρονομίας. Η πραγμάτωση της σχέσης εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή απεικονίζεται με κάθετη γωνία λήψης(εξουσία) και συγκεκριμένα από «υψηλής γωνίας λήψης», δηλώνοντας έτσι ότι το απεικονιζόμενο αντικείμενο δείχνει μικροσκοπικό και ασήμαντο, άρα ο θεατής ασκεί εξουσία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η έλλειψη κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (κουτάκια, φωτεινή επιγραφή). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλευσης με σκοπό την προσέλκυση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου και την πλαισίωση του το καθιστούν πιο προεξέχον από τους

συμμετέχοντες. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την "τροπικότητα" της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να προκαλέσει απόλαυση, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Παράλληλα, εμπλέκεται ο νατουραλιστικός προσανατολισμός κωδικοποίησης, αφού η εικόνα λειτουργεί ως πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και απουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Αντίθετα, στην απεικόνιση των δρώντων παρατηρούμε σχεδόν απουσία χρώματος, ελάχιστη διαφοροποίηση που φτάνει σχεδόν στη μονοχρωμία, χαμηλή ένταση, απουσία φόντου και μέτρια προς χαμηλή ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση, δηλαδή, χαμηλή τροπικότητα. Το βάθος κυμαίνεται από τη γωνιακή έως τη μετωπική - ισομετρική προοπτική, ενώ δε διακρίνεται συγκεκριμένη πηγή φωτισμού, η οποία να επηρεάζει τους συμμετέχοντες, στοιχεία που υποδηλώνουν μέτρια τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωηρό μπλέ με την γραπτή ένδειξη "αποφάσισαν να μας τρομοκρατήσουν" συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με την επιλογή του χρώματος τον δεύτερο απεικονιζόμενο, τον κύριο Σαμαρά (Νέα Δημοκρατία). Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ιθύνοντα ως δράστη.

3^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 3η σκηνή είναι «Η απόγνωση εξαιτίας της ανεργίας και της φτώχειας». Οι δράστες της διαδικασίας είναι ο ηλικιωμένος κυρίως κόσμος σε ουρές συσσιτίων. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι οι πολιτικοί με τις επιλογές τους ώθησαν τον κόσμο στην ανεργία και στη φτώχεια (συσσίτια) και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργασιακή διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η μονόδρομη μεταβατική δράση, επειδή «ένα άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει δύο συμμετέχοντες, ένα Δρώντα και ένα στόχο». (Kress&VanLeeuwen, 2010, σ.138).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι ισότιμοι και ο ΣΥΡΙΖΑ τους κατατάσσει στο ίδιο πλαίσιο για να προβάλλει τις συνέπειες της βάρβαρης πολιτικής, που οδήγησαν σε τραγικό σημείο το λαό. Η επιλογή του παραγωγού της εικόνας να μην απευθύνονται οι συμμετέχοντες άμεσα μέσω του βλέμματος στον θεατή το κατατάσσουν στο είδος της "παροχής". Στην κατεύθυνση της δήλωσης "παροχής πληροφοριών" συστρατεύεται και η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (αποφάσισαν). Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει την "κοντινή λήψη", που τοποθετούν το δείκτη στην κλίμακα της οικειότητας ανάμεσα στα απεικονιζόμενα πρόσωπα και τον θεατή, αλλά και τη «μακρινή λήψη» δηλώνοντας απρόσωπη σχέση μεταξύ των ατόμων που περιμένουν βοήθεια και τρόφιμα. Ωστόσο, αξίζει να τονιστεί η ύπαρξη απευθυντικότητας με την παρουσία, όχι τόσο του βλέμματος, αλλά μορφασμού και χειρονομίας. Η πραγμάτωση της σχέσης εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή απεικονίζεται με κάθετη γωνία λήψης(εξουσία) και συγκεκριμένα από «υψηλής γωνίας λήψης», δηλώνοντας

έτσι ότι το απεικονιζόμενο αντικείμενο δείχνει μικροσκοπικό και ασήμαντο, άρα ο θεατής ασκεί εξουσία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η έλλειψη κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (κουτάκια, φωτεινή επιγραφή). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλευσης με σκοπό την προσέλκυση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου και την πλαισίωση του το καθιστούν πιο προεξέχον από τους συμμετέχοντες. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την "τροπικότητα" της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να προκαλέσει απόλαυση, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Παράλληλα, εμπλέκεται ο νατουραλιστικός προσανατολισμός κωδικοποίησης, αφού η εικόνα λειτουργεί ως πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και απουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Αντίθετα, στην απεικόνιση των δρώντων παρατηρούμε σχεδόν απουσία χρώματος, ελάχιστη διαφοροποίηση που φτάνει σχεδόν στη μονοχρωμία, χαμηλή ένταση, απουσία φόντου και μέτρια προς χαμηλή ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση, δηλαδή, χαμηλή τροπικότητα. Το βάθος κυμαίνεται από τη γωνιακή έως τη μετωπική - ισομετρική προοπτική, ενώ δε διακρίνεται συγκεκριμένη πηγή

φωτισμού, η οποία να επηρεάζει τους συμμετέχοντες, στοιχεία που υποδηλώνουν μέτρια τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωνρό μωβ(χρώμα που χρησιμοποιείται από τον ΣΥΡΙΖΑ στις σημαίες διαδηλώσεων) με την γραπτή ένδειξη "αποφάσισαν να μας βυθίσουν στη φτώχεια" συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner - Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με την επιλογή του χρώματος τον ίδιο τον ΣΥΡΙΖΑ που ταυτίζεται με τους άνεργους, τους φτωχούς και προσπαθεί να τους εκπροσωπήσει. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ΣΥΡΙΖΑ ως δράστη βοήθειας και αλλαγής.

4^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 4η σκηνή είναι «Είμαστε ενωμένοι». Οι δράστες της διαδικασίας είναι πλήθος κόσμου σε πορείες με πλακάτ και συνθήματα. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι οι πολιτικοί αποφάσισαν χωρίς να λάβουν υπόψη τους τον κόσμο και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες και για αλλαγή πλεύσης (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργαστική διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η μονόδρομη μεταβατική δράση, επειδή «ένα άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει δύο συμμετέχοντες, ένα Δρώντα και ένα στόχο» (Kress&VanLeeuwen, 2010, σ.138).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι ισότιμοι και ο ΣΥΡΙΖΑ τους κατατάσσει στο ίδιο πλαίσιο

για να προβάλει την αγανάκτηση αλλά και το ομαδικό πνεύμα που κυριαρχεί στην εικόνα και σηματοδοτεί την αλλαγή. Η επιλογή του παραγωγού της εικόνας να μην απευθύνονται οι συμμετέχοντες άμεσα μέσω του βλέμματος στον θεατή το κατατάσσουν στο είδος της "παροχής". Στην κατεύθυνση της δήλωσης "παροχής πληροφοριών" συστρατεύεται και η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (αποφάσισαν). Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει την "κοντινή λήψη", που τοποθετούν το δείκτη στην κλίμακα της οικειότητας ανάμεσα στα απεικονιζόμενα πρόσωπα και τον θεατή, αλλά και τη «μακρινή λήψη» δηλώνοντας απρόσωπη σχέση μεταξύ των ατόμων που συμμετέχουν σε εκδηλώσεις αγανάκτησης. Ωστόσο, αξίζει να τονιστεί η ύπαρξη απευθυντικότητας με την παρουσία, όχι τόσο του βλέμματος, αλλά μορφασμού και χειρονομίας(χειροκροτήματα, σηκωμένα χέρια). Η πραγμάτωση της σχέσης εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή απεικονίζεται με κάθετη γωνία λήψης(εξουσία) και συγκεκριμένα από «υψηλής γωνίας λήψης», δηλώνοντας έτσι ότι το απεικονιζόμενο αντικείμενο δείχνει μικροσκοπικό και ασήμαντο, άρα ο θεατής ασκεί εξουσία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η έλλειψη κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (κουτάκια, φωτεινή επιγραφή). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλκυσης με σκοπό την προσέλκυση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου και την πλαισίωσή του το καθιστούν πιο προεξέχον από τους συμμετέχοντες. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την "τροπικότητα" της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να προκαλέσει απόλαυση, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Παράλληλα, εμπλέκεται ο νατουραλιστικός προσανατολισμός κωδικοποίησης, αφού η εικόνα λειτουργεί ως πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και απουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Αντίθετα, στην απεικόνιση των δρώντων παρατηρούμε σχεδόν απουσία χρώματος, ελάχιστη διαφοροποίηση που φτάνει σχεδόν στη μονοχρωμία, χαμηλή ένταση, απουσία φόντου και μέτρια προς χαμηλή ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση, δηλαδή, χαμηλή τροπικότητα. Το βάθος κυμαίνεται από τη γωνιακή έως τη μετωπική - ισομετρική προοπτική, ενώ δε διακρίνεται συγκεκριμένη πηγή φωτισμού, η οποία να επηρεάζει τους συμμετέχοντες, στοιχεία που υποδηλώνουν μέτρια τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωηρό κόκκινο(χρώμα που χρησιμοποιείται από τον ΣΥΡΙΖΑ στις σημαίες διαδηλώσεων) με την γραπτή ένδειξη "αποφάσισαν χωρίς εμάς" συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με την επιλογή του χρώματος τον ίδιο τον ΣΥΡΙΖΑ, που ταυτίζεται με τον κόσμο που διαδηλώνει, προσπαθεί να τους εκπροσωπήσει και να «τιμωρήσει» αυτούς που αποφάσισαν χωρίς να σκεφτούν το λαό. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ΣΥΡΙΖΑ ως δράστη αλλαγής και ανανέωσης.

5^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 5η σκηνή είναι η ίδια η επιγραφή «Προχωράμε χωρίς αυτούς». Οι δράστες της διαδικασίας είναι το πλήθος κόσμου σε πορείες με πλακάτ και συνθήματα της προηγούμενης σκηνής. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι οι πολιτικοί αποφάσισαν χωρίς να λάβουν υπόψη τους τον κόσμο και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες και για αλλαγή πλεύσης (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργασιακή διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστήων. Προτιμάται η μονόδρομη μεταβατική δράση, επειδή «ένα άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει δύο συμμετέχοντες, ένα Δρώντα και ένα στόχο» (Kress & Van Leeuwen, 2010, σ.138).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι ισότιμοι και ο ΣΥΡΙΖΑ τους κατατάσσει στο ίδιο πλαίσιο για να προβάλλει την αγανάκτηση αλλά και το ομαδικό πνεύμα που κυριαρχεί στην εικόνα και σηματοδοτεί την αλλαγή. Η επιλογή του παραγωγού της εικόνας να μην απευθύνονται οι συμμετέχοντες άμεσα μέσω του βλέμματος στον θεατή το κατατάσσουν στο είδος της "παροχής". Στην κατεύθυνση της δήλωσης "παροχής πληροφοριών" συστρατεύεται και η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (προχωράμε). Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει την "κοντινή λήψη", που τοποθετεί το δείκτη στην κλίμακα της οικειότητας ανάμεσα στα απεικονιζόμενα πρόσωπα και τον θεατή, αλλά και τη «μακρινή λήψη» δηλώνοντας απρόσωπη σχέση μεταξύ των ατόμων που συμμετέχουν σε εκδηλώσεις αγανάκτησης. Ωστόσο, αξίζει να τονιστεί η έλλειψη απευθυντικότητας με την απουσία βλέμματος, μορφασμού και παρά μόνο τη διάκριση χειρονομίας(χειροκροτήματα, σηκωμένα χέρια). Η πραγμάτωση της σχέσης εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή απεικονίζεται με κάθετη γωνία λήψης(εξουσία) και συγκεκριμένα από «υψηλής

γωνίας λήψη», δηλώνοντας έτσι ότι το απεικονιζόμενο αντικείμενο δείχνει μικροσκοπικό και ασήμαντο, άρα ο θεατής ασκεί εξουσία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η έλλειψη κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (επιγραφή της φράσης «προχωράμε χωρίς αυτούς» μέσα σε κουτάκια απεικόνισης της προηγούμενης εικόνας). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλκυσης με σκοπό την προσέλκυση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται μη γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου και την πλαισίωσή του το καθιστούν πιο προεξέχον από τους συμμετέχοντες. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την "τροπικότητα" της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να προκαλέσει απόλαυση, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Παράλληλα, εμπλέκεται ο νατουραλιστικός προσανατολισμός κωδικοποίησης, αφού η εικόνα λειτουργεί ως πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και απουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Αντίθετα, στην απεικόνιση των δρώντων παρατηρούμε σχεδόν απουσία χρώματος, ελάχιστη διαφοροποίηση που φτάνει σχεδόν στη μονοχρωμία, χαμηλή ένταση, απουσία φόντου και μέτρια προς χαμηλή ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση, δηλαδή, χαμηλή τροπικότητα. Το βάθος κυμαίνεται από τη γωνιακή έως τη

μετωπική - ισομετρική προοπτική, ενώ δε διακρίνεται συγκεκριμένη πηγή φωτισμού, η οποία να επηρεάζει τους συμμετέχοντες, στοιχεία που υποδηλώνουν μέτρια τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, η έμφαση στο λευκό χρώμα(μπλούζες και καπέλα κόσμου), ταυτίζει τους ανθρώπους με την αγνότητα και με την γραπτή ένδειξη "προχωράμε χωρίς αυτούς" συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με την επιλογή του χρώματος τον ίδιο τον ΣΥΡΙΖΑ, που επιθυμεί να προχωρήσει με σύμμαχό του όλο το λαό με καθαρά μέσα. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ΣΥΡΙΖΑ ως δράστη διαφάνειας και καθαρότητας.

6^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 6η σκηνή είναι η ίδια η επιγραφή «Ανατροπή στην Ελλάδα – Μήνυμα στην Ευρώπη». Η διαδικασία που ακολουθείται είναι αφηγηματική με αμφίδρομη δράση, γιατί το άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει ένα δρώντα και δύο στόχους.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Στη σκηνή αυτή γίνεται χρήση της οριζόντιας γωνίας που καταδεικνύει αποστασιοποίηση και εμπλοκή.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη πάνω - κάτω»,

καθώς επισημαίνεται μία σχέση και ιδανικής κατάστασης. Η ύπαρξη κέντρου καθιστά την εικόνα κεντραρισμένη και η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (επιγραφή της φράσης «Ανατροπή στην Ελλάδα – Μήνυμα στην Ευρώπη» μέσα σε κόκκινη επιγραφή). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλευσης με σκοπό την προσέλκυση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου και την πλαισίωση του το καθιστούν πιο προεξέχον από τους συμμετέχοντες. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο τεχνολογικός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να τονίσει το ζητούμενο, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και απουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα στοιχεία που υποδηλώνουν μέτρια τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, η έμφαση στο κόκκινο χρώμα (επιγραφή), η επιλογή του λευκού χρώματος για τη φράση «ανατροπή στην Ελλάδα» και του μαύρου για τη φράση «μήνυμα στην Ευρώπη» συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015). Υποδηλώνουν τη στάση και την πολιτική του ΣΥΡΙΖΑ, που επιθυμεί να φέρει την ανατροπή του κατεστημένου των προηγούμενων ετών στη χώρα αλλά και να στείλει ένα σαφές μήνυμα αμαύρωσης στην Ευρώπη εξαιτίας της αντιλαϊκής πολιτικής των μνημονίων. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ΣΥΡΙΖΑ ως δράστη ανατροπής και διεκδίκησης.

7^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 7η σκηνή είναι η ίδια η επιγραφή «Ανατροπή στην Ελλάδα – Μήνυμα στην Ευρώπη». Η διαδικασία που ακολουθείται είναι αφηγηματική με αμφίδρομη δράση, γιατί το άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει ένα δρώντα και δύο στόχους.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Στη σκηνή αυτή γίνεται χρήση της οριζόντιας γωνίας που καταδεικνύει αποστασιοποίηση και εμπλοκή.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη πάνω - κάτω», καθώς επισημαίνεται μία σχέση και ιδανικής κατάστασης. Η ύπαρξη κέντρου καθιστά την εικόνα κεντραρισμένη και η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (επιγραφή της φράσης «Ανατροπή στην Ελλάδα – Μήνυμα στην Ευρώπη» μέσα σε κόκκινη επιγραφή και το σήμα του ΣΥΡΙΖΑ, η αναγραφή του Ενωτικού Κοινωνικού Μετώπου και η ηλεκτρονική διεύθυνση). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλκυσης με σκοπό την προσέλκυση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου και την πλαισίωση του το καθιστούν πιο προεξέχον από τους συμμετέχοντες. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο τεχνολογικός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να τονίσει το ζητούμενο, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και απουσία φόντου και μέγιστη

ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. στοιχεία που υποδηλώνουν μέτρια τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, η έμφαση στο κόκκινο χρώμα (επιγραφή), η επιλογή του λευκού χρώματος για τη φράση «ανατροπή στην Ελλάδα» και του μαύρου για τη φράση «μήνυμα στην Ευρώπη» συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015). Υποδηλώνουν τη στάση και την πολιτική του ΣΥΡΙΖΑ, που επιθυμεί να φέρει την ανατροπή του κατεστημένου των προηγούμενων ετών στη χώρα αλλά και να στείλει ένα σαφές μήνυμα αμαύρωσης στην Ευρώπη εξαιτίας της αντιλαϊκής πολιτικής των μνημονίων. Προστίθενται το σήμα του ΣΥΡΙΖΑ, η αναγραφή του Ενωτικού Κοινωνικού Μετώπου και η ηλεκτρονική διεύθυνση. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ΣΥΡΙΖΑ ως δράστη ανατροπής και διεκδίκησης.

B. Περιγραφική ανάλυση γλωσσικού μηνύματος⁴

Κείμενο

“Εκφωνητής: Αποφάσισαν να μας εξαπατήσουν και να μας εκβιάσουν.

Αποφάσισαν να μας τρομοκρατήσουν.

Αποφάσισαν να μας βυθίσουν στην ανεργία και στη φτώχεια.

Αποφάσισαν χωρίς εμάς.

Προχωράμε χωρίς αυτούς.

Ψηφίζουμε για ανατροπή στην Ελλάδα.

Στέλνουμε μήνυμα στην Ευρώπη.

ΣΥΡΙΖΑ

ΕΝΩΤΙΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΕΤΩΠΟ”

www.syriza.gr

Περιγραφική ανάλυση

⁴Halliday, M.A.K. (1994). An introduction to functional grammar (2nd edition). London: Edward Arnold.

«Αποφάσισαν να μας εξαπατήσουν και να μας εκβιάσουν».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την αναφορική αντωνυμία «αυτοί». Το ρήμα «αποφάσισαν» της κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στη νοητική διαδικασία με αποδέκτη την προσωπική αντωνυμία «μας». Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι οι δευτερεύουσες βουλευτικές προτάσεις «να μας εξαπατήσουν και να μας εκβιάσουν». Ο δράστης των δευτερευουσών προτάσεων πρότασης ορίζονται οι πολιτικοί Παπανδρέου, Βενιζέλος, Σαμαράς, Καρατζαφέρης, Παπαδήμος που διατυπώνονται με την εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει τη νοητική διαδικασία μέσω του ρήματος «αποφάσισαν».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) ενώ οι δευτερεύουσες προτάσεις εκφέρονται με υποτακτική έγκλιση αλλά και οι δυο ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού για το ρήμα και την εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί». Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη δεοντικής τροπικότητας που σηματοδοτεί την υψηλή επιτακτικότητα μέσω του ρήματος «αποφάσισαν», ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' πληθυντικού στα ρήματα ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Αποφάσισαν να μας τρομοκρατήσουν».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την αναφορική αντωνυμία «αυτοί». Το ρήμα «αποφάσισαν» της κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στη νοητική διαδικασία με αποδέκτη την προσωπική αντωνυμία «μας». Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι η δευτερεύουσα βουλευτική πρόταση «να μας τρομοκρατήσουν». Οι δράστες της δευτερεύουσας πρότασης ορίζονται οι πολιτικοί Παπανδρέου, Βενιζέλος, Σαμαράς, Καρατζαφέρης, Παπαδήμος που διατυπώνονται με την εννοούμενη

επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει τη νοητική διαδικασία μέσω του ρήματος «αποφάσισαν».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) ενώ η δευτερεύουσα πρόταση εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση αλλά ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού για το ρήμα και την εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί». Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη δεοντικής τροπικότητας που σηματοδοτεί την υψηλή επιτακτικότητα μέσω του ρήματος «αποφάσισαν», ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' πληθυντικού στα ρήματα ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Αποφάσισαν να μας βυθίσουν στην ανεργία και στη φτώχεια».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί». Το ρήμα «αποφάσισαν» της κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στη νοητική διαδικασία με αποδέκτες την προσωπική αντωνυμία «μας» και τους εμπρόθετους προσδιορισμούς «στην ανεργία» και «στη φτώχεια». Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι η δευτερεύουσα βουλευτική πρόταση «να μας βυθίσουν». Ο δράστης της δευτερεύουσας παραμένουν οι πολιτικοί που διατυπώνονται με την εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «να μας βυθίσουν».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου παρόλο που το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) ενώ η δευτερεύουσα πρόταση εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού για το ρήμα αλλά και την εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί» πριν από την κύρια και τη δευτερεύουσα. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη δεοντικής τροπικότητας που

σηματοδοτεί την υψηλή επιτακτικότητα μέσω του ρήματος «αποφάσισαν», ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' πληθυντικού στα ρήματα αλλά και τη χρήση της προσωπικής αντωνυμίας «μας» ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Αποφάσισαν χωρίς εμάς».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί». Το ρήμα «αποφάσισαν» της κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στη νοητική διαδικασία με αποδέκτη το προθετικό σύνολο «χωρίς εμάς». Ο δράστης της δευτερεύουσας παραμένουν οι πολιτικοί που διατυπώνονται με την εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «να μας βυθίσουν».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο νοητικό είδος πράξεων λόγου παρόλο που το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού για το ρήμα αλλά και την εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί» πριν από την κύρια. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη δεοντικής τροπικότητας που σηματοδοτεί την υψηλή επιτακτικότητα μέσω του ρήματος «αποφάσισαν», ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' πληθυντικού στα ρήματα αλλά και τη χρήση του προθετικού συνόλου «χωρίς εμάς» ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Προχωράμε χωρίς αυτούς».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «προχωράμε» (διαδικασία) με στόχο το προθετικό σύνολο «χωρίς αυτούς». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «προχωράμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

«Ψηφίζουμε για ανατροπή στην Ελλάδα».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «ψηφίζουμε» (διαδικασία) με στόχο το προθετικό σύνολο «για ανατροπή» και τον εμπρόθετο προσδιορισμό «στην Ελλάδα». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «ψηφίζουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

«Στέλνουμε μήνυμα στην Ευρώπη».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «στέλνουμε» (διαδικασία) με στόχο το ουσιαστικό «μήνυμα» και τον εμπρόθετο προσδιορισμό «στην Ευρώπη». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «στέλνουμε».

Β. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

3.2.2.2° Τηλεοπτικό σποτ

<https://youtu.be/FmTd7hwCBeg>

Α. Περιγραφική ανάλυση εικόνας

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
ΣΚΗΝΗ 1	0:00'- 0:02'	Το σποτ ξεκινά απότομα και όχι σταδιακά. Σε γκρι φόντο προβάλλεται η ημερομηνία σε κόκκινο χρώμα. Οι αριθμοί εμφανίζονται σταδιακά.	Η μουσική ξεκινά απότομα σε κανονικό ρυθμό. Ο λόγος εκφωνείται από γυναίκα.	24 Απριλίου 2010.	24.04.2010.	Έχουμε διαφορά από γραπτό σε προφορικό λόγο σε σχέση με τον μήνα(Απρίλιος-4ος).

<p>ΣΚΗΝΗ 2</p>	<p>0:03'- 0:05'</p>	<p>Συνεχίζοντας σε γκρι φόντο, η ένδειξη της ημερομηνίας τοποθετείται αριστερά χωρίς να εξαφανίζεται κι εμφανίζεται στο πλάνο η αναγραφή σε κόκκινο χρώμα εκτός από το «Δ.Ν.Τ» που είναι γραμμένο με μαύρο χρώμα. Να τονιστεί η χρήση κεφαλαιογράμματος γραμματοσειράς με την πρόθεση «από» και το ονοματικό</p>	<p>Η μουσική συνεχίζει στον ίδιο ρυθμό.</p>	<p>Από τη μέρα που μας έφεραν το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.</p>	<p>Από τη μέρα που μας έφεραν το Δ.Ν.Τ..</p>	<p>Έχουμε διαφορά από γραπτό σε προφορικό λόγο καθώς στον πρώτο γίνεται χρήση συντομογραφίας του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου.</p>
--------------------	-------------------------	--	---	--	--	---

		σύνολο «Δ.Ν.Τ» σε μεγέθυνση. Οι λέξεις εμφανίζονται σταδιακά(μία μία).				
ΣΚΗΝΗ 3	0:06'- 0:11'	Το γκρι φόντο παραμένει. Η ένδειξη «από τη μέρα που μας έφεραν το Δ.Ν.Τ» περιστρέφεται και το ονοματικό σύνολο « Δ.Ν.Τ» τοποθετείται μεγεθυμένο αριστερά της εικόνας σε πιο αχνό μαύρο χρώμα. Η αναγραφή «θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν»	Η μουσική συνεχίζει στον ίδιο ρυθμό.	Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι θα φύγουμε από την Ευρώπη και θα γυρίσουμε στη δραχμή	Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι θα φύγουμε από την Ευρώπη και θα γυρίσουμε στη δραχμή;	Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.

παρουσιάζεται με
κόκκινο χρώμα,
κεφαλαία και
σταδιακά οι λέξεις. Η
ειδική πρόταση «ότι
θα φύγουμε από την
Ευρώπη και θα
γυρίσουμε στη
δραχμή;»
εμφανίζεται με
μαύρο χρώμα,
κεφαλαία γράμματα
και σταδιακά,
υπερτονίζοντας τη
λέξη «δραχμή».

<p>ΣΚΗΝΗ 4</p>	<p>0:12'- 0:14'</p>	<p>Το γκρι φόντο είναι μόνιμο όπως και η ένδειξη «Δ.Ν.Τ» στα αριστερά της εικόνας αλλά και η πρόταση σε κόκκινο χρώμα «θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν».</p> <p>Προστίθεται στη σκηνή η πρόταση «ότι δεν θα πάρουμε την επόμενη δόση;» με μαύρα γράμματα, κεφαλαία και αυτόματα(όχι σταδιακά). Η λέξη που τονίζεται είναι η «δόση».</p>	<p>Η μουσική συνεχίζει στον ίδιο ρυθμό.</p>	<p>Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι δεν θα πάρουμε την επόμενη δόση;</p>	<p>Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι δεν θα πάρουμε την επόμενη δόση;</p>	<p>Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.</p>
--------------------	-------------------------	---	---	---	---	--

<p>ΣΚΗΝΗ 5</p>	<p>0:15'- 0:17'</p>	<p>Το γκρι φόντο είναι μόνιμο όπως και η ένδειξη «Δ.Ν.Τ» στα αριστερά της εικόνας αλλά και η πρόταση σε κόκκινο χρώμα «θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν».</p> <p>Προστίθενται στη σκηνή οι προτάσεις «ότι χρεοκοπούμε και ότι με τα μνημόνια θα μας σώσουν;» με μαύρα γράμματα, κεφαλαία και αυτόματα(όχι σταδιακά). Η φράση που τονίζεται είναι η</p>	<p>Η μουσική συνεχίζει στον ίδιο ρυθμό.</p>	<p>Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι χρεοκοπούμε και ότι με τα Μνημόνια θα μας σώσουν;</p>	<p>Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι χρεοκοπούμε και ότι με τα Μνημόνια θα μας σώσουν;</p>	<p>Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.</p>
--------------------	-------------------------	---	---	--	--	--

		«θα μας σώσουν» με αλλαγή χρώματος από μαύρο σε κόκκινο και μεγεθυμένο το ερωτηματικό.				
ΣΚΗΝΗ 6	0:18'- 0:19'	Το ερωτηματικό της προηγούμενης σκηνής τοποθετείται αριστερά και το επίθετο «τόσες» σε μαύρο χρώμα το «απομακρύνει». Το επίθετο «πολλές» βρίσκεται σε κόκκινο χρώμα και τονίζεται περισσότερο. Το γκρι φόντο παραμένει.	Η μουσική συνεχίζει στον ίδιο ρυθμό.	Τόσες πολλές	Τόσες πολλές	Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.

<p>ΣΚΗΝΗ 7</p>	<p>0:20'- 0:21'</p>	<p>Η προηγούμενη αναγραφή βρίσκεται στο κέντρο και την αντικαθιστά η αναφορική πρόταση «που δεν μας φοβίζουν πια» με αναδίπλωση προς τα πάνω. Το χρώμα που επικρατεί στις λέξεις είναι το μαύρο με τονισμένο το «φοβίζουν πια»</p>	<p>Η μουσική συνεχίζει στον ίδιο ρυθμό.</p>	<p>Που δεν μας φοβίζουν πια.</p>	<p>Που δεν μας φοβίζουν πια.</p>	<p>Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.</p>
<p>ΣΚΗΝΗ 8</p>	<p>0:22'</p>	<p>Στο τέλος της προηγούμενης σκηνής κάνει την εμφάνισή του σε κόκκινο χρώμα η πρόθεση και το</p>	<p>Η μουσική και ο τόνος παραμένουν πιο χαρούμενο</p>	<p>Από τις 7 Μαΐου,</p>	<p>Από τις 7 Μαΐου,</p>	<p>Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.</p>

	<p>άρθρο «από τις». Στη σκηνή αυτή μορφοποιείται ο χρονικός προσδιορισμός με κέντρο του τον αριθμό «7» σε κόκκινο χρώμα και μεγεθυμένο. Το «από τις» εμφανίζεται πλάγια του αριθμού με κατακόρυφη φορά και η γενική «Μαΐου» σε μαύρο χρώμα εμφανίζεται δεξιά του αριθμού. Το φόντο δεν αλλάζει.</p>	και αισιόδοξοι.			
--	---	--------------------	--	--	--

<p>ΣΚΗΝΗ 9</p>	<p>0:23'- 0:24'</p>	<p>Η αναγραφή «με τη δύναμη» εμφανίζεται πρώτη, σε μαύρο χρώμα και κεφαλαία γράμματα. Η λέξη «δύναμη» είναι μεγεθυμένη. Το προθετικό σύνολο «με τη δύναμη της ψήφου μας» εμφανίζεται αμέσως μετά, σε κόκκινο χρώμα, κεφαλαία γράμματα. Το φόντο μένει ίδιο.</p>	<p>Η μουσική και ο τόνος παραμένουν χαρούμενοι και αισιόδοξοι.</p>	<p>Με τη δύναμη της ψήφου μας,</p>	<p>Με τη δύναμη της ψήφου μας,</p>	<p>Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.</p>
<p>ΣΚΗΝΗ 10</p>	<p>0:24'- 0:25'</p>	<p>Η σκηνή αλλάζει σταδιακά με την προηγούμενη φράση να</p>	<p>Η μουσική και ο τόνος παραμένουν χαρούμενοι</p>	<p>Ανοίγουμε έναν άλλο δρόμο,</p>	<p>Ανοίγουμε έναν άλλο δρόμο,</p>	<p>Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.</p>

	απομακρύνεται από τα αριστερά, σταδιακά και να υποδέχεται την επόμενη σχηματικά. Το κόμμα στο τέλος της προηγούμενης μετατρέπεται σε μια κόκκινη πλάγια γραμμή. Πάνω της εμφανίζεται το αόριστο άρθρο «έναν» σε μαύρο χρώμα, ενώ κάτω το ρήμα «ανοίγουμε» και το επίθετο «άλλο»(μεγεθυμένο) σε κόκκινο χρώμα. Στο τέλος και πάνω	και αισιόδοξοι.			
--	--	--------------------	--	--	--

		στην κόκκινη γραμμή κάνει την εμφάνιση του το ουσιαστικό «δρόμο» με λευκό χρώμα. Το φόντο δεν αλλάζει.				
ΣΚΗΝΗ 11	0:26'- 0:28'	Το επίρρημα «μακριά» προκύπτει από το τέλος της κόκκινης γραμμής με κεφαλαία γράμματα στην αριστερή πλευρά της εικόνας. Σταδιακά εμφανίζεται στη δεξιά πλευρά το προθετικό σύνολο «από τον μόνο	Η μουσική και ο τόνος παραμένουν χαρούμενοι και αισιόδοξοι.	Μακριά από τον μόνο πραγματικό τρόπο για τις ζωές μας,	Μακριά από τον μόνο πραγματικό τρόπο για τις ζωές μας,	Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.

		πραγματικό» («από τον μόνο» με μαύρα γράμματα και το επίθετο «πραγματικό» με κόκκινο). Με την ίδια μορφή, παρουσιάζονται το ουσιαστικό «τρόμο» (σε μεγέθυνση) και το προθετικό σύνολο «για τις ζωές μας» σε μαύρο χρώμα. Το φόντο παραμένει ακριβώς το ίδιο.				
ΣΚΗΝΗ 12	0:29'- 0:30'	Η αναφορική πρόταση «που είναι η πολιτική τους»	Η μουσική και ο τόνος παραμένουν	Που είναι η πολιτική τους	Που είναι η πολιτική τους και τα	Έχουμε ταύτιση γραπτού με

	<p>εμφανίζεται στο πάνω αριστερό μέρος της εικόνας με κόκκινα, κεφαλαία γράμματα. Η δεύτερη αναφορική πρόταση που συνδέεται με τον παρατακτικό σύνδεσμο «και» με την πρώτη εμφανίζεται σταδιακά. Το «και τα» εισέρχεται από την αριστερή πλευρά, το ουσιαστικό «μνημόνια» από την δεξιά και η κτητική</p>	<p>χαρούμενοι και αισιόδοξοι.</p>	<p>και τα μνημόνια τους.</p>	<p>μνημόνια τους.</p>	<p>προφορικό λόγο.</p>
--	---	-----------------------------------	------------------------------	-----------------------	------------------------

		αντωνυμία «τους» από κάτω. Και οι δύο προτάσεις τοποθετούνται στην αριστερή πλευρά της σκηνής. Το φόντο δεν αλλάζει.				
ΣΚΗΝΗ 13	0:30'- 0:31'	Ο αριθμός «17» εισέρχεται από την αριστερή πλευρά της εικόνας και τοποθετείται δίπλα στην προηγούμενη φράση. Το χρώμα είναι κόκκινο και ο αριθμός σε μεγέθυνση σε σχέση με τη	Η μουσική και ο τόνος παραμένουν χαρούμενοι και αισιόδοξοι.	-	17 / που είναι η πολιτική τους και τα μνημόνιά τους.	Δεν έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο, γιατί γίνεται παύση από τον εκφωνητή, ενώ εμφανίζεται ο αριθμός 17.

		γραμματοσειρά. Το φόντο δεν αλλάζει.				
ΣΚΗΝΗ 14	0:31'- 0:32'	Ο αριθμός «17» βρίσκεται από την προηγούμενη σκηνή στην εικόνα και την προηγούμενη πρόταση αντικαθιστά από τη δεξιά πλευρά ο προσδιορισμός «Ιουνίου». Το φόντο μένει σταθερά το ίδιο.	Η μουσική και ο τόνος παραμένουν χαρούμενοι και αισιόδοξοι.	17 Ιουνίου	17 Ιουνίου	Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.

<p>ΣΚΗΝΗ 15</p>	<p>0:32'- 0:35'</p>	<p>Η πρόταση «κάνουμε τα μνημόνια παρελθόν» εμφανίζεται με κόκκινα γράμματα από τα αριστερά της εικόνας, ενώ η πρόταση «ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα» με μαύρα και μεγεθυμένα γράμματα. Σταδιακά το ρήμα «ανοίγουμε» εμφανίζεται από τη δεξιά πλευρά, το ουσιαστικό «δρόμο»</p>	<p>Η μουσική και ο τόνος παραμένουν χαρούμενοι και αισιόδοξοι.</p>	<p>Κάνουμε τα μνημόνια παρελθόν / Ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα</p>	<p>Κάνουμε τα μνημόνια παρελθόν / Ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα</p>	<p>Έχουμε ταύτιση γραπτού με προφορικό λόγο.</p>
---------------------	-------------------------	--	--	---	---	--

από την αριστερή
και ο
προσδιορισμός
«στην ελπίδα» από
κάτω. Στην ίδια
σκηνή, το ρήμα
«ανοίγουμε»
χρωματίζεται με
λευκό, πράσινο,
κόκκινο και μαύρο,
το ουσιαστικό
«δρόμο» από μαύρο
αποκτά απόχρωση
κόκκινου και στα δύο
τελευταία γράμματα
της λέξης
εμφανίζεται ένα
πρόσωπο μικρού
παιδιού. Ο

		προσδιορισμός «στην ελπίδα» γίνεται κόκκινος και το κείμενο τοποθετείται στο κέντρο της εικόνας. Το φόντο παραμένει γκρι.				
ΣΚΗΝΗ 16	0:36'- 0:39'	Μια κόκκινη γραμμή καλύπτει από τη δεξιά μέχρι την αριστερή πλευρά όλη την εικόνα με την αναγραφή «ανατροπή στην Ελλάδα / αλλαγή στην Ευρώπη» με λευκά γράμματα και μικρογράμματα	Ο ρυθμός μειώνεται και η μουσική σταματά σταδιακά.	ΣΥΡΙΖΑ / Ενωτικό Κοινωνικό Μέτωπο	Ανατροπή στην Ελλάδα / Αλλαγή στην Ευρώπη - ΣΥΡΙΖΑ / Ενωτικό Κοινωνικό Μέτωπο	Έχουμε διαφορά στον γραπτό από τον προφορικό λόγο, διότι στον προφορικό δεν εκφράζονται όλα όσα γράφονται, π.χ. «ανατροπή στην Ελλάδα /

		<p> γραφή. Κάτω και αριστερά της γραμμής τοποθετείται με μαύρα, κεφαλαία η λέξη «ΣΥΡΙΖΑ» και δίπλα, από τη δεξιά πλευρά, το σήμα του ΣΥΡΙΖΑ και το «Ενωτικό Κοινωνικό Μέτωπο www.syriza.gr» με λιγότερο μαρκαρισμένα γράμματα </p>				<p> αλλαγή στην Ευρώπη». </p>
--	--	---	--	--	--	------------------------------------

1^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 1η σκηνή είναι «Η ημερομηνία ορόσημο». Οι δράστες της διαδικασίας είναι το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο που αναφέρεται αμέσως μετά. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι οι προηγούμενοι πολιτικοί ευθύνονται για τα μνημόνια και ο στόχος είναι η υπενθύμιση του ΣΥΡΙΖΑ για τις 24/04/2010 (μεταβατική διαδικασία).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η ύπαρξη κέντρου καθιστά την εικόνα κεντραρισμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο τεχνολογικός, αφού η εικόνα εκφράζεται με μία απλή αναγραφή ημερομηνίας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε πλήρως έντονο κόκκινο χρώμα στην αναγραφή και παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωηρό κόκκινο με την γραπτή ένδειξη "24.04.2010" συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015),

υποδηλώνοντας ότι η συγκεκριμένη ημερομηνία αποτελεί ορόσημο για την εφαρμογή των μνημονίων. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει την ημερομηνία ως στόχο.

2η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 2η σκηνή είναι «Ο ρόλος του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου». Οι δράστες της διαδικασίας εννοούνται οι προηγούμενοι πολιτικοί. Το άνωσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι μας έφεραν το Δ.Ν.Τ και ο στόχος είναι να υποδείξει ο ΣΥΡΙΖΑ τους ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργασιακή διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και του Δ.Ν.Τ.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι ισότιμοι και ο ΣΥΡΙΖΑ τους κατατάσσει στο ίδιο πλαίσιο (προηγούμενοι πολιτικοί και Δ.Ν.Τ). Στην κατεύθυνση της δήλωσης "παροχής πληροφοριών" συστρατεύεται και η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (έφεραν).

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη πάνω – κάτω» καθώς επισημαίνεται μία σχέση ιδανικής και πραγματικής κατάστασης. Η έλλειψη κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη, ενώ η πλαισίωση περιλαμβάνει

μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την "τροπικότητα" της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο νατουραλιστικός, καθώς η εικόνα μεταδίδεται ως πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με την επιλογή δυο χρωμάτων, πλήρως έντονα χρώματα και παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το έντονο κόκκινο με την γραπτή ένδειξη "από τη μέρα που μας έφεραν το" και το μαύρο στο «Δ.Ν.Τ» συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με την επιλογή των χρωμάτων ότι το κόκκινο αφορά στο λαό(θύματα του Δ.Ν.Τ.) και το μαύρο στον θύτη Δ.Ν.Τ.. Επομένως, η επιλογή εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας κυρίως για να υποδείξει τους ιθύνοντες ως δράστες.

3η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 3η σκηνή είναι «Η επιστροφή στη δραχμή». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι προηγούμενοι πολιτικοί. Το άνωσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι προσπάθησαν να φοβίσουν τον ελληνικό λαό και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργαστική διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και του Δ.Ν.Τ.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση μέσω του ρητορικού ερωτήματος και της χρήσης του β' ενικού προσώπου. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε πλήρως έντονο κόκκινο χρώμα στην αναγραφή «θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν» και μαύρο στο «ότι θα φύγουμε από την Ευρώπη και θα γυρίσουμε στη δραχμή;» παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υπενθυμίζοντας το φόβο και την απειλή εξόδου από την Ευρώπη και επιστροφής στη δραχμή. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει με κόκκινο τα «θύματα» του φόβου και με μαύρο τις απειλές των θυτών-δραστών.

4^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 4η σκηνή είναι «Ο εκβιασμός της επόμενης δόσης». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι προηγούμενοι πολιτικοί. Το άnuσma εντοπίζεται στο γεγονός ότι προσπάθησαν να φοβίσουν τον ελληνικό λαό και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργαστική διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και του Δ.Ν.Τ.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα εκφράζει τη συγκίνηση μέσω της ρητορικής ερώτησης και της χρήσης β' ενικού προσώπου (αυξημένη τροπικότητα). Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε πλήρως έντονο κόκκινο χρώμα στην αναγραφή «θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν» και μαύρο στο «ότι δεν θα πάρουμε την

επόμενη δόση;» παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υπενθυμίζοντας το φόβο και την απειλή να μη λάβει η χώρα την επόμενη δόση. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει με κόκκινο τα «θύματα» του φόβου και με μαύρο τις απειλές των θυτών-δραστών .

5^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 5η σκηνή είναι «Χρεοκοπία: τα μνημόνια η μόνη σωτηρία μας». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι προηγούμενοι πολιτικοί. Το άνωσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι προσπάθησαν να φοβίσουν τον ελληνικό λαό και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργασιακή διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και του Δ.Ν.Τ.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά –

δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση μέσω της ρητορικής ερώτησης και της χρήσης του β' ενικού προσώπου (αυξημένη τροπικότητα). Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε πλήρως έντονο κόκκινο χρώμα στην αναγραφή «θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν» και μαύρο στο «ότι δεν θα πάρουμε την επόμενη δόση;» παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υπενθυμίζοντας το φόβο και την απειλή να χρεοκοπήσει η χώρα, εκτός κι αν προσφύγει στα μνημόνια. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει με κόκκινο τα «θύματα» του φόβου και με μαύρο τις απειλές των θυτών-δραστών .

6^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 6η σκηνή είναι «Πόσες;». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι προηγούμενοι πολιτικοί. Το άνωσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι προσπάθησαν να φοβίσουν τον ελληνικό λαό πολλές φορές και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και του Δ.Ν.Τ., που με τη χρήση των ρητορικών ερωτημάτων και της απάντησης από την εκφωνήτρια και το σποτ ενισχύονται.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η παρουσία κέντρου καθιστά την εικόνα κεντραρισμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση μέσω της απάντησης στα ρητορικά ερωτήματα (αυξημένη τροπικότητα). Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε πλήρως έντονο κόκκινο χρώμα στην αναγραφή «πολλές» και μαύρο στο «τόσες» για να δοθεί έμφαση στο γλωσσικό μήνυμα, παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υπενθυμίζοντας τη συχνότητα ύπαρξης φόβου και την απειλής στον ελληνικό λαό. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει με κόκκινο την ποσότητα του φόβου και με μαύρο την ενίσχυση της ποσότητας.

7^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 7η σκηνή είναι «Τέρμα στο φόβο». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι προηγούμενοι πολιτικοί. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι προσπάθησαν να φοβίσουν τον ελληνικό λαό πολλές φορές και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για το ότι πλέον δεν υπάρχει λόγος να φοβάται κανείς (μεταβατική διαδικασία). Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και του Δ.Ν.Τ., που με τη χρήση των ρητορικών ερωτημάτων και της απάντησης από την εκφωνήτρια και το σποτ ενισχύονται.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η ύπαρξη κέντρου καθιστά την εικόνα κεντραρισμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε μαύρο χρώμα στην αναγραφή και παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το μαύρο με την γραπτή ένδειξη «που δεν μας φοβίζουν πια» συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας ότι έφτασε η στιγμή

να λήξει ο φόβος. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ιθύνοντα που προκάλεσε τον φόβο.

8^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 8η σκηνή είναι «Η ημερομηνία ανατροπής». Οι δράστες της διαδικασίας είναι ο ΣΥΡΙΖΑ και οι ψηφοφόροι του, που αναφέρονται αμέσως μετά. Το άνυσμα εντοπίζεται στις εκλογές και ο στόχος είναι η ανατροπή στις 7 Μαΐου(μεταβατική διαδικασία).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η ύπαρξη κέντρου καθιστά την εικόνα κεντραρισμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο τεχνολογικός, αφού η εικόνα εκφράζεται με μία απλή αναγραφή ημερομηνίας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε πλήρως έντονο κόκκινο χρώμα στην αναγραφή και παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής

λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωηρό κόκκινο με την γραπτή ένδειξη «από τις 7» και το μαύρο στο «Μαΐου» συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας ότι η συγκεκριμένη ημερομηνία αποτελεί ορόσημο για την ανατροπή και την αλλαγή. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει την ημερομηνία ως στόχο.

9^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 9η σκηνή είναι «Η δύναμη της ψήφου». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι ψηφοφόροι. Το άνησμα εντοπίζεται στην αναγκαιότητα συμμετοχής στις εκλογές και ο στόχος είναι ο ΣΥΡΙΖΑ να κερδίσει (μεταβατική διαδικασία). Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των ψηφοφόρων και του ΣΥΡΙΖΑ, που με τη χρήση του προθετικού συνόλου «με τη δύναμη της ψήφου μας» την ενισχύουν.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα

πλαisiού. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε μαύρο χρώμα στην αναγραφή «με τη δύναμη», κόκκινο «της ψήφου μας» και παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης τα χρώματα εκφράζουν "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, και οι δύο γραπτές ενδείξεις με μαύρο και κόκκινο χρώμα αντίστοιχα συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας ότι η δύναμη του λαού βρίσκεται στα χέρια του με την ψήφο του. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τη δυνατότητα που έχει ο κόσμος για να επιτευχθεί το ζητούμενο.

10^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 10η σκηνή είναι «Ο νέος δρόμος». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι ψηφοφόροι και ο ΣΥΡΙΖΑ. Το άνωσμα εντοπίζεται στη νέα πολιτική που επιδιώκει ο ΣΥΡΙΖΑ και ο στόχος είναι να κερδίσει (μεταβατική διαδικασία). Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των ψηφοφόρων και του ΣΥΡΙΖΑ. Χρησιμοποιείται η εργαστική διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε κόκκινο χρώμα στην αναγραφή «ανοίγουμε άλλο», μαύρο στο «έναν» και λευκό στο «δρόμο», παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης τα χρώματα εκφράζουν "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, και οι δύο γραπτές ενδείξεις με μαύρο, κόκκινο και λευκό χρώμα αντίστοιχα συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με το κόκκινο το νέο και με το λευκό την ελπίδα που φέρνει το νέο με καθαρά και αγνά χαρακτηριστικά. Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τη νέα προοπτικής μιας νέας πορείας.

11^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 11η σκηνή είναι «Όχι άλλο πια τρόμος». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι προηγούμενοι πολιτικοί. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι προσπάθησαν να τρομοκρατήσουν τον ελληνικό λαό πολλές φορές και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για τους

ιθύνοντες (μεταβατική διαδικασία). Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και του Δ.Ν.Τ., που με τη χρήση του επιρρήματος «μακριά» και του ουσιαστικού «τρόμος» ενισχύεται η θέση του ΣΥΡΙΖΑ.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση μέσω της απάντησης στα ρητορικά ερωτήματα (αυξημένη τροπικότητα). Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε πλήρως έντονο κόκκινο χρώμα στην αναγραφή «μακριά» και «πραγματικό», μαύρο στο «από τον μόνο τρόπο για τις ζωές μας» για να δοθεί έμφαση στο γλωσσικό μήνυμα που εκφράζει η πολιτική του ΣΥΡΙΖΑ(κόκκινο χρώμα) και η πολιτική του παρελθόντος(μαύρο χρώμα). Η παρουσία γκρι φόντου και η μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου προσδίδουν υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), παροτρύνοντας το λαό να απομονώσει πολιτικές τρόμου.

Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει με κόκκινο την πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί ενάντια σε αυτή που ακολουθήθηκε τα προηγούμενα χρόνια.

12^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 12η σκηνή είναι «Ο τρόμος της πολιτικής και των μνημονίων τους». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι προηγούμενοι πολιτικοί και τα μνημόνια τους. Το άνυσμα εντοπίζεται στον τρόπο που προκάλεσε η προηγούμενη πολιτική και τα μνημόνά της και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για το ότι πρέπει να μείνει μακριά ο λαός από τέτοιου είδους πολιτικές(μεταβατική διαδικασία). Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και των μνημονίων, που με τη χρήση της αναφορικής πρότασης παρατίθεται η ταυτότητα του τρόμου.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε κόκκινο και μαύρο χρώμα στην αναγραφή και παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το μαύρο με την γραπτή ένδειξη «και τα μνημόνιά τους» και το κόκκινο «που είναι η πολιτική τους» συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας ότι έφτασε η στιγμή να αμαυρωθούν τα μνημόνια και να ακολουθηθεί μία νέα, καλύτερη πολιτική. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ιθύνοντα και τη νέα πολιτική.

13^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 13η σκηνή είναι «Ο τρόμος της πολιτικής και των μνημονίων τους». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι προηγούμενοι πολιτικοί και τα μνημόνια τους. Το άνυσμα εντοπίζεται στον τρόπο που προκάλεσε η προηγούμενη πολιτική και τα μνημόνιά της και ο στόχος είναι να πείσει ο ΣΥΡΙΖΑ για το ότι πρέπει να μείνει μακριά ο λαός από τέτοιου είδους πολιτικές(μεταβατική διαδικασία). Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των πολιτικών και των μνημονίων, που με τη χρήση της αναφορικής πρότασης παρατίθεται η ταυτότητα του τρόμου. Το στοιχείο που προστίθεται είναι ο αριθμός «17» μπροστά από το γλωσσικό μήνυμα, που υποδεικνύει την ημέρα που ο τρόμος της προηγούμενης πολιτικής και των μνημονίων θα λάβει τέλος. Ο αριθμός «17» εκφράζει τη βεβαιότητα νίκης στις εκλογές. Αξίζει να τονιστεί, όμως, ότι το σποτ βασίζεται στις ημερομηνίες και στην παρουσίαση ενός χρονοδιαγράμματος.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε κόκκινο και μαύρο χρώμα στην αναγραφή και παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το μαύρο με την γραπτή ένδειξη «και τα μνημόνιά τους» και το κόκκινο «που είναι η πολιτική τους» συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας ότι έφτασε η στιγμή να αμαυρωθούν τα μνημόνια και να ακολουθηθεί μία νέα, καλύτερη πολιτική. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον ιθύνοντα και τη νέα πολιτική. Με κόκκινο χρώμα και μεγεθυμένος τοποθετείται ο αριθμός «17» και αυτό σηματοδοτεί την ημερομηνία ορόσημο για το ΣΥΡΙΖΑ.

14^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 14η σκηνή είναι «Η ημέρα της αλλαγής». Ο δράστης της διαδικασίας είναι ο ΣΥΡΙΖΑ που αναφέρεται αμέσως μετά. Το άνυσμα εντοπίζεται στα μνημόνια και στην προηγούμενη πολιτική που ασκήθηκε και ο στόχος είναι η νίκη του ΣΥΡΙΖΑ στις 17 Ιουνίου 2012 (μεταβατική διαδικασία).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η απουσία κέντρου καθιστά την εικόνα πολωμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο τεχνολογικός, αφού η εικόνα εκφράζεται με μία απλή αναγραφή ημερομηνίας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε πλήρως έντονο κόκκινο χρώμα στην αναγραφή «17», μαύρο χρώμα στο «Ιουνίου» και παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωηρό κόκκινο με την γραπτή ένδειξη «17» συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας ότι η συγκεκριμένη ημερομηνία αποτελεί ορόσημο για την ανανέωση και την αλλαγή. Επομένως, η επιλογή του

χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει την ημερομηνία ως στόχο.

15^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 15η σκηνή είναι «Μνημόνια vs Ελπίδα». Οι δράστες της διαδικασίας είναι οι ψηφοφόροι και ο ΣΥΡΙΖΑ. Το άνωσμα εντοπίζεται στη νέα πολιτική που επιδιώκει ο ΣΥΡΙΖΑ και ο στόχος είναι να κερδίσει (μεταβατική διαδικασία). Προτιμάται η αφηγηματική διαδικασία και η αμφίδρομη δράση των ψηφοφόρων και του ΣΥΡΙΖΑ. Χρησιμοποιείται η εργαστική διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση των ρημάτων σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Η σκηνή αυτή ανήκει στην «εικονιστική πράξη παροχής» διότι δε ζητά κάτι αλλά παρέχει μια πληροφορία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Η παρουσία κέντρου καθιστά την εικόνα κεντραρισμένη και η πλαισίωση δεν περιλαμβάνει μέσα πλαισίου, παρά μόνο την αυτόματη μετάβαση από μαύρα αναγραφή σε χρωματιστή - κόκκινη. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, αφού η εικόνα αποσκοπεί στη συγκίνηση. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος

παρατηρούμε κόκκινο χρώμα στην αναγραφή «κάνουμε τα μνημόνια παρελθόν», αρχικά μαύρο στο «ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα» που αυτόματα μετατρέπεται σε πολύχρωμη απόχρωση και καταλήγει στο κόκκινο χρώμα. Έχουμε παρουσία γκρι φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης τα χρώματα εκφράζουν "διαπροσωπικό" νόημα. Συγκεκριμένα, και οι γραπτές ενδείξεις αντίστοιχα συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με κόκκινο τη δράση του ΣΥΡΙΖΑ (με τη χρήση α' πληθυντικού στα ρήματα) και με μαύρο υποδηλώνεται το μήνυμα «ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα», που όσο δύσκολο κι αν φαίνεται, ο ΣΥΡΙΖΑ θα τα καταφέρει (σταδιακή μετάβαση στο κόκκινο χρώμα). Επομένως, η επιλογή των χρωμάτων εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τη νέα προοπτική μιας νέας πορείας.

16^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 16η σκηνή είναι η ίδια η επιγραφή «Ανατροπή στην Ελλάδα – Μήνυμα στην Ευρώπη». Η διαδικασία που ακολουθείται είναι αφηγηματική με αμφίδρομη δράση, γιατί το άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει ένα δρώντα και δύο στόχους.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Στη σκηνή αυτή γίνεται χρήση της οριζόντιας γωνίας που καταδεικνύει αποστασιοποίηση και εμπλοκή.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη πάνω - κάτω», καθώς επισημαίνεται μία σχέση και ιδανικής κατάστασης. Η ύπαρξη κέντρου καθιστά την εικόνα κεντραρισμένη και η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (επιγραφή της φράσης «Ανατροπή στην Ελλάδα – Μήνυμα στην Ευρώπη» μέσα σε κόκκινη επιγραφή και το σήμα του ΣΥΡΙΖΑ, η αναγραφή του Ενωτικού Κοινωνικού Μετώπου και η ηλεκτρονική διεύθυνση). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλευσης με σκοπό την προσέλευση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου και την πλαισίωση του το καθιστούν πιο προεξέχον από τους συμμετέχοντες. Τέλος, ο "χρωματικός συντονισμός" χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

B. Περιγραφική ανάλυση γλωσσικού μηνύματος

Κείμενο

«Εκφωνήτρια:24.04.2010

Από τη μέρα που μας έφεραν το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο,

Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι θα φύγουμε από την Ευρώπη και θα γυρίσουμε στη δραχμή;

Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι δεν θα πάρουμε την επόμενη δόση;

Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι χρεοκοπούμε και ότι τα μνημόνια θα μας σώσουν;

Τόσες πολλές που δεν μας φοβίζονται πια!

Εκφωνητής: Από τις 7 Μαΐου, με τη δύναμη της ψήφου μας ανοίγουμε έναν άλλον δρόμο.

Μακριά από τον μόνο πραγματικό τρόπο για τις ζωές μας, που είναι η πολιτική τους και τα μνημόνια τους.

17 Ιουνίου κάνουμε τα μνημόνια παρελθόν.

Ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα».

ΣΥΡΙΖΑ
ΕΝΩΤΙΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΕΤΩΠΟ
ΑΝΑΤΡΟΠΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ
www.syriza.gr

Περιγραφική ανάλυση

«24.04.2010

Από τη μέρα που μας έφεραν το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο,»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, οι προηγούμενοι πολιτικοί είναι ο εννοούμενος δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «έφεραν» (διαδικασία) και λαμβάνει χώρα με τον εμπρόθετο προσδιορισμό «από τη μέρα» (περιστάσεις). Το ρήμα «έφεραν» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Αποδέκτες της δράσης (στόχος) είναι η προσωπική αντωνυμία «μας» και το « Διεθνές Νομισματικό Ταμείο». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «έφεραν» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης, παρόλο που εννοείται. Επίσης, η επιλογή του ρήματος «έφεραν» με τη σύνδεσή του με το «από τη μέρα» εκφράζει πράξη με διάρκεια, δυναμικά και σταθερά. Ακολουθεί το αποτέλεσμα της δράσης «Διεθνές Νομισματικό Ταμείο», που μετριάζει το ρόλο του δράστη.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί στις σχέσεις ο εκφωνητής με τον θεατή, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού για το ρήμα και την χρήση της κτητικής αντωνυμίας «μας».

Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, η οποία αφορά στο βαθμό της ισχυρής βεβαιότητας που εκφράζει η εκφωνήτρια («από την μέρα»), ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' πληθυντικού στο ρήμα ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι θα φύγουμε από την Ευρώπη και θα γυρίσουμε στη δραχμή;»

A. Σε επίπεδο ιδεοποιητικής λειτουργίας, ο δράστης της λεκτικής διαδικασίας εδώ είναι η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εσύ» που πραγματώνεται με το ρήμα σε β' ενικό πρόσωπο «θυμάσαι». Στόχος της διαδικασίας είναι το ρήμα «φόβισαν» (γ' πληθυντικό), οι αποδέκτες της δράσης αυτής είναι η προσωπική αντωνυμία «μας» και λαμβάνει χώρα με το επιθετικό ποσοτικό σύνολο «πόσες φορές» (περιστάσεις), που ενισχύει την ερωτηματική πρόταση. Πρόκειται για νοητική διαδικασία, στην οποία δίνεται έμφαση στον αισθανόμενο (πολιτικοί) και στο φαινόμενο που συμπυκνώνεται στις δευτερεύουσες ειδικές προτάσεις «ότι θα φύγουμε από την Ευρώπη και θα γυρίσουμε στη δραχμή», που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή. Στις δευτερεύουσες επιλέγεται η χρήση του α' πληθυντικού στα ρήματα και προθετικών συνόλων που συγκεκριμενοποιούν την ερώτηση.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης, προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί στις σχέσεις ο εκφωνητής με τον θεατή, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα της κύριας πρότασης "θυμάσαι" εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) και υποδηλώνει "υπόδειξη"(υπενθύμιση). Κατά τον ίδιο τρόπο οι δευτερεύουσες προτάσεις που εκφέρονται με οριστική ανήκουν και αυτές στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου. Η διεπιδραστικότητα του λόγου εκφράζεται με τη χρήση β' ενικού στην κύρια πρόταση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την εναλλαγή β' ενικού, α' και γ' πληθυντικού για τα ρήματα και την τη χρήση της προσωπικής αντωνυμίας «μας». Τέλος, η εμπλοκή του εκφωνητή στο εκφώνημα και η αποδοκιμασία για το περιεχόμενο υποδηλώνονται με το

επιθετικό ποσοτικό σύνολο «πόσες φορές» και τη χρήση προθετικών συνόλων «από την Ευρώπη» και «στη δραχμή» ως στοιχεία «αξιολόγησης».

«Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι δεν θα πάρουμε την επόμενη δόση;»

A. Σε επίπεδο ιδεοποιητικής λειτουργίας, ο δράστης της λεκτικής διαδικασίας εδώ είναι η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εσύ» που πραγματώνεται με το ρήμα σε β' ενικό πρόσωπο «θυμάσαι». Στόχος της διαδικασίας είναι το ρήμα «φόβισαν»(γ' πληθυντικό), οι αποδέκτες της δράσης αυτής είναι η προσωπική αντωνυμία «μας» και λαμβάνει χώρα με το επιθετικό ποσοτικό σύνολο «πόσες φορές» (περιστάσεις), που ενισχύει την ερωτηματική πρόταση. Πρόκειται για νοητική διαδικασία, στην οποία δίνεται έμφαση στον αισθανόμενο (πολιτικοί) και στο φαινόμενο που συμπυκνώνεται στη δευτερεύουσα ειδική πρόταση «ότι δεν θα πάρουμε την επόμενη δόση», που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή. Στη δευτερεύουσα επιλέγεται η χρήση του α' πληθυντικού στο ρήμα και η χρήση επιθέτου «επόμενη», που συγκεκριμενοποιούν την ερώτηση.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης, προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί στις σχέσεις ο εκφωνητής με τον θεατή, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα της κύριας πρότασης «θυμάσαι» εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) και υποδηλώνει "υπόδειξη"(υπενθύμιση). Κατά τον ίδιο τρόπο η δευτερεύουσα πρόταση που εκφέρεται με οριστική ανήκει και αυτή στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου. Η διεπιδραστικότητα του λόγου εκφράζεται με τη χρήση β' ενικού στην κύρια πρόταση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την εναλλαγή β' ενικού, α' και γ' πληθυντικού για τα ρήματα και τη χρήση της προσωπικής αντωνυμίας «μας». Τέλος, η εμπλοκή του εκφωνητή στο εκφώνημα και η αποδοκιμασία για το περιεχόμενο υποδηλώνονται με το επιθετικό ποσοτικό σύνολο «πόσες φορές» και τη χρήση επιθετικού συνόλου «επόμενη δόση» ως στοιχεία «αξιολόγησης».

«Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι χρεοκοπούμε και ότι τα μνημόνια θα μας σώσουν;»

A. Σε επίπεδο ιδεοποιητικής λειτουργίας, ο δράστης της λεκτικής διαδικασίας εδώ είναι η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εσύ» που πραγματώνεται με το ρήμα σε β' ενικό πρόσωπο «θυμάσαι». Στόχος της διαδικασίας είναι το ρήμα «φόβισαν»(γ' πληθυντικό), οι αποδέκτες της δράσης αυτής είναι η προσωπική αντωνυμία «μας» και λαμβάνει χώρα με το επιθετικό ποσοτικό σύνολο «πόσες φορές» (περιστάσεις), που ενισχύει την ερωτηματική πρόταση. Πρόκειται για νοητική διαδικασία, στην οποία δίνεται έμφαση στον αισθανόμενο (πολιτικοί) και στο φαινόμενο που συμπυκνώνεται στις δευτερεύουσες ειδικές προτάσεις «ότι χρεοκοπούμε και ότι τα μνημόνια θα μας σώσουν», που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή. Στις δευτερεύουσες επιλέγεται η χρήση του α' και γ' πληθυντικού στα ρήματα και προθετικών συνόλων που συγκεκριμενοποιούν την ερώτηση.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης, προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί στις σχέσεις ο εκφωνητής με τον θεατή, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα της κύριας πρότασης «θυμάσαι» εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) και υποδηλώνει "υπόδειξη"(υπενθύμιση). Κατά τον ίδιο τρόπο οι δευτερεύουσες προτάσεις που εκφέρονται με οριστική ανήκουν και αυτές στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου. Η διεπιδραστικότητα του λόγου εκφράζεται με τη χρήση β' ενικού στην κύρια πρόταση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την εναλλαγή β' ενικού, α' και γ' πληθυντικού για τα ρήματα και την επανάληψη της χρήσης της προσωπικής αντωνυμίας «μας». Τέλος, η εμπλοκή του εκφωνητή στο εκφώνημα και η αποδοκιμασία για το περιεχόμενο υποδηλώνονται με το επιθετικό ποσοτικό σύνολο «πόσες φορές» και την προσωποποίηση των μνημονίων ως στοιχεία «αξιολόγησης».

«Τόσες πολλές που δεν μας φοβίζουν πια!»

A. Σε επίπεδο ιδεοποιητικής λειτουργίας, ο δράστης της λεκτικής διαδικασίας εδώ είναι η εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτοί» που πραγματώνεται με το ρήμα σε γ' πληθυντικό πρόσωπο «δεν φοβίζονται». Στόχος της διαδικασίας είναι το ρήμα «δεν φοβίζονται»(γ' πληθυντικό), οι αποδέκτες της δράσης αυτής είναι η προσωπική αντωνυμία «μας» και λαμβάνει χώρα με το επιθετικό ποσοτικό σύνολο «τόσες φορές» ως απάντηση στις παραπάνω ερωτήσεις (περιστάσεις), που ενισχύει την εμφατική πρόταση(χρήση θαυμαστικού). Πρόκειται για νοητική διαδικασία, στην οποία δίνεται έμφαση στον αισθανόμενο (πολιτικοί) και στο φαινόμενο που συμπυκνώνεται στη δευτερεύουσα αναφορική πρόταση «που δεν μας φοβίζονται πια», που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε ενεργητική φωνή. Στη δευτερεύουσα επιλέγεται η χρήση του γ' πληθυντικού στο ρήμα, η χρήση χρονικού επιρρήματος «πια», που προσδίδουν ακόμη μεγαλύτερη έμφαση.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης, προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί στις σχέσεις ο εκφωνητής με τον θεατή, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα της δευτερεύουσας πρότασης «δεν φοβίζονται» εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) και υποδηλώνει "αγανάκτηση". Κατά τον ίδιο τρόπο η δευτερεύουσα πρόταση ανήκει στο εκφραστικό είδος πράξεων λόγου. Η διεπιδραστικότητα του λόγου και η «δείξη προσώπου» εκφράζονται με τη χρήση γ' πληθυντικού για τα ρήμα και τη χρήση της προσωπικής αντωνυμίας «μας». Τέλος, η εμπλοκή του εκφωνητή στο εκφώνημα και η αγανάκτηση για το περιεχόμενο υποδηλώνονται με το επιθετικό ποσοτικό σύνολο «τόσες πολλές» και τη χρήση του χρονικού επιρρήματος «πια» ως στοιχεία «αξιολόγησης».

«Από τις 7 Μαΐου, με τη δύναμη της ψήφου μας, ανοίγουμε έναν άλλον δρόμο μακριά από τον μόνο πραγματικό τρόπο για τις ζωές μας, που είναι η πολιτική τους και τα μνημόνια τους.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες)

που πραγματώνεται με το ρήμα «ανοίγουμε» (διαδικασία) με στόχο το ουσιαστικό «δρόμο» και τη δευτερεύουσα αναφορική πρόταση «που είναι η πολιτική τους και τα μνημόνια τους». Η χρήση προθετικών συνόλων «από τις 7 Μαΐου», «με τη δύναμη της ψήφου μας», «από τον πραγματικό τρόπο», «για τις ζωές μας» όπως και η χρήση της κτητικής αντωνυμίας «τους» ενισχύουν τη νοητική διαδικασία. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «ανοίγουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και με την επανάληψη της κτητικής αντωνυμίας «τους». Εντοπίζονται προθετικά σύνολα «από τις 7 Μαΐου», «με τη δύναμη της ψήφου μας», «από τον πραγματικό τρόπο», «για τις ζωές μας», χρήση επιθέτων «έναν άλλο», «μόνο πραγματικό». Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει ισχυρή απόφαση και απόλυτη βεβαιότητα.

«17 Ιουνίου κάνουμε τα μνημόνια παρελθόν.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «κάνουμε» (διαδικασία) με στόχο τα ουσιαστικά «μνημόνια» και «παρελθόν». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «κάνουμε», σε συνδυασμό με την ημερολογιακή αναφορά «17 Ιουνίου».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής

τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

«Ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «ανοίγουμε» (διαδικασία) με στόχο το ουσιαστικό «δρόμο» και τον εμπρόθετο προσδιορισμό «στην ελπίδα». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «ανοίγουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

ΣΥΡΙΖΑ ΕΝΩΤΙΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΕΤΩΠΟ
ΑΝΑΤΡΟΠΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ
www.syriza.gr

3.2.3.3° Τηλεοπτικό σποτ

<https://www.youtube.com/watch?v=6wvTttxnbg4>

Α. Περιγραφική ανάλυση εικόνας

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
1	0:00' - 0:08'					
ΠΛΑΝΟ 1	0:00' - 0:02'	Το πλάνο ξεκινά χωρίς εικόνα.	Χειροκροτήματα και συνθήματα σε αυξανόμενη ένταση.			
ΠΛΑΝΟ 2	0:03' – 0:08'	Το φως στην εικόνα επανέρχεται σταδιακά	Τα χειροκροτήματα συνεχίζονται όπως και τα			

		<p>κι αμέσως διακρίνεται ο κ. Τσίπρας με πλάνο από πίσω να περπατά σε ένα μεγάλο διάδρομο (κοντινό πλάνο). Στο τέλος του διαδρόμου παρατηρούνται κι άλλοι άνθρωποι χωρίς εστίαση στα χαρακτηριστικά τους</p>	<p>συνθήματα: «Ήρθε η ώρα της ανατροπής».</p>			
--	--	--	---	--	--	--

		(μακρινή λήψη).				
--	--	-----------------	--	--	--	--

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
2	0:09' - 0:15'					
ΠΛΑΝΟ 1	0:09' - 0:15'	Ο κ. Τσίπρας διασχίζει το στάδιο και διαπερνά τον κόσμο. Η κάμερα βρίσκεται μπροστά του. Χαμογελά και δίνει τα χέρια του στον κόσμο. Ενώ τους χαιρετά, στρέφεται		Ο ΣΥΡΙΖΑ είναι η Ευρώπη που αλλάζει.		

		<p>προς τα αριστερά και παρατηρεί τον χώρο και τον κόσμο. Παράλληλα, ακούμε τη φωνή του, την αρχή του λόγου του χωρίς να προβάλλεται το σημείο ομιλίας του.</p>				
--	--	---	--	--	--	--

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
3	0:16' - 2:46'					

<p>ΠΛΑΝΟ 1</p>	<p>0:16' - 0:21'</p>	<p>Το πλάνο ξεκινά με μία σύντομη λήψη από πίσω του κ. Τσίπρα, βλέποντας τον να εκφωνεί το λόγο του και όλους τους θεατές του σταδίου να βρίσκονται μπροστά του. Πολύ γρήγορα η κάμερα βρίσκεται στο προφίλ του με φόντο που εναλλάσσεται από πράσινο σε κόκκινο.</p>	<p>Οι εργαζόμενοι, οι άνεργοι, οι συνταξιούχοι, οι νέες και οι νέοι.</p>		
----------------------------------	--------------------------	---	--	--	--

ΠΛΑΝΟ 2	0:22' – 0:24'	<p>Το πλάνο αλλάζει και στρέφεται στο κοινό. Η κάμερα εστιάζει σε ανθρώπους που φαίνεται να τον ακούν προσεκτικά ενώ στέκονται σοβαροί. Είναι άνδρες και γυναίκες που καλύπτουν ένα ευρύ ηλικιακό φάσμα.</p>		<p>Οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες.</p>		
-------------------	------------------	--	--	--	--	--

ΠΛΑΝΟ 3	0:25' - 0:28'	Έχουμε πάλι		<p>Οι αγρότισσες και οι αγρότες.</p>		
-------------------	------------------	----------------	--	--------------------------------------	--	--

		αλλαγή πλάνου, αφού η κάμερα εστιάζει στον ίδιο από τα πλάγια.				
ΠΛΑΝΟ 4	0:29'- 0:30'	Το πλάνο προέρχεται από διαφορετική ή οπτική γωνία. Η κάμερα βρίσκεται κοντά σε τρεις μωβ σημαίες που ανεμίζουν και δίνει ενιαία εικόνα ενός μέρους του κοινού, του κ. Τσίπρα στο βάθος,		Έχουν ήδη πάρει την απόφαση.	Οι λέξεις που ξεχωρίζουν είναι: Αξιοπρέπεια – Δικαιοσύνη – Δημοκρατία – ΣΥΡΙΖΑ – Ισότητα – Δημοκρατία – Ανεξαρτησία.	

		τα μέλη του ΣΥΡΙΖΑ να κάθονται στα αριστερά του κ. Τσίπρα πάνω στην εξέδρα. Δίνεται μια συνολική εικόνα του φόντου με τρία χρώματα: κόκκινο, μωβ και πράσινο.				
ΠΛΑΝΟ 5	0:31'-0:34'	Η κάμερα εστιάζει μόνο στον κ. Τσίπρα σε κόκκινο φόντο μπροστά από τα μικρόφωνα .	Η μουσική έχει ένα συγκεκριμένο τόνο και είναι στατική.	Να γυρίσουνε σελίδα σ' αυτόν τον τόπο.	Η αναγραφή ΣΥΡΙΖΑ.	

<p>ΠΛΑΝΟ 6</p>	<p>0:35' – 0:36'</p>	<p>Η κάμερα στρέφεται ξανά στον κ. Τσίπρα από γωνιακή πλευρά.</p>		<p>Το δίλημμα απέναντι στον ελληνικό λαό είναι καθαρό.</p>	<p>ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ σε πράσινο φόντο.</p>	
<p>ΠΛΑΝΟ 8</p>	<p>0:40' – 0:54'</p>	<p>Η κάμερα ξεκινά να δείχνει μεγάλο μέρος του κοινού, που κάθεται στις κερκίδες του σταδίου όλων των ηλικιών να παρακολουθεί την ομιλία. Στη συνέχεια έχουμε εναλλαγή Τσίπρα-κοινού από</p>		<p>Το δίλημμα είναι μνημόνιο ή ΣΥΡΙΖΑ, το δίλημμα είναι υποταγή ή σκληρή διαπραγμάτευση, το δίλημμα είναι λιτότητα ή ανάπτυξη.</p>		

		διάφορες οπτικές γωνίες.				
ΠΛΑΝΟ 9	0:55' – 0:58'	Το πλάνο εστιάζει στον κ. Τσίπρα.		Το να γίνει ξανά η Ελλάδα μια πολιτισμένη χώρα.		
ΠΛΑΝΟ 10	0:59' – 1:02'	Το πλάνο «ανοίγει» και παρατηρούμε τη μεγαλύτερη έκταση του σταδίου. Το στάδιο είναι κατάμεστο. Γίνεται φανερό το φόντο.		Να μην πεθαίνουν συμπολίτες μας από το κρύο.	Η κόκκινη επιγραφή « το μέλλον ξεκίνησε». Η πράσινη «ανεξαρτησία» αντικαθίσταται από τον κ. Τσίπρα σε video wall.	
ΠΛΑΝΟ 11	1:03' – 1:29'	Το πλάνο «κλείνει» και εστιάζει πάλι στον κ. Τσίπρα. Συνεχίζουνται	Χειροκροτήματα με διάρκεια .	Από την έλλειψη ηλεκτρικού ρεύματος, να μην υπάρχει κανείς και καμιά, καμιά οικογένεια χωρίς ένα πιάτο φαί.		

		αλληπάλληλες εναλλαγές Τσίπρα-κοινού.		Αυτά είναι παροχές. Αυτές είναι δεσμεύσεις, που θα υλοποιηθούν από την πρώτη κιόλας μέρα. Θα αναγνωσθούν στις προγραμματικές δηλώσεις της νέας διακυβέρνησης και θα αρχίσουν να υλοποιούνται ανεξάρτητα από τη διαπραγμάτευση.		
--	--	---------------------------------------	--	--	--	--

ΠΛΑΝΟ 12	1:30' – 1:43'	Χειρονομία και αλλαγή του ύφους του κ. Τσίπρα, όπως και ύψωση της φωνής του. Το κοινό είναι	Χειροκροτήματα.	Δεν θα αφήσουμε τις τράπεζες να ακουμπήσουν την πρώτη κατοικία της μεσαίας τάξης και του εργαζόμενου		
-----------------	----------------------	---	-----------------	--	--	--

		όρθιο και ενθουσιασμένο.		λαού. Τελεία και παύλα.		
ΠΛΑΝΟ 13	1:44' – 1:56'	Ο κ. Τσίπρας σχηματίζει τη γροθιά και συγχρονίζει τον λόγο του με το χέρι του. Το πλάνο εναλλάσσεται μπροστά και πίσω μεταξύ του ίδιου και του κοινού, που διακρίνεται από κάτω μέχρι τις πιο υψηλές θέσεις του σταδίου.		Ζητάμε τη δύναμη για να κάνουμε την Ελλάδα αυτοδύναμη. Ζητάμε αυτοδυναμία στη βουλή για να δώσουμε αυτοδυναμία στο λαό μας.		
ΠΛΑΝΟ 14	1:57' – 2:13'	Έχουμε μακρινό γκρο πλάνο με κόκκινο φόντο. Το αριστερό του χέρι σε διαρκή κίνηση προσδίδει	Συνεχιζόμενα χειροκροτήματα.	Θα δώσουμε τη μάχη και θα πετύχουμε. Είναι το χρέος μας απέναντι στην ιστορία, είναι η ευθύνη μας απέναντι		

		ένταση και σιγουριά ενώ συνεχίζει να μιλά. Προς το τέλος, το πλάνο εστιάζει προς τα πίσω με το φόντο σε εναλλαγή μωβ-πράσινου με πλάνο από τα πλάγια. Ο κ. Τσίπρας καταλήγει με το χέρι όρθιο και με αλλαγμένο φόντο και γκρο πλάνο σε κόκκινο όπως επίσης, αλλαγή έκφρασης στο πρόσωπο(χαμ όγελο).		στο μέλλον, στο μέλλον που μας ζητά να το ξελασπώσουμε και το μέλλον ήδη ξεκίνησε. Θα νικήσουμε. Θα γράψουμε ιστορία.		
ΠΛΑΝΟ 15	2:14' – 2:18'	Το πλάνο αλλάζει και επικεντρώνεται	Μουσική σε ένταση και			

ΠΛΑΝΟ16		σε σημαίες και κοινό.	παλμό νίκης, χειροκροτήματα. Ηχούν συνθήματα για το λαό.			
	2:19' – 2:31'	Το πλάνο αλλάζει ξανά. Κόκκινο φόντο. Ο κ. Τσίπρας χειροκροτεί συμβαδίζοντας με το ρυθμό χειροκροτημάτων του κόσμου. Περπατάει στο βάθρο πλησιάζοντας τον κόσμο. Σταματά να χειροκροτεί και αρχίζει αν χαιρετάει τον κόσμο με το				

		δεξί χέρι υψωμένο. Κάνει γροθιά και χαιρετά αγωνιστικά. Μειδιάει.				
ΠΛΑΝΟ 17	2:32' – 2:36'	Η εικόνα παγώνει με τον κ. Τσίπρα να έχει γροθιά το χέρι του.	Η μουσική ή συνεχί ζει.		Το μέλλον έχει όνομα – ΣΥΡΙΖΑ – Συνασπισμός Ριζοσπαστικής Αριστεράς με το σήμα του κόμματος.	
ΠΛΑΝΟ 18	2:37	Σβήνεται απότομα το σλόγκαν, παραμένει όμως η επιγραφή και το σήμα του κόμματος.				
ΠΛΑΝΟ 19	2:38 – 2:46	Η επιγραφή αντικαθίσταται αυτόματα με τις λέξεις «Αξιοπρέπεια, Δικαιοσύνη, Δημοκρατία». Το σήμα παραμένει	Η μουσική ή μειώνε ται σταδια κά.		Αξιοπρέπεια – Δικαιοσύνη – Δημοκρατία.	

		ακίνητο. Πέφτει μαύρο.				
--	--	---------------------------	--	--	--	--

1^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 1^η σκηνή είναι « η είσοδος του κ. Τσίπρα». Ο συμμετέχων είναι ο ίδιος, το άνυσμα είναι η είσοδος στο στάδιο και ο στόχος είναι η ομιλία του στο κοινό (μεταβατική διαδικασία). Η διαδικασία είναι αφηγηματική διότι και ο κ. Τσίπρας αλλά και όσοι βρίσκονται στο τέλος του διαδρόμου συντελούν στην αναπαράσταση εκτυλισσόμενων πράξεων απεικονίζοντας μέσω της δυναμικής της εικόνας μια εξέλιξη.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι άνισοι και προβάλλουν τη μοναδικότητα. Η επιλογή του παραγωγού της εικόνας να μην απευθύνονται οι συμμετέχοντες άμεσα μέσω του βλέμματος στον θεατή το κατατάσσουν στο είδος της «παροχής» και στην εικονιστική πράξη προσφοράς. Επιλέγεται η κοντινή λήψη της εικόνας με την ιδιαιτερότητα του πλάνου από την πίσω όψη. Όσον αφορά στη σχέση εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή, η επιλογή της χαμηλής γωνίας λήψης της εικόνας δείχνει τεράστιο και σημαντικό του πρωταγωνιστή να ασκεί εξουσία στον θεατή. Σχετικά με την τροπικότητα που πραγματώνεται από τη στάση του παραγωγού της εικόνας προς τα απεικονιζόμενα αντικείμενα, η πρώτη σκηνή εντάσσεται στο νατουραλιστικό προσανατολισμό κωδικοποίησης, διότι η εικόνα επιτελεί το ρόλο του πιστού αντίγραφου της πραγματικότητας και ο βαθμός ρεαλισμού της αυξάνεται και ισοσκελίζεται με αυτό που αντιλαμβανόμαστε ως

πραγματικότητα. Σε αυτό συμβάλλει η επιλογή μη έντονων χρωμάτων και η σκοτεινή λήψη.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία στο πλάνο της σκηνής 1 ακολουθεί τη ζώνη αριστερά-δεξιά ορίζοντας μια σχέση γνωστού-νέου (πολωμένη εικόνα). Στα αριστερά τοποθετείται ο δρών (Τσίπρας) ως δεδομένο στοιχείο και στα δεξιά ο στόχος (κοινό). Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου, που αναλύσαμε παραπάνω, τον καθιστούν πιο προεξέχων από τους συμμετέχοντες.

2^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Εδώ οι συμμετέχοντες (διεπιδρώντες) είναι ο κ. Τσίπρας και το κοινό, οι οποίοι ενώνονται μέσω του ανύσματος της κίνησης των χεριών με στόχο την πειθώ που προσπαθεί να προκαλέσει το διαφημιστικό σποτ (μεταβατική διαδικασία). Πρόκειται για μια αφηγηματική διαδικασία, κατά την οποία οι συμμετέχοντες συνδέονται μέσω του περάσματος του Τσίπρα ανάμεσά τους και το κοινό να τον χειροκροτεί και να του δίνει τα χέρια. Όλοι οι συμμετέχοντες βρίσκονται σε εκτυλισσόμενη πράξη, δηλαδή κάνουν κάτι και η εικόνα είναι δυναμική και εκφράζει την εξέλιξη. Η εξέλιξη αυτή ξεκινά από ένα σκοτεινό διάδρομο, οδηγείται στο στάδιο και περνά ανάμεσα από τον κόσμο για να φτάσει στο βάθρο της ομιλίας του.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι άνισοι καθώς ο Τσίπρας είναι ο πρωταγωνιστής, αυτός που διαπερνά όλο τον υπόλοιπο κόσμο, ο οποίος βρίσκεται στην ίδια θέση και ανήκει στην ίδια ομάδα συμμετεχόντων. Παρατηρείται επίσης η εικονιστική πράξη προσφοράς μέσω του βλέμματος, αφού οι συμμετέχοντες δεν κοιτούν τον θεατή αλλά το κοινό τον Τσίπρα κι ο Τσίπρας το κοινό (αριστερά του σταδίου). Στη συγκεκριμένη σκηνή, η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή αναπτύσσεται μέσω της «κοντινής λήψης» της εικόνας, η οποία εστιάζει στον Τσίπρα και στο κοινό και έτσι υποδηλώνεται μια προσωπική και στενή σχέση. Σχετικά με τη σχέση εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή, η γωνία λήψης είναι στο «ύψος των ματιών» και με αυτόν τον τρόπο δηλώνεται μια συμμετρική σχέση ισοτιμίας των δυο μερών. Σε σχέση με την «τροπικότητα», ο προσανατολισμός που επιλέγεται είναι ο αισθητηριακός προσανατολισμός

κωδικοποίησης, αφού η διαφήμιση γίνεται πιο ρεαλιστική και τα χρώματα που κυριαρχούν είναι έντονα.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων ακολουθεί το σύστημα της προβολής καθώς ο στόχος τοποθετείται στο κέντρο με εντονότερη εστίαση από τους δρώντες. Η πλαισίωση πραγματώνεται με τα φυσικά όρια της οθόνης όπου αναπαρίσταται ο στόχος-προεξέχων. Επιλέγεται η «κεντραρισμένη» εικόνα όπου υπάρχει το κέντρο (Τσίπρας), το οποίο οργανώνει τα υπόλοιπα στοιχεία (κοινό), τα οποία βρίσκονται στο περιθώριο. Το στοιχείο που βρίσκεται στο κέντρο θεωρείται σημαντικό αποτελώντας τον πυρήνα της πληροφορίας, ενώ τα στοιχεία που βρίσκονται στο περιθώριο αποτελούν εξαρτώμενα μέρη λειτουργώντας ως δορυφόροι του κέντρου.

3^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Η 3^η σκηνή καλύπτει ένα ευρύ φάσμα του σποτ κι αυτό γιατί περιλαμβάνει ολόκληρη την ομιλία του κ. Τσίπρα. Θα μπορούσε να φέρει τον τίτλο «η ομιλία του κ. Τσίπρα» με κύριο συμμετέχων τον ίδιο, το άνυσμα είναι η ομιλία που εκφωνεί σε ακροατήριο και τηλεθεατές και στόχος η πειθώ και των δύο. Η διαδικασία που συντελείται καθ' όλη τη διάρκεια είναι αφηγηματική, αφού οι συμμετέχοντες συνδέονται μέσω της ομιλίας. Ο κ. Τσίπρας είναι το πρόσωπο που εκφωνεί και ακροατήριο και τηλεθεατές τον παρακολουθούν. Έτσι, πραγματώνεται μια αμφίδρομη μεταβατική δράση.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι άνισοι (εκφωνητής Τσίπρας-κοινό/θεατές/ακροατές). Η

επιλογή του παραγωγού της εικόνας να μην απευθύνεται μέσω του βλέμματος στον θεατή τον κατατάσσουν στο είδος της «παροχής» αλλά δε συμβαίνει το ίδιο με το κοινό. Στην κατεύθυνση της δήλωσης «παροχής πληροφοριών» συστρατεύεται και η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (ζητάμε, είναι).

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει όλες τις δυνατές επιλογές, δηλαδή από την «κοντινή λήψη», την «μεσαία λήψη» και την «μακρινή λήψη» που τοποθετούν το δείκτη στην κλίμακα της οικειότητας ανάμεσα στα απεικονιζόμενα πρόσωπα και τον θεατή, ωστόσο η πλειονότητα των πλάνων είναι «κοντινά» και «μεσαία» υποδηλώνοντας στενή και προσωπική σχέση έως μέτριου βαθμού οικειότητα. Η πραγμάτωση της σχέσης εξουσίας μεταξύ τους απεικονίζεται με γωνία λήψης στα περισσότερα πλάνα στον κάθετο άξονα που υποδηλώνει ότι ο θεατής είναι σε θέση εξουσίας, ενώ στο πλάνο 4 το απεικονιζόμενο αντικείμενο το βλέπουμε από «υψηλή γωνία» καθιστώντας το στα μάτια των θεατών χαμηλής σημαντικότητας και αξίας. Σχετικά με την «τροπικότητα» της σκηνής, εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της, μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει αλλά και να ξεσηκώσει προκαλώντας παράλληλα απόλαυση βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Ειδικότερα στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία και εναλλαγή χρωμάτων στο φόντο και μέγιστη αναπαραστατική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή υψηλή τροπικότητα.

B. Περιγραφική ανάλυση γλωσσικού μηνύματος

Κείμενο

«Τσίπρας: Ο ΣΥΡΙΖΑ είναι η Ευρώπη που αλλάζει. Εργαζόμενοι, άνεργοι, οι συνταξιούχοι, οι νέες και οι νέοι, οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες, οι αγρότισσες και οι αγρότες έχουν ήδη πάρει την απόφαση να γυρίσουνε σελίδα σ' αυτόν τον τόπο. Το δίλημμα απέναντι στον ελληνικό λαό είναι καθαρό. Το δίλημμα είναι: μνημόνιο ή ΣΥΡΙΖΑ. Το δίλημμα είναι: υποταγή ή αποφασιστική, σκληρή διαπραγμάτευση. Το δίλημμα είναι: λιτότητα ή ανάπτυξη. Το να γίνει ξανά η Ελλάδα μια πολιτισμένη χώρα. Να μην πεθαίνουνε συμπολίτες μας από το κρύο, από την έλλειψη ηλεκτρικού ρεύματος, να μην υπάρχει κανείς και καμιά, καμιά οικογένεια χωρίς ένα πιάτο φαί. Αυτά είναι παροχές. Αυτές είναι δεσμεύσεις, δεν είναι παροχές. Είναι δεσμεύσεις που θα υλοποιηθούν από την πρώτη κιόλας μέρα, θα αναγνωστούν στις προγραμματικές δηλώσεις της νέας διακυβέρνησης και θα αρχίσουν να υλοποιούνται ανεξάρτητα από την διαπραγμάτευση. Δεν θα αφήσουμε τις τράπεζες να ακουμπήσουν την πρώτη κατοικία της μεσαίας τάξης και του εργαζόμενου λαού. Τελεία και παύλα. Ζητάμε τη δύναμη για να κάνουμε την Ελλάδα αυτοδύναμη. Ζητάμε αυτοδυναμία στη βουλή για να δώσουμε αυτοδυναμία στο λαό μας. Θα δώσουμε τη μάχη και θα πετύχουμε. Είναι το χρέος μας απέναντι στην ιστορία, είναι η ευθύνη μας απέναντι στο μέλλον. Στο μέλλον που μας ζητά να το ξελασπώσουμε και το μέλλον ήδη ξεκίνησε. Θα νικήσουμε. Θα γράψουμε ιστορία. Το μέλλον έχει όνομα: ΣΥΡΙΖΑ. Αξιοπρέπεια- Δικαιοσύνη- Δημοκρατία».

Περιγραφική ανάλυση

«Ο ΣΥΡΙΖΑ είναι η Ευρώπη που αλλάζει.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας μέσα από σημασιολογική ανάλυση ο ΣΥΡΙΖΑ είναι ο δράστης της συσχετιστικής διαδικασίας που δηλώνει σχέση συμβολικού τύπου ανάμεσα σε οντότητες, πραγματώνεται και καθορίζεται με το ρήμα «είναι» (διαδικασία). Πιο συγκεκριμένα, η σχέση που αποδίδεται είναι ταυτοποιητική με το ΣΥΡΙΖΑ να είναι το δείγμα, στο οποίο αποδίδεται μια αξία ταυτοποίησης, δηλαδή η Ευρώπη που αλλάζει.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί στις σχέσεις ο εκφωνητής με το θεατή, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο

αποφαντικό είδος πράξεων λόγου, καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού προσώπου για το ρήμα, η οποία ενισχύει το απρόσωπο ύφος και κάνει το κείμενο μη διεπιδραστικό. Η γλωσσική πράξη που επιτελείται μέσω του εκφωνήματος μπορεί να χαρακτηριστεί ως διακηρυχτική. Η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα.

«Εργαζόμενοι, άνεργοι, οι συνταξιούχοι, οι νέες και οι νέοι, οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες, οι αγρότισσες και οι αγρότες έχουν ήδη πάρει την απόφαση να γυρίσουνε σελίδα σ' αυτόν τον τόπο.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας μέσα από τη λεξικογραμματική ανάλυση, οι «εργαζόμενοι, άνεργοι, οι συνταξιούχοι, οι νέες και οι νέοι, οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες, οι αγρότισσες και οι αγρότες» είναι οι δράστες υλικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνονται με το ρήμα «έχουν πάρει» (διαδικασία) και λαμβάνουν χώρα με τα επιρρηματικά σύνολα «ήδη» και «σ' αυτό τον τόπο» (περιστάσεις). Σημασιολογικά το ρήμα «έχουν πάρει» είναι εργασιακό. Πρόκειται για εργασιακή διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με ενεργητική σύνταξη. Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που αποτελεί υλική διαδικασία «[να γυρίσουνε] σελίδα σ' αυτόν τον τόπο». Οι δράστες της δευτερεύουσας είναι οι ίδιοι με αυτήν της κύριας και ο στόχος εκφράζεται με νοητική διαδικασία και ουσιαστικοποίηση «έχουν πάρει την απόφαση» και μ' αυτόν τον τρόπο μετριάζεται ο ρόλος των δραστών.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου, καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης), όπως και η δευτερεύουσα παρόλο που το ρήμα εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού για τα ρήματα. Παράλληλα, η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας δηλώνει ισχυρή απόφαση, ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' πληθυντικού στα ρήματα υιοθετείται απρόσωπο

ύφος. Τέλος, η εμπρόθετη αντωνυμία «σ' αυτόν» που προσδιορίζει το ουσιαστικό «τον τόπο» ενισχύοντάς το, αποτελεί εμφατικό στοιχείο του εκφωνητή. Παρόλο που χρησιμοποιείται γ' πληθυντικό πρόσωπο στα ρήματα και το κείμενο δε θεωρείται διεπιδραστικό, η έμφαση που προσδίδεται με την αντωνυμία δημιουργεί διεπιδραστικότητα.

«Το δίλημμα απέναντι στον ελληνικό λαό είναι καθαρό.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «το δίλημμα» τοποθετείται στην αρχή της πρότασης αποδίδοντας τον μέγιστο βαθμό αιτιότητας για να δοθεί έμφαση (επανάληψη). Το ρήμα «είναι» πραγματώνει τη συσχετιστική διαδικασία και το χαρακτηριστικό που του αποδίδεται είναι το «καθαρό». Η περίσταση πραγματώνεται με την προθετική φράση «απέναντι στον ελληνικό λαό» και δηλώνει το χώρο.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου, καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού, ενώ το επίθετο «καθαρό» λειτουργεί εμφατικά (διεπιδραστική πρόταση). Εδώ, επίσης υπάρχει έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, άρα ισχυρή απόφαση, η οποία ενισχύεται από το επίθετο «καθαρό». Σε σχέση με τη διάθεση του εκφωνήματος, η γλωσσική πράξη μπορεί να χαρακτηριστεί ως βεβαιωτική.

«Το δίλημμα είναι: μνημόνιο ή ΣΥΡΙΖΑ.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, ο δράστης της πράξης είναι «το δίλημμα» (επανάληψη 4 φορές), ο οποίος τοποθετείται στην αρχή της πρότασης αποδίδοντας τον μέγιστο βαθμό αιτιότητας (έμφαση στο δράστη). Το ρήμα «είναι» πραγματώνει τη συσχετιστική ταυτοποιητική διαδικασία με φορέα «το δίλημμα» και χαρακτηριστικό «μνημόνιο ή ΣΥΡΙΖΑ». Σε λεξικογραμματικό επίπεδο επιλέγεται ο διαχωριστικός, διαζευκτικός σύνδεσμος «ή» διαχωρίζει τους αποδέκτες της δράσης (στόχος).

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου, καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση. Δεν επιλέγεται η χρήση αντωνυμιών, άρα έχουμε έλλειψη «δείξης προσώπου». Ο ομιλητής συνεχίζει την απαλοιφή δεικτικών στοιχείων προσώπου στο κείμενο του, επομένως έχουμε μη διεπιδραστικό κείμενο. Τέλος, υπάρχει έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, δηλαδή ισχυρή απόφαση, η οποία ενισχύεται και από τα ουσιαστικά «μνημόνιο» και «ΣΥΡΙΖΑ» αλλά και από τον διαζευκτικό/διαχωριστικό σύνδεσμο «ή».

«Το δίλημμα είναι: υποταγή ή αποφασιστική, σκληρή διαπραγμάτευση.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «το δίλημμα» (έμφαση στο δράστη). Το ρήμα «είναι» πραγματώνει τη συσχετιστική ταυτοποιητική διαδικασία με φορέα «το δίλημμα» και χαρακτηριστικό «υποταγή ή αποφασιστική, σκληρή διαπραγμάτευση». Σε λεξικογραμματικό επίπεδο, οι συμμετέχοντες της διαδικασίας είναι η «υποταγή» και «η διαπραγμάτευση» με τον διαχωριστικό/διαζευκτικό σύνδεσμο «ή» να τους διαχωρίζει ως αποδέκτες της δράσης (στόχος).

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού ενώ τα επίθετα «αποφασιστική» και «σκληρή» που προσδιορίζουν το ουσιαστικό «διαπραγμάτευση». Πέρα από την ενίσχυση που του προσδίδουν, αποτελεί πρόδηλο στοιχείο «αξιολόγησης» του εκφωνητή. Με βάση, λοιπόν, τα παραπάνω η πρόταση χαρακτηρίζεται διεπιδραστική. Τέλος, υπάρχει έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, δηλαδή απόλυτη βεβαιότητα, η οποία ενισχύεται και από τα ουσιαστικά «υποταγή» και «διαπραγμάτευση» αλλά κι από τον διαζευκτικό/διαχωριστικό σύνδεσμο «ή».

«Το δίλημμα είναι: λιτότητα ή ανάπτυξη.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «το δίλημμα» (έμφαση στο δράστη). Το ρήμα «είναι» πραγματώνει τη συσχετιστική ταυτοποιητική διαδικασία με φορέα «το δίλημμα» και χαρακτηριστικό του «λιτότητα ή ανάπτυξη». Σε λεξικογραμματικό επίπεδο, οι συμμετέχοντες της διαδικασίας είναι η «λιτότητα» και η «ανάπτυξη» με τον διαχωριστικό/διαζευκτικό σύνδεσμο «ή» να τους διαχωρίζει ως αποδέκτες της δράσης (στόχος).

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου, καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού του ρήματος «είναι». Ο ομιλητής χρησιμοποιεί απρόσωπο ύφος και καθιστά το κείμενο μη διεπιδραστικό. Υπάρχει, για ακόμα μια φορά, έλλειψη επιστημικής τροπότητας βάσει των ουσιαστικών «λιτότητα, «ανάπτυξη» και του διαζευκτικού/διαχωριστικού «ή».

«Το να γίνει ξανά η Ελλάδα μια πολιτισμένη χώρα.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας μέσα από τη λεξικογραμματική ανάλυση, η «Ελλάδα» είναι το δείγμα της συσχετιστικής κατηγορικής διαδικασίας «μια πολιτισμένη χώρα». Αυτό οφείλεται στο ρηματικό τύπο «το να γίνει» που λειτουργεί ως παράγωγο του «είμαι» και δηλώνει σχέση συμβολικού τύπου ανάμεσα σε οντότητες. Το δείγμα «η Ελλάδα» πραγματώνεται με το ρηματικό τύπο «το να γίνει» και λαμβάνει χώρα με το επιρρηματικό σύνολο «ξανά» που δηλώνει επανάληψη.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η ονοματοποιημένη πρόταση λειτουργεί ως συνέχεια/επεξήγηση της προηγούμενης και συγκεκριμένα της ανάπτυξης που ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου και πιο συγκεκριμένα στις προτάσεις καθώς το ρήμα εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση «να γίνει». Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα και στο σύστημα της διάθεσης περιλαμβάνεται η δεοντική τροπικότητα.

Τέλος, η μετοχή «πολιτισμένη» σε συνδυασμό με το χρονικό επίρρημα «ξανά» προσδιορίζει το ουσιαστικό «χώρα» και αποτελεί ολοφάνερο στοιχείο «αξιολόγησης» του εκφωνητή. Γι' αυτό το λόγο, η πρόταση καταφέρνει να διεπιδράσει παρόλο που γίνεται χρήση γ' ενικού προσώπου.

«Να μην πεθαίνουνε συμπολίτες μας από το κρύο, από την έλλειψη ηλεκτρικού ρεύματος.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «συμπολίτες» τοποθετείται καθώς προηγείται το ρήμα «να μην πεθαίνουν», το οποίο πραγματώνει την υλική διαδικασία και λαμβάνει χώρα με τα προθετικά σύνολα «από το κρύο» και «από την έλλειψη ηλεκτρικού ρεύματος» (περιστάσεις αιτίας). Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «να μην πεθαίνουν» σε ενεργητική σύνταξη.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η ονομαστική πρόταση ως επεξήγηση της κύριας (ανάπτυξη) καθώς ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου και πιο συγκεκριμένα στις προτάσεις. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού για το ρήμα και την κτητική αντωνυμία «μας» λειτουργεί εμφατικά (διεπιδραστική πρόταση). Παράλληλα συναντάμε έλλειψη δεοντικής τροπικότητας που προκύπτει από τη μίξη δεσμευτικής και εκφραστικής γλωσσικής πράξης.

«Να μην υπάρχει κανείς και καμιά, καμιά οικογένεια χωρίς ένα πιάτο φαί.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας οι δράστες της πράξης είναι οι αόριστες αντωνυμίες «κανείς» και «καμιά» και το ονομαστικό σύνολο «καμιά οικογένεια» τα οποία τοποθετούνται στην αρχή της πρότασης αποδίδοντας το μέγιστο βαθμό αιτιότητας (έμφαση στο δράστη). Προηγείται το ρήμα «να μην υπάρχει» το οποίο πραγματώνει την υπαρκτική διαδικασία σε ενεργητική

σύνταξη και λαμβάνει χώρα με την προθετική φράση «χωρίς ένα πιάτο φαί» (περίσταση). Ανήκει στην κατηγορία των ταυτοποιητικών σχέσεων συμβολικού τύπου ανάμεσα σε οντότητες. Ως δείγματα παρουσιάζονται «κανείς», «καμιά» και «καμιά οικογένεια», στα οποία αποδίδεται η αξία ταυτοποίησης ανθρώπων που δε θα μείνουν χωρίς φαγητό.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η πρόταση ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου και συγκεκριμένα στις προτάσεις καθώς το ρήμα εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα. Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ έχουμε έλλειψη δεοντικής τροπικότητας, επομένως υψηλή επιτακτικότητα που προκύπτουν από την άρνηση «μην» αλλά και από την επιλογή των αντωνυμιών. Τέλος, το επίθετο «καμιά» που προσδιορίζει το ουσιαστικό «οικογένεια» ενισχύει την οπτική «αξιολόγησης» του εκφωνητή. Με βάση, λοιπόν, τα παραπάνω η πρόταση χαρακτηρίζεται διεπιδραστική.

«Αυτά είναι παροχές.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης είναι η αντωνυμία «αυτά», που αναφέρεται σε όλα τα προηγούμενα στοιχεία και τοποθετείται στην αρχή της πρότασης αποδίδονται το μέγιστο βαθμό αιτιότητας (έμφαση στο δράστη). Το ρήμα «είναι» πραγματώνει τη συσχετιστική ταυτοποιητική διαδικασία και το χαρακτηριστικό που του αποδίδεται είναι οι «παροχές».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή γ' πληθυντικού προσώπου του ρήματος και της αντωνυμίας «αυτά». Η ισχυρή απόφαση που ενισχύεται από το ουσιαστικό «παροχές» οδηγεί στο συμπέρασμα ότι έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας.

«Αυτές είναι δεσμεύσεις, δεν είναι παροχές.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «αυτές» τοποθετείται στην αρχή της πρότασης για να αποδώσει το μέγιστο βαθμό αιτιότητας (έμφαση) στο δράστη. Τα ρήματα «είναι» και «δεν είναι» πραγματώνουν τη συσχετιστική ταυτοποιητική διαδικασία με φορείς «αυτές» και χαρακτηριστικά τις «δεσμεύσεις» και τις «παροχές».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας οι κύριες προτάσεις ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού προσώπου των ρημάτων και της αντωνυμίας «αυτές». Η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας είναι γεγονός λόγω της ισχυρής απόφασης (είναι, δεν είναι - άρνηση) η οποία ενισχύεται από τα ουσιαστικά «δεσμεύσεις» και «παροχές».

«Είναι δεσμεύσεις που θα υλοποιηθούν από την πρώτη κιόλας μέρα, θα αναγνωστούν στις προγραμματικές δηλώσεις της νέας διακυβέρνησης και θα αρχίσουν να υλοποιούνται ανεξάρτητα από την διαπραγμάτευση.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «δεσμεύσεις» τοποθετείται στη αρχή της πρότασης για να δοθεί έμφαση. Πριν από αυτό επιλέγεται το ρήμα «είναι» που πραγματώνει τη συσχετιστική διαδικασία. Σημασιολογικά το ρήμα είναι εργαστικό. Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι οι δευτερεύουσες αναφορικές «που θα υλοποιηθούν», «που θα αναγνωστούν» και «που θα αρχίσουν» και η βουλευτική «να υλοποιούνται». Οι δράστες των δευτερευουσών προτάσεων είναι οι «δεσμεύσεις». Τα ρήματα «θα υλοποιηθούν», «να υλοποιούνται» ανήκουν στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο ενώ το ρήμα «θα αναγνωστούν» ανήκει στις νοητικές διαδικασίες. Γίνεται χρήση παθητικής σύνταξης που μέσω αυτής δίνεται έμφαση στην εκδοχή της δράσης και όχι του δράστη, αφού το ρήμα «είναι» λειτουργεί ως

αμετάβατο. Οι περιστάσεις που προκύπτουν εκφράζονται με προθετικά σύνολα «από την πρώτη κιόλας μέρα», «από τη διαπραγμάτευση».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση όπως και οι δευτερεύουσες αναφορικές ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης), ενώ η δευτερεύουσα βοηθητική στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου και πιο συγκεκριμένα στις προτάσεις καθώς το ρήμα εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού στα ρήματα. Παράλληλα, περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας και η ενίσχυση της ισχυρής απόφασης. Το επίρρημα «ανεξάρτητα» που προσδιορίζει το ουσιαστικό «διαπραγμάτευση» αποτελεί στοιχείο «αξιολόγησης» του εκφωνητή και γι' αυτό το λόγο οι προτάσεις διεπιδρούν στο κοινό.

«Δεν θα αφήσουμε τις τράπεζες να ακουμπήσουν την πρώτη κατοικία της μεσαίας τάξης και του εργαζόμενου λαού.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση οι τράπεζες είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με τα ρήματα «να ακουμπήσουν». Το ρήμα «να ακουμπήσουν» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες. Αποδέκτες της δράσης (στόχος) είναι «η πρώτη κατοικία». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «να ακουμπήσουν» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης. Προηγείται, όμως, η υλική διαδικασία με το ρήμα «δεν θα αφήσουμε» με εννοούμενο δράστη την προσωπική αντωνυμία «εμείς» και στόχο «τις τράπεζες».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση είναι δεσμευτική (υπόσχεση) καθώς το ρήμα «δεν θα αφήσουμε» εκφέρεται με

οριστική μέλλοντα (κλασικός προσλεκτικός δείκτης δεσμευτικής πράξης). Η δευτερεύουσα βουλητική ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου και πιο συγκεκριμένα στις προτάσεις, καθώς το ρήμα εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση. Στην κύρια, η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του β' πληθυντικού για το ρήμα και την εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς». Στη δευτερεύουσα με γ' πληθυντικό για το ρήμα. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης της κύριας περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που ενισχύεται από την άρνηση «δεν», ενώ στη δευτερεύουσα έχουμε έλλειψη δεοντικής τροπικότητας.

Συμπληρωματικά, σε συνδυασμό με τη χρήση β' πληθυντικού στο ρήμα της κύριας προκύπτει η ύπαρξη ενίσχυσης της διεπιδραστικότητας του λόγου. Τα επίθετα «πρώτη» και «μεσαία» που προσδιορίζουν τα ουσιαστικά «κατοικία» και «τάξη» αντίστοιχα υποδηλώνουν στοιχεία «αξιολόγησης» του εκφωνητή, όπως και η μετοχή «εργαζόμενους» που χαρακτηρίζει το λαό. Με βάση όλα τα παραπάνω, λοιπόν, η πρόταση χαρακτηρίζεται διεπιδραστική και δεσμευτική.

«Τελεία και παύλα.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας έχουμε την ιδιαιτερότητα έλλειψης του ρήματος αλλά την ύπαρξη δυο ουσιαστικών «τελεία» και «παύλα» που λειτουργούν ως συμμετέχοντες στη διαδικασία. Μόνο λεκτική θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η προφορικοποιημένη αυτή φράση, εάν υποθέταμε ως ρήμα «σας το λέω» ή «σας το δηλώνω».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, το μόνο στοιχείο που μπορεί να δηλωθεί είναι η γλωσσική πράξη ως βεβαιωτική αλλά και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, άρα ισχυρή απόφαση, η οποία ενισχύεται και από τα δυο ουσιαστικά «τελεία» και «παύλα». Λόγω της έντονης προφορικότητας του λόγου η φράση είναι διεπιδραστική.

«Ζητάμε τη δύναμη για να κάνουμε την Ελλάδα αυτοδύναμη.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Το ρήμα «ζητάμε» της κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στην υλική διαδικασία με αποδέκτη το ουσιαστικό «δύναμη». Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι η δευτερεύουσα τελική πρόταση «για να κάνουμε την Ελλάδα αυτοδύναμη». Ο δράστης της δευτερεύουσας πρότασης παραμένει ο ΣΥΡΙΖΑ που διατυπώνεται με την εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «για να κάνουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) ενώ η δευτερεύουσα πρόταση εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση αλλά και οι δυο ανήκουν στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και την εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» πριν από την κύρια και τη δευτερεύουσα. Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη δεοντικής τροπικότητας που σηματοδοτεί την υψηλή επιτακτικότητα μέσω του ρήματος «ζητάμε», ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση α' πληθυντικού στα ρήματα ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου. Τέλος, το επίθετο «αυτοδύναμη» που προσδιορίζει το ουσιαστικό «Ελλάδα» ενισχύοντάς το αποτελεί πρόδηλο στοιχείο «αξιολόγησης» του εκφωνητή. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω στοιχεία, η πρόταση χαρακτηρίζεται διεπιδραστική.

«Ζητάμε αυτοδυναμία στη Βουλή για να δώσουμε αυτοδυναμία στο λαό μας.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Το ρήμα «ζητάμε» της κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στην υλική διαδικασία με αποδέκτη το ουσιαστικό «αυτοδυναμία» και τον εμπρόθετο προσδιορισμό «στη Βουλή».

Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι η δευτερεύουσα τελική πρόταση «για να δώσουμε αυτοδυναμία στο λαό μας». Ο δράστης της δευτερεύουσας παραμένει ο ΣΥΡΙΖΑ που διατυπώνεται με την εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «για να δώσουμε».

Β. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου παρόλο που το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης) ενώ η δευτερεύουσα πρόταση εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα αλλά και την εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» πριν από την κύρια και τη δευτερεύουσα. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη δεοντικής τροπικότητας που σηματοδοτεί την υψηλή επιτακτικότητα μέσω του ρήματος «ζητάμε», ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση α' πληθυντικού στα ρήματα αλλά και τη χρήση της προσωπικής αντωνυμίας «μας» ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Θα δώσουμε τη μάχη και θα πετύχουμε.»

Α. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με τα ρήματα «θα δώσουμε» και «θα πετύχουμε» (διαδικασία) με στόχο το ουσιαστικό «τη μάχη» για το πρώτο ρήμα. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω των ρημάτων «θα δώσουμε» και «θα πετύχουμε».

Β. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, οι δυο κύριες προτάσεις ανήκουν στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για τα ρήματα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

«Είναι το χρέος μας απέναντι στην ιστορία, είναι η ευθύνη μας απέναντι στο μέλλον.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης των πράξεων είναι η εννοούμενη επαναληπτική αντωνυμία «αυτούς» και «αυτή» αντίστοιχα στο ρήμα «είναι». Τα ρήματα «είναι» πραγματώνουν τη συσχετιστική ταυτοποιητική διαδικασία, που ως δείγματα κρίνονται οι αντωνυμίες και ως αξία «το χρέος» και «η ευθύνη». Τα κριτήρια αιτιότητας αποδίδονται στο μέγιστο βαθμό (έμφαση στους αποδέκτες) μέσω περιστάσεων που πραγματώνονται με τα επιρρηματικά σύνολα «απέναντι στην ιστορία» και «απέναντι στο μέλλον». Επιλέγεται η επανάληψη των ίδιων λέξεων.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, οι κύριες προτάσεις ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού της κτητικής αντωνυμίας «μας» που αναφέρεται στα ουσιαστικά «χρέος» και «ευθύνη» και λειτουργεί εμφιατικά. Εδώ επίσης υπάρχει έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, άρα ισχυρή απόφαση η οποία ενισχύεται από τα παραπάνω ουσιαστικά και κάνει την πρόταση διεπιδραστική.

«Στο μέλλον που μας ζητά να το ξελασπώσουμε και το μέλλον ήδη ξεκίνησε.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «μέλλον» τοποθετείται στην αρχή της πρότασης για να δοθεί έμφαση. Το ρήμα «ζητά» της πρώτης κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στην υλική διαδικασία. Το ίδιο ισχύει και για το ρήμα «ξεκίνησε». Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι η δευτερεύουσα βουλευτική πρόταση «να το ξελασπώσουμε». Ο δράστης της δευτερεύουσας πρότασης είναι ο ΣΥΡΙΖΑ που διατυπώνεται με την εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη διότι έτσι πραγματώνεται η υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «να

ξελασπώσουμε». Επιπλέον, για να δηλωθεί η περίπτωση, γίνεται χρήση του χρονικού επιρρήματος «ήδη».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, τα ρήματα της κύριας πρότασης εκφέρονται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης), ενώ η δευτερεύουσα πρόταση εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση. Παρόλα αυτά και οι δυο προτάσεις ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή α' πληθυντικού για το ρήμα και για την προσωπική αντωνυμία «μας» που ενισχύουν τη διεπιδραστικότητα του λόγου μαζί με την έλλειψη δεοντικής τροπικότητας που δηλώνει υψηλή επιτακτικότητα μέσω του ρήματος «ζητά».

«Θα νικήσουμε.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «θα νικήσουμε». Το ρήμα «θα νικήσουμε» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στη διαδικασία, αφού ο δράστης εννοείται. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «θα νικήσουμε» σε ενεργητική σύνταξη.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα. Παράλληλα, εντοπίζεται έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Όλα αυτά συνιστούν την ενίσχυση της διεπιδραστικότητας του λόγου.

«Θα γράψουμε ιστορία.»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «θα γράψουμε». Αποδέκτης της δράσης (στόχος) είναι η «ιστορία». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «θα γράψουμε» σε ενεργητική σύνταξη.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα. Παράλληλα, εντοπίζεται έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Όλα αυτά συνιστούν την ενίσχυση της διεπιδραστικότητας του λόγου.

«Το μέλλον έχει όνομα – ΣΥΡΙΖΑ Συνασπισμός Ριζοσπαστικής Αριστεράς»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας το «μέλλον» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «έχει» (συσχετιστική διαδικασία) και ως αποδέκτη της δράσης (στόχος) έχει το «όνομα-ΣΥΡΙΖΑ». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία με έμφαση στο στόχο «όνομα-ΣΥΡΙΖΑ». Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «έχει» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης. Ο ρόλος του δράστη μετριάζεται αφού ακολουθεί το αποτέλεσμα της κατοχής ονόματος «ΣΥΡΙΖΑ-Συνασπισμός Ριζοσπαστικής Αριστεράς».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας δηλώνει ισχυρή απόφαση «όνομα-ΣΥΡΙΖΑ».

*«Αξιοπρέπεια-Δικαιοσύνη-Δημοκρατία-ΣΥΡΙΖΑ Συνασπισμός Ριζοσπαστικής
Αριστεράς»*

3.2.4. 4^οΤηλεοπτικό σποτ

https://youtu.be/yk3A-TebkJI?list=PL_hV_vfEOt1w7b0WCOtqfA3b34orEN_MP

Α. Περιγραφική ανάλυση εικόνας

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
ΣΚΗΝΗ 1- ΠΛΑΝΟ 1	0:00'-0:02'	Η πρώτη σκηνή ξεκινά αυτόματα με χρωματιστό πλαίσιο(η μεγαλύτερη επιφάνεια είναι κόκκινη και λιγότερο το πράσινο, το γαλάζιο, το βυσσινί) και την αναγραφή «η ιστορία γράφεται παντού» με μαρκαρισμένο το επίρρημα «παντού». Τα γράμματα είναι κεφαλαία σε λευκό χρώμα.	Η μουσική ξεκινά δυναμικά και έντονα.		Η ιστορία γράφεται παντού.	
ΣΚΗΝΗ 2- ΠΛΑΝΟ 1	0:02'-0:04'	Σε κοντινό γκρο πλάνο εμφανίζεται μία γυναίκα και ένας άντρας που τα βλέμματα απευθύνονται	Η μουσική παραμένει όπως ξεκίνησε,			

ΠΛΑΝΟ 2		στην κάμερα με το παιδί τους να κοιτάζει κάτω. Η ίδια κάνει το σήμα της νίκης και χαμογελά. Στο τέλος του πλάνου το παιδί κοιτάζει την κάμερα. Χαρακτηριστικά είναι τα αυτοκόλλητα που έχουν και οι 3 στις μπλούζες τους με το σήμα του ΣΥΡΙΖΑ και την αναγραφή «το αύριο έχει ταυτότητα». Το φόντο είναι θολό, αν και διαφαίνεται κι άλλος κόσμος.	σε έντονο ρυθμό.			
	0:04'- 0:05	Στο γκρο πλάνο αυτό, η λήψη είναι κοντινή και παρατηρούμε πρόσωπα πίσω και πλάγια ενός ηλικιωμένου, ο οποίος χαιρετάει και χαμογελάει. Στο τέλος του πλάνου, ένας άλλος κύριος και μία κυρία αντιλαμβάνονται την κάμερα και της απευθύνονται βλεμματικά.	Η μουσική παραμένει όπως ξεκίνησε, σε έντονο ρυθμό.			

ΠΛΑΝΟ 3	0:06'- 0:07'	Το πλάνο αλλάζει και έχει γωνιακή λήψη, ενώ παραμένει κοντινό. Μια γυναίκα χειροκροτεί και χορεύει και υψώνει τη γροθιά της ψηλά. Δίπλα της φαίνονται κι άλλα δύο να χειροκροτούν, ενώ πίσω της βρίσκεται αρκετός κόσμος χωρίς να κοιτάζει την κάμερα.	Η μουσική δεν αλλάζει.			
ΠΛΑΝΟ 4	0:08'- 0:09'	Στο πλάνο αυτό έχουμε μία κοπέλα σε κοντινή λήψη και γκρο πλάνο. Απευθύνεται με το βλέμμα της στην κάμερα και δείχνει να ντρέπεται, όταν την αντιλαμβάνεται, τοποθετώντας το χέρι της στο μάγουλο και αλλάζοντας βλέμμα. Πίσω της διακρίνεται πολύς κόσμος και κάποιες σημαίες.	Η μουσική παραμένει ίδια.			
ΠΛΑΝΟ 5	0:10'- 0:11'	Το πλάνο αρχίζει και ολοκληρώνεται με μια γυναίκα και έναν άνδρα αγκαλιασμένους και τη γυναίκα να κάνει το σήμα	Η μουσική συνεχίζει ακάθεκτα.			

ΠΛΑΝΟ 6		της νίκης με το δεξί χέρι. Γίνεται κοντινή λήψη και γκρο πλάνο στα πρόσωπά τους. Απευθύνονται στην κάμερα και στο τέλος του πλάνου η γυναίκα κάνει έναν καταφατικό μορφασμό. Ως φόντο υπάρχει αρκετός κόσμος, που δεν έχει επαφή με την κάμερα.				
	0:11'	Στο πλάνο αυτό έχουμε μεσαία λήψη χωρίς όμως να απευθύνεται κάποιος στην κάμερα. Οι παρευρισκόμενοι συνομιλούν μεταξύ τους και η κάμερα εστιάζει σε δυο κορίτσια και δυο μεγαλύτερης ηλικίας γυναίκες που έχουν αλληλεπίδραση. Το κοριτσάκι κρατάει σίδερο ασφαλείας, που βρίσκεται μπροστά του. Οι μορφασμοί και οι χειρονομίες είναι διακριτές.	Στον ίδιο τόνο και ύφος συνεχίζει η μουσική.			

ΠΛΑΝΟ 7	0:12'- 0:13'	Στο σημείο αυτό έχουμε το πρώτο μακρινό πλάνο και γίνεται ολοφάνερο ότι όλος αυτός ο κόσμος βρίσκεται σε αναμονή ομιλίας του κύριου Τσίπρα. Διαφαίνονται σημαίες και στο βάθος κατασκευές χρήσιμες για τη διεξαγωγή της. Κανείς δεν απευθύνεται στην κάμερα αλλά μπορούμε να δούμε κόσμο από όλες τις ηλικιακές φάσεις.	Η μουσική παραμένει η ίδια.			
ΠΛΑΝΟ 8	0:14'- 0:15'	Στο πλάνο αυτό έχουμε κοντινή λήψη(προφίλ) ενός νέου που τα χαρακτηριστικά είναι ευδιάκριτα. Δεν κοιτάζει προς την κάμερα ενώ από πίσω του υπάρχει κόσμος που περιφέρεται. Επίσης, ούτε χαμογελά ούτε κάνει κάποιο μορφασμό.	Η μουσική δεν αλλάζει.			
ΠΛΑΝΟ 9	0:15'- 0:16'	Η εικόνα είναι μεσαία γωνιακής λήψης και ο κόσμος δεν κοιτάζει στην κάμερα. Ξεχωρίζει μία	Η μουσική παίζει στο ίδιο μήκος κύματος με πριν.			

ΠΛΑΝΟ 10		γυναίκα που στο τέλος του πλάνου κοιτάζει την κάμερα. Και χαμογελά. Φαίνεται στο βάθος να κυματίζουν σημαίες.				
	0:17'- 0:18'	Σε κοντινό πλάνο(προφίλ) βλέπουμε έναν νέο να συζητάει και να κοιτάζει χαμηλά κι όχι στην κάμερα. Μπορούμε να διακρίνουμε μία γυναίκα δίπλα του που μιλάει και κάνει χειρονομίες χωρίς να τη βλέπουμε καθαρά παρά μόνο κάποια χαρακτηριστικά και την κίνηση του χεριού της. Το φόντο είναι θολό αφού η εικόνα κάνει είναι επικεντρωμένη στον νέο.	Η μουσική στο ίδιο πλαίσιο.			
ΠΛΑΝΟ 11	0:18'- 0:20'	Στο σημείο αυτό έχουμε επανάληψη του μακρινού πλάνου, που γίνεται ολοφάνερο ότι όλος αυτός ο κόσμος βρίσκεται σε αναμονή ομιλίας του κύριου Τσίπρα. Διαφαίνονται	Η ίδια μουσική συνεχίζει.			

ΠΛΑΝΟ 12		σημαίες να κυματίζουν και στο βάθος κατασκευές χρήσιμες για τη διεξαγωγή της. Κανείς δεν απευθύνεται στην κάμερα αλλά μπορούμε να δούμε κόσμο σε όλο το ηλικιακό φάσμα.				
	0:20'- 0:21'	Το πλάνο είναι μεσαίας λήψης και η εικόνα είναι κεντραρισμένη στην μεγάλη και υπερυψωμένη αφίσα του ΣΥΡΙΖΑ με πρωταγωνιστές τον κ. Τσίπρα και το λογότυπο «το αύριο έχει ταυτότητα». Κάτω από την αφίσα διακρίνουμε φωτογράφους, το πλήθος και σημαίες να κυματίζουν.	Η μουσική παραμένει σε έντονο ρυθμό.			
ΠΛΑΝΟ 13	0:21'- 0:22'	Στο σημείο αυτό έχουμε επανάληψη του μακρινού πλάνου, που πλέον είναι ξεκάθαρο ότι όλος αυτός ο κόσμος βρίσκεται σε αναμονή ομιλίας του κύριου Τσίπρα.	Ανεβαίνει η ένταση και η μελωδία παύει σιγά σιγά.			

ΠΛΑΝΟ 14		Διαφαίνονται σημαίες να κυματίζουν και στο βάθος κατασκευές χρήσιμες για τη διεξαγωγή της. Κανείς δεν απευθύνεται στην κάμερα αλλά μπορούμε να δούμε κόσμο σε όλο το ηλικιακό φάσμα.				
	0:23'	Η εικόνα κάνει ζουμ στην πολύχρωμη αφίσα (κυριαρχεί το μωβ) με την κόκκινη αναγραφή «το αύριο έχει ταυτότητα». Το πλάνο αρχικά είναι θολό αλλά μετά γίνεται κοντινή λήψη και ζουμ.	Η μουσική διακόπτεται απότομα και την αντικαθιστούν φωνές και χειροκροτήματα.		Το αύριο έχει ταυτότητα.	
ΠΛΑΝΟ 15	0:24'- 0:27'	Το πλάνο αυτό έχει κοντινή λήψη από κάτω, καθώς φαίνονται οι σημαίες από πολύ κοντά, το πάνω μέρος των αφισών και ως φόντο ένα κτίριο με παράθυρα. Η κάμερα μετακινείται προς τα αριστερά και ακολουθεί τη σημαία, που ξεδιπλώνεται και ανοίγει διάπλατα. Το χρώμα της είναι λευκό με	Οι φωνές και τα χειροκροτήματα παραμένουν σε έντονο βαθμό.			

ΠΛΑΝΟ 16		την αναγραφή «ΣΥΡΙΖΑ» και το σήμα του κόμματος.				
	0:28' - 0:29'	Στο πλάνο αυτό έχουμε κοντινή γωνιακή λήψη (προφίλ) σε μία μεγαλύτερης ηλικίας γυναίκα που παρατηρεί με σοβαρότητα και έντονο βλέμμα χωρίς να κοιτάζει την κάμερα. Επίσης, στο τέλος του πλάνου, σφίγγει τα χέρια της(χειρονομία) και ανασηκώνει το κεφάλι της. Ως φόντο, διακρίνονται και άλλα πρόσωπα.	Η μουσική επανέρχεται στο ίδιο ύφος πριν μεσολαβήσουν τα χειροκροτήματα και οι ζητωκραυγές.	Ο πόθος του λαού μας για ζωή		Το κείμενο είναι πολυτροπικό. Μέχρι το πλάνο 15 είχαμε γραπτό λόγο, ενώ, από εδώ και στο εξής, το σποτ βασίζεται στον προφορικό λόγο και πιο συγκεκριμένα αποτελεί απόσπασμα της κεντρικής ομιλίας του. Ο κ. Τσίπρας είναι ο εκφωνητής στο κεντρικό σποτ της προεκλογικής

ΠΛΑΝΟ 17						περιόδου του Σεπτεμβρίου 2015. Η πρωτοτυπία έγκειται στο ότι όσο εκφωνεί δεν τον βλέπουμε στα πλάνα αλλά παρατηρούμε εικόνες από τις αντιδράσεις του κόσμου που τον ακούει και τον βλέπει. Μέχρι ένα σημείο μόνο τον ακούμε.
	0:30'	Το πλάνο αυτό είναι κοντινό και κεντραρισμένο. Βλέπουμε μία γυναίκα σε ανοιχτό γκρο πλάνο χωρίς η ίδια να απευθύνεται στην κάμερα, καθώς κοιτάζει	Η μουσική παίζει απρόσκοπτα.	Δεν μπορεί να γίνει		

		προς τα δεξιά της. Ως φόντο παρατηρούμε κι άλλα πρόσωπα που βλέπουν προς την ίδια κατεύθυνση, όπως επίσης και σημαίες να κυματίζουν.				
ΠΛΑΝΟ 18	0:31'- 0:33'	Έχουμε κοντινό και κεντραρισμένο πλάνο σε γυναίκα που παρακολουθεί την ομιλία. Δεξιά και πίσω της διαφαίνεται ένας νεαρός που παρακολουθεί-αυτό που τονίζεται είναι το βλέμμα του. Και οι δύο είναι σοβαροί και το φόντο παραμένει το ίδιο με πρόσωπα που δεν είναι ευδιάκριτα. Να τονιστεί ότι και οι δύο δεν απευθύνονται στην κάμερα.	Η μουσική στον ίδιο τόνο και ύφος μέχρι πριν το τέλος του πλάνου που αρχίζουν οι φωνές και τα χειροκροτήματα.	Και δεν θα γίνει μια μικρή παρένθεση		
ΠΛΑΝΟ 19	0:34'	Στο μεσαίας λήψης από κάτω πλάνο ξεχωρίζουν τα χέρια και τα χειροκροτήματα του κοινού. Διακρίνονται σημαίες στο βάθος,	Η μουσική συνεχίζει σε συνδυασμός με ξέφρενους πανηγυρισμούς			

ΠΛΑΝΟ 20		όπως επίσης αριστερά του πλάνου κάποια πρόσωπα χωρίς εστίαση. Ως φόντο υπάρχει ένα κτίριο.	από φωνές και χειροκροτήματα.			
	0:35'- 0:36'	Έχουμε κοντινής λήψης γκρο πλάνο γυναίκας που γελάει αλλά δεν απευθύνεται με το βλέμμα της στην κάμερα. Κοιτάζει προς τα αριστερά ενώ πίσω της διακρίνονται το πλήθος και σημαίες να κυματίζουν.	Τα χειροκροτήματα συνεχίζουν αδιάκοπα σε συνδυασμό με την μεγάλης έντασης μουσική.			
ΠΛΑΝΟ 21	0:36'- 0:37'	Στο κοντινό πλάνο γωνιακής λήψης διακρίνουμε πλήθος κόσμου να χειροκροτεί, κάμερες και σημαίες να κυματίζουν. Ξεχωρίζει ένας νέος που χειροκροτεί και στο τέλος του πλάνου στρέφει το βλέμμα του προς την κάμερα.	Η μουσική και τα χειροκροτήματα εντείνονται.			
ΠΛΑΝΟ 22	0:37'- 0:38'	Στο μεσαίας λήψης πλάνο παρατηρείται ένα ζευγάρι αγκαλιασμένο	Τα χειροκροτήματα παύουν και			

		ανάμεσα στο πλήθος. Η γυναίκα χαμογελά και απευθύνεται με το βλέμμα της στην κάμερα, ενώ ο σύντροφος της την αγκαλιάζει και κοιτάζει κάτω. Το φόντο εμπεριέχει πρόσωπα και σημαίες.	αναδύεται μόνο η μουσική.			
ΠΛΑΝΟ 23	0:39'	Έχουμε κοντινής λήψης από το κέντρο πλάνο με τον κόσμο να παρακολουθεί. Ανάμεσα στο πλήθος, μια γυναίκα χειροκροτεί και άλλες δύο απευθύνονται στην κάμερα χωρίς μορφασμό.	Δεν ακούγονται οι αντιδράσεις του κόσμου παρά μόνο η μουσική σε αυξημένη ένταση.			
ΠΛΑΝΟ 24	0:40'- 0:41'	Στο πλάνο κοντινής λήψης στο ύψος του βλέμματος παρατηρείται μία γυναίκα να χαμογελά, αν και δεν απευθύνεται στην κάμερα. Αριστερά της ένας άνδρας κοιτάζει την κάμερα, ενώ πίσω και μπροστά της ο κόσμος χειροκροτεί.	Η μουσική παραμένει στα ίδια επίπεδα.			

<p>ΠΛΑΝΟ 25</p>	<p>0:41'- 0:43'</p>	<p>Ο Ιγκλέσιας εμφανίζεται στο μεσαίας λήψης πλάνο με κέντρο τον ίδιο. Βρίσκεται πάνω στη σκηνή, στο δεξιό μέρος της. Σχηματίζει γροθιά με το αριστερό του χέρι και έχει κολλημένο αυτοκόλλητο του ΣΥΡΙΖΑ στο πουκάμισό του. Στέλνει φιλή με το χέρι του στον κόσμο και ξανά σηκώνει γροθιά ψηλά. Στο άλλο χέρι κρατάει χαρτιά. Το φόντο εμπεριέχει ένα μεγάλο κόκκινο πλακάτ με την αναγραφή «ξεμπερδεύουμε με το παλιό – κερδίζουμε το αύριο».</p>	<p>Η μουσική ηχεί στον ίδιο τόνο και ρυθμό. Επανερχονται οι φωνές και τα χειροκροτήματα.</p>	<p>Yo lo quiero decir esta noche «Κι αυτό που θέλω να πω απόψε (αυτή τη νύχτα) είναι»</p>	<p>Ξεμπερδεύουμε με το παλιό – κερδίζουμε το αύριο.</p>	<p>Έχουμε αλλαγή στον εκφωνητή. Ο επικεφαλής των Podemos παίρνει το λόγο. Η πρωτοτυπία είναι ότι η εικόνα δε συμβαδίζει με το λόγο. Δεν τον βλέπουμε να εκφωνεί το λόγο, παρά μόνο ακούμε τη φωνή του βλέποντάς τον να χαιρετάει τον κόσμο.</p>
<p>ΠΛΑΝΟ 26</p>	<p>0:44'- 0:45'</p>	<p>Σε πλάνο μεσαίας λήψης από κάτω, παρακολουθούμε από τα δεξιά τον Ιγκλέσιας να διασχίζει τη σκηνή με ανοιχτά τα χέρια και</p>	<p>Η μουσική, οι φωνές και τα χειροκροτήματα στην ίδια ένταση.</p>	<p>“Podemos” esta con Alexis - «ότι οι Ποδέμος είναι με τον Αλέξη».</p>	<p>Ξεμπερδεύουμε με το παλιό – κερδίζουμε το αύριο.</p>	

		<p>χαμογελώντας. Έχει σηκωμένο το δεξί χέρι. Στην αριστερή πλευρά παρακολουθούμε τον κ. Τσίπρα μπροστά από το βήμα(κολλημένη η επιγραφή σε κόκκινο χρώμα «κερδίζουμε το αύριο» με το σήμα του ΣΥΡΙΖΑ) να στρέφεται προς τον Ιγκλέσιας, να του δίνει το χέρι και να αγκαλιάζονται σφιχτά. Η κάμερα ακολουθεί την πορεία του Ιγκλέσιας από δεξιά προς τα αριστερά. Το φόντο του Ιγκλέσιας είναι μωβ και πράσινο για να καταλήξει στο φόντο του κ. Τσίπρα, που είναι κόκκινο με την αναγραφή «ξεμπερδεύουμε με το παλιό – κερδίζουμε το αύριο».</p>				
<p>ΠΛΑΝΟ 27</p>	<p>0:46'- 0:47'</p>	<p>Σε κοντινό πλάνο (προφίλ προς τα δεξιά) εμφανίζεται μία κοπέλα που αρχικά κοιτάζει προς</p>	<p>Τα χειροκροτήματα και οι φωνές παύουν. Η</p>			

		τα αριστερά, αμέσως στρέφει το βλέμμα της και απευθύνεται στην κάμερα και σε πολύ λίγο ξανά προς τα αριστερά. Κάνει μορφασμό(αναστεναγμός και μειδίαμα), ενώ πίσω της διακρίνονται σημαίες και κόσμος.	μουσική παραμένει.			
ΠΛΑΝΟ 28	0:48'- 0:49'	Σε κοντινό πλάνο (προφίλ προς τα αριστερά) νεαρή γυναίκα εμφανίζεται στη δεξιά πλευρά της εικόνας. Πίσω της διαφαίνονται θολωμένα πρόσωπα.	Η μουσική στα ίδια επίπεδα.			
ΠΛΑΝΟ 29	0:49'- 0:50'	Σε κοντινό πλάνο(προφίλ προς τα αριστερά) νεαρός άνδρας παρακολουθεί την ομιλία. Βρίσκεται στο κέντρο της εικόνας, ενώ πίσω του διαφαίνονται το πλήθος και οι σημαίες να κυματίζουν.	Η μουσική δεν αλλάζει.			
ΠΛΑΝΟ 30	0:51'- 0:52'	Σε πλάνο κοντινής λήψης από κάτω(προς τα αριστερά), η κάμερα	Η μουσική σε ίδιο ρυθμό και ίδια ένταση.	Η Ελλάδα		Ο κ. Τσίπρας παίρνει πάλι το λόγο,

		εστιάζει σε έναν νεαρό άνδρα που παρακολουθεί. Βρίσκεται στο κέντρο της εικόνας. Γύρω του και πίσω του χειροκροτούν.				χωρίς όμως να τον βλέπουμε.
ΠΛΑΝΟ 31	0:52'- 0:53'	Σε κοντινό από κάτω πλάνο(προφίλ προς αριστερά) παρατηρούμε ένα μικρό αγόρι σε υπερυψωμένη θέση να παρακολουθεί. Από όλες τις πλευρές βρίσκονται άνθρωποι και πίσω του σημαίες.	Η μουσική δεν αλλάζει.	Δε γυρίζει πίσω		
ΠΛΑΝΟ 32	0:53'- 0:54'	Σε μεσαίας λήψης πλάνο(προφίλ προς τα δεξιά) παρατηρούμε μια γυναίκα να χειροκροτεί και να γελάει. Πίσω της ένας άνδρας κοιτάζει τη γυναίκα δίπλα του και χαμογελά, ενώ αυτή παρακολουθεί. Ακριβώς πίσω του ο κ. Σταθάκης από τον ΣΥΡΙΖΑ.	Επανέρχονται τα χειροκροτήματα σε συνδυασμό με τη μουσική.	Η Ελλάδα		
ΠΛΑΝΟ 33	0:55'- 0:57'	Σε πλάνο κοντινής λήψης από κάτω προς τα πάνω διακρίνεται μία γυναίκα	Χειροκροτήματα και μουσική συνεχίζονται.	Πηγαίνει μόνο μπροστά με οδηγό το λαό		

		που χαμογελά και χειροκροτεί από τα αριστερά της εικόνας. Πριν ανεβεί το πλάνο, στα δεξιά της εικόνας προβάλλεται μία γυναίκα που απευθύνεται στην κάμερα. Η κάμερα ανεβαίνει και εστιάζει στα χέρια της πρώτης γυναίκας τη στιγμή που χειροκροτεί με φόντο τις σημαίες του ΣΥΡΙΖΑ.				
ΠΛΑΝΟ 34	0:58'	Σε μεσαίας γωνιακής λήψης πλάνο η κάμερα εστιάζει σε μια γυναίκα που χειροκροτεί ανάμεσα σε άλλες που βρίσκονται γύρω της. Υπάρχει πηγή εισόδου φωτός, πιθανόν από κάποιον προβολέα από τα δεξιά της εικόνας.	Η μουσική και τα χειροκροτήματα εντείνονται.	Και πυξίδα τους τον ΣΥΡΙΖΑ		
ΠΛΑΝΟ 35	0:59'- 1:00	Στο μεσαίας λήψης από κάτω πλάνο παρατηρούνται ο κ. Τσίπρας, ο Ιγκλέσιας των Rodemos και συνεργάτες τους να χαιρετούν και να ευχαριστούν τον κόσμο.	Η μουσική κορυφώνεται σταδιακά.			

		Ο κ. Τσίπρας χαιρετά με το δεξί χέρι και με το αριστερό ευχαριστεί μέχρι να σηκώσει και τα δύο χέρια.				
ΠΛΑΝΟ 36	1:01'- 1:02'	Ως απάντηση του προηγούμενου πλάνου έχουμε την μακρινή στρεφόμενη προς τα αριστερά λήψη του κόσμου με σημαίες να κυματίζουν.	Η μουσική σε ένταση.			
ΠΛΑΝΟ 37	1:02'- 1:03'	Το πλάνο είναι μεσαίας από κάτω προς τα πάνω λήψης. Ξεχωρίζουν σημαίες και χέρια που χτυπούν παλαμάκια.	Η μουσική στο ίδιο τέμπο.			
ΠΛΑΝΟ 38	1:03'- 1:04'	Έχουμε γκρο πλάνο κοντινής λήψης στο πρόσωπο ενός μικρού αγοριού που απευθύνεται στην κάμερα μέσω του βλέμματος, χωρίς όμως κάποιο μορφασμό ή χειρονομία.	Η μουσική στο ίδιο επίπεδο.			
ΠΛΑΝΟ 39	1:04'- 1:07'	Το πλάνο είναι πλάγιας γωνιακής προς τα αριστερά λήψης και	Η μουσική συνεχίζει όπως πριν.			

		εστιάζει στην ίδια γυναίκα με το πλάνο 34. Βρίσκεται ανάμεσα σε κόσμο και απευθύνεται μέσω του βλέμματος και του χαμόγελού της στην κάμερα. Στο τέλος του πλάνου στρέφει το βλέμμα της προς τα δεξιά. Η εικόνα μαυρίζει σταδιακά.				
ΣΚΗΝΗ 3- ΠΛΑΝΟ 1	1:08'- 1:10'	Στο πλάνο εμφανίζεται αυτόματα χρωματιστό πλαίσιο(η μεγαλύτερη επιφάνεια είναι κόκκινη και λιγότερο το πράσινο, το γαλάζιο, το βυσσινί) και η αναγραφή «το αύριο έχει ταυτότητα» με μαρκαρισμένο το επίρρημα «ταυτότητα». Τα γράμματα είναι κεφαλαία σε λευκό χρώμα.	Η μουσική παραμένει το ίδιο δυνατή.		Το αύριο έχει ταυτότητα	
ΠΛΑΝΟ 2	1:10'- 1:12'	Στο πλάνο εμφανίζεται αυτόματα χρωματιστό πλαίσιο(η μεγαλύτερη επιφάνεια είναι έντονα κόκκινη και πολύ	Η μουσική δεν επιδέχεται αλλαγές.		Αγωνιζόμαστε Συμμετέχουμε Ψηφίζουμε	

ΠΛΑΝΟ 3		λιγότερο το πράσινο και το γαλάζιο) και η αναγραφή «αγωνιζόμαστε – συμμετέχουμε – ψηφίζουμε» με κεφαλαία και λευκά γράμματα.				
	1:13'- 1:15'	Το πλάνο έχει ως φόντο το κόκκινο χρώμα. Στο κέντρο του σχηματίζεται ένα πολύχρωμο πλαίσιο, που πάνω του φέρει την αναγραφή «ξεμπερδεύουμε με το παλιό» και μέσα στο πλαίσιο «κερδίζουμε το αύριο» με μαρκαρισμένο τον χρονικό επίρρημα «αύριο».	Η μουσική φτάνει στην κορύφωση της.		Ξεμπερδεύουμε με το παλιό Κερδίζουμε το αύριο	

ΠΛΑΝΟ 4	1:16'- 1:18'	Το πλάνο έχει ως φόντο και πάλι το κόκκινο χρώμα. Στο κέντρο λαμβάνει χώρα το σήμα του ΣΥΡΙΖΑ και από κάτω η αναγραφή με κεφαλαία και λευκά	Η μουσική κορυφώνεται και σταματά.		ΣΥΡΙΖΑ μόνο μπροστά	
------------	-----------------	---	------------------------------------	--	---------------------	--

		γράμματα «ΣΥΡΙΖΑ - μόνο μπροστά».				
--	--	--------------------------------------	--	--	--	--

1^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 1η σκηνή είναι «Η ιστορία γράφεται παντού», όπως δηλώνει η επιγραφή της εικόνας. Οι δράστης της διαδικασίας είναι η «ιστορία» και ταυτίζεται με τον ΣΥΡΙΖΑ. Το άνωσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι ο ΣΥΡΙΖΑ γράφει τη δική του ιστορία στα πολιτικά δρώμενα και ο στόχος είναι να συνεχίσει να είναι φορέας αλλαγής και αισιοδοξίας(μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργαστική διαδικασία με έμφαση στο επίρρημα «παντού», που πραγματώνεται με τη χρήση του ρήματος σε παθητική φωνή. Προτιμάται η μονόδρομη μεταβατική δράση, επειδή «ένα άνωσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει δύο συμμετέχοντες, ένα Δρώντα και ένα στόχο» (Kress&VanLeeuwen, 2010, σ.138).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Στην κατεύθυνση της δήλωσης «παροχής πληροφοριών» συστρατεύεται η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (γράφεται). Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει την «κοντινή λήψη». Η εικόνα είναι κεντραρισμένη, αφού στο κέντρο της λαμβάνει χώρα η επιγραφή « η ιστορία γράφεται παντού».

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη κέντρο – περιθώριο», καθώς τα σημαντικά στοιχεία επισημαίνονται στο κέντρο. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Τέλος, ο

«χρωματικός συντονισμός» χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την «τροπικότητα» της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να προκαλέσει απόλαυση, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και παρουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει «διαπροσωπικό» νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωηρό κόκκινο με την γραπτή ένδειξη «η ιστορία γράφεται παντού» συμπυκνώνει και υπερτονίζει το ζητούμενο (Verner- Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015) υποδηλώνοντας με την επιλογή του χρώματος ότι η ιστορία ταυτίζεται με τον ίδιο τον ΣΥΡΙΖΑ. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει ως δράστη τον ΣΥΡΙΖΑ. Τα υπόλοιπα χρώματα, που υφίστανται στην εικόνα σε πολύ μικρότερο βαθμό, υποδηλώνουν τα υπόλοιπα κόμματα συνεργασίας, όπως το πράσινο (Οικολόγοι Πράσινοι) και το γαλάζιο (ΑΝ.ΕΛ.).

2^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 2η σκηνή είναι «Η κεντρική προεκλογική ομιλία του ΣΥΡΙΖΑ». Οι δράστες της διαδικασίας είναι πρώτα από όλα το πλήθος και δευτερευόντως ο κύριος Τσίπρας και ο επικεφαλής των Podemos. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι άνθρωποι όλων των ηλικιών, πολλών εθνικοτήτων βρίσκονται στην κεντρική ομιλία και ο στόχος είναι να

πείσουν ο ΣΥΡΙΖΑ και ο κ. Τσίπρας τον κόσμο να τους ψηφίσει για δεύτερη φορά μέσα στον ίδιο χρόνο (μεταβατική διαδικασία). Το σποτ είναι πολυτροπικό με εντυπωσιακές εναλλαγές εικόνας, ήχου, γραπτού και προφορικού λόγου. Η εικόνα παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο αλλά και ο ήχος έχει ιδιαίτερη σημασία. Τα ρήματα, είτε στον γραπτό είτε στον προφορικό λόγο, ανήκουν στην εργασιακή διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση των ρημάτων σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών(εναλλαγή α' πληθυντικό με γ' ενικό πρόσωπο). Προτιμάται η μονόδρομη μεταβατική δράση, επειδή «ένα άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει δύο συμμετέχοντες, ένα Δρώντα και ένα στόχο» (Kress & Van Leeuwen, 2010, σ.138).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσω της εικόνας μεταξύ των συμμετεχόντων είναι ισότιμοι και ο ΣΥΡΙΖΑ τους κατατάσσει στο ίδιο πλαίσιο για να προβάλλει το ενωτικό κλίμα. Η επιλογή του παραγωγού της εικόνας εμπειρεύει εναλλαγές ως προς την απευθυντικότητα ή μη των συμμετεχόντων μέσω του βλέμματος στον θεατή. Αυτό το στοιχείο κατατάσσεται στο είδος της «παροχής». Ωστόσο, αξίζει να τονιστεί η ύπαρξη απευθυντικότητας με την παρουσία βλέμματος, μορφασμών και χειρονομιών σε πολλά σημεία (χαμόγελα, χειροκροτήματα). Στην κατεύθυνση της δήλωσης «παροχής πληροφοριών» συστρατεύεται και η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (δε γυρίζει, πηγαίνει). Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει την «κοντινή λήψη», που τοποθετεί το δείκτη στην κλίμακα της οικειότητας ανάμεσα στα απεικονιζόμενα πρόσωπα και τον θεατή, αλλά και τη «μεσαία λήψη» δηλώνοντας μετρίου βαθμού οικειότητα. Η πραγμάτωση της σχέσης εξουσίας μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων και του θεατή απεικονίζεται με κάθετη γωνία λήψης(εξουσία) και συγκεκριμένα από «χαμηλής γωνίας λήψης», δηλώνοντας έτσι ότι το απεικονιζόμενο αντικείμενο δείχνει τεράστιο και σημαντικό, άρα αυτό ασκεί εξουσία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει κυρίως «ζώνη αριστερά – δεξιά», καθώς επισημαίνεται μία γνωστή και δεδομένη πληροφορία. Δε λείπουν, όμως, πλάνα στα οποία επιλέγεται η «ζώνη πάνω - κάτω», η οποία δηλώνει μία σχέση ιδανικής και πραγματικής κατάσταση αλλά και η «ζώνη κέντρο – περιθώριο» κυρίως στην αρχή και στο τέλος του σποτ, όπου η πλαισίωση περιλαμβάνει μέσα πλαισίου (κουτάκια, φωτεινή επιγραφή). Αυτό σημαίνει ότι η προβολή γίνεται με την παρουσία τεχνικών προσέλευσης με σκοπό την προσέλευση της προσοχής του θεατή. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Η διάταξη αυτή σε συνδυασμό με την οπτική απεικόνιση του στόχου και την πλαισίωση του τον καθιστούν πιο προεξέχων από τους συμμετέχοντες. Τέλος, ο «χρωματικός συντονισμός» χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την «τροπικότητα» της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να προκαλέσει απόλαυση, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Παράλληλα, εμπλέκεται ο νατουραλιστικός προσανατολισμός κωδικοποίησης, αφού η εικόνα λειτουργεί ως πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και παρουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Αντίθετα, στην απεικόνιση των δρώντων παρατηρούμε σχεδόν απουσία χρώματος, ελάχιστη διαφοροποίηση που φτάνει σχεδόν στη μονοχρωμία, χαμηλή ένταση, απουσία φόντου και μέτρια προς χαμηλή ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση, δηλαδή, χαμηλή τροπικότητα. Το βάθος κυμαίνεται από τη γωνιακή έως τη μετωπική - ισομετρική προοπτική, ενώ δε

διακρίνεται συγκεκριμένη πηγή φωτισμού, η οποία να επηρεάζει τους συμμετέχοντες, στοιχεία που υποδηλώνουν μέτρια τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει «διαπροσωπικό» νόημα. Συγκεκριμένα, τα χρώματα που επιλέγονται στη 2^η σκηνή έχουν να κάνουν με το φόντο στο βήμα ομιλίας του κ. Τσίπρα (κόκκινο-μωβ) και τις σημαίες στους ίδιους χρωματισμούς. Είναι τα χρώματα που αυτοκαθορίζουν τον ΣΥΡΙΖΑ υποδηλώνοντας ελπίδα, αλλαγή, ανανέωση. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον δράστη ως το ζητούμενο.

3^η σκηνή:

Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Ο γενικός τίτλος που θα μπορούσε να έχει η 3^η σκηνή είναι «Το αύριο έχει ταυτότητα και το κερδίζουμε». Οι δράστες της διαδικασίας είναι ο ΣΥΡΙΖΑ και ο κόσμος που τον υποστηρίζει. Το άνυσμα εντοπίζεται στο γεγονός ότι μέσα από αγώνα ξεμπερδεύουμε από το παλιό, που έχει αποδειχτεί ότι είναι σάπιο και συμμετέχουμε στο καινούριο, που είναι ο ΣΥΡΙΖΑ. Στόχος του ΣΥΡΙΖΑ είναι να ψηφιστεί ξανά (μεταβατική διαδικασία). Χρησιμοποιείται η εργασιακή διαδικασία με έμφαση στους δράστες, που πραγματώνεται με τη χρήση του ρημάτων σε ενεργητική φωνή και την τοποθέτηση των δραστών. Προτιμάται η μονόδρομη μεταβατική δράση, επειδή «ένα άνυσμα που δημιουργείται από ένα απεικονιζόμενο στοιχείο ή βέλος, συνδέει δύο συμμετέχοντες, ένα Δρώντα και ένα στόχο» (Kress&VanLeeuwen, 2010, σ.138).

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Στην κατεύθυνση της δήλωσης «παροχής πληροφοριών» συστρατεύεται η χρήση οριστικής έγκλισης των ρημάτων (ξεμπερδεύουμε, αγωνιζόμαστε). Η κοινωνική απόσταση μεταξύ των απεικονιζόμενων αντικειμένων, σύμφωνα με

το οπτικό σύστημα του μεγέθους του πλαισίου, περιλαμβάνει την «κοντινή λήψη». Η εικόνα ακολουθεί τη ζώνη «αριστερά – δεξιά», αφού υποδεικνύεται σχέση σημαντικής πληροφορίας αλλά στο κέντρο της λαμβάνουν χώρα οι επιγραφές «ξεμπερδεύουμε με το παλιό - κερδίζουμε το αύριο».

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των επιμέρους απεικονιζόμενων αντικειμένων ως πληροφοριακή αξία μπορούμε να πούμε ότι ανήκει στη «ζώνη κέντρο – περιθώριο», καθώς τα σημαντικά στοιχεία επισημαίνονται στο κέντρο. Στο αναγνωστικό μονοπάτι ακολουθείται γραμμική πορεία ανάγνωσης. Τέλος, ο «χρωματικός συντονισμός» χρησιμοποιείται για την προαγωγή της κειμενικής συνοχής.

Σχετικά με την «τροπικότητα» της σκηνής και εξετάζοντας τους επιμέρους δείκτες της μπορούμε να διακρίνουμε μια πολύπλοκη αλληλεπίδραση οπτικών ενδείξεων. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να προκαλέσει απόλαυση, βάσει της ψυχολογίας των χρωμάτων, επομένως εκφράζεται υψηλή τροπικότητα. Ειδικότερα, στις κλίμακες του χρώματος παρατηρούμε ύψιστο κορεσμό, έντονη διαφοροποίηση με ποικιλία χρωμάτων, πλήρως έντονο χρώμα και παρουσία φόντου και μέγιστη ιδεοποιητική λεπτομέρεια στην απεικόνιση του στόχου, δηλαδή, υψηλή τροπικότητα. Σε επίπεδο επικοινωνιακής λειτουργίας επίσης το χρώμα εκφράζει «διαπροσωπικό» νόημα. Συγκεκριμένα, το ζωηρό κόκκινο με την γραπτές ενδείξεις «το αύριο έχει ταυτότητα», «Αγωνιζόμαστε – Συμμετέχουμε - Ψηφίζουμε», «Ξεμπερδεύουμε με το παλιό - Κερδίζουμε το αύριο», «ΣΥΡΙΖΑ – μόνο μπροστά» συμπυκνώνουν και υπερτονίζουν το ζητούμενο (Verner-Bonds, 2001 στο Στανίση, 2015), υποδηλώνοντας με την επιλογή του χρώματος τον ίδιο τον ΣΥΡΙΖΑ. Επομένως, η επιλογή του χρώματος εδώ χρησιμοποιείται από τον παραγωγό της εικόνας για να υποδείξει τον δράστη ως το ζητούμενο.

B. Περιγραφική ανάλυση γλωσσικού μηνύματος

Κείμενο

«Η ιστορία γράφεται παντού.

Τσίπρας: Ο πόθος του λαού μας για ζωή δεν μπορεί να γίνει και δεν θα γίνει μια μικρή παρένθεση.

Pablo Manuel Iglesias Turrión: Yo lo quiero decir esta noche “Podemos” esta con Alexis.

Τσίπρας: Η Ελλάδα δε γυρίζει πίσω. Η Ελλάδα πηγαίνει μόνο μπροστά με οδηγό τον λαό και πυξίδα του τον ΣΥΡΙΖΑ.

Το αύριο έχει ταυτότητα

Αγωνιζόμαστε – Συμμετέχουμε - Ψηφίζουμε

Ξεμπερδεύουμε με το παλιό - Κερδίζουμε το αύριο

ΣΥΡΙΖΑ - Μόνο μπροστά».

Περιγραφική ανάλυση

«Η ιστορία γράφεται παντού».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «η ιστορία» τοποθετείται στη αρχή της πρότασης για να δοθεί έμφαση. Το ρήμα «γράφεται» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφει δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Γίνεται χρήση παθητικής σύνταξης που μέσω αυτής δίνεται έμφαση στην εκδοχή της δράσης και όχι του δράστη. Η περίπτωση που προκύπτει εκφράζεται με το επιρρηματικό σύνολο «παντού».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού στο ρήμα. Παράλληλα, περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής

τροπικότητας και η ενίσχυση της ισχυρής απόφραξης. Το επίρρημα «παντού» που προσδιορίζει το ουσιαστικό «ιστορία» αποτελεί στοιχείο «αξιολόγησης» του εκφωνητή και γι' αυτό το λόγο η πρόταση διεπιδρά στο κοινό.

«Ο πόθος του λαού μας για ζωή δεν μπορεί να γίνει και δεν θα γίνει μια μικρή παρένθεση».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας μέσα από τη λεξικογραμματική ανάλυση, ο «πόθος» και το προθετικό σύνολο «για ζωή» είναι χαρακτηριστικά της συσχετιστικής κατηγορικής διαδικασίας που περιγράφουν τον φορέα, δηλαδή τον προσδιορισμό «του λαού». Αυτό οφείλεται στους ρηματικούς τύπους «να γίνει» και «δεν θα γίνει», που λειτουργούν ως παράγωγο του «είμαι» και δηλώνουν σχέση συμβολικού τύπου ανάμεσα σε οντότητες. Χαρακτηριστικό, επίσης, αποτελεί «μια μικρή παρένθεση» με το επίθετο «μικρή» να το εμπλουτίζει. Πριν την συσχετιστική διαδικασία, μεσολαβεί ο ρηματικός τύπος «δεν μπορεί» που εντάσσεται στη νοητική διαδικασία.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η πρόταση ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου και πιο συγκεκριμένα στις προτάσεις καθώς το ρήμα εκφέρεται με υποτακτική έγκλιση «να γίνει». Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα και στο σύστημα της διάθεσης περιλαμβάνεται η δεοντική τροπικότητα. Τέλος, το επίθετο «μικρή» προσδιορίζει το ουσιαστικό «παρένθεση» και αποτελεί ολοφάνερο στοιχείο «αξιολόγησης» του εκφωνητή. Γι' αυτό το λόγο, η πρόταση καταφέρει να διεπιδράσει, παρόλο που γίνεται χρήση γ' ενικού προσώπου.

«Yo lo quiero decir esta noche “Podemos” esta con Alexis».

Η μετάφραση της πρότασης του επικεφαλής του ισπανικού κόμματος Ποδέμος (Podemos) είναι η εξής: «Κι αυτό που θέλω να πω απόψε (αυτή τη νύχτα) είναι ότι οι Ποδέμος είναι με τον Αλέξη».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης, ο Ιγκλέσιας εκπροσωπεί και εκφράζει το ισπανικό κόμμα των Ποδέμος (έμφαση στο δράστη). Το ρήμα «είναι» πραγματώνει τη συσχετιστική ταυτοποιητική διαδικασία με φορέα «οι Ποδέμος» και χαρακτηριστικό το προθετικό σύνολο «με τον Αλέξη». Σε λεξικογραμματικό επίπεδο, οι συμμετέχοντες της διαδικασίας είναι οι Ποδέμος και αποδέκτες της δράσης (στόχος) ο Τσίπρας.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου, καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' ενικού «θέλω να πω» και γ' ενικού του ρήματος «είναι». Ο ομιλητής χρησιμοποιεί προσωπικό ύφος και καθιστά το κείμενο διεπιδραστικό. Υπάρχει, για ακόμα μια φορά, έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, αφού δηλώνεται απόλυτη βεβαιότητα και ισχυρή απόφαση.

«Η Ελλάδα δε γυρίζει πίσω».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης είναι «η Ελλάδα». Το ρήμα «δε γυρίζει» της κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στην υλική διαδικασία με αποδέκτη το επιρρηματικό σύνολο «πίσω». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη για να δοθεί έμφαση στο δράστη(προσωποποίηση).

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο βεβαιωτικό είδος πράξεων λόγου παρόλο που το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που σηματοδοτεί την απόλυτη βεβαιότητα μέσω του ρήματος «δε γυρίζει» σε συνδυασμό με τη

χρήση του επιρρηματικού συνόλου «πίσω» ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Η Ελλάδα πηγαίνει μόνο μπροστά με οδηγό τον λαό και πυξίδα του τον ΣΥΡΙΖΑ».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας «η Ελλάδα» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχων) που πραγματώνεται με το ρήμα «πηγαίνει» (διαδικασία) με στόχο το επιρρηματικό σύνολο «μόνο μπροστά». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «πηγαίνει» και ενισχύεται μέσω των επεξηγηματικών ουσιαστικοποιήσεων «με οδηγό τον λαό και πυξίδα του τον ΣΥΡΙΖΑ» του επιρρηματικού συνόλου «μόνο μπροστά».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο βεβαιωτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

«Το αύριο έχει ταυτότητα».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας το «αύριο» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «έχει» (συσχετιστική διαδικασία) και ως αποδέκτη της δράσης (στόχος) έχει το «ταυτότητα». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία με έμφαση στο στόχο «ταυτότητα». Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «έχει» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης. Ο ρόλος του δράστη μετριάζεται αφού ακολουθεί το αποτέλεσμα «ταυτότητα».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας δηλώνει ισχυρή απόφαση «αύριο-ταυτότητα».

«Αγωνιζόμαστε – Συμμετέχουμε – Ψηφίζουμε».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήματα «ψηφίζουμε», «συμμετέχουμε» και «ψηφίζουμε» (διαδικασία) με στόχο το εννοούμενο ζητούμενο «ΣΥΡΙΖΑ». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «ψηφίζουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήματα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

«Ξεμπερδεύουμε με το παλιό - Κερδίζουμε το αύριο».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήματα «ξεμπερδεύουμε» και «κερδίζουμε» (διαδικασία) με στόχο το «παλιό»(σύστημα) και το «αύριο»(ΣΥΡΙΖΑ). Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω

του ρήματος «ξεμπερδεύουμε» και με την προσθήκη του επιθήματος –ξε ενισχύεται σημασιολογικά η πρόταση.

Β. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, οι προτάσεις ανήκουν στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήματα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

ΣΥΡΙΖΑ - Μόνο μπροστά

ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΣΠΟΤ ΝΕΑΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

3.2.5.5°Τηλεοπτικό σποτ

<https://youtu.be/tLVGa3HYuVw>

1. Περιγραφική ανάλυση λόγου
2. Α. Περιγραφική ανάλυση εικόνας⁵

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
Σκηνή 1						
Πλάνο 1	0:01'-0:03'	Το πλάνο ξεκινά με την εικόνα ενός άνδρα με προβληματισμένο ύφος.	Έντονη μουσική με διαβάθμιση.	Ανεργία	Ανεργία	

⁵Fairclough, N.,; Clive H. (1995). Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. Longman

Πλάνο 2	0:03'-0:04'	Ο άνδρας αλλάζει ύφος και δείχνει περισσότερο χαρούμενος ενώ από πίσω του φαίνεται μια ηλικιωμένη γυναίκα με μια μικρότερη.	Έντονη μουσική που γίνεται πιο χαρούμενη.	Δουλειά	Δουλειά		
	Πλάνο 3	0:04'-0:09'	Η νέα γυναίκα φιλάει την ηλικιωμένη γυναίκα που δείχνει θλιμμένη.	Έντονη μουσική με διαβάθμιση.	Αξιοπρέπεια	Αξιοπρέπεια	
		0:09'-0:11'	Στο πλάνο φαίνεται μόνο η ηλικιωμένη γυναίκα η οποία είναι χαμογελαστή αλλά μερικώς θλιμμένη.	Έντονη μουσική.	Ντροπή	Ντροπή	

	0:12'-0:13'	Φαίνονται τρεις νέοι χαμογελαστοί που τρέχουν.	Ήπια μουσική με διαβάθμιση.	-	Ντροπή	
	0:14'-0:15'	Μένουν δυο νέοι στο πλάνο που χαμογελούν έντονα και κοιτάζονται μεταξύ τους.	Ήπια μουσική.	Δημιουργία	Δημιουργία	
	0:15'-0:18'	Οι νέοι σταδιακά φεύγουν από την εικόνα και ξεκινάει να φαίνεται θολά ένας ηλικιωμένος άνδρας.	Έντονη μουσική με διαβάθμιση.	Καταστροφή	Καταστροφή	
	0:18'-0:21'	Ο ηλικιωμένος άνδρας φαίνεται να προχωρά και συναντά έναν άνδρα και κοιτάζονται έντονα	Έντονη μουσική με διαβάθμιση.	Ευρώ	Ευρώ	

0:21'-0:24'	Οι δυο άνδρες συνεχίζουν να κοιτάζονται έντονα και απομακρύνονται ο ένας από τον άλλον.	Έντονη μουσική με διαβάθμιση.	Δραχμή	Δραχμή	
0:24'-0:29'	Φαίνεται μια οικογένεια όπου ο άνδρας κρατάει το παιδί στην αγκαλιά του και η μητέρα χαρούμενη παίζει με το παιδί της.	Έντονη μουσική.	Ελπίδα	Ελπίδα	
0:29'-0:32'	Το παιδί αγκαλιάζει τον άνδρα και τον φιλάει.	Έντονη μουσική.	Φόβος	Φόβος	
0:32'-0:21'	Απομακρύνεται η εικόνα της οικογένειας και σε πρώτο πλάνο φαίνεται το	Ήπια μουσική με διαβάθμιση.	Τιμωρώ	Τιμωρώ	

	πρόσωπο μιας νέας γυναίκας προβληματισμένο.				
0:21'-0:24'	Η εικόνα της γυναίκας είναι θυμωμένη.	Έντονη μουσική.	Ψηφίζω	Ψηφίζω	
0:24'-0:37'	Απομακρύνεται η εικόνα της γυναίκας και φαίνεται θολά το πλήθος.	Μουσική με έντονη διαβάθμιση.	Ελλαδίτσα	Ελλαδίτσα	
0:37'-0:39'	Συνεχίζει να φαίνεται αχνά το πλήθος.	Έντονη μουσική.	Ελλάδα	ΕΛΛΑΔΑ	
0:49'-0:41'	Φαίνεται μόνο ένα γραπτό κείμενο και ακούγεται η φωνή του Αντώνη Σαμαρά.	Έντονη μουσική.	Διλλήματα τέλος	ΔΙΛΛΗΜΑΤΑ ΤΕΛΟΣ	

Σκηνή 2	0:41'-0:45'	Στην εικόνα εμφανίζεται ο Αντώνης Σαμαράς να περπατά μαζί με έναν νέο και χαιρετά κι έναν ακόμα νεότερο περαστικό.		Έρθε η ώρα των αποφάσεων		
	0:46'-0:54'	Φεύγουν από την εικόνα οι νέοι και μένει μόνος του ο Αντώνης Σαμαράς σε μακρινό πλάνο.	Ήπια μουσική υπόκρουση αλλά έντονη	Έρθε η ώρα να κυβερνήσουμε την Ελλάδα διαφορετικά με ασφάλεια, ανάπτυξη, δικαιοσύνη. Μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα νέο μοντέλο για τη χώρα για να έρθει γρήγορα η ανάπτυξη		
	0:54'-0:57'	Το πλάνο γίνεται κοντινό, φαίνεται	Ήπια μουσική.	Με ανταγωνιστικότη		

	μόνο το πρόσωπο του Αντώνη Σαμαρά το οποίο είναι χαμογελαστό και εκφράζει ελπίδα.		ητα και εξωστρέφεια για να υπάρξουν ευκαιρίες για όλους		
0:57'-01:04'	Το πλάνο απομακρύνεται λίγο και δείχνει τον Αντώνη Σαμαρά από τη μέση και πάνω και είναι πιο επιθετικό το ύφος.		Σε όσους βασίζουν την ύπαρξή τους στην καταστροφή απαντάμε πως η Ελλάδα έχει μέλλον		
01:04'-1:05'	Το πλάνο γίνεται πάλι κοντινό και φαίνεται μόνο το πρόσωπο του Αντώνη Σαμαρά που συνεχίζει να έχει επιθετικό ύφος παράλληλα δείχνει και σίγουρος.	Έντονη μουσική.	Η Ελλάδα θα τα καταφέρει		

Σκηνή 3	01:05'-1:07'	Στην εικόνα μπαίνει μόνο το λογότυπο της Νέας Δημοκρατίας.	Έντονη μουσική με διαβάθμιση.	Νέα Δημοκρατία	Νέα Δημοκρατία	
	01:05'-1:09'	Στην εικόνα μπαίνει κάτω από το λογότυπο της Νέας Δημοκρατίας και το όνομα του Αντώνη Σαμαρά.	Έντονη μουσική με διαβάθμιση.	Αντώνης Σαμαράς	Νέα Δημοκρατία. Αντώνης Σαμαράς	
	01:09'-1:13'	Στην εικόνα μπαίνει σε μικρότερο μέγεθος πάνω αριστερά, και στη μέση με μεγάλα πράγματα το σύνθημα «Η Ελλάδα θα τα καταφέρει» και κάτω δεξιά το όνομα του Αντώνη Σαμαρά.	Έντονη μουσική και εκτόνωση της διαβάθμισης.	Η Ελλάδα θα τα καταφέρει	Νέα Δημοκρατία. Αντώνης Σαμαράς, η Ελλάδα θα τα καταφέρει	



1^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας⁶

Η πρώτη σκηνή ουσιαστικά εκφράζει μέσα από την εικόνα, τα συναισθήματα των ανθρώπων και βασικές πηγές άγχους για την ελληνική κοινωνία όπως είναι η ανεργία, η δουλειά, η αξιοπρέπεια, η ντροπή, η δημιουργία, η καταστροφή, ο φόβος για την δραχμή, η ελπίδα, ο φόβος, το αίσθημα τιμωρίας και η απόφαση για την ψήφο. Στην 1^η σκηνή δίνεται έμφαση περισσότερο στις εικόνες που επιδέχονται πολλαπλών ερμηνειών, ενώ με μια λέξη περιγράφεται το νόημα της κάθε εικόνας. Απουσιάζουν ρήματα οπότε δίνεται έμφαση στην εικόνα και στη λέξη. Ύστερα από τις αναφορές σε συναισθηματικά στοιχεία που αφορούν τους Έλληνες, παρουσιάζεται η λέξη «Ελλάδα» και «Ελλαδίτσα» δίνοντας με διαφορετικές εικόνες έντονη σημασία στην υποτίμηση της χώρας ενώ στο τέλος το μήνυμα «Διλήμματα τέλος» φαίνεται έντονο και αποφασιστικό για να πείσει τους τηλεθεατές. Στην πρώτη σκηνή γίνεται κάποιου είδους αφήγηση δεδομένου ότι τα πρόσωπα εναλλάσσονται μέσα στο πλήθος και κάθε ένα παρουσιάζεται και δρα με γνώμονα την υποστήριξη της αναφερόμενης λέξης. Οι εικόνες είναι δυναμικές και υποδηλώνουν εξέλιξη, η οποία ουσιαστικά καταλήγει στη φράση «Διλήμματα τέλος».

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι εικόνες που εναλλάσσονται στην πρώτη σκηνή είναι άνισες και ουσιαστικά επιχειρούν να προβάλλουν την μοναδικότητα. Έμφαση δίνεται στις πράξεις και το βλέμμα των συμμετεχόντων που τελικά καθορίζουν και την ερμηνεία του νοήματος της κάθε λέξης που αναφέρεται. Στις περισσότερες εικόνες επιλέγεται η κοντινή λήψη πλάνου ενώ οι πίσω

⁶KressG, VanLeeuwen, T. Η Ανάγνωση των εικόνων, Η Γραμματική του Οπτικού Σχεδιασμού (Επιμέλεια – Θεώρηση: Φωτεινή Παπαδημητρίου), Αθήνα: εκδ. Επίκεντρο

εικόνες είναι θολές για να δοθεί επιπρόσθετη έμφαση στη κεντρική εικόνα. Οι πρωταγωνιστές ασκούν εξουσία τους θεατές διότι βρίσκονται σε πρώτο πλάνο και σε συνδυασμό με την μουσική υπόκρουση ενεργοποιούνται καίρια συναισθήματα. Η λήψη είναι κοντινή και τα χρώματα αρκετά ζωντανά όταν παρουσιάζεται κάποια διάσταση με θετική χροιά, ενώ τα χρώματα σκοτεινιάζουν όταν παρουσιάζονται διαστάσεις με αρνητική χροιά.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Για την ανάλυση της κειμενικής εικόνας θα πρέπει να επισημανθεί ότι στην πρώτη σκηνή ο πομπός είναι η εικόνα, δηλαδή οι συμμετέχοντες που φαίνονται στο διαφημιστικό σποτ και ο δέκτης είναι το πρόσωπο που παρακολουθεί το σποτ και πιο συγκεκριμένα οι Έλληνες πολίτες. Η περίπτωση κάτω από την οποία εμφανίζεται το κειμενικό είδος είναι η παρουσίαση στους πολίτες ενός διαφημιστικού σποτ που επιχειρεί να τους παρουσιάσει την υπάρχουσα κατάσταση μέσα από την αντίθεση με την κατάσταση που θα επιτευχθεί, εάν ψηφίσουν τη Νέα Δημοκρατία. Οι συμμετέχοντες αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους στις εικόνες δεδομένου ότι ο ένας προσπερνά το άλλον και διαδοχικά έρχονται στο προσκήνιο. Η γλώσσα που χρησιμοποιεί το κείμενο είναι κοινωνική-σημειωτική, διότι συμβολικά κωδικοποιούνται τα νοήματα και παραπέμπεται ο δέκτης σε συγκεκριμένα κοινωνικά μηνύματα.

2^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Στην δεύτερη σκηνή εμφανίζεται το ίδιο το πρόσωπο που εκπροσωπεί το κόμμα που έχει δημιουργήσει το τηλεοπτικό σποτ (Αντώνη Σαμαράς). Αρχικά, ο συμμετέχων μόνο ακούγεται ενώ στην συνέχεια εμφανίζεται μαζί με έναν νεαρό να προχωράει με σιγουριά συζητώντας μαζί του και χαιρετώντας κι άλλον έναν νέο παράλληλα. Πρόκειται για μια αφηγηματική διαδικασία διότι στην αρχή εμφανίζεται ο αρχηγός του κόμματος που συμβολικά μιλάει με νέους και στο τέλος της σκηνής συντελούνται όλες οι

σημαντικές δηλώσεις που πρέπει να κάνει για να δώσει μια κορύφωση στη σκηνή και να πείσει τον ακροατή.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται στη συγκεκριμένη σκηνή μέσα από την ανάλυση των εικόνων προβάλλουν τη σημασία της ύπαρξης καλής κοινωνικής σχέσης της πολιτικής με την νεολαία. Οι συμμετέχοντες μέσα από το περπάτημα μαζί, τον χαιρετισμό ενός νέου από τον Αντώνη Σαμαρά και τη συζήτηση με τον νέο που πορεύεται μαζί του δίνουν μια έμμεση εικόνα στο θεατή και εικονιστική πράξη προσφοράς, δεδομένου ότι στο πρώτο μέρος της δεύτερης σκηνής δεν υπάρχει βλεμματική επαφή. Πρόκειται επίσης για μια σκηνή με νατουραλιστικό προσανατολισμό κωδικοποίησης διότι η εικόνα είναι πιστό αντίγραφο της πραγματικότητας μέχρι και την στιγμή που γίνεται το κοντινό πλάνο στο πρόσωπο του Αντώνη Σαμαρά. Μόλις γίνεται το κοντινό πλάνο, η εικόνα φωτίζεται περισσότερο, αυξάνεται ο βαθμός ρεαλισμού και ουσιαστικά δίνεται έμφαση στο λόγο του πρωταγωνιστικού προσώπου.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Στην δεύτερη σκηνή ο πομπός είναι ο Αντώνης Σαμαράς και δέκτες οι θεατές του τηλεοπτικού σποτ, και οι υπόλοιποι συμμετέχοντες δρουν περισσότερο ως εργαλεία μεταλαμπάδευσης ενός νατουραλιστικού προσανατολισμού. Ο λόγος που χρησιμοποιείται είναι πρωτίστως προτρεπτικός δεδομένου ότι ξεκινά το λόγο του με τη φράση «Ήρθε η ώρα να κυβερνήσουμε την Ελλάδα». Μιλώντας στον πρώτο πληθυντικό δίνει το αίσθημα της συνεργατικής διακυβέρνησης και της ενεργής συμμετοχής του δέκτη στη διακυβέρνηση της χώρας. Με τον λόγο του στη συνέχεια αναφέρεται σε μη συγκεκριμένες πολιτικές βλέψεις γενικεύει χρησιμοποιώντας την φράση «Σε όσους βασίζουν την ύπαρξή τους στην καταστροφή, απαντάμε πως η Ελλάδα έχει μέλλον». Με τον τρόπο αυτό

στοχοποιεί τους πολιτικούς του αντιπάλους δίνοντας σημαντική έμφαση στο τέλος, στις ικανότητες της Ελλάδας να τα καταφέρει. Ο λόγος είναι έντονα συναισθηματικά φορτισμένος και οι σημειωτικοί πόροι εναλλάσσονται με την εικόνα και τη γλώσσα για να πείσουν το θεατή σχετικά με την αναφορικό νόημα του πομπού.

3^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Στη συγκεκριμένη σκηνή ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο κείμενο που εμφανίζεται στο λευκό φόντο αλλά και στην εκφώνηση των λέξεων που επιχειρούν να αποδώσουν συγκεκριμένα συναισθήματα και σκέψεις στον δέκτη. Δεν υπάρχουν εικόνες με πρόσωπα παρά μόνο ένα λευκό φόντο με τις φράσεις που επιχειρείται η προβολή. Πιο συγκεκριμένα, η εικόνα είναι ένα λευκό φόντο που σταδιακά εμφανίζεται το λογότυπο της Νέας Δημοκρατίας και με τη κορύφωση της μουσικής ολοκληρώνεται το σποτ με τη φράση και οριστική έγκληση ρήματος: «Η Ελλάδα θα τα καταφέρει», ενώ παράλληλα προβάλλεται το όνομα του Αντώνη Σαμαρά. Και στη σκηνή αυτή παρατηρείται συμβολική κωδικοποίηση και παραπομπή του θεατή σε μια συνθήκη που θα επέλθει με την διακυβέρνηση από την Νέα Δημοκρατία.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι στην σκηνή αυτοί δεν υπάρχουν διότι δεν συμμετέχουν πρόσωπα αλλά μόνο μηνύματα τα οποία έχουν ως τελικό αποδέκτη τον θεατή. Πάντως σε άμορφο πλαίσιο, ένας ρόλος είναι αυτός του Αντώνη Σαμαρά και των θεατών στους οποίους τονίζεται η άποψη ότι «Η Ελλάδα θα τα καταφέρει».

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Το πλαίσιο λήψης των φράσεων που απεικονίζονται στην εικόνα είναι από την κοντινή λήψη, στη μεσαία λήψη και τέλος στη μακρινή λήψη. Το γεγονός όμως ότι δεν απεικονίζονται καθόλου πρόσωπα στη σκηνή 3

καθιστά την εικόνα λιγότερο λειτουργική σε κειμενικό επίπεδο. Ο προσανατολισμός κωδικοποίησης είναι ο αισθητηριακός, στον οποίο το χρώμα χρησιμοποιείται για να συγκινήσει και να παροτρύνει τον θεατή κυρίως η μουσική και η έντονη ανάγνωση των κειμένων. Στις κλίμακες χρώματος παρατηρείται ένταση, χρήση των χρωμάτων του κόμματος και εναλλαγή χρωμάτων με το φόντο προκειμένου να απεικονίζεται καλύτερα ο στόχος.

B. Περιγραφική Ανάλυση γλωσσικού μηνύματος⁷

Κείμενο

Εκφωνητής: «ανεργία, δουλειά»

Εκφωνήτρια: «αξιοπρέπεια, ντροπή»

Εκφωνητής: «καταστροφή»

Εκφωνήτρια: «δημιουργία»

Εκφωνητής: «ευρώ, δραχμή»

Εκφωνήτρια: «ελπίδα»

Εκφωνητής: «ελπίδα»

Εκφωνητής: «φόβος»

Εκφωνήτρια: «φόβος»

Εκφωνήτρια: «τιμωρώ, ψηφίζω»

Εκφωνητής: «ελλαδίτσα, ΕΛΛΑΔΑ»

Σαμαράς: «Διλήμματα τέλος. Ήρθε η ώρα των αποφάσεων. Ήρθε η ώρα να κυβερνήσουμε την Ελλάδα διαφορετικά με ανάπτυξη, ασφάλεια, δικαιοσύνη. Μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα νέο μοντέλο για τη χώρα για να έρθει γρήγορα η ανάπτυξη με ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια, για να υπάρξουν ευκαιρίες για όλους. Σε όσους βασίζουν την ύπαρξή τους στην καταστροφή, απαντάμε πως η Ελλάδα έχει μέλλον. Η Ελλάδα θα τα καταφέρει.»

⁷Halliday, M.A.K. (1994). An introduction to functional grammar (2nd edition). London: Edward Arnold.

Εκφωνητής: «Νέα Δημοκρατία – Αντώνης Σαμαράς – Η Ελλάδα θα τα καταφέρει».

Περιγραφική ανάλυση

«Ανεργία, Δουλειά, Αξιοπρέπεια, Ντροπή, Δημιουργία, Καταστροφή, Ευρώ, Δραχμή, Ελπίδα, Φόβος, Τιμωρώ, Ψηφίζω, Ελλαδίτσα, Ελλάδα, Διλήμματα τέλος».

Στο συγκεκριμένο τηλεοπτικό σποτ τα πρώτα 41 δευτερόλεπτα συντελείται παράθεση των παραπάνω λέξεων. Οι παραπάνω λέξεις σε επίπεδο ανάλυσης λόγου δεν παρουσιάζουν μεμονωμένο ενδιαφέρον διότι δεν συνδέονται με ρήματα και με άλλους εννοιολογικούς δεσμούς. Ωστόσο, όταν παρουσιάζονται σε συνάρτηση με την εικόνα έχουν αυξημένες προεκτάσεις και παίρνουν σημαντικά κοινωνικά και πολιτικά μηνύματα με στόχο την προσέλκυση των πολιτών στη ψήφιση του συγκεκριμένου κόμματος. Το διαφημιζόμενο προϊόν εκφράζεται με ουσιαστικοποιήσεις και με αυτό τον τρόπο μετριάζεται ο ρόλος του δράστη.

«Ήρθε η ώρα των αποφάσεων»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, η «ώρα» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας(συμμετέχων) που πραγματώνεται με το ρήμα «ήρθε»(διαδικασία) και λαμβάνει χώρα με τον προσδιορισμό «των αποφάσεων»(περιστάσεις). Το ρήμα «ήρθε» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Αποδέκτες της δράσης(στόχος) είναι «οι αποφάσεις».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση(προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας,

που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Παρόλα αυτά, η διεπιδραστικότητα του λόγου ενισχύεται.

. «*Ήρθε η ώρα να κυβερνήσουμε την Ελλάδα διαφορετικά με ασφάλεια, ανάπτυξη, δικαιοσύνη*»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, η «ώρα» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας(συμμετέχων) που πραγματώνεται με το ρήμα «ήρθε»(διαδικασία) και λαμβάνει χώρα με τη δευτερεύουσα βουλευτική πρόταση(περιστάσεις). Το ρήμα «ήρθε» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Αποδέκτες της δράσης(στόχος) είναι «να κυβερνήσουμε την Ελλάδα διαφορετικά με ασφάλεια, ανάπτυξη, δικαιοσύνη». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «να κυβερνήσουμε» σε ενεργητική σύνταξη με εννοούμενο δράστη την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Επίσης, η επιλογή του ρήματος σε συνδυασμό με το επίρρημα «διαφορετικά» εκφράζει πράξη δυναμική και αποφασιστική. Το προθετικό σύνολο «με ασφάλεια, ανάπτυξη, δικαιοσύνη» λειτουργεί επεξηγηματικά στο επίρρημα «διαφορετικά» και συμπεριλαμβάνεται στους στόχους της πράξης.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση(προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα της κύριας και α' πληθυντικού για το ρήμα της δευτερεύουσας. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Η διεπιδραστικότητα του λόγου ενισχύεται με την

επιλογή του α' πληθυντικού προσώπου και το προθετικό σύνολο «με ασφάλεια, ανάπτυξη, δικαιοσύνη» λειτουργεί ως στοιχείο αξιολόγησης.

«Μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα νέο μοντέλο για τη χώρα για να έρθει γρήγορα η ανάπτυξη, με ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια, για να υπάρξουν ευκαιρίες για όλους».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας(συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «μπορούμε»(διαδικασία) και λαμβάνει χώρα με τις δευτερεύουσες προτάσεις(περιστάσεις). Το ρήμα «μπορούμε» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Αποδέκτες της δράσης(στόχος) είναι η βουλευτική πρόταση «να δημιουργήσουμε ένα νέο μοντέλο για τη χώρα», αλλά και οι τελικές «για να έρθει γρήγορα η ανάπτυξη, με ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια, για να υπάρξουν ευκαιρίες για όλους». Πρόκειται για εργαστικές διαδικασίες που επιτελούνται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «να δημιουργήσουμε» σε ενεργητική σύνταξη με εννοούμενο δράστη την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Επίσης, η επιλογή του ρήματος σε συνδυασμό με τον επιθετικό προσδιορισμό «ένα νέο μοντέλο» και το προθετικό σύνολο «για τη χώρα», εκφράζουν πράξη δυναμική και αποφασιστική. Ο στόχος της πράξης εντοπίζεται στις τελικές προτάσεις, με τα ρήματα «να έρθει» και «να υπάρξουν», με το πρώτο να πραγματώνεται υλική διαδικασία και με το δεύτερο υπαρκτική διαδικασία.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα της κύριας και

εναλλαγές για τα ρήματα των δευτερευουσών προτάσεων. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Η διεπιδραστικότητα του λόγου ενισχύεται με την επιλογή του α' πληθυντικού προσώπου και τους προσδιορισμούς «ένα νέο μοντέλο για τη χώρα», «με ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια», «ευκαιρίες για όλους» που ενισχύουν και συγκεκριμενοποιούν το στόχο.

«Σε όσους βασίζουν την ύπαρξή τους στην καταστροφή απαντάμε πως η Ελλάδα έχει μέλλον».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, ο δράστης της υλικής διαδικασίας είναι το προθετικό σύνολο (ποσοτική αντωνυμία) «σε όσους» (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «βασίζουν»(διαδικασία) και λαμβάνει χώρα με την ουσιαστικοποίηση «την ύπαρξη», την κτητική αντωνυμία «τους» και τον εμπρόθετο προσδιορισμό «στην καταστροφή» (περιστάσεις). Το ρήμα «βασίζουν» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Το ρήμα της κύριας πρότασης είναι το «απαντάμε» με εννοούμενο δράστη την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Το ρήμα ανήκει στη νοητική διαδικασία με στόχο τη δευτερεύουσα ειδική πρόταση «πως η Ελλάδα έχει μέλλον». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «έχει» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης «η Ελλάδα». Ο ρόλος του δράστη μετριάζεται αφού ακολουθεί το αποτέλεσμα «μέλλον».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση(προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου»

εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα της κύριας και γ' ενικού για το ρήμα της δευτερεύουσας. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Η διεπιδραστικότητα του λόγου ενισχύεται με την επιλογή του α' πληθυντικού προσώπου, του εμπρόθετου προσδιορισμού «στην καταστροφή» και του ουσιαστικού «μέλλον» και λειτουργούν ως στοιχεία αξιολόγησης και στόχοι.

«Η Ελλάδα θα τα καταφέρει».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης είναι «η Ελλάδα». Το ρήμα «θα καταφέρει» της κύριας πρότασης ανήκει σημασιολογικά στη νοητική διαδικασία με αποδέκτη την αντωνυμία «τα». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη για να δοθεί έμφαση στο δράστη(προσωποποίηση).

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο βεβαιωτικό είδος πράξεων λόγου παρόλο που το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που σηματοδοτεί την απόλυτη βεβαιότητα μέσω του ρήματος «θα καταφέρει» σε συνδυασμό με τη χρήση την αντωνυμία «τα» ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

3.2.6.6° Τηλεοπτικό σποτ

https://youtu.be/UPx_uVvxSO0?list=PL02642944C6369D09

Α. Περιγραφική ανάλυση εικόνας

ΣΚΗΝΗ Η	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙ ΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
Σκηνή 1	0:00'-0:05'	Φαίνονται να κυματίζουν σημαίες των χωρών της Ε.Ε..	Ήπια μουσική.	-		
	0:05'-0:09'	Φαίνεται να κυματίζει μόνο η ελληνική σημαία.	Έντονη μουσική υπόκρουση με διαβάθμιση.	-		
	0:10'-0:16'	Κυματίζουν σημαίες των χωρών της Ε.Ε. και στο			-	-

	κέντρο βρίσκεται η ελληνική.				
0:10'-0:17'	Κυματίζει πάλι μόνο η ελληνική σημαία.	Ακούγεται έντονα το χτύπημα τυμπάνων.	-	-	
0:17'-0:22'	Η ελληνική σημαία κατεβαίνει από τον στύλο.	Ακούγονται έντονα ρυθμικά τύμπανα.	-	-	
0:22'-0:24'	Δυο άνθρωποι φαίνονται στο γενικό πλάνο να κατεβάζουν τη σημαία της Ελλάδας ενώ οι υπόλοιπες σημαίες των χωρών της Ε.Ε. συνεχίζουν να κυματίζουν.	Ακούγονται έντονα ρυθμικά τύμπανα.	-	-	
0:24'-0:25'	Γενικό πλάνο με την ίδια εικόνα.	Έντονη διαβάθμιση του ήχου των τυμπάνων.	-	-	

0:25'-0:27'	Φαίνεται κενός ο στύλος που είχε υψωμένη την ελληνική σημαία.	Έντονη μουσική.	Αυτό εμείς οι Έλληνες	Αυτό εμείς οι Έλληνες	
0:27'-0:31'	Φαίνεται σε γενικό πλάνο το σύνολο των σημαιών της Ε.Ε. ενώ η σημαία της Ελλάδα λείπει.	Έντονη μουσική.	Αυτό εμείς οι Έλληνες, δεν θα το αφήσουμε να συμβεί ποτέ.	Αυτό εμείς οι Έλληνες, δεν θα το αφήσουμε να συμβεί ποτέ.	
0:31'-0:35'	Φαίνονται οι σημαίες των χωρών της Ε..Ε να κυματίζουν μαζί με την ελληνική.	Έντονη μουσική.	-	-	
0:35'-0:40'	Στην ίδια εικόνα παρεμβάλλεται κείμενο κι ακούγεται ο εκφωνητής.	Έντονη μουσική με διαβάθμιση.	Οι λύσεις για την Ελλάδα, είναι μέσα στην Ευρώπη	Οι λύσεις για την Ελλάδα, είναι μέσα στην Ευρώπη	

Σκηνή 2	0:41'-0:49'	Εμφανίζεται λευκή εικόνα με σταδιακή ανάδειξη συνθήματος.	Έντονη μουσική με διαβάθμιση που στο τέλος κορυφώνεται έντονα.	Προχωράμε Υπεύθυνα Αποφασιστικά. Νέα Δημοκρατία	Προχωράμε Υπεύθυνα Αποφασιστικά. Νέα Δημοκρατία	
--------------------	-------------	---	--	--	--	--

1^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Το συγκεκριμένο τηλεοπτικό σποτ θα μπορούσε να φέρει τον τίτλο «Προχωράμε Υπεύθυνα Αποφασιστικά». Η πρώτη σκηνή αποτελείται από μακρινά, κοντινά και μεσαία πλάνα στις σημαίες των χωρών της Ε.Ε. και στην αρχή φαίνεται και η σημαία της Ελλάδας. Η σημαία στα επόμενα δευτερόλεπτα της σκηνής κατεβαίνει από τον στύλο που την είχε ανυψωμένη ενώ παράλληλα η μουσική εντείνεται. Δημιουργείται με απόλυτη σαφήνεια στον θεατή η ιδέα του νοήματος πίσω από την εικόνα. Η ιδέα σχετίζεται με την έξοδο της Ελλάδας από την Ε.Ε. ως μια καταστροφική συνέπεια, σε περίπτωση επιλογής του αντίπαλου κόμματος. Πρόκειται για μια αφηγηματική διαδικασία παρά το γεγονός ότι δεν χρησιμοποιείται ούτε προφορικός λόγος αλλά ούτε υπάρχει συμμετοχή ανθρώπων. Στη σκηνή αυτή συντελείται μια αμφίδρομη μεταβατική δράση κατά την οποία οι τηλεθεατές αντιλαμβάνονται το μήνυμα της παραστατικής εικόνας που εξελίσσεται κατά την πρώτη σκηνή.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που αναπτύσσονται μέσα από την εναλλαγή των εικόνων δεν εντοπίζονται απευθείας ελλείψει των προσώπων και του προφορικού λόγου. Ουσιαστικά παρέχεται στον δέκτη το μήνυμα παρουσιάζοντας ορισμένες παραστατικές κατευθύνσεις οι οποίες ουσιαστικά δηλώνουν την παρεχόμενη πληροφορία. Το τέλος της σκηνής συνοδεύεται από επιτακτική έγκλιση ρήματος «Αυτό εμείς οι Έλληνες, δεν θα το αφήσουμε να συμβεί ποτέ».

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η κειμενική λειτουργία της εικόνας επιτυγχάνεται μέσα από τον τρόπο αλληλεπίδρασης των δεκτών με την συμμετοχή τους στις εναλλαγές των εικόνων, ενώ οι δραστηριότητες της παραγωγής και επεξεργασίας κειμένων

είναι ιδεολογικά επενδυμένες. Συντελείται συμβολική κωδικοποίηση και παραπομπή σε κοινωνικές πραγματικότητες και συγκεκριμένα η έξοδος από την Ευρωζώνη μέσα από την εναλλαγή των εικόνων, της αύξησης της έντασης της μουσικής και την γενικότερη δόμηση και ανατροπή μιας παρουσιαζόμενης πραγματικότητας (έπαρση και άρση της ελληνικής σημαίας).

2^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Η 2^η σκηνή είναι ιδιαίτερα σύντομη χρονικά και ουσιαστικά απεικονίζει ένα λευκό φόντο στον οποίο αναδεικνύεται σταδιακά στο σύνθημα «Προχωράμε Υπεύθυνα Αποφασιστικά Νέα Δημοκρατία». Χρησιμοποιείται προτρεπτικός λόγος που συνοδεύεται από έντονη μουσική και σταδιακή ελαχιστοποίηση και μεγιστοποίηση των πλάνων που δείχνουν το συγκεκριμένο σύνθημα.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Δεν υπάρχουν συμμετέχοντες στη συγκεκριμένη σκηνή κι ως εκ τούτου είναι σημαντικό να διευκρινιστεί ότι η διαπροσωπική λειτουργία της εικόνας συντελείται μέσα από την μουσική και την εκφώνηση του συνθήματος. Χρησιμοποιούνται τεχνικές που δίνουν έμφαση στη δημιουργία συναισθήματος εμπιστοσύνης και σιγουριάς, ενώ παράλληλα επιχειρείται συγκίνηση του θεατή μέσα από τα μουσικά μέσα, την εναλλαγή των πλάνων, τα έντονα χρώματα και την εκφώνηση σε έντονο τόνο.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των απεικονιζόμενων στο σύστημα της προβολής γίνεται στο κέντρο με έντονη εστίαση προς το σύνθημα. Η πλαισίωση πραγματώνεται με τα φυσικά όρια της οθόνης όπου αναπαρίσταται ο στόχος, που είναι το σύνθημα και το όνομα του κόμματος. Το στοιχείο βρίσκεται στο κέντρο και γίνεται σταδιακή μεγέθυνση θέλοντας έτσι να δηλωθεί ότι πρόκειται για τον

πυρήνα της πληροφορίας, και τα στοιχεία που βρίσκονται στο περιθώριο αποτελούν εξαρτώμενα μέρη λειτουργώντας ως δορυφόροι του κέντρου.

B. Περιγραφική ανάλυση του γλωσσικού μηνύματος

Κείμενο

Εκφωνητής: «Αυτό, εμείς οι Έλληνες, δεν θα το αφήσουμε να συμβεί ποτέ. Οι λύσεις για την Ελλάδα, είναι μέσα στην Ευρώπη. Προχωράμε Υπεύθυνα - Αποφασιστικά. Νέα Δημοκρατία»

Περιγραφική ανάλυση

«Αυτό, εμείς οι Έλληνες, δεν θα το αφήσουμε να συμβεί ποτέ».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, «εμείς οι Έλληνες» (δηλώνεται η επεξήγηση «Έλληνες» για να δοθεί έμφαση) είναι ο δράστης της συσχετιστικής κατηγορικής διαδικασίας που πραγματώνεται με τα ρήματα «δεν θα αφήσουμε» και «να συμβεί». Το ρήμα «να συμβεί» ανήκει στο είδος των «να γίνει» που λειτουργεί ως παράγωγο του «είμαι» και δηλώνει σχέση συμβολικού τύπου ανάμεσα σε οντότητες, σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης. Προηγείται, όμως, η υλική διαδικασία με το ρήμα «δεν θα αφήσουμε» με δράστη την προσωπική αντωνυμία «εμείς» και στόχο την αντωνυμία «αυτό», που ενισχύεται με το χρονικό επίρρημα «ποτέ».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση είναι δεσμευτική (υπόσχεση) καθώς το ρήμα «δεν θα αφήσουμε» εκφέρεται με οριστική μέλλοντα (κλασικός προσλεκτικός δείκτης δεσμευτικής πράξης). Η δευτερεύουσα βουλευτική ανήκει στο κατευθυντικό είδος πράξεων λόγου και πιο συγκεκριμένα στις προτάσεις, καθώς το ρήμα εκφέρεται με υποτακτική

έγκλιση. Στην κύρια, η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του β' πληθυντικού για το ρήμα και την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Στη δευτερεύουσα με γ' ενικό για το ρήμα. Παράλληλα, στο σύστημα διάθεσης της κύριας περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που ενισχύεται από την άρνηση «δεν», ενώ στη δευτερεύουσα έχουμε έλλειψη δεοντικής τροπικότητας. Συμπληρωματικά, σε συνδυασμό με τη χρήση β' πληθυντικού στο ρήμα της κύριας προκύπτει η ύπαρξη ενίσχυσης της διεπιδραστικότητας του λόγου. Με βάση όλα τα παραπάνω, λοιπόν, η πρόταση χαρακτηρίζεται διεπιδραστική και δεσμευτική.

«Οι λύσεις για την Ελλάδα, είναι μέσα στην Ευρώπη»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «οι λύσεις» τοποθετείται στην αρχή της πρότασης αποδίδοντας τον μέγιστο βαθμό αιτιότητας για να δοθεί έμφαση. Το ρήμα «είναι» πραγματώνει τη συσχετιστική διαδικασία και το χαρακτηριστικό που του αποδίδεται είναι το «μέσα στην Ευρώπη». Η περίπτωση πραγματώνεται με την προθετική φράση «για την Ελλάδα» και δηλώνει το χώρο.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου, καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση. Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού, ενώ τα προθετικά σύνολα «για την Ελλάδα» και «μέσα στην Ευρώπη» λειτουργούν εμφατικά (διεπιδραστική πρόταση). Εδώ, επίσης υπάρχει έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, άρα ισχυρή απόφαση. Σε σχέση με τη διάθεση του εκφωνήματος, η γλωσσική πράξη μπορεί να χαρακτηριστεί ως βεβαιωτική.

«Προχωράμε Υπεύθυνα - Αποφασιστικά. Νέα Δημοκρατία»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας η εννοούμενη προσωπική αντωνυμία «εμείς» είναι ο δράστης της νοητικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνεται με το ρήμα «προχωράμε»

(διαδικασία) με στόχο τα επιρρήματα «υπεύθυνα» και «αποφασιστικά». Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «προχωράμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία, σε συνδυασμό με τα επιρρήματα, δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

3.2.7.7° Τηλεοπτικό σποτ

<https://youtu.be/czflHy6UXic>

Α. Περιγραφική ανάλυση εικόνας

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
Σκηνή 1	0:00'- 0:03'	Λευκή εικόνα που εμφανίζεται κείμενο σταδιακά.	Ήπια μουσική με σταδιακή διαβάθμιση	-	25 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ. ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΣΤΙΣ ΚΑΛΠΕΣ	

0:03'- 0:08'	Το φόντο παραμένει λευκό και αλλάζει το γραπτό μήνυμα.	Ήπια μουσική με σταδιακή διαβάθμιση.	-	ΚΑΙ Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΓΡΑΦΤΕΙ ΜΕ ΔΥΟ ΤΡΟΠΟΥΣ. ΑΥΤΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΔΙΚΟΣ ΜΑΣ
0:08'- 0:10'	Φαίνεται σε κοντινό πλάνο το εξώφυλλο μιας εφημερίδας που απεικονίζει γράμματα και ένα χέρι που ρίχνει στην κάλπη το φάκελο της ψήφου και φέρει τον τίτλο «ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ Ν.Δ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»	Η μουσική γίνεται έντονη με διαβάθμιση.	-	ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ Ν.Δ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
0:10'- 0:14'	Αλλάζει η εικόνα της εφημερίδας, φαίνεται η χειραψία δυο ανδρών με τίτλο «ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ.ΕΠΙΤΥΧΗΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ.	Η μουσική είναι δυνατή και έντονη.	-	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ.ΕΠΙΤΥΧΗΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ. ΕΚΛΕΙΣΕ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ

	ΕΚΛΕΙΣΕ Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΑΝΕΙΣΤΕΣ».			ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΑΝΕΙΣΤΕΣ	
0:14'- 0:15'	Αλλάζει η εικόνα της εφημερίδας, στο φόντο φαίνεται ένας έντονα γαλάζιος ουρανός με αχνά σύννεφα και ένας τίτλος με μεγάλα λευκά γράμματα «ΜΝΗΜΟΝΙΟ ΤΕΛΟΣ!».	Η μουσική είναι δυνατή και έντονη.	-	ΜΝΗΜΟΝΙΟ ΤΕΛΟΣ!	
0:15'- 0:18'	Αλλάζει και πάλι η εικόνα της εφημερίδας δείχνει ένα γρανάζι μηχανής και με κεφαλαία γράμματα φαίνεται το κείμενο «ΜΑΡΤΙΟΣ. ΗΡΘΑΝ ΤΑ 7,2 ΔΙΣ».	Η μουσική είναι δυνατή και έντονη με διαβάθμιση.	-	ΜΑΡΤΙΟΣ. ΗΡΘΑΝ ΤΑ 7,2 ΔΙΣ.	
0:18'- 0:19'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα φαίνεται σε φωτογραφία ο Αντώνης Σαμαράς με ένα τίτλο δίπλα που λέει	Η μουσική είναι ήπια	-	ΘΩΡΑΚΙΣΜΕ ΝΗ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ. ΚΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΛΗΠΤΙΚ	

	«ΘΩΡΑΚΙΣΜΕΝΗ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ. ΚΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΗ ΓΡΑΜΜΗ ΣΤΗΡΙΞΗΣ».	διαβαθμι σμένη.		Η ΓΡΑΜΜΗ ΣΤΗΡΙΞΗΣ	
0:21'- 0:22'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα φαίνεται σε φωτογραφία ένας γαλάζιος ουρανός με ένα σύννεφο που σχηματίζει την εικόνα του συμβόλου του ευρώ και φέρει τον τίτλο «ΑΠΡΙΛΙΟΣ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμι σμένη.	-	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	
0:22'- 0:23'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα φαίνεται νέος τίτλος «ΕΛΑΦΡΥΝΣΗ ΧΡΕΟΥΣ. 2 ΔΙΣ. ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΛΙΓΟΤΕΡΑ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμι σμένη.	-	ΕΛΑΦΡΥΝΣΗ ΧΡΕΟΥΣ. 2 ΔΙΣ. ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΛΙΓΟΤΕΡΑ	
0:23'- 0:24'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα φαίνεται νέος τίτλος « ΑΠΡΙΛΙΟΣ. ΠΕΦΤΕΙ Ο ΕΝΦΙΑ».	Η μουσική είναι ήπια	-	ΑΠΡΙΛΙΟΣ. ΠΕΦΤΕΙ Ο ΕΝΦΙΑ	

			διαβαθμι σμένη.			
0:25'- 0:26'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα φαίνεται νέος τίτλος «ΜΕΓΑΛΕΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΣΤΗ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμι σμένη.	-	ΜΕΓΑΛΕΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΣΤΗ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
0:26'- 0:27'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα φαίνεται ένα κοριτσάκι στη φωτογραφία με τη μαμά του να χαμογελά και το παιδί δείχνει με το δάχτυλο σε κάποιο σημείο ενώ φαίνεται και νέος τίτλος «ΑΝΑΣΑΙΝΕΙ Η ΑΓΟΡΑ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμι σμένη.	-	ΑΝΑΣΑΙΝΕΙ Η ΑΓΟΡΑ		
0:28'- 0:30'	Φαίνεται μια νέα εικόνα με δυο χέρια να κρατούν μια αναμμένη λαμπάδα και τίτλος «ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΓΙΟΡΤΑΖΟΥΝ ΤΟ ΠΑΣΧΑ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμι σμένη.	-	ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΓΙΟΡΤΑΖΟΥΝ ΤΟ ΠΑΣΧΑ		

0:31''- 0:33	Αλλάζει η εικόνα και φαίνονται τα αστέρια της Ε.Ε. σε κύκλο όπου στο εσωτερικό του κύκλου αναγράφεται «YES», από πάνω από την εικόνα «ΜΑΪΟΣ» και από κάτω «Η ΕΛΛΑΔΑ ΒΓΑΙΝΕΙ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμισμένη.	-	Η ΕΛΛΑΔΑ ΒΓΑΙΝΕΙ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ
0:33'- 0:34'	Αλλάζει η εικόνα και φαίνεται ένα χέρι που κρατά στυλό και ένα κινητό ενώ στο τραπέζι υπάρχουν χαρτιά με πίνακες και διαγράμματα ενώ στο τίτλο αναφέρεται «26 ΔΙΣ. ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμισμένη.	-	26 ΔΙΣ. ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ
0:34'- 0:36'	Αλλάζει η εικόνα και φαίνεται η ελληνική σημαία με τίτλο «ΜΑΪΟΣ. OPEN. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΡΕΚΟΡ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμισμένη.	-	ΜΑΪΟΣ. OPEN. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΡΕΚΟΡ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

0:36'- 0:39'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα και φαίνονται δυο νέοι αγκαλιασμένοι που είναι σε διακοπές και ο τίτλος «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ. ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμισμένη.	-	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ. ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
0:39'- 0:41'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα και φαίνονται δυο χέρια που κρατούν χώμα κι ένα ανθισμένο βλαστό και υπάρχει αριστερά ο τίτλος «ΣΤΗΝ ΩΡΑ ΤΟΥΣ ΟΙ ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΑΓΡΟΤΕΣ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμισμένη.	-	ΣΤΗΝ ΩΡΑ ΤΟΥΣ ΟΙ ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΑΓΡΟΤΕΣ
0:41'- 0:43'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα φαίνεται ένας νέος να χαμογελά και αριστερά ο τίτλος «ΜΑΪΟΣ. ΜΕΙΩΝΕΤΑΙ ΣΤΑΘΕΡΑ Η ΑΝΕΡΓΙΑ».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμισμένη.	-	ΜΑΪΟΣ. ΜΕΙΩΝΕΤΑΙ ΣΤΑΘΕΡΑ Η ΑΝΕΡΓΙΑ

Σκηνή 2	0:42'- 0:45'	Αλλάζει η εικόνα στην εφημερίδα φαίνεται ένα κείμενο με μικρά γράμματα και αριστερά ο τίτλος «ΜΑΪΟΣ.ΑΝΑΠΤΥΞΗ 3% ΓΙΑ ΤΟ 2015».	Η μουσική είναι ήπια διαβαθμισμένη.	-	ΜΑΪΟΣ.ΑΝΑΠΤΥΞΗ 3% ΓΙΑ ΤΟ 2015	
	0:45'- 0:49'	Φαίνονται σε γενικό πλάνο να κυματίζουν οι σημαίες κάποιων χωρών της Ε.Ε. και της Ελλάδας.	Η μουσική είναι έντονη και διαβαθμισμένη.	-	-	
	0:49'- 0:53'	Υπάρχει λευκό φόντο και στο κέντρο ένα μεγάλο σύνθημα που λέει «ΤΟ ΠΩΣ ΘΑ ΓΡΑΦΤΕΙ Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΕΙΝΑΙ ΣΤΟ ΧΕΡΙ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΕΛΛΗΝΑ». Το πλάνο γίνεται σταδιακά όλο και πιο κοντινό.	Έντονη μουσική.	-	ΤΟ ΠΩΣ ΘΑ ΓΡΑΦΤΕΙ Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΕΙΝΑΙ ΣΤΟ ΧΕΡΙ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΕΛΛΗΝΑ	
	0:53'- 0:57'	Γίνεται μπλε ο φόντος, αναγράφεται το λογότυπο	Έντονη μουσική	-	ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙ	

		της Νέας Δημοκρατίας, από κάτω το σύνθημα «Υπεύθυνη Δύναμη» κι από κάτω μια γραμμή όπου φαίνονται ενωμένες οι σημαίες της Ελλάδας με της Ευρώπης.	που ολοκληρώνεται η διαβάθμιση.		A. Υπεύθυνη Δύναμη	
--	--	---	---------------------------------	--	--------------------	--

1^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Θέλοντας να συνοψίσουμε την 1η σκηνή, δεχτούμε ότι θα μπορούσε να φέρει ένα γενικό τίτλο «η ιστορία μπορεί να γραφτεί με δυο τρόπους». Δρώντας στην προκειμένη περίπτωση είναι το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας, οι συμμετέχοντες είναι τα άρθρα της εφημερίδας που εναλλάσσονται, το άνυσμα είναι το πέρασμα του χρόνου με συνεπακόλουθη την επίτευξη των στόχων που έχει θέσει το κόμμα και στόχος είναι να παρουσιαστεί με συνοπτικό τρόπο το σχέδιο και οι στόχοι της Νέας Δημοκρατίας σε περίπτωση που κερδίσει τις εκλογές. Η διαδικασία είναι αφηγηματική και πραγματώνεται μέσα από μια μονόδρομη αφηγηματική δράση και συνδέει το έναν στόχο με τον επόμενο.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που περιγράφονται μέσα από την εικόνα μεταξύ των συμμετεχόντων είναι ισότιμοι, δεδομένου ότι παρουσιάζονται οι στόχοι που θα προκύψουν από την εφαρμοζόμενη πολιτική. Οι συμμετέχοντες ουσιαστικά είναι οι στόχοι και οι εναλλαγές των άρθρων, τις οποίες ο θεατής λαμβάνει ως πληροφορίες ενώ διενεργείται και οριστική έγκλιση ρημάτων (έκλεισε, πέφτει, βγαίνει). Χρησιμοποιούνται επίσης έντονα χρώματα για να προκαλέσουν συγκίνηση, τα πλάνα είναι από πάνω προς τα κάτω τα οποία σταδιακά μεγεθύνουν στην εικόνα και με τον τρόπο αυτό αποδεικνύεται η υψηλή τροπικότητα της εικόνας. Τα χρώματα (ειδικά ο μπλε ουρανός και τα λίγα σύννεφα, η εικόνα του μικρού παιδιού που χαμογελά) επιχειρούν να εκφράσουν ένα διαπροσωπικό νόημα το οποίο ουσιαστικά μεταδίδεται μέσα από τα χρώματα των εικόνων. Τέλος, οι διαρκείς και έντονες εναλλαγές μεταξύ «των άρθρων της εφημερίδας» που παρουσιάζεται υπονοούν τολμηρότητα αλλά και δυναμισμό του στόχου.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των απεικονιζόμενων αντικειμένων στα πλάνα της σκηνής ακολουθεί το σύστημα της προβολής καθώς ο στόχος τοποθετείται στο κέντρο με εντονότερη εστίαση από τους δρώντες. Κάθε στόχος αρχικά εμφανίζεται σαν να ξεφυλλίζει κανείς εφημερίδα, στη συνέχεια γίνεται μακρινό πλάνο και στη συνέχεια κοντινό. Η πλαισίωση γίνεται μέσα στα όρια της οθόνης και η εικόνα είναι «κεντραρισμένη» με τις περισσότερες εικόνες να παρουσιάζουν τον στόχο στα αριστερά και τη συμβολική εικόνα στα δεξιά. Κεντρικά βρίσκονται και τα δυο στοιχεία μαζί, διότι το υπόλοιπο πλαίσιο αναπαριστά απλά το φύλλο μιας εφημερίδας, που είναι ουσιαστικά ο δορυφόρος του κέντρου.

2^η σκηνή:

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Η συγκεκριμένη εικόνα θα μπορούσε να φέρει τον τίτλο «η Ελλάδα στην Ευρωζώνη» δεδομένου ότι φαίνεται σε γενικό πλάνο να κυματίζουν οι σημαίες των χωρών της Ε.Ε. ενώ στη συνέχεια παρουσιάζεται το κεντρικό μήνυμα με τη χρήση δηλωτικού ύφους «Το πως θα γραφτεί η ιστορία είναι στο χέρι του κάθε Έλληνα». Βασικός δρώντας στη συγκεκριμένη εικόνα είναι το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας, αποδέκτες είναι οι θεατές ενώ το άνυσμα είναι ο κυματισμός των σημαιών των κρατών της Ε.Ε. μαζί με της Ελλάδας. Ουσιαστικά ο στόχος είναι να μεταλαμπαδευτεί στους θεατές η σημασία της συνέχισης της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι κοινωνικοί ρόλοι που αναπτύσσονται μέσω της εικόνας είναι ισότιμοι και ουσιαστικά προβάλλουν την συνεργασία και την ομαδικότητα δεδομένου ότι σε λευκό φόντο αναγράφεται προτρεπτικό μήνυμα «το πως θα γραφτεί η ιστορία είναι στο χέρι του κάθε Έλληνα» ενώ στην συνέχεια υπονοείται ότι κάτι τέτοιο επιτυγχάνεται με την ανάδειξη της Νέας Δημοκρατίας ως κυβερνών κόμμα. Τα χρώματα ειδικά κατά την προβολή του συγκεκριμένου μηνύματος είναι έντονα ενώ ο ήχος σταδιακά διαβαθμίζεται και κορυφώνεται

με την εκφώνηση του ονόματος του κόμματος. Παρατηρείται υψηλή τροπικότητα κατά την ανάδειξη του σήματος ενώ μέτρια τροπικότητα στην περίπτωση της προβολής της εικόνας με τις σημαίες της Ε.Ε.. Το μπλε χρώμα που εμφανίζεται στο τέλος συνδέεται κυρίως με το χρώμα που χαρακτηρίζει το συγκεκριμένο χρώμα και επιχειρεί να τονίσει το δυναμισμό και την αναγκαιότητα.

3. Ανάλυση της κειμενική λειτουργίας της εικόνας

Η διάταξη των αντικειμένων των εικόνων προσδίδει πληροφοριακή αξία και τα πλάνα εμφανίζονται από αριστερά προς τα δεξιά συνθέτοντας τη ζώνη γνωστού-νέου. Οι σημαίες που κυματίζουν μαζί με την Ελληνική είναι το δεδομένο στοιχείο, ενώ το νέο στοιχείο είναι ο στόχος, δηλαδή το να γραφτεί νέα ιστορία για την Ελλάδα, που είναι στο χέρι του κάθε Έλληνα. Ενώ στην συνέχεια παρουσιάζεται και το λογότυπο του κόμματος. Ο στόχος τοποθετείται στο κέντρο της εικόνας ενώ υπάρχει χρωματικός συντονισμός ο οποίος συμβάλλει καθοριστικά στη κειμενική συνοχή.

B. Περιγραφική ανάλυση γλωσσικού μηνύματος

Κείμενο

«25 Ιανουαρίου: οι Έλληνες στις κάλπες και η ιστορία μπορεί να γραφτεί με δύο τρόπους. Αυτός είναι ο δικός μας».

«26 Ιανουαρίου: κυβέρνηση Ν.Δ. στην Ελλάδα»

«Φεβρουάριος: Επιτυχής διαπραγμάτευση – Έκλεισε η συμφωνία με τους δανειστές. Μνημόνιο τέλος!».

«Μάρτιος: Ήρθαν τα 7,2 δις. Θωρακισμένη η οικονομία και με την προληπτική γραμμή στήριξης».

«Απρίλιος: Ελάφρυνση χρέους 2 δις το χρόνο λιγότερα. Πέφτει ο Ένιφτα. Μεγάλες μειώσεις στη φορολογία επιχειρήσεων. Ανασαίνει η αγορά. Οι Έλληνες γιορτάζουν το Πάσχα».

«Μάιος: YES -Η Ελλάδα βγαίνει στις αγορές! Στα 26 δις οι επενδύσεις. OPEN – Τουρισμός Ρεκόρ Κρατήσεων. Τουρισμός Μοχλός Ανάπτυξης της οικονομίας. Στην ώρα τους οι επιδοτήσεις στους αγρότες. Μειώνεται σταθερά η ανεργία. Ανάπτυξη 3% για το 2015».

«Το πώς θα γραφτεί η ιστορία είναι στο χέρι κάθε Έλληνα. Νέα Δημοκρατία - Υπεύθυνη Δύναμη».

Περιγραφική ανάλυση

«25 Ιανουαρίου: οι Έλληνες στις κάλπες και η ιστορία μπορεί να γραφτεί με δύο τρόπους. Αυτός είναι ο δικός μας».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «οι Έλληνες» τοποθετείται στη αρχή της πρότασης για να δοθεί έμφαση, ενώ το ρηματικό σύνολο παραλείπεται και έχουμε μόνο το στόχο «στις κάλπες». Στην επόμενη πρόταση ο δράστης είναι «η ιστορία» που πραγματώνεται με το «μπορεί να γραφτεί», που ανήκει στο είδος των νοητικών διαδικασιών. Στόχος αποτελεί το προθετικό σύνολο «με δύο τρόπους». Μετά από αυτό επιλέγεται το ρήμα «είναι» που πραγματώνει τη συσχετιστική διαδικασία. Σημασιολογικά το ρήμα είναι εργασιακό, με δράστη την επαναληπτική αντωνυμία «αυτός», που ενισχύεται με την κτητική αντωνυμία «δικός μας». Γίνεται χρήση παθητικής σύνταξης που μέσω αυτής δίνεται έμφαση στην εκδοχή της δράσης και όχι του δράστη, αφού το ρήμα «είναι» λειτουργεί ως αμετάβατο. Οι περιστάσεις που προκύπτουν εκφράζονται με προθετικά σύνολα «στις κάλπες», «με δύο τρόπους».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας οι κύριες προτάσεις ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με

οριστική έγκλιση (προσεκτικόςενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού στα ρήματα. Παράλληλα, περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας και η ενίσχυση της ισχυρής απόφασης.

«26 Ιανουαρίου: κυβέρνηση Ν.Δ. στην Ελλάδα»

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας έχουμε την ιδιαιτερότητα έλλειψης του ρήματος αλλά την ύπαρξη του ονοματικού συνόλου «κυβέρνηση Ν.Δ.» και του εμπρόθετου «στην Ελλάδα» που λειτουργούν ως συμμετέχοντες στη διαδικασία. Μόνο συσχετιστική θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η προφορικοποιημένη αυτή φράση, εάν υποθέταμε ως ρήμα το «έχουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, το μόνο στοιχείο που μπορεί να δηλωθεί είναι η γλωσσική πράξη ως βεβαιωτική αλλά και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, άρα ισχυρή απόφαση, η οποία ενισχύεται και από το ονοματικό σύνολο και τον εμπρόθετο προσδιορισμό. Λόγω της έντονης προφορικότητας του λόγου η φράση είναι διεπιδραστική.

«Φεβρουάριος: Επιτυχής διαπραγμάτευση – Έκλεισε η συμφωνία με τους δανειστές. Μνημόνιο τέλος!».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, η «συμφωνία» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχων) που πραγματώνεται με το ρήμα «έκλεισε» (διαδικασία) και λαμβάνει χώρα με τον εμπρόθετο προσδιορισμό «με τους δανειστές» (περιστάσεις). Το ρήμα «έκλεισε» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Αποδέκτες της δράσης (στόχος) είναι οι φράσεις «επιτυχής διαπραγμάτευση» και «μνημόνιο τέλος!» (επιφωνηματική φράση). Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του

εργαστικού ρήματος «έκλεισε» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί στις σχέσεις ο γραπτός λόγος με τον θεατή, η παραπάνω πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για το ρήμα. Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, η οποία αφορά στο βαθμό της ισχυρής βεβαιότητας που εκφράζει ο τίτλος («από την μέρα»), ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' ενικού στο ρήμα ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Μάρτιος: Ήρθαν τα 7,2 δις. Θωρακισμένη η οικονομία και με την προληπτική γραμμή στήριξης».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, μέσα από την λεξιλογηματική ανάλυση, «τα 7,2 δις» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχων) που πραγματώνεται με το ρήμα «ήρθαν» (διαδικασία) και λαμβάνει χώρα με το ονοματικό σύνολο «θωρακισμένη η οικονομία και με την προληπτική γραμμή στήριξης» (περιστάσεις). Το ρήμα «ήρθαν» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Αποδέκτες της δράσης (στόχος) είναι «τα 7,2 δις» με την επεξήγηση «θωρακισμένη η οικονομία και με την προληπτική γραμμή στήριξης». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «ήρθαν» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί στις σχέσεις ο γραπτός λόγος με τον θεατή, η παραπάνω πρόταση ανήκει

στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' πληθυντικού για το ρήμα. Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, η οποία αφορά στο βαθμό της ισχυρής βεβαιότητας που εκφράζει ο τίτλος («θωρακισμένη η οικονομία και με την προληπτική γραμμή στήριξης»), ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' πληθυντικού στο ρήμα ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Απρίλιος: Ελάφρυνση χρέους 2 δις το χρόνο λιγότερα. Πέφτει ο Ένφια. Μεγάλες μειώσεις στη φορολογία επιχειρήσεων. Ανασαίνει η αγορά. Οι Έλληνες γιορτάζουν το Πάσχα».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, «ο Ένφια» είναι ο δράστης της υλικής διαδικασίας (συμμετέχων) που πραγματώνεται με το ρήμα «πέφτει» (διαδικασία-χρήση μεταφορικής χρήσης) και λαμβάνει χώρα με τα ονοματικά σύνολα «ελάφρυνση χρέους» και «μειώσεις στη φορολογία επιχειρήσεων (περιστάσεις)». Το ρήμα «πέφτει» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Αποδέκτες της δράσης (στόχος) είναι «η αγορά» και «οι Έλληνες». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στο δράστη. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «πέφτει» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης. Στις επόμενες προτάσεις, «η αγορά» και οι «Έλληνες» είναι οι συμμετέχοντες στη νοητική διαδικασία και εκφέρονται με τα ρήματα «ανασαίνει» και «γιορτάζουν» αντίστοιχα. Στόχος του τελευταίου ρήματος είναι «το Πάσχα». Τα ρήματα βρίσκονται σε ενεργητική σύνταξη.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί

στις σχέσεις ο γραπτός λόγος με τον θεατή, οι παραπάνω προτάσεις ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού και γ' πληθυντικού για τα ρήματα. Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, η οποία αφορά στο βαθμό της ισχυρής βεβαιότητας που εκφράζει ο τίτλος «οι Έλληνες γιορτάζουν το Πάσχα», ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' πληθυντικού στο ρήμα ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Μάιος: YES - Η Ελλάδα βγαίνει στις αγορές! Στα 26 δις οι επενδύσεις. OPEN – Τουρισμός Ρεκόρ Κρατήσεων. Τουρισμός Μοχλός Ανάπτυξης της οικονομίας. Στην ώρα τους οι επιδοτήσεις στους αγρότες. Μειώνεται σταθερά η ανεργία. Ανάπτυξη 3% για το 2015».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας, μέσα από την λεξικογραμματική ανάλυση, «η Ελλάδα» και «η ανεργία» είναι οι δράστες της υλικής διαδικασίας (συμμετέχοντες) που πραγματώνονται με τα ρήματα «βγαίνει» και «μειώνεται» (διαδικασία) και λαμβάνουν χώρα με τα ονοματικά σύνολα «στις αγορές», «στους αγρότες» αλλά και το επίρρημα «σταθερά» (περιστάσεις). Το ρήματα ανήκουν στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Αποδέκτες της δράσης (στόχος) είναι «στις αγορές» με την επεξήγηση «επενδύσεις σε 26 δις – τουρισμός ρεκόρ κρατήσεων και μοχλός ανάπτυξης – επιδοτήσεις αγροτών – ανάπτυξη 3%». Πρόκειται για εργαστική διαδικασία που επιτελείται με εξωτερική επενέργεια με έμφαση στους δράστες αλλά και στη δράση. Αυτό πραγματώνεται με τη χρήση του εργαστικού ρήματος «βγαίνει» σε ενεργητική σύνταξη και την τοποθέτηση του δράστη της πράξης στην αρχή της πρότασης αλλά και σε παθητική σύνταξη «μειώνεται».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία πραγματώνεται μέσω του συστήματος της διάθεσης προσδιορίζοντας το ρόλο που υιοθετεί

στις σχέσεις ο γραπτός λόγος με τον θεατή, οι παραπάνω προτάσεις ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού για τα ρήματα. Παράλληλα στο σύστημα της διάθεσης εδώ περιλαμβάνεται και η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας, η οποία αφορά στο βαθμό της ισχυρής βεβαιότητας που εκφράζει ο τίτλος «*Η Ελλάδα βγαίνει στις αγορές!*» με τη χρήση του θαυμαστικού για έμφαση, ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση γ' ενικού στα ρήματα ενισχύεται η διεπιδραστικότητα του λόγου.

«Το πώς θα γραφτεί η ιστορία είναι στο χέρι κάθε Έλληνα. Νέα Δημοκρατία - Υπεύθυνη Δύναμη».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «η ιστορία» που πραγματώνεται με το «πώς θα γραφτεί» και ανήκει στο είδος των νοητικών διαδικασιών. Μετά από αυτό επιλέγεται το ρήμα «είναι» που πραγματώνει τη συσχετιστική διαδικασία. Σημασιολογικά το ρήμα είναι εργαστικό, με δράστη την ουσιαστικοποιημένη πρόταση «το πώς θα γραφτεί», που ενισχύεται με τη φράση «στο χέρι κάθε Έλληνα». Γίνεται χρήση παθητικής σύνταξης που μέσω αυτής δίνεται έμφαση στην εκδοχή της δράσης και όχι του δράστη, αφού το ρήμα «είναι» λειτουργεί ως αμετάβατο.

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς το ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού στο ρήμα. Παράλληλα, περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας και η ενίσχυση της ισχυρής απόφασης.

3.2.8.8° Τηλεοπτικό σποτ

https://youtu.be/bHPLgYcTMPA?list=PLYD4ZE4_caPVGMDR9TYKWYMfYKaoI91Zv

A. Περιγραφική ανάλυση εικόνας

ΣΚΗΝΗ	ΧΡΟΝΟΣ	ΕΙΚΟΝΑ	ΗΧΟΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΓΡΑΠΤΟΣ ΛΟΓΟΣ	ΣΧΟΛΙΑ
	0:00'-0:06'	Δείχνει τον αρχηγό της Νέας Δημοκρατίας Ευάγγελο Μείμαράκη να μιλά στο κοινό πάνω σε ένα βήμα και ακουμπά με το χέρι του το σημείο του σώματος που	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Θα σας μιλήσω από την καρδιά μου, όπως πάντα, όπως έτσι με έχετε συνηθίσει	-	

		βρίσκεται η καρδιά και χαμογελά.				
0:06'-0:08'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να χαμογελά σε κοντινό πλάνο.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Για αυτό θέλω να σας πω ότι ξεκινάμε	-		
0:09'-0:11'	Δείχνει μέρος μιας εθνικής οδού που είναι καινούργια.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Ξεκινάμε	-		
0:11'-0:13'	Δείχνει μέρος της γέφυρας που ενώνει το Ρίο-Αντίρριο.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με	Στήνουμε γέφυρες	-		

			έμφαση στο ρυθμό.			
0:14'-0:15'	Δείχνει αρκετό κόσμο να κρατά ελληνικές σημαίες έξω από κτήριο από όπου βγαίνει ο Ευάγγελος Μειμαράκης.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Με την κοινωνία	-		
0:16'-0:17'	Δείχνει ένα μωρό να χειροκροτεί ανεβασμένο στους ώμους ενός ανθρώπου.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Στήνουμε γέφυρες με το αύριο	-		
0:17'-0:18'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μειμαράκη να συνομιλεί με ένα	Ευχάριστη κεφάτη μουσική	Στήνουμε γέφυρες με καλύτερη	-		

	μικρό παιδί και να χαμογελάει.	με έμφαση στο ρυθμό.	πραγματικότητα		
0:19'-0:21'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη με δυο μικρά παιδιά στη σκηνή όπου μιλάει και από κάτω βρίσκεται κοινό.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Στήνουμε γέφυρες για μια καλύτερη Ελλάδα	-	
0:21'-0:23'	Δείχνει σε κοντινό πλάνο το πρόσωπο ενός μικρού παιδιού που κρατάει την ελληνική σημαία και χαμογελάει.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Και ταυτόχρονα είμαστε	-	
0:24'-0:25'	Δείχνει το χέρι του Ευάγγελου Μείμαράκη να δείχνει	Ευχάριστη κεφάτη	Δύναμη συνέπειας	-	

	με το δάχτυλο αποφασιστικά.	μουσική με έμφαση στο ρυθμό.			
0:26'-0:27'	Δείχνει το πρόσωπο μιας νέας κοπέλας που βρίσκεται σε μια συγκέντρωση πολιτική.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Και ευθύνης	-	
0:27'-0:28'	Δείχνει νέους να παρακολουθούν την πολιτική συγκέντρωση.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Σταθερότητας και υπευθυνότητας	-	
0:29'-0:30'	Δείχνει το μόνιτορ και έναν χειριστή	Ευχάριστη		-	

		κάμερας. Η εικόνα στο μόνιτορ δείχνει μια πολιτική συγκέντρωση.	κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.			
0:30'-0:33'		Δείχνει ένα μικρό παιδί να ανεβαίνει στη σκηνή που βρίσκεται ο Ευάγγελος Μείμαράκης κρατάει μια ανθοδέσμη και του την προσφέρει. Ανοίγει τα χέρια του υποδέχεται το παιδί και χαμογελάει και τον αγκαλιάζει.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Γι' αυτό και πάμε όλοι μαζί	-	
0:33'-0:33'		Δείχνει ένα ζευγάρι να ρεμβάζει στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση	Πάμε για την Ελλάδα μας	-	

			στο ρυθμό.			
0:33'-0:35'	Δείχνει μια Ποντιακή λύρα που παίζει ένας μουσικός.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Για τον τόπο μας	-	
0:35'-0:36'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να χαμογελάει ενώ δίνει ένα παιδί στο γονέα του.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Για να ξαναέρθει	-	
0:36'-0:38'	Δείχνει έναν ηλικιωμένο να χαμογελά.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με	Το χαμόγελο στα χείλη μας	-	

			έμφαση στο ρυθμό.			
0:38'-0:39'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να βρίσκεται σε πλήθος κόσμου και να χαιρετά χαμογελαστός δίνοντας τα χέρια του στο πλήθος.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-		
0:39'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να βρίσκεται σε πλήθος κόσμου και να βγάζει φωτογραφία με ένα νέο παιδί.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-		
0:39'-0:40'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να μιλά στο κοινό κουνώντας το δεξί του χέρι.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική	-	-		

			με έμφαση στο ρυθμό.			
0:41'-0:42'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να μιλά στο κοινό μέσα σε μια αίθουσα.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-		
0:42'-0:43'	Δείχνει σε κοντινό πλάνο το πρόσωπο μιας νεαρής κοπέλας που βρίσκεται στη συγκέντρωση και χαμογελά.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-		
0:42'-0:43'	Δείχνει το Ευάγγελο Μείμαράκη να βρίσκεται σε ένα καφέ	Ευχάριστη κεφάλτη	-	-		

	και να πλησιάζει τους θαμώνες και να τους χαιρετά.	μουσική με έμφαση στο ρυθμό.			
0:44'-0:46'	Δείχνει ένα μικρό κορίτσι σε πλήθος κόσμου να χειροκροτεί και να χορεύει.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-	
0:46'-0:48'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να βρίσκεται σε ένα εστιατόριο και να γελά συνομιλώντας με άλλους ανθρώπους.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-	
0:48'-0:49'	Δείχνει δυο νέες κοπέλες να	Ευχάριστη	-	-	

	παρακολουθούν την ομιλία του.	κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.			
0:49'-0:50'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να μιλά στο κοινό μέσα σε μια αίθουσα.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	Η Νέα Δημοκρατία είναι	-	
0:50'-0:51'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη σε κοντινό πλάνο με προβληματισμένο ύφος.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	ένα αταλάντευτο	-	

0:51'-0:52'	Δείχνει πίνακα που είναι ζωγραφισμένο το πορτρέτο του Κωνσταντίνου Καραμανλή.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	προοδευτικό κόμμα	-	
0:52'-0:53'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη με ένα πλήθος νέων να φωτογραφίζονται μπροστά από το πορτρέτο του Κωνσταντίνου Καραμανλή και να χαμογελούν.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	που έχει κάνει	-	
0:53'-0:54'	Δείχνει άγαλμα του Κωνσταντίνου Καραμανλή και κόσμο μπροστά από αυτό.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση	όλες τις	-	

			στο ρυθμό.			
0:54'-0:55'	Δείχνει τα χέρια του Ευάγγελου Μειμαράκη.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	προοδευτικές δομές	-		
0:56'-0:57'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μειμαράκη να εισέρχεται σε έναν χώρο.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	της χώρας	-		
0:57'-0:58'	Δείχνει νέους να πανηγυρίζουν σε μια συγκέντρωση	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με	-	-		

			έμφαση στο ρυθμό.			
0:58'-1:00'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη σε μακρινό πλάνο να βρίσκεται στη σκηνή μιας αίθουσας μαζί με δυο νέους και να μιλά ενώ το πλήθος χειροκροτά.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-		
1:00'-1:01'	Δείχνει έναν πύργο ελέγχου αεροδρομίου.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-		
1:01'-1:02'	Δείχνει το πρόσωπο ενός μικρού παιδιού που είναι ανεβασμένο στις πλάτες κάποιου	Ευχάριστη κεφάτη μουσική	-	-		

	ανθρώπου και κουνάει ένα πράσινο φύλο.	με έμφαση στο ρυθμό.			
1:02'-1:03'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μεϊμαράκη να καταθέτει στεφάνι σε μνημείο.	Ευχάρισ τη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-	
1:03'-1:04'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μεϊμαράκη να χαιρετά το πλήθος.	Ευχάρισ τη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-	
1:04'-1:05'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μεϊμαράκη σε μακρινό πλάνο να	Ευχάρισ τη κεφάλτη	-	-	

		βρίσκεται στη σκηνή μιας αίθουσας και πλήθος κόσμου κάτω από την σκηνή.	μουσική με έμφαση στο ρυθμό.			
1:05'-1:06'		Δείχνει τους ανθρώπους που συντονίζουν την ομιλία και του δίνουν σήματα ενώ μιλά στην αίθουσα.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-	
1:06'-1:07'		Δείχνει τον Ευάγγελο Μειμαράκη να περπατά στην Αθήνα μέσα σε πλήθος κόσμου.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-	
1:07'-1:08'		Δείχνει τον Ευάγγελο Μειμαράκη να	Ευχάριστη	Εμείς δε θέλουμε	-	

	ανεβαίνει στην σκηνή για να ξεκινήσει την ομιλία του.	κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.			
1:09'-1:10'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να χαιρετά το πλήθος και κυματίζουν ελληνικές σημαίες.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	σημαίες ευκαιρίας	-	
1:10'-1:12'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να μιλά στον κόσμο και ένα παιδί κυματίζει την ελληνική σημαία.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	έχουμε την ελληνική σημαία	-	

1:12'-1:13'	Δείχνει πλήθος κόσμου συγκεντρωμένο να κυματίζει την ελληνική σημαία.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	την οποία κρατάμε	-	
1:13'-1:14'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να μιλά στον κόσμο ενώ το χέρι του δείχνει προς τα πάνω-ψηλά.	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	ψηλά	-	
1:14'-1:15'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να χαμογελά με το χέρι στην καρδιά ενώ είναι ανεβασμένος σε σκηνή και χαιρετά	Ευχάριστη κεφάτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	διότι σε αυτή πιστεύουμε	-	

1:15'-1:17'	Πλήθος κόσμου παρακολουθεί την ομιλία, κυματίζει την ελληνική σημαία και χαμογελά.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	και για αυτήν αγωνιζόμαστε	-	
1:18'-1:19'	Δείχνει από το μόνιτορ της κάμερας τον Ευάγγελο Μειμαράκη να μιλά σε βήμα.	Ευχάριστη κεφάλτη μουσική με έμφαση στο ρυθμό.	-	-	
1:20'-1:21'	Πλήθος κόσμου παρακολουθεί την ομιλία, κυματίζει την ελληνική.	Ένταση στη μουσική.	-	-	
1:21'-1:22'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μειμαράκη να	Ένταση στη μουσική.	-	-	

	χαμογελά και να χαιρετά τον κόσμο				
1:22'-1:23'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη να ανεβαίνει σε σκηνή που βρίσκονται νέοι και να τους χαιρετά ενώ αυτοί χειροκροτούν	Ένταση στη μουσική	-	-	
1:23'-1:24'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη ανεβασμένο σε σκηνή και να σκύβει να δώσει το χέρι του στον κόσμο που βρίσκεται από κάτω.	Ένταση στη μουσική.	-	-	
1:24'-1:27'	Δείχνει το Μέγαρο Μαξίμου εξωτερικά όπου κυματίζει η ελληνική σημαία.	Ένταση στη μουσική.	-	-	
1:27'-1:30'	Δείχνει τον Ευάγγελο Μείμαράκη χαμογελαστό να	Κορύφωση έντασης	-	-	

		περπατά και να υψώνει τους αντίχειρές του.	στη μουσική.			
--	--	--	-----------------	--	--	--

1. Ανάλυση της ιδεοποιητικής λειτουργίας της εικόνας

Οι αναπαριστώμενοι συμμετέχοντες στη συγκεκριμένη εικόνα είναι οι Έλληνες πολίτες και ο αρχηγός του κόμματος της Νέας Δημοκρατίας, Ευάγγελος Μεϊμαράκης. Υπάρχει ανυσματική σχέση μεταξύ των συμμετεχόντων διότι όλοι παρουσιάζονται σε σημεία και καταστάσεις που σχετίζονται με το δρώντα. Οι συμμετέχοντες επίσης είναι συσχετισμένοι ανά την δομή και το νόημα της κάθε εικόνας και του προφορικού μηνύματος. Τέλος, οι κοινωνικοί ρόλοι που αναπτύσσονται μέσω της εικόνας είναι ισότιμοι και ουσιαστικά προβάλλουν την συνεργασία και την ομαδικότητα δεδομένου ότι όλες οι εικόνες αποτελούνται από άτομα του κοινωνικού συνόλου και τον αρχηγό του πολιτικού κόμματος.

2. Ανάλυση της διαπροσωπικής λειτουργίας της εικόνας

Οι λήψεις των εικόνων είναι κοντινές και το μέγεθος του πλαισίου στο φυσικό όριο της οθόνης γεγονός που υποδηλώνει προσωπική-στενή σχέση. Επίσης, υπάρχουν μεσαίες λήψεις ειδικά στις περιπτώσεις που ο δράστης ομιλεί σε μεγάλο κοινό. Υπάρχει υψηλός βαθμός απευθυντικότητας, διότι η σκηνή ποικίλει σε βλέμματα, μορφασμούς, χειρονομίες και οι γωνίες λήψης είναι τέτοιες που υποδηλώνουν συμμετρική σχέση και ισοτιμία.

3. Ανάλυση της κειμενικής λειτουργίας της εικόνας

Υπάρχει μια πληθώρα τεχνικών προσέλευσης της προσοχής του θεατή μέσα από την προβολή εικόνων και μηνυμάτων που αφήνουν το συναίσθημα του θεατή. Οι ζώνες που προσδίδουν πληροφοριακή αξία είναι ζώνη αριστερά-δεξιά, που υποδηλώνει οικεία, γνωστή και δεδομένη σχέση. Ειδικά σε ότι αφορά τις εικόνες που αναπαριστούν νέα άτομα υπάρχει η χρήση της ζώνης πάνω- κάτω. Πλαισίωση δεν υπάρχει και αυτό υποδηλώνει την αυξημένη τάση προς την οικειότητα με τον θεατή. Η τροπικότητα είναι υψηλή καθ' όλη τη διάρκεια της σκηνής γιατί οι εικόνες είναι πολύ ρεαλιστικές και το εικονιστικό μήνυμα μεταφέρεται με απόλυτο ρεαλισμό, διότι όλη η σκηνή αναπαριστά εικόνες προερχόμενες από την

πραγματικότητα. Ο προσανατολισμός της κωδικοποίησης είναι αισθητηριακός γιατί η εικόνα αποσκοπεί στην απόλαυση και την συγκίνηση.

B. Περιγραφική ανάλυση γλωσσικού μηνύματος

Κείμενο

Μειμαράκης: «Θα σας μιλήσω από την καρδιά μου, όπως πάντα, όπως έτσι με έχετε συνηθίσει, για αυτό θέλω να σας πω ότι ξεκινάμε. Στήνουμε γέφυρες με την κοινωνία. Στήνουμε γέφυρες με το αύριο. Στήνουμε γέφυρες με καλύτερη πραγματικότητα. Στήνουμε γέφυρες για μια καλύτερη Ελλάδα και ταυτόχρονα είμαστε δύναμη συνέπειας και ευθύνης, σταθερότητας και υπευθυνότητας. Για αυτό και πάμε όλοι μαζί, πάμε για την Ελλάδα μας, για τον τόπο μας, για να ξανάρθει το χαμόγελο στα χείλη μας. Η Νέα Δημοκρατία είναι ένα αταλάντευτο προοδευτικό κόμμα, που έχει κάνει όλες τις προοδευτικές τομές της χώρας. Εμείς δεν θέλουμε σημαίες, την ελληνική σημαία την οποία κρατάμε ψηλά, διότι σε αυτή πιστεύουμε και για την Ελλάδα αγωνιζόμαστε».

Περιγραφική ανάλυση

«Θα σας μιλήσω από την καρδιά μου, όπως πάντα, όπως έτσι με έχετε συνηθίσει, για αυτό θέλω να σας πω ότι ξεκινάμε».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την προσωπική αντωνυμία «εγώ». Το ρήμα «συνηθίσει» ανήκει σημασιολογικά στη νοητική διαδικασία με αποδέκτη την αντωνυμία «εσείς». Ο στόχος της δράσης είναι να το «θέλω να σας πω ότι ξεκινάμε». Ο δράστης των δευτερευουσών προτάσεων είναι ο ίδιος και όπως υπονοείται, και ο ελληνικός λαός. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει τη νοητική διαδικασία μέσω του «μιλήσω».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με την οριστική έγκλιση «ξεκινάμε». Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται μέσα από το πρώτο ενικό «θα σας μιλήσω» και στη συνέχεια από τον δεύτερο

πληθυντικό «με έχετε συνηθίστε». Η επόμενη πρόταση χρησιμοποιεί τον πρώτο πληθυντικό «ξεκινάμε» που ουσιαστικά από τον διαχωρισμό των δρώντων περνάει στη συνένωσή του. Η διαπεραστικότητα του μηνύματος επιτυγχάνεται μέσα από την επίκληση στο συναίσθημα «θα σας μιλήσω από την καρδιά μου» κι από την χρήση του α' πληθυντικού «ξεκινάμε».

«Στήνουμε γέφυρες με την κοινωνία».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Το ρήμα «στήνουμε» της κύριας πρότασης αναφέρεται στη συλλογική προσπάθεια του ιδίου με τους θεατές ενώ στόχος της δράσης είναι να στηθούν «γέφυρες» με στόχο το προθετικό σύνολο «με την κοινωνία». Το ρήμα επαναλαμβάνεται τέσσερις φορές δίνοντας έμφαση στην συλλογικότητα και στην νέα εκκίνηση των δράσεων του πολιτικού κόμματος. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει τη νοητική διαδικασία μέσω του ρήματος «στήνουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με οριστική έγκλιση μέσω του ρήματος «στήνουμε». Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται μέσα από την χρήση του α' πληθυντικού προκειμένου να δηλώσει συλλογικότητα. Η επανάληψη του ρήματος θέλει να προσδώσει αναγκαιότητα και επιτακτικότητα, ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση του α' πληθυντικού επιχειρείται η αναγκαιότητα συλλογικής συνεργασίας «με την κοινωνία».

«Στήνουμε γέφυρες με το αύριο».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Το ρήμα «στήνουμε» της κύριας πρότασης αναφέρεται στη συλλογική προσπάθεια του ιδίου με τους θεατές ενώ στόχος της δράσης είναι να στηθούν «γέφυρες» με στόχο το προθετικό σύνολο «με το αύριο». Το ρήμα επαναλαμβάνεται τέσσερις φορές δίνοντας έμφαση στην συλλογικότητα και στην νέα εκκίνηση των

δράσεων του πολιτικού κόμματος. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει τη νοητική διαδικασία μέσω του ρήματος «στήνουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με οριστική έγκλιση μέσω του ρήματος «στήνουμε». Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται μέσα από την χρήση του α' πληθυντικού προκειμένου να δηλώσει συλλογικότητα. Η επανάληψη του ρήματος θέλει να προσδώσει αναγκαιότητα και επιτακτικότητα, ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση του α' πληθυντικού επιχειρείται η αναγκαιότητα συλλογικής συνεργασίας «με το αύριο».

«Στήνουμε γέφυρες με καλύτερη πραγματικότητα».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Το ρήμα «στήνουμε» της κύριας πρότασης αναφέρεται στη συλλογική προσπάθεια του ίδιου με τους θεατές ενώ στόχος της δράσης είναι να στηθούν «γέφυρες» με στόχο το προθετικό σύνολο «με καλύτερη πραγματικότητα». Το ρήμα επαναλαμβάνεται τέσσερις φορές δίνοντας έμφαση στην συλλογικότητα και στην νέα εκκίνηση των δράσεων του πολιτικού κόμματος. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει τη νοητική διαδικασία μέσω του ρήματος «στήνουμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με οριστική έγκλιση μέσω του ρήματος «στήνουμε». Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται μέσα από την χρήση του α' πληθυντικού προκειμένου να δηλώσει συλλογικότητα. Η επανάληψη του ρήματος θέλει να προσδώσει αναγκαιότητα και επιτακτικότητα, ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση του α' πληθυντικού επιχειρείται η αναγκαιότητα συλλογικής συνεργασίας «με καλύτερη πραγματικότητα». Το επίθετο «καλύτερη» ενισχύει την πράξη και αποτελεί στοιχείο αξιολόγησης.

«Στήνουμε γέφυρες για μια καλύτερη Ελλάδα και ταυτόχρονα είμαστε δύναμη συνέπειας και ευθύνης, σταθερότητας και υπευθυνότητας».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εννοείται με την προσωπική αντωνυμία «εμείς». Το ρήμα «στήνουμε» της κύριας πρότασης αναφέρεται στη συλλογική προσπάθεια του ιδίου με τους θεατές ενώ στόχος της δράσης είναι να στηθούν «γέφυρες» με στόχο το προθετικό σύνολο «για μια καλύτερη Ελλάδα». Το ρήμα επαναλαμβάνεται τέσσερις φορές δίνοντας έμφαση στην συλλογικότητα και στην νέα εκκίνηση των δράσεων του πολιτικού κόμματος. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει τη νοητική διαδικασία μέσω του ρήματος «στήνουμε».

Στη δεύτερη πρόταση, που συνδέεται με την προηγούμενη με τον παρατακτικό συμπλεκτικό σύνδεσμο «και» και το χρονικό επίρρημα «ταυτόχρονα», ο δράστης της πράξης «δύναμη» εννοείται η προσωπική αντωνυμία «εμείς». Το ρήμα «είμαστε» πραγματώνει τη συσχετιστική διαδικασία. Σημασιολογικά το ρήμα είναι εργασιακό. Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι οι προσδιορισμοί «συνέπειας», «ευθύνης», «σταθερότητας» και «υπευθυνότητας».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με οριστική έγκλιση μέσω του ρήματος «στήνουμε». Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται μέσα από την χρήση του α' πληθυντικού προκειμένου να δηλώσει συλλογικότητα. Η επανάληψη του ρήματος θέλει να προσδώσει αναγκαιότητα και επιτακτικότητα, ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση του α' πληθυντικού επιχειρείται η αναγκαιότητα συλλογικής συνεργασίας «για μια καλύτερη Ελλάδα». Το επίθετο «καλύτερη» ενισχύει την πράξη και αποτελεί στοιχείο αξιολόγησης.

Η επόμενη κύρια πρόταση ανήκει στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού στο

ρήμα. Παράλληλα, περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας και η ενίσχυση της ισχυρής απόφασης. Το επίρρημα «ταυτόχρονα» που προσδιορίζει το ουσιαστικό «δύναμη» αποτελεί στοιχείο «αξιολόγησης» του εκφωνητή και γι' αυτό το λόγο οι προτάσεις διεπιδρούν στο κοινό.

«Για αυτό και πάμε όλοι μαζί, πάμε για την Ελλάδα μας, για τον τόπο μας, για να ξανάρθει το χαμόγελο στα χείλη μας».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της νοητικής διαδικασίας εννοείται με την προσωπική αντωνυμία «εμείς»(συμμετέχοντες) και το ρήμα «πάμε»(διαδικασία) που είναι σε οριστική έγκλιση και επαναλαμβάνεται δυο φορές με στόχο το προθετικό σύνολο «για την Ελλάδα μας» και την δευτερεύουσα τελική πρόταση «για να ξανάρθει το χαμόγελο στα χείλη μας». Ο δράστης όλων των προτάσεων είναι η Νέα Δημοκρατία και οι Έλληνες πολίτες, που προτάσσουν τη συλλογικότητα. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει την υλική διαδικασία μέσω του ρήματος «πάμε».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας, η κύρια πρόταση ανήκει στο δεσμευτικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήμα εκφέρεται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του α' πληθυντικού για το ρήμα και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα. Αυτά τα στοιχεία δίνουν στο λόγο διεπιδραστικό ύφος.

«Η Νέα Δημοκρατία είναι ένα αταλάντευτο προοδευτικό κόμμα που έχει κάνει όλες τις προοδευτικές δομές της χώρας».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης «Νέα Δημοκρατία» τοποθετείται στη αρχή της πρότασης για να δοθεί έμφαση. Μετά από αυτό επιλέγεται το ρήμα «είναι» που πραγματώνει τη

συσχετιστική διαδικασία. Σημασιολογικά το ρήμα είναι εργαστικό. Ακολουθεί ο στόχος της δράσης που είναι το «κόμμα» και ενισχύεται με τους επιθετικούς προσδιορισμούς «αταλάντευτο» και «προοδευτικό», όπως και η δευτερεύουσα αναφορική «που έχει κάνει όλες τις προοδευτικές δομές της χώρας». Ο δράστης της δευτερεύουσας πρότασης παραμένει η «Νέα Δημοκρατία». Το ρήμα «έχει κάνει» ανήκει στο είδος των υλικών διαδικασιών που περιγράφουν δράσεις και ενέργειες που επιφέρουν αλλαγές στον κόσμο. Γίνεται χρήση ενεργητικής σύνταξης που μέσω αυτής δίνεται έμφαση στον δράστη. Οι περιστάσεις που προκύπτουν εκφράζονται με επιθετικούς προσδιορισμούς «όλες τις προοδευτικές δομές της χώρας».

B. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση όπως και η δευτερεύουσα αναφορική ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου καθώς τα ρήματα εκφέρονται με οριστική έγκλιση (προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται με την επιλογή του γ' ενικού στα ρήματα. Παράλληλα, περιλαμβάνεται η έλλειψη επιστημικής τροπικότητας και η ενίσχυση της ισχυρής απόφασης. Το επίθετο «προοδευτικό» που προσδιορίζει το ουσιαστικό «κόμμα» αποτελεί στοιχείο «αξιολόγησης» του εκφωνητή και γι' αυτό το λόγο οι προτάσεις διεπιδρούν στο κοινό.

«Εμείς δε θέλουμε σημαίες ευκαιρίας, έχουμε την ελληνική σημαία, την οποία κρατάμε ψηλά, διότι σε αυτή πιστεύουμε και για την Ελλάδα αγωνιζόμαστε».

A. Σε επίπεδο αναπαραστατικής λειτουργίας ο δράστης της πράξης εκφράζεται με την προσωπική αντωνυμία «εμείς» και εννοείται η Νέα δημοκρατία και οι Έλληνες πολίτες. Τα ρήματα «θέλουμε» και «έχουμε» των κύριων προτάσεων ανήκουν σημασιολογικά στη νοητική διαδικασία με αποδέκτη τις «σημαίες ευκαιρίας» και την «ελληνική σημαία» αντίστοιχα. Ακολουθεί η δευτερεύουσα αναφορική πρόταση, που είναι ο στόχος της δράσης «την οποία κρατάμε ψηλά». Η δευτερεύουσα αιτιολογική πρόταση

που ακολουθεί, εκφράζει τη νοητική διαδικασία μέσω των ρημάτων «πιστεύουμε και αγωνιζόμαστε» και ενισχύεται με το προθετικό σύνολο «για την Ελλάδα». Οι δράστες, που είναι η Νέα Δημοκρατία και οι Έλληνες πολίτες, διατυπώνονται διαρκώς μέσα από την χρήση του α' πληθυντικού στα χρησιμοποιούμενα ρήματα. Επιλέγεται η ενεργητική σύνταξη γιατί πραγματώνει τη νοητική διαδικασία μέσω του ρήματος «θέλουμε».

Β. Σε επίπεδο διαπροσωπικής λειτουργίας η κύρια πρόταση εκφέρεται με οριστική έγκλιση του ρήματος «θέλουμε» και οι δευτερεύουσες προτάσεις με ίδια έγκλιση «πιστεύουμε», «αγωνιζόμαστε» ενώ και οι δυο ανήκουν στο αποφαντικό είδος πράξεων λόγου(προσλεκτικός ενδείκτης). Η «δείξη προσώπου» εκφράζεται μέσα από την επιλογή του α' πληθυντικού προσώπου και ταυτόχρονα έχουμε έλλειψη επιστημικής τροπικότητας που δηλώνει απόλυτη βεβαιότητα, ενώ η διαπεραστικότητα του μηνύματος επιτυγχάνεται μέσα από την διαρκή χρήση των ρημάτων σε α' πληθυντικό.

Κεφάλαιο 4

4.1. Συμπεράσματα

Μάιος 2012

Στο λόγο ως πρακτική λόγου, το περικείμενο στο σποτ του **ΣΥΡΙΖΑ** διαφέρει από αυτό της Νέας Δημοκρατίας. Αυτό διαφαίνεται, πρώτα από όλα, από το καταστασιακό περικείμενο με συμμετέχοντες τους κυρίους Παπανδρέου, Βενιζέλο, Σαμαρά, Καρατζαφέρη και Παπαδήμο (πλάνο 1) και τους πολίτες σε διάφορες ενέργειες, όπως σε διαδηλώσεις και ουρές συσσιτίων. Ο εκφωνητής περιγράφει τις εικόνες και προσθέτει στοιχεία σε αυτά που αναγράφονται. Η επιλογή του να πρωταγωνιστούν οι πολιτικοί-ιθύνοντες και ο λαός, σηματοδοτεί τον σκοπό επικοινωνίας που δεν είναι άλλος από το να επιρριφθούν ξεκάθαρες ευθύνες για την κατάσταση που έχει περιέλθει η χώρα. Επιπλέον, επιτυγχάνεται μέσω της διαφήμισης η προβολή ενός κόμματος που δεν βρίσκεται στην εξουσία και έχει το πλεονέκτημα να ασκεί «δριμύ κατηγορώ» προς όλες τις κατευθύνσεις.

Στο γνωσιακό περικείμενο, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι παρακάτω περίοδοι: *«Αποφάσισαν χωρίς εμάς», «Προχωράμε χωρίς αυτούς»*. Η λογική συνεπαγωγή στο σημείο αυτό έχει να κάνει με την αιτιακή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των προτάσεων. Τονίζεται, κατά τη διάρκεια του σποτ, η προσπάθεια των προηγούμενων πολιτικών να εξαπατήσουν, να τρομοκρατήσουν, να βυθίσουν στη φτώχεια την Ελλάδα με την κατάληξη ότι κανείς από αυτούς δε λειτούργησε συλλογικά με γνώμονα το συμφέρον του λαού. Να σημειωθεί, επίσης, ότι η ευθύνη προσωποποιείται και δεν κομματικοποιείται, παρά μόνο στην ανάλυση των χρωμάτων επιδεικνύονται τα ιθύνοντα κόμματα. Αν θεωρήσουμε ότι η αιτιακή σχέση αναπτύσσεται ως *«επειδή αποφάσισαν χωρίς εμάς, εμείς προχωράμε χωρίς αυτούς»*, καταλήγουμε στο ότι δίνεται μία ηχηρή απάντηση από πλευράς ΣΥΡΙΖΑ σε όλα τα υπόλοιπα κόμματα ότι ήρθε η

ώρα της περιθωριοποίησης των μνημονιακών πολιτικών και η επικράτηση της ελπίδας και της αλλαγής.

Το άμεσο συγκείμενο του σποτ που προηγείται και έπεται της γλωσσικής δραστηριότητας είναι η σταθερή μουσική που ηχεί στον ίδιο βαθμό από την αρχής ως το τέλος. Ο ήχος σε συνδυασμό με το γλωσσικό μήνυμα, στο οποίο επαναλαμβάνεται το ρήμα «*αποφάσισαν*» για να καταλήξει στο ρήμα «*προχωράμε*» δίνει καταγγελτική χροιά στο σποτ. Εφαρμόζεται δηλαδή η λογική της επανάληψης για να υπερτονιστεί το ζητούμενο, δηλαδή την υπόδειξη των ιθυνόντων, των αποφάσεων τους, αλλά και τα αποτελέσματα που αυτές έφεραν.

Στο κοινωνιοπολιτισμικό περικείμενο, όπως ήδη είναι γνωστό, οι λόγοι αφορούν αναπαραστάσεις του κόσμου μέσα από μια συγκεκριμένη οπτική γωνία, οι οποίες εκφράζουν τα νοήματα και τις αξίες μιας κοινωνικής πρακτικής. Στη συγκεκριμένη σποτ, είναι ευδιάκριτος ο λόγος της πολιτικής αλλά εμπεριέχεται και ο κοινωνικός λόγος, δηλαδή ένας λόγος κοινωνικής πολιτικής/ αντικαπιταλιστικός που παραπέμπει σε έναν αριστερό πολιτικό λόγο, π.χ. «*αποφάσισαν να μας τρομοκρατήσουν, αποφάσισαν χωρίς εμάς*» με εκδηλώσεις διαμαρτυρίας στους δρόμους, και ο οικονομικός π.χ. «*αποφάσισαν να μας βυθίσουν στην ανεργία και στη φτώχεια*» με ουρές ηλικιωμένων σε συσσίτια, επομένως συναντάμε τη συστατική διακειμενικότητα.

Το ύφος που υιοθετεί το σποτ είναι σοβαρό και απόλυτο χωρίς επεξηγήσεις. Χρησιμοποιεί δηλώσεις και θέσεις του ΣΥΡΙΖΑ και τις θεωρεί δεδομένες και αδιαμφισβήτητες, που αναδύονται με πολιτικό στίγμα. Η φράση «*αποφάσισαν χωρίς εμάς*», άρα «*προχωράμε χωρίς αυτούς*», εμπερικλείει όλο το νόημα του σποτ και αναδύεται η σκοπιά της εκδίκησης στα προηγούμενα πολιτικά κόμματα που κυβέρνησαν. Πρόκειται σαφώς για ένα κειμενικό είδος τυποποιημένης μορφής, ειδικής επικοινωνιακής περίπτωσης με έλλειψη σε στοιχεία ρητορικής και επιχειρηματολογίας, λόγω της ενίσχυσης της κατηγορίας προς τους υπόλοιπους. Το μόνο που αλλάζει στο ύφος είναι το αισιόδοξο μήνυμα στο τέλος «*προχωράμε χωρίς αυτούς*» που γεννά την ελπίδα (βοηθά

και η αλλαγή ύφους στη μουσική). Κατά τα άλλα, η επιλογή καταγραφής αποφάσεων των πολιτικών αντιπάλων και ο βαθμός που έπληξαν το λαό οι αποφάσεις τους, μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ενδεχομένως επικαλείται το συναίσθημα του δέκτη. Καταλήγουμε, λοιπόν, στο ότι έχουμε, από τη μία πλευρά, αποσπασματικές θέσεις από έναν λόγο της ανανεωτικής αριστεράς, χωρίς στοιχεία συνομιλιοποίησης και ψευδαίσθησης, ως προς το ύφος τουλάχιστον, με μοναδικό γνώμονα την αφύπνιση του κόσμου που υποφέρει και οφείλει να ανταπαντήσει σε όλα όσα τους αφορούν και δεν έχουν λόγο. Από όλα αυτά διαφαίνεται ότι ο ΣΥΡΙΖΑ βρίσκεται σε αμυντική θέση, δεν επιλέγει να προτείνει ή να υποσχεθεί κάτι συγκεκριμένο και επαναπαύεται στο να καταδείξει τα λάθη των προηγούμενων και να φορτίσει με ελπίδα τον κόσμο δηλώνοντας ότι προχωρεί δίπλα τους.

Επίσης, είναι σημαντικό να εξετάσουμε το κείμενο του ΣΥΡΙΖΑ από τη σκοπιά του λόγου ως κοινωνική πρακτική. Η συγκεκριμένη ομιλία οικοδομείται πάνω σε αναπαραστάσεις της κοινωνικής πραγματικότητας, οι οποίες μετασχηματίζουν σχέσεις ιδεολογικής κυριαρχίας και κοινωνικής ανισότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί απευθύνεται, κυρίως μέσω της εικόνας, σε διάφορες κοινωνικές ομάδες, δίνει βάση στους ανθρώπους που αγανακτούν και διαδηλώνουν για τα πραγματικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική οικογένεια σήμερα σε κοινωνικό-ανθρωπιστικό και οικονομικό επίπεδο. Η κοινωνική πραγματικότητα αναπαρίσταται με αυτόν τον τρόπο γιατί ο ΣΥΡΙΖΑ αφουγκράζεται τον παλμό των προβλημάτων και στοχεύει εκεί. Δεν παραλείπει να προβάλλει εικόνες επεισοδίων και να επικοινωνήσει την τρομοκρατία έχοντας ως στόχο να αντιπαρατεθεί στην εξουσία (ματ και συμπλοκές). Δίνει ελπίδα, στο τέλος, δηλώνοντας ότι είναι σε θέση να κυβερνήσει, αλλά όλο το οικοδόμημά του στηρίζεται στις τραγικές συνέπειες της πολιτικής των προηγούμενων.

Η ιδεολογία πραγματώνεται με υλικό τρόπο, επομένως σημαντικό ρόλο παίζει η απλότητα σε λόγο στις θέσεις του ΣΥΡΙΖΑ, η συντομία του σποτ και το ξεκάθαρο περιεχόμενό του, που στηρίζεται στην απαγγελία κατηγοριών. Το συγκεκριμένο σποτ χρησιμοποιεί, ως προς το περιεχόμενο, την παραδοσιακή

πολιτική ιδεολογία και ως προς το «είναι» το «δριμύ κατηγορώ του άλλους», ενώ ως προς το «φαίνεσθαι» το σποτ ανήκει στα σύγχρονα προεκλογικά σποτ με βάση την εικόνα και έπειτα το λόγο. Η σκοπιμότητα του σποτ, ίσως, να κρύβεται στην επιθυμία αποδόμησης του παλαιού πολιτικού συστήματος και ανάδειξης του ΣΥΡΙΖΑ ως τη μόνη επιλογή. Από την πλευρά του λόγου ως υλική έκφραση της ιδεολογίας, η χρήση του γ' πληθυντικού «*αποφάσισαν*» δεν τοποθετεί το λόγο στην προοδευτική ιδεολογία που προϋποθέτει τη συμμετοχή και τη συνεργασία όλων, παρά μόνο στο τέλος «*προχωράμε*». Μπορούμε να καταλήξουμε στο ότι πρόκειται για ανάπτυξη επαναστατικής και όχι κυρίαρχης ιδεολογίας, τουλάχιστον ως προς τη στάση και τα μηνύματα που μεταφέρει.

Αν εξετάσουμε το ανάλογο σποτ της **Νέας Δημοκρατίας** αυτής της περιόδου, θα σημειώσουμε αρκετές διαφορές. Το σποτ της Νέας Δημοκρατίας είναι μεγαλύτερο σε διάρκεια, υπάρχει ισορροπία εικόνας και λόγου (γραπτού και προφορικού), πρωταγωνιστής είναι ο κύριος Σαμαράς και συμμετέχοντες οι πολίτες. Το σποτ της Νέας Δημοκρατίας μπορεί, ίσως, να θεωρηθεί πιο ολοκληρωμένο, γιατί έχουμε να κάνουμε με ένα πολυτροπικό βίντεο που εξαντλεί όλα τα μέσα και στοχεύει να πληροφορήσει αλλά και να συγκινήσει. Θέτει διλήμματα με ουσιαστικοποιήσεις δίνοντας απόλυτο τόνο αλλά δεν κατηγορεί ευθέως τον ΣΥΡΙΖΑ. Στο επίκεντρο βρίσκονται θέσεις και όραμα για την ανάπτυξη της Ελλάδας.

Πιο συγκεκριμένα, στο λόγο ως πρακτική λόγου το περικείμενο διαφέρει από αυτό του ΣΥΡΙΖΑ. Αυτό διαφαίνεται, αρχικά, από το καταστασιακό περικείμενο με συμμετέχοντες τον κύριο Σαμαρά και τον κόσμο στους δρόμους και στο εσωτερικό ενός κτιρίου (υποθέτουμε της Νέας Δημοκρατίας). Το σποτ ξεκινά με τον κόσμο στους δρόμους δείχνοντας την τάση της Νέας Δημοκρατίας να αφουγκραστεί τις σκέψεις και τους προβληματισμούς του. Άνθρωποι όλων των ηλικιών διασταυρώνονται και ο εκφωνητής και η εκφωνήτρια με τη δύναμη της εικόνας(αναγραφή λέξεων) εκφωνούν τη λέξη κλειδί. Οι λέξεις είναι αντίθετες μεταξύ τους και υποδεικνύουν το διχασμό του κόσμου εκείνης της περιόδου, π.χ. οι λέξεις «*δραχμή, ελλαδίτσα*» πέρα από την ειρωνική διάθεση, φωτογραφίζουν το ΣΥΡΙΖΑ, έμμεσα και όχι άμεσα. Στη συνέχεια,

πρωταγωνιστής του κόσμου γίνεται ο κύριος Σαμαράς αλλά παραμένει πλαισιωμένος από κόσμο και ειδικότερα από πολλούς νέους. Στο σημείο αυτό επιτυγχάνεται μέσω της διαφήμισης η προβολή ενός σταθερού κόμματος που εφαρμόζει τη ρητορική της ανάπτυξης σε μία χρονική περίοδο, που όλα είναι πιεστικά.

Στο γνωσιακό περικείμενο, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η παρακάτω περίοδος: *«Μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα νέο μοντέλο για τη χώρα, για να έρθει γρήγορα η ανάπτυξη με ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια»*. Η λογική συνεπαγωγή στο σημείο αυτό έχει να κάνει με την αιτιακή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των προτάσεων. Το νέο μοντέλο ανάπτυξης είναι αναγκαίο, γιατί με αυτό τον τρόπο θα έρθει η ανάπτυξη.

Το άμεσο συγκείμενο της ομιλίας αυτής, που προηγείται και έπεται της γλωσσικής δραστηριότητας, είναι η διαβάθμιση της μουσικής, που κλιμακώνεται ανάλογα τη σκηνή, και η ηχώ στις λέξεις, όπως *«ελπίδα»* ή *«φόβος»*, που δηλώνουν την ένταση και την αναγκαιότητα της σωστής επιλογής. Στη σκηνή με τον κύριο Σαμαρά, η μουσική αλλάζει, εντείνεται και προσαρμόζεται στο ύφος του ίδιου και των λεγομένων του.

Στο κοινωνιοπολιτισμικό περικείμενο, στο συγκεκριμένο σποτ, είναι ευδιάκριτος ο λόγος της πολιτικής αλλά εμπεριέχεται ένας λόγος οικονομικής πολιτικής, που παραπέμπει σε έναν φιλελεύθερο πολιτικό λόγο, π.χ. *ένα νέο μοντέλο για τη χώρα, για να έρθει γρήγορα η ανάπτυξη με ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια*, επομένως συναντάμε τη συστατική διακειμενικότητα.

Το ύφος που υιοθετεί ο Σαμαράς στο σποτ είναι σοβαρό σε πολιτικό πλαίσιο, με εναλλαγές αυστηρότητας *«σε όσους βασίζουν την ύπαρξη τους στην καταστροφή»* και αισιοδοξίας *«απαντάμε πως η Ελλάδα έχει μέλλον, η Ελλάδα θα τα καταφέρει»* που απηχούν διακειμενικά το γερμανικό πρότυπο για την οικονομία.

Διαφέρει σε σχέση με άλλα σποτ, διότι χωρίζεται σε δύο μέρη τελείως διαφορετικά μεταξύ τους και στην ουσία το δεύτερο μέρος με τον κύριο Σαμαρά

απαντά στο πρώτο με τον κόσμο στο δρόμο. Οι λέξεις-σκέψεις είναι επίκαιρες και προβληματίζουν μέχρι και σήμερα, άρα αποτελεί μία εύστοχη επιλογή. Το δεύτερο μέρος δεν είναι ασυνήθιστο αλλά επιτυγχάνεται η προβολή του κύριου Σαμαρά ως εγγυητής για την ισορροπία. Πρόκειται σαφώς για ένα κειμενικό είδος τυποποιημένης μορφής με την ιδιαιτερότητα των λέξεων-κλειδιών, ειδικής επικοινωνιακής περίστασης με ολοφάνερα στοιχεία ρητορικής και επιχειρηματολογίας. Καταλήγουμε, λοιπόν, στο ότι έχουμε έναν λόγο συντηρητικό, έναν πολιτικό λόγο με οικονομική και κοινωνική χροιά, χωρίς στοιχεία συνομιλιοποίησης και ψευδαισθήσης, ως προς το ύφος τουλάχιστον, με μοναδικό άξονα τον ξεκάθαρο λόγο για ένα κόμμα που είναι έτοιμο να παραμείνει στην εξουσία και να σώσει τη χώρα.

Ιούνιος 2012

Στο λόγο ως πρακτική λόγου, το περιεχόμενο του **ΣΥΡΙΖΑ** διαφέρει από αυτό της Νέας Δημοκρατίας. Αυτό διαφαίνεται, κατά πρώτο λόγο, από το καταστασιακό περιεχόμενο με συμμετέχοντες το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, τα μνημόνια και τους πολίτες. Να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι ο ΣΥΡΙΖΑ ταυτίζεται με το λαό(χρήση α' πληθυντικού). Έχουμε εναλλαγή εκφωνήτριας με εκφωνητή και παράλληλη εναλλαγή στη μουσική. Και οι δύο εκφωνούν αυτολεξεί το κείμενο που προβάλλεται στις εικόνες χωρίς να προσθέτουν στοιχεία σε αυτά που αναγράφονται. Η εκφωνήτρια έχει δραματικό τόνο στη φωνή της και εναρμονίζεται με το περιεχόμενο των λεγομένων της, ενώ ο εκφωνητής παρουσιάζεται πιο αισιόδοξος. Ο ήχος συμβάλλει καθοριστικά και στους δύο λόγους. Όπως συνέβη και στο σποτ του Μαΐου, η επιλογή του να πρωταγωνιστεί λεκτικά το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, τα μνημόνια και ο λαός, σηματοδοτεί τον σκοπό επικοινωνίας που δεν είναι άλλος από το να επιρριφθούν ξεκάθαρες ευθύνες για την κατάσταση στην οποία έχει φτάσει η χώρα. Επιπλέον, επιτυγχάνεται μέσω της διαφήμισης η προβολή ενός κόμματος που δεν βρίσκεται στην εξουσία

και έχει το πλεονέκτημα να ασκεί «δριμύ κατηγορώ» προς όλες τις κατευθύνσεις.

Στο γνωσιακό περικείμενο, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα παρακάτω ρητορικά ερωτήματα: «*Θυμάσαι πόσες φορές μας φόβισαν ότι θα φύγουμε από την Ευρώπη και θα γυρίσουμε στη δραχμή; / ότι δεν θα πάρουμε την επόμενη δόση; / ότι χρεοκοπούμε και ότι με τα μνημόνια θα μας σώσουν;*». Η λογική συνεπαγωγή στο σημείο αυτό έχει να κάνει με την αιτιακή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των ερωτήσεων. Τονίζεται, κατά τη διάρκεια του σποτ, η προσπάθεια των προηγούμενων πολιτικών να φοβίσουν με την κατάληξη ότι μετά από τόσες φορές δεν έχουν τη δύναμη να φοβίσουν. Αν θεωρήσουμε ότι η αιτιακή σχέση αναπτύσσεται ως «γιατί μας φόβισαν;» ή «πόσο μας φόβισαν;», καταλήγουμε στο ότι δίνεται ανορθόδοξα μία απάντηση και στα τρία ρητορικά ερωτήματα από πλευράς ΣΥΡΙΖΑ με βάση την ποσότητα «*τόσες πολλές που δεν μας φοβίζουν πια*» εκφράζοντας τον κάθε πολίτη χωριστά που έχει κουραστεί να δίνει ευκαιρίες σε κόμματα και πολιτικούς που δε νοιάζονται για αυτόν. Η χρήση β' ενικού προσώπου στο ρήμα κάνει το κείμενο πιο άμεσο με στόχο την ενεργοποίηση της μνήμης και της υπενθύμισης.

Το άμεσο συγκείμενο του σποτ που προηγείται και έπεται της γλωσσικής δραστηριότητας είναι η μουσική που δεν ηχεί στον ίδιο βαθμό από την αρχής ως το τέλος, αφού η εκφωνήτρια παρουσιάζεται πιο δραματική και ο εκφωνητής πιο αισιόδοξος και η μουσική εναρμονίζεται με τον τόνο των φωνών και του περιεχομένου τους. Ο ήχος σε συνδυασμό με το γλωσσικό μήνυμα, στο οποίο επαναλαμβάνεται το ρήμα «*θυμάσαι*» για να καταλήξει στο ρήμα «*ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα*» δίνουν δραματική χροιά στο σποτ. Εφαρμόζεται δηλαδή η λογική της επανάληψης για να υπερτονιστεί το ζητούμενο, δηλαδή η υπόδειξη των ιθυνόντων μέσα από τους φόβους και τις απειλές σε σχέση με την Ευρώπη, το νόμισμα και τα μνημόνια.

Στο κοινωνιοπολιτισμικό περικείμενο, όπως ήδη είναι γνωστό, οι λόγοι αφορούν αναπαραστάσεις του κόσμου μέσα από μια συγκεκριμένη οπτική

γωνία, οι οποίες εκφράζουν τα νοήματα και τις αξίες μιας κοινωνικής πρακτικής. Στο συγκεκριμένο σποτ, είναι ευδιάκριτος ο λόγος της πολιτικής αλλά εμπεριέχεται και ο κοινωνικός λόγος, δηλαδή ένας λόγος κοινωνικής πολιτικής με καθημερινό ύφος που παραπέμπει σε έναν λαϊκό αριστερό πολιτικό λόγο, π.χ. *«μακριά από τον μόνο πραγματικό τρόπο για τις ζωές μας, που είναι η πολιτική τους και τα μνημόνιά τους»*. Οι κτητικές αντωνυμίες δρουν καταλυτικά στην αποσαφήνιση του τρόμου και στην οικειοποίηση της πολιτικής και των μνημονίων.

Το ύφος που υιοθετεί το σποτ είναι σοβαρό με δραματικό τόνο αλλά και επεξηγήσεις *«μακριά από τον μόνο πραγματικό τρόπο για τις ζωές μας, που είναι η πολιτική τους και τα μνημόνιά τους»*. Χρησιμοποιεί δηλώσεις και θέσεις του ΣΥΡΙΖΑ και τις θεωρεί δεδομένες και αδιαμφισβήτητες, που αναδύονται, όχι τόσο μέσα από πολιτική ρητορική, αλλά κυρίως μέσα από έναν λόγο κατηγορίας με επίκληση στη θυμική. Οι εκφράσεις *«κάνουμε τα μνημόνια παρελθόν, ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα»*, εμπερικλείουν όλο το νόημα του σποτ και αναδύεται η σκοπιά της ελπίδας αφήνοντας στο παρελθόν τα μνημόνια και αυτούς που τα έφεραν. Πρόκειται σαφώς για ένα κειμενικό είδος τυποποιημένης μορφής, ειδικής επικοινωνιακής περίπτωσης με έλλειψη σε στοιχεία ρητορικής και επιχειρηματολογίας, λόγω της ενίσχυσης της κατηγορίας προς τους υπόλοιπους. Το μόνο που αλλάζει το ύφος είναι το αισιόδοξο μήνυμα στο τέλος *«ανοίγουμε δρόμο στην ελπίδα»* που γεννά ελπίδα. Συμπεραίνουμε, λοιπόν, ότι έχουμε αποσπασματικές θέσεις από έναν λόγο της ανανεωτικής αριστεράς, χωρίς στοιχεία συνομιλιοποίησης και ψευδαίσθησης, ως προς το ύφος τουλάχιστον, με μοναδικό γνώμονα την υπενθύμιση των γεγονότων που στοίχισαν στον κόσμο που υποφέρει κάνοντας ξεκάθαρο ότι δεν υφίσταται φόβος πια. Από όλα αυτά διαφαίνεται ότι ο ΣΥΡΙΖΑ βρίσκεται σε αμυντική θέση, δεν επιλέγει να προτείνει ή να υποσχεθεί κάτι συγκεκριμένο και επαναπαύεται στο να υπενθυμίσει τα λάθη των προηγούμενων και να φορτίσει με ελπίδα τον κόσμο δηλώνοντας ότι ανοίγει μαζί τους δρόμο στην ελπίδα.

Επιπρόσθετα, αξίζει να εξετάσουμε το κείμενο του ΣΥΡΙΖΑ από τη σκοπιά του λόγου ως κοινωνική πρακτική. Το συγκεκριμένο σποτ οικοδομείται

σε αναπαραστάσεις της κοινωνικής πραγματικότητας οι οποίες μετασχηματίζουν σχέσεις ιδεολογικής κυριαρχίας και κοινωνικής ανισότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί απευθύνεται , αποκλειστικά μέσω του κειμένου και όχι της εικόνας, σε όλους τους πολίτες που υπέφεραν από Διεθνές Νομισματικό Ταμείο και μνημόνια και εκφοβίστηκαν. Η κοινωνική πραγματικότητα αναπαρίσταται από αυτή την οπτική γωνία γιατί ο ΣΥΡΙΖΑ επιδιώκει στο να μην ξεχαστούν τα λάθη, να στοχοποιήσει τους δράστες, να τους απομονώσει και να χαράξει ένα νέο δρόμο πολιτικής. Στο τέλος, δίνει ελπίδα δηλώνοντας ότι είναι σε θέση να κυβερνήσει, αλλά όλο το οικοδόμημά του στηρίζεται, ένα μήνα μετά από το προηγούμενο σποτ, στην ίδια γραμμή. Αυτό σημαίνει ότι δεν δεσμεύεται, δεν προτείνει, δεν υπόσχεται, αλλά χτίζει την πολιτική του σε όσα λανθασμένα διέπραξαν οι προηγούμενοι.

Η ιδεολογία πραγματώνεται με υλικό τρόπο, επομένως σημαντικό ρόλο παίζει η απλότητα σε λόγο στις θέσεις του ΣΥΡΙΖΑ, η συντομία του σποτ και το ξεκάθαρο περιεχόμενό του, που στηρίζεται στην απαγγελία κατηγοριών. Το συγκεκριμένο σποτ χρησιμοποιεί ως προς το περιεχόμενο την παραδοσιακή πολιτική ιδεολογία ως προς το «είναι» του «*δριμύ κατηγορώ στους άλλους*», ενώ ως προς το «*φαίνεσθαι*» το σποτ ανήκει στα σύγχρονα προεκλογικά σποτ με βάση το κείμενο ως λόγο. Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί λιγότερο ενδιαφέρον από το προηγούμενο του ΣΥΡΙΖΑ, διότι έχουμε ταύτιση γραπτού και προφορικού λόγου και έλλειψη εικόνας. Η σκοπιμότητα του σποτ, ίσως, να κρύβεται στην επιθυμία αποδόμησης του παλαιού πολιτικού συστήματος και ανάδειξης του ΣΥΡΙΖΑ ως τη μόνη επιλογή. Από την πλευρά του λόγου ως υλική έκφραση της ιδεολογίας, η χρήση του β' ενικού «*θυμάσαι;*» και α' πληθυντικού «*κάνουμε τα μνημόνια παρελθόν*» τοποθετεί το λόγο στην προοδευτική ιδεολογία που προϋποθέτει τη συμμετοχή και τη συμμετοχή όλων. Μπορούμε να καταλήξουμε στο ότι πρόκειται για ανάπτυξη επαναστατικής και όχι κυρίαρχης ιδεολογίας, τουλάχιστον ως προς τη στάση και τα μηνύματα που μεταφέρει.

Συγκριτικά με τη **Νέα Δημοκρατία**, το σποτ του ΣΥΡΙΖΑ είναι πιο συγκεκριμένο και βασίζεται σε ένα τρίπτυχο κατηγορίας του φόβου για την

Ευρώπη και την Ελλάδα, του νομίσματος και των μνημονίων. Η Νέα Δημοκρατία επιβεβαιώνει με το σποτ αυτό τον ΣΥΡΙΖΑ ως προς τον φόβο, αφού επιλέγει να προβάλλει, μέσω της υποστολής της ελληνικής σημαίας, την έξοδο της Ελλάδας από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Το σποτ βασίζεται σχεδόν εξολοκλήρου στην εικόνα, ενώ ο ΣΥΡΙΖΑ επιλέγει τον γραπτό και τον προφορικό λόγο. Η επιλογή της Νέας Δημοκρατίας έχει ως στόχο να φανερώσει την αναγκαιότητα παραμονής της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση και ότι η ίδια είναι εγγυήτρια ως προς αυτό.

Στο λόγο ως πρακτική λόγου, το περικείμενο της Νέας Δημοκρατίας διαφέρει από αυτό του ΣΥΡΙΖΑ. Αυτό διαφαίνεται, αρχικά, από το καταστασιακό περικείμενο με συμμετέχουσες τις σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι η Νέα Δημοκρατία ταυτίζεται με την άποψη και τη ρητορική του φόβου. Επιπλέον, επιτυγχάνεται μέσω της διαφήμισης η προβολή ενός κόμματος που, αν και βρίσκεται στην εξουσία, έχει το μειονέκτημα της χρονικής συγκυρίας και της ανατροπής του. Ίσως είναι αυτός ο λόγος που προσφεύγει στην πολιτική του φόβου και της τρομοκρατίας με μόνιμο διακύβευμα την παραμονή στην Ευρώπη.

Στο γνωσιακό περικείμενο, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η παρακάτω περίοδος, που είναι και η μοναδική: *«Οι λύσεις για την Ελλάδα είναι μέσα στην Ευρώπη»*. Η λογική συνεπαγωγή στο σημείο αυτό έχει να κάνει με την αιτιακή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των ονοματικών συνόλων. Υπονοείται, κατά τη διάρκεια του σποτ, η προσπάθεια του ΣΥΡΙΖΑ να θέσει τη χώρα εκτός Ευρώπης. Αν θεωρήσουμε ότι η αιτιακή σχέση αναπτύσσεται ως *«γιατί μέσα στην Ευρώπη;»*, καταλήγουμε στο ότι δίνεται η απάντηση *«γιατί οι λύσεις για την Ελλάδα βρίσκονται μέσα στην Ευρώπη»*, υποδεικνύοντας το ισχυρό «χαρτί» της ρητορικής της Νέας Δημοκρατίας.

Το άμεσο συγκείμενο του σποτ που προηγείται και έπεται της γλωσσικής δραστηριότητας είναι η μουσική, η οποία παίζει καθοριστικό ρόλο στο σποτ, όπως και η εικόνα, γιατί το κείμενο εμφανίζεται στο τέλος και είναι πολύ σύντομο. Η μουσική είναι δραματική και θυμίζει εμβατήριο πολέμου και ο ήχος

συμβάλλει καθοριστικά στην εξέλιξη του σποτ. Οι διαβαθμίσεις του από δραματικός σε αισιόδοξο δίνει συγκεκριμένη ταυτότητα στο σποτ. Ο ήχος εναρμονίζεται απόλυτα με την εικόνα, αφού η δραματικότητά του συνδυάζεται με την υποστολή της σημαίας, ενώ η αισιοδοξία του με το γεγονός ότι κυματίζει με τις υπόλοιπες.

Στο κοινωνιοπολιτισμικό περικείμενο είναι δυσδιάκριτος ο λόγος της πολιτικής αλλά εμπεριέχεται η εικόνα και ο ήχος που οδηγούν σε σαφή συμπεράσματα. Η περίοδος στο τέλος του σποτ «*Οι λύσεις για την Ελλάδα είναι μέσα στην Ευρώπη*» θα μπορούσε να είναι ο τίτλος του σποτ και λιγότερο η αναγραφή «*Προχωράμε Υπεύθυνα Αποφασιστικά*». Πρόκειται σαφώς για ένα κειμενικό είδος μη τυποποιημένης μορφής, ειδικής επικοινωνιακής περίπτωσης με μηδενικά στοιχεία ρητορικής και επιχειρηματολογίας, λόγω της έμφασης στην εικόνα και στον ήχο. Το μόνο που αλλάζει το ύφος είναι η αισιόδοξη μουσική και η εικόνα της σημαίας μαζί με τις υπόλοιπες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Καταλήγουμε, λοιπόν, ότι δηλώνεται μία θέση του κόμματος σε όλο το σποτ, που ομολογουμένως έχει μικρή διάρκεια. Η Νέα Δημοκρατία από θέση εξουσίας περνάει σε αμυντική στάση και εμμένει σε ένα μόνο επιχείρημα. Δεν εκφράζει θέσεις, ιδέες, προτάσεις και επιλέγει τη στρατηγική του διλήμματος, ενώ στο σποτ του Μαΐου δήλωνε «*διλήμματα τέλος*».

Επιπρόσθετα, έχει ενδιαφέρον να εξετάσουμε το κείμενο της Νέας Δημοκρατίας από τη σκοπιά του λόγου ως κοινωνική πρακτική. Το συγκεκριμένο σποτ οικοδομείται σε αναπαραστάσεις της κοινωνικής πραγματικότητας οι οποίες μετασχηματίζουν σχέσεις ιδεολογικής κυριαρχίας και κοινωνικής ανισότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί απευθύνεται, σχεδόν αποκλειστικά μέσω της εικόνας και όχι του κειμένου, σε όλους τους πολίτες που αμφιταλαντεύονται στο δίλημμα «μέσα ή έξω από την Ευρώπη». Η κοινωνική πραγματικότητα αναπαρίσταται από αυτή την οπτική γωνία γιατί η Νέα Δημοκρατία επιδιώκει στο να φοβίσει και να τρομοκρατήσει τον θεατή σε περίπτωση που η Ελλάδα βρεθεί εκτός Ευρώπης και αυτός είναι ο λόγος που δεν επικοινωνεί κάποιο άλλο μήνυμα ή θέση ή πρόταση. Στο τέλος, δίνει ελπίδα με την προϋπόθεση να παραμείνει η χώρα μας στην Ευρώπη.

Η ιδεολογία πραγματώνεται με υλικό τρόπο, επομένως σημαντικό ρόλο παίζουν η συντομία του σποτ και το ξεκάθαρο περιεχόμενό του, που στηρίζεται στην ρητορική του εκφοβισμού. Το συγκεκριμένο σποτ χρησιμοποιεί ως προς το περιεχόμενο την παραδοσιακή πολιτική ιδεολογία ως προς το «είναι» του και ως προς το «φαίνεσθαι», γιατί, ενώ το σποτ ανήκει στα σύγχρονα προεκλογικά σποτ, θυμίζει παλιάς εποχής. Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί λιγότερο ενδιαφέρον από το προηγούμενο της Νέας Δημοκρατίας, διότι έχουμε έλλειψη επιχειρημάτων και θέσεων, αφού βασίζεται στην εικόνα με μία μόνο θεματική. Η σκοπιμότητα του σποτ, ίσως, να κρύβεται στην απουσία προτάσεων και στην επικράτηση φόβου και συντηρητισμού απέναντι σε ρηξικέλευθες πολιτικές.

Γενάρης 2015

Στο λόγο ως πρακτική λόγου, το περικείμενο του **ΣΥΡΙΖΑ** διαφέρει από αυτό της Νέας Δημοκρατίας. Αυτό διαφαίνεται, αρχικά, από το καταστατικό περικείμενο με συμμετέχοντες τον κύριο Τσίπρα και το ακροατήριο από πολυάριθμους ένθερμους υποστηρικτές του ΣΥΡΙΖΑ. Η ομιλία διεξάγεται σε κλειστό χώρο αλλά μεγάλης χωρητικότητας και, όπως ήδη αναφέραμε, αποτελεί μέρος της ομιλίας του προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ από την Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης. Η επιλογή αυτή, το να μεταφέρουν μία από τις βασικότερες ομιλίες σε προεκλογικό διαφημιστικό σποτ, σηματοδοτεί τον σκοπό επικοινωνίας που δεν είναι άλλος από το να δώσει ο ΣΥΡΙΖΑ το καθαρά πολιτικό του στίγμα. Επιπλέον, επιτυγχάνεται μέσω της διαφήμισης η προβολή ενός σταθερού κόμματος που δεν ξεχνά προγραμματικές δεσμεύσεις και μεταρρυθμίσεις και τις επαναφέρει και προεκλογικά (να σημειωθεί ότι η ομιλία στην ΔΕΘ έγινε τον Σεπτέμβρη ενώ το σποτ προβλήθηκε τον Ιανουάριο λίγες μέρες πριν τις εκλογές). Στο γνωσιακό περικείμενο, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η παρακάτω περίοδος: «*Το να γίνει ξανά η Ελλάδα μια πολιτισμένη χώρα. Να μην πεθαίνουνε συμπολίτες μας... πιάτο φαί*». Η λογική συνεπαγωγή στο σημείο αυτό έχει να κάνει με την αιτιακή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των προτάσεων. Το μνημόνιο, η υποταγή και η λιτότητα που περιλήφθηκαν στα

διλήμματα που έθεσε ο κύριος Τσίπρας αποτελούν τις αιτίες για να χάσει τον πολιτισμό της η χώρα και να επέλθουν οι πολίτες σε τραγικές καταστάσεις επιβίωσης. Επαναφέρει στο λόγο του βασικές ανάγκες που πλέον δεν είναι αυτονόητες και για αυτό το λόγο η ομιλία του θυμίζει παλιές ομιλίες.

Το άμεσο συγκείμενο της ομιλίας αυτής που προηγείται και έπεται της γλωσσικής δραστηριότητας είναι τα χειροκροτήματα και τα συνθήματα του ΣΥΡΙΖΑ. Εφαρμόζεται δηλαδή το σχήμα του κύκλου, αφού ξεκινάμε και τελειώνουμε με τον ίδιο τρόπο. Υπάρχουν, όπως είναι φυσικό, και ενδιάμεσα σημεία παρατεταμένου χειροκροτήματος τη στιγμή που ανακοινώνει τις παροχές-δεσμεύσεις για τις οικονομικά ασθενείς κοινωνικές ομάδες. Στο κοινωνιοπολιτισμικό περικείμενο, όπως ήδη είναι γνωστό, οι λόγοι αφορούν αναπαραστάσεις του κόσμου μέσα από μια συγκεκριμένη οπτική γωνία, οι οποίες εκφράζουν τα νοήματα και τις αξίες μιας κοινωνικής πρακτικής. Στη συγκεκριμένη ομιλία, είναι ευδιάκριτος ο λόγος της πολιτικής αλλά εμπεριέχεται και ο κοινωνικός λόγος, δηλαδή ένας λόγος κοινωνικής πολιτικής/ αντικαπιταλιστικός (τράπεζες) που παραπέμπει σε έναν αριστερό πολιτικό λόγο, π.χ. θάνατοι από κρύο, έλλειψη ηλεκτρικού ρεύματος και φαγητού, και ο οικονομικός π.χ. οι τράπεζες δεν θα προβούν σε κατασχέσεις πρώτης κατοικίας από τους μη έχοντες, επομένως συναντάμε τη συστατική διακειμενικότητα. Το ύφος που υιοθετεί ο κύριος Τσίπρας στην ομιλία είναι σοβαρό μέσα σε πολιτικό πλαίσιο αλλά και αισιόδοξο «*θα νικήσουμε*», «*θα γράψουμε ιστορία*» που απηχούν διακειμενικά το *venceremos*, συνδεδεμένα με τη Λατινική Αμερική.

Δε διαφέρει σε πολλά στοιχεία από τους συνηθισμένους προεκλογικούς λόγους που περιλαμβάνουν διλήμματα, δεσμεύσεις, σιγουριά αλλά οι κοινωνικοοικονομικές συνθήκες και η χρονική στιγμή δεν αφήνουν περιθώρια αμφισβήτησης. Πρόκειται σαφώς για ένα κειμενικό είδος τυποποιημένης μορφής, ειδικής επικοινωνιακής περίπτωσης με ολοφάνερα στοιχεία ρητορικής και επιχειρηματολογίας. Καταλήγουμε, λοιπόν, στο ότι έχουμε έναν λόγο της ανανεωτικής αριστεράς, έναν αμιγώς πολιτικό λόγο χωρίς στοιχεία συνομιλιοποίησης και ψευδαίσθησης, ως προς το ύφος τουλάχιστον, με

μοναδικό άξονα τον καθαρό αριστερό πολιτικό λόγο για ένα κόμμα που είναι έτοιμο να κυβερνήσει.

Θα πρέπει να εξετάσουμε το κείμενο του ΣΥΡΙΖΑ από τη σκοπιά του λόγου ως κοινωνική πρακτική (επεξηγηματική ανάλυση-μακρο-επίπεδο) και να απαντήσουμε στα εξής ερωτήματα: Για ποιον λόγο η κοινωνική πραγματικότητα αναπαρίσταται με αυτόν τον τρόπο; Ποιες ιδεολογικές σκοπιμότητες εξυπηρετούνται; Η συγκεκριμένη ομιλία προσπαθεί να οικοδομήσει αναπαραστάσεις της κοινωνικής πραγματικότητας οι οποίες μετασχηματίζουν σχέσεις ιδεολογικής κυριαρχίας και κοινωνικής ανισότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί απευθύνεται σε όλες τις κοινωνικές ομάδες «*εργαζόμενοι...αγρότες*», τίθενται διλήμματα με λέξεις στην κυριολεκτική τους σημασία (μνημόνιο, υποταγή, σκληρή διαπραγμάτευση, λιτότητα, ανάπτυξη), αναδύονται τα πραγματικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική οικογένεια σήμερα σε κοινωνικό-ανθρωπιστικό και οικονομικό επίπεδο (στέγαση, θέρμανση, τροφή, ρεύμα). Η κοινωνική πραγματικότητα αναπαρίσταται με αυτόν τον τρόπο γιατί ο ΣΥΡΙΖΑ αφουγκράζεται τον παλμό των προβλημάτων και στοχεύει εκεί. Δίνει ελπίδα προτάσσοντας ανθρωπιστικές και κοινωνικές πρωτίστως θέσεις και υπόσχεται σκληρή διαπραγμάτευση για την οικονομική κρίση. Δεν τα συνδέει επίτηδες και δίνει βάρος στο ανθρωπιστικό κομμάτι και για ψυχολογικούς λόγους πέρα από το ότι προσπαθεί να συγκινήσει και να αγγίξει το σκεπτικό και την ευαισθησία των πολιτών.

Η ιδεολογία πραγματώνεται με υλικό τρόπο, επομένως σημαντικό ρόλο παίζει η απλότητα σε λόγο και εμφάνιση του κυρίου Τσίπρα αλλά και ότι οι άνθρωποι του κόμματος δεν μπήκαν στη διαδικασία να ξοδέψουν χρήματα για την κατασκευή ενός προεκλογικού σποτ. Η συγκεκριμένη διαφήμιση χρησιμοποιεί την παραδοσιακή πολιτική ιδεολογία ως προς το «φαινεσθαι» γιατί συντηρεί το πλαίσιο του ομιλητή στην εξέδρα και όλων των υπολοίπων σε θέση ακροατών. Η σκοπιμότητα όμως, ίσως, κρύβει την προετοιμασία του κυρίου Τσίπρα στη θέση του πρωθυπουργού και την αναγκαστική αλλαγή στο προφίλ του. Από την πλευρά του λόγου ως υλική έκφραση της ιδεολογίας, η χρήση του α' πληθυντικού «*θα δώσουμε τη μάχη και θα νικήσουμε*» τοποθετεί

το λόγο στην προοδευτική ιδεολογία που προϋποθέτει τη συμμετοχή και τη συνεργασία όλων. Μπορούμε να καταλήξουμε στο ότι πρόκειται για ανάπτυξη επαναστατικής και όχι κυρίαρχης ιδεολογίας, τουλάχιστον ως προς τα κοινωνικά μηνύματα που επιθυμεί να μεταφέρει.

Τη στιγμή που ο κύριος Τσίπρας πρωταγωνιστεί στο σποτ του Γενάρη του 2015, στη **Νέα Δημοκρατία** πρωταγωνιστής είναι η εικόνα. Το κοινό σημείο και των δύο σποτ είναι ότι εμπεριέχουν δεσμεύσεις. Ενώ ο κύριος Τσίπρας τις εκφωνεί και γίνεται πιο άμεσο και διαδραστικό το βίντεο, η Νέα Δημοκρατία στηρίζεται σε τίτλους εφημερίδων που θα γράφονταν, εάν ψηφίζοταν από τον κόσμο. Στους τίτλους παρουσιάζεται ο προγραμματικός σχεδιασμός που θα υλοποιούσε με τη σιγουριά ότι όλα θα διαδραματίζονταν ακριβώς με αυτό τον τρόπο. Το σποτ αυτό λειτουργεί ως παντογνώστης αφηγητής, αφού γνωρίζει τι ακριβώς θα πετύχαινε η Νέα Δημοκρατία από την πρώτη κιόλας μέρα της εκλογής της. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο που χρησιμοποιούν και τα δύο κόμματα είναι η έννοια της ιστορίας. Το καθένα γράφει τη δική του ιστορία, το πώς πιστεύει ότι πρέπει να γραφτεί και λειτουργεί ως απάντηση του ενός στο άλλο. Κλείνει κατά τον ίδιο τρόπο το σποτ της Νέας Δημοκρατίας (ελληνική σημαία μαζί με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές) για να θυμίσει ότι το ζητούμενο, δηλαδή η παραμονή της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, θα επιτευχθεί με τον σχεδιασμό που προβάλλει στο σποτ.

Στο λόγο ως πρακτική λόγου, το περικείμενο της **Νέας Δημοκρατίας** διαφέρει από αυτό του ΣΥΡΙΖΑ. Αυτό διαφαίνεται, πρώτα από όλα, από το καταστασιακό περικείμενο με συμμετέχοντες τους τίτλους εφημερίδων που περιγράφουν το λεγόμενο «success story» της Νέας Δημοκρατίας. Η έλλειψη προφορικού λόγου και η κυριαρχία του γραπτού δίνουν μία διαφορετική ταυτότητα στο σποτ, που το διαφοροποιεί και από τα υπόλοιπα, όχι μόνο της Νέας Δημοκρατίας αλλά και του ΣΥΡΙΖΑ. Η χρήση ημερομηνιών συμβάλλει στον απόλυτο προγραμματισμό του κόμματος, στην περίπτωση που εκλεγεί. Πριν τον καταιγισμό των τίτλων, τίθεται για άλλη μια φορά ένα δίλημμα «ή εμείς ή αυτοί» σε πιο ήρεμο τόνο από το 2012, αφού το σποτ επιλέγεται να αναφερθεί μόνο στο τι σκοπεύει να κάνει η Νέα Δημοκρατία ως κυβέρνηση και να μην

σχολιάσει την μέχρι τότε αντιπολίτευση. Μέσα από την ακριβή περιγραφή σε χρόνο και περιεχόμενο, παρουσιάζονται επιτυχίες της ελληνικής κυβέρνησης επί του κυρίου Σαμαρά. Αυτό που αξίζει να επισημάνουμε είναι ότι οι τίτλοι είναι αυτοί που ξεχωρίζουν, αλλά έχουν γραφτεί άρθρα που περιγράφουν όλη την επιτυχημένη πορεία. Προς το τέλος του σποτ, κάνουν την εμφάνισή τους οι σημαίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την ελληνική να κυματίζει ανάμεσα στις υπόλοιπες (πλάνο που είδαμε στο σποτ του Ιουνίου του 2012). Η επιλογή αυτή δεν είναι τυχαία και αυτό γιατί η Νέα Δημοκρατία δείχνει να θέλει να υπενθυμίσει και να εμείνει στη βασική της θέση ότι οι λύσεις για την Ελλάδα είναι μέσα στην Ευρώπη.

Στο γνωσιακό περικείμενο, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι παρακάτω τίτλοι: «*Επιτυχής διαπραγμάτευση – Έκλεισε η συμφωνία με τους δανειστές – Μνημόνιο τέλος!*». Η λογική συνεπαγωγή στο σημείο αυτό έχει να κάνει με την αιτιακή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των τίτλων. Αν θεωρήσουμε ότι η αιτιακή σχέση αναπτύσσεται ως «*επιτυχής διαπραγμάτευση;*» ή «*έκλεισε η συμφωνία με τους δανειστές;*», καταλήγουμε στο ότι δίνεται ένα συμπέρασμα, που αποπνέει από τους τίτλους «*άρα, μνημόνιο τέλος!*» εκφράζοντας την πιο βαθιά επιθυμία κάθε πολίτη, άσχετα με το κατά πόσο εφικτό θα μπορούσε να είναι. Η χρήση γ' ενικού προσώπου στο ρήμα αλλά και η έλλειψη ρημάτων στις φράσεις κάνει το κείμενο πιο έμμεσο με στόχο την προσέλκυση μέσω λέξεων-κλειδιών: «*μνημόνιο τέλος!*»..

Το άμεσο συγκείμενο του σποτ που προηγείται και έπεται της γλωσσικής δραστηριότητας είναι η μουσική, που δεν ηχεί στον ίδιο βαθμό από την αρχή ως το τέλος. Ο ήχος στην αρχή αλλά και στο τέλος είναι πιο ήρεμος και συγχρονίζεται με το κείμενο και την εικόνα. Στην αρχή γίνεται αναφορά στις 25 Ιανουαρίου, ημέρα εκλογών και στη δυνατότητα να επιλέξει ο κάθε Έλληνας το πώς θα γραφτεί η ιστορία και στο τέλος με την ίδια αναγραφή, έχουμε το σχήμα του κύκλου σε λόγο, εικόνα και ήχο.

Στο συγκεκριμένο σποτ παρατηρούμε πολιτικές αναφορές σε τίτλους εφημερίδων και αφορούν σε επιτυχίες της Νέας Δημοκρατίας σε περίπτωση

που ψηφιστεί από τους πολίτες. Οι περισσότεροι τίτλοι έχουν να κάνουν με την οικονομία της χώρας, τις δόσεις, το μνημόνιο, τον τουρισμό.

Το ύφος που υιοθετεί το σποτ είναι σοβαρό με αισιόδοξο τόνο ως προς τις εξελίξεις. Γίνεται χρήση του γραπτού λόγου ως μέσο πειθούς για την πορεία που θα διαγράψει η χώρα με κυβέρνηση της Νέας Δημοκρατίας. Πρόκειται σαφώς για ένα κειμενικό είδος τυποποιημένης δημοσιογραφικής μορφής, ειδικής επικοινωνιακής περίπτωσης με έντονα τα στοιχεία ρητορικής και επιχειρηματολογίας, λόγω της αναγραφής αυτών στο τύπο. Καταλήγουμε, λοιπόν, ότι έχουμε αποσπασματικές θέσεις από έναν λόγο συντηρητικής πολιτικής, με στοιχεία συνομιλοποίησης και ψευδαίσθησης, ως προς το ύφος τουλάχιστον, διότι δεν επεξηγούνται οι τρόποι που θα υλοποιηθεί το σχέδιο αυτό, με μοναδικό γνώμονα τον εντυπωσιασμό και την προσέλκυση των ψηφοφόρων. Από όλα αυτά διαφαίνεται ότι η Νέα Δημοκρατία βρίσκεται σε θέση εξουσίας, επιλέγει να υποσχεθεί κάτι συγκεκριμένο και είναι πεπεισμένη για το αποτέλεσμα.

Ακόμη, αξίζει να εξετάσουμε το κείμενο της Νέας Δημοκρατίας από τη σκοπιά του λόγου ως κοινωνική πρακτική. Το συγκεκριμένο σποτ οικοδομείται σε αναπαραστάσεις της κοινωνικής πραγματικότητας οι οποίες μετασχηματίζουν σχέσεις ιδεολογικής κυριαρχίας και κοινωνικής ανισότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί απευθύνεται, μέσω του κειμένου και της εικόνας, σε όλους τους πολίτες που υπέφεραν, χωρίς να δίνονται εξηγήσεις για το πώς θα επιτευχθούν όλα όσα υπόσχεται. Το «success story» που παρουσιάζει δεν εμπεριέχει δυσκολίες, στερήσεις και θυσίες. Προβάλλεται μόνο η θετική πλευρά των πραγμάτων και στηρίζεται μόνο σε αριθμούς. Η κοινωνική πραγματικότητα αναπαρίσταται από αυτή την οπτική γωνία γιατί η Νέα Δημοκρατία επιδιώκει στο να ξεχαστούν τα λάθη και να ανοίξει ένα νέο δρόμο πολιτικής επισημαίνοντας μόνο τα θετικά στοιχεία που θα προκύψουν.

Η ιδεολογία πραγματώνεται με υλικό τρόπο, επομένως σημαντικό ρόλο παίζει το ξεκάθαρο περιεχόμενό του σποτ, που στηρίζεται στην παρουσίαση σχεδιασμού των επόμενων μηνών μετά τις εκλογές. Το συγκεκριμένο σποτ

χρησιμοποιεί ως προς το περιεχόμενο την παραδοσιακή πολιτική ιδεολογία, ως προς το «είναι» γεγονότα προδιαγεγραμμένα, ενώ ως προς το «φαίνεσθαι» το σποτ ανήκει στα σύγχρονα προεκλογικά σποτ με βάση το κείμενο ως λόγο. Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί το ίδιο ενδιαφέρον με του ΣΥΡΙΖΑ από άλλη σκοπιά και αυτό γιατί πρωταγωνιστής είναι ο τύπος, που υποτίθεται ότι προβάλλει την αλήθεια και τα γεγονότα όπως είναι. Η σκοπιμότητα του σποτ, ίσως, να κρύβεται στην επιθυμία αποδόμησης του ΣΥΡΙΖΑ με το επιχείρημα έλλειψης σχεδίου. Από την πλευρά του λόγου ως υλική έκφραση της ιδεολογίας, η χρήση του γ' ενικού «πέφτει ο Ένφια» και «ανασαίνει η αγορά» τοποθετεί το λόγο στο δημοσιογραφικό είδος. Μπορούμε να καταλήξουμε στο ότι πρόκειται για ανάπτυξη κυρίαρχης ιδεολογίας, τουλάχιστον ως προς τη στάση και τα μηνύματα που μεταφέρει.

Σεπτέμβριος 2015

Στο λόγο ως πρακτική λόγου, το περικείμενο δε διαφέρει σε μεγάλο βαθμό από αυτό της Νέας Δημοκρατίας. Επιλέγεται και από τα δύο κόμματα να συμπεριλάβουν στα σποτ τους προεκλογικές ομιλίες. Αυτή είναι η κοινή βάση που ακολουθείται, χωρίς όμως να σημαίνει ότι δεν εντοπίζονται διαφορετικά στοιχεία. Να τονιστεί ότι ο κύριος Τσίπρας από τον Ιανουάριο μέχρι τον Αύγουστο διατέλεσε πρωθυπουργός και ο ΣΥΡΙΖΑ είναι πλέον κόμμα εξουσίας.

Αυτό διαφαίνεται, πρώτα από όλα, από το καταστασιακό περικείμενο με συμμετέχοντες τον κύριο Τσίπρα και το ακροατήριο από πολυάριθμους ένθερμους υποστηρικτές του ΣΥΡΙΖΑ. Η ομιλία διεξάγεται σε ανοιχτό χώρο κι ο κόσμος είναι πολύς. Η επιλογή αυτή, το να μεταφέρουν μία από τις βασικότερες ομιλίες σε προεκλογικό διαφημιστικό σποτ, σηματοδοτεί τον σκοπό επικοινωνίας που δεν είναι άλλος από το να δώσει ο ΣΥΡΙΖΑ καθαρό μήνυμα

για τη συνέχεια. Ενώ, φαινομενικά επαναλαμβάνεται η επιλογή προβολής προεκλογικής ομιλίας σε σποτ, όπως το Γενάρη της ίδιας χρονιάς, ο σκοπός και το αποτέλεσμα που προκύπτουν είναι τελείως διαφορετικά. Το παρόν σποτ δεν εμπεριέχει πολιτικές και κοινωνικές δεσμεύσεις. Το απόσπασμα που προβάλλεται εμπεριέχει αισιόδοξα και ενθαρρυντικά μηνύματα «*Η Ελλάδα δε γυρίζει πίσω*» ή «*Η Ελλάδα πηγαίνει μόνο μπροστά*». Την αισιοδοξία ενισχύει η συμμετοχή του επικεφαλής του ισπανικού κόμματος των Podemos.

Στο γνωσιακό περικείμενο, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η παρακάτω περίοδος: «*Ο πόθος του λαού μας για ζωή δεν μπορεί να γίνει και δεν θα γίνει μια μικρή παρένθεση*». Η λογική συνεπαγωγή στο σημείο αυτό έχει να κάνει με την αιτιακή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των προτάσεων. Θεωρείται δεδομένο ότι ο λαός είναι αυτός που θα αποφασίσει την παραμονή του ΣΥΡΙΖΑ στην εξουσία και παρομοιάζεται ο ΣΥΡΙΖΑ με τη ζωή. Αφού, λοιπόν, ο λαός λαχταρά για ζωή, θα ανατραπεί το επιχείρημα πολλών που επιθυμούν ο ΣΥΡΙΖΑ να αποτελεί μια μικρή παρένθεση στο πολιτικό σκηνικό και να έχει ημερομηνία λήξης.

Το άμεσο συγκείμενο της ομιλίας αυτής που προηγείται και έπεται της γλωσσικής δραστηριότητας είναι τα χειροκροτήματα και τα συνθήματα του ΣΥΡΙΖΑ. Εφαρμόζεται δηλαδή το σχήμα του κύκλου, αφού ξεκινάμε και τελειώνουμε με τον ίδιο τρόπο. Υπάρχουν, όπως είναι φυσικό, και ενδιάμεσα σημεία παρατεταμένου χειροκροτήματος τη στιγμή που εκφωνεί τα αποσπάσματα. Αξίζει να επισημάνουμε ότι το σποτ μπορεί να θεωρηθεί πολυτροπικό, καθώς συνδυάζει γραπτό-προφορικό λόγο, εικόνα και ήχο.

Στο κοινωνιοπολιτισμικό περικείμενο, στη συγκεκριμένη ομιλία, δεν είναι ευδιάκριτος ο λόγος της πολιτικής ούτε ο κοινωνικός λόγος κι αυτό γιατί τα αποσπάσματα αποτελούν μηνύματα που μπορούν μόνο να αναπτερώσουν το ηθικό και την ψυχολογία του κόσμου. Αυτό υποθέτουμε ότι είναι και το ζητούμενο, καθώς ο κόσμος είναι ταλαιπωρημένος από τα τόσα χρόνια οικονομικής δυσπραγίας αλλά κι από το πρόσφατο παρελθόν με την κρίση στην

διαπραγμάτευση, το δημοψήφισμα, το κλείσιμο των τραπεζών και την επιβολή των capital controls.

Το ύφος που υιοθετεί ο κύριος Τσίπρας στην ομιλία δεν μπορεί να διακριθεί εύκολα, γιατί στο σποτ δεν εμφανίζεται σε μεγάλο βαθμό. Στο μεγαλύτερο μέρος εκφωνεί το λόγο του και η κάμερα εστιάζει στον κόσμο που χαμογελά και χειροκροτεί. Στα πλάνα που εμφανίζεται πάντως, το ύφος μπορεί να χαρακτηριστεί αισιόδοξο (εικόνα με επικεφαλής Podemos).

Διαφέρει σε πολλά στοιχεία από τους συνηθισμένους προεκλογικούς λόγους που περιλαμβάνουν διλήμματα, δεσμεύσεις, σιγουριά αλλά οι κοινωνικοοικονομικές συνθήκες και η χρονική στιγμή δεν αφήνουν περιθώρια αμφισβήτησης. Αναδεικνύεται η ανάγκη να στείλει μηνύματα αισιοδοξίας και ίσως δεν αποτελεί τυχαία επιλογή η μη προβολή του κυρίου Τσίπρα και η επικέντρωση στον κόσμο. Στο σποτ του Γενάρη, ο ίδιος ήταν πρωταγωνιστής ενώ στου Σεπτεμβρίου πρωταγωνιστής είναι ο κόσμος. Πρόκειται σαφώς για ένα κειμενικό είδος τυποποιημένης μορφής, ειδικής επικοινωνιακής περίπτωσης με έλλειψη, όχι τόσο σε στοιχεία ρητορικής, όσο σε στοιχεία επιχειρηματολογίας. Συγκλίνουμε, λοιπόν, στο ότι έχουμε έναν λόγο της αριστεράς, που θυμίζει παρελθοντικούς, έναν πολιτικό λόγο με στοιχεία συνομιλιοποίησης και ψευδαίσθησης, ως προς το ύφος τουλάχιστον, με μοναδικό άξονα την υπόδειξη του ΣΥΡΙΖΑ ως τη μοναδική λύση.

Εξετάζοντας το κείμενο του ΣΥΡΙΖΑ από τη σκοπιά του λόγου ως κοινωνική πρακτική, η συγκεκριμένη ομιλία οικοδομείται μέσα από την πεποίθηση ότι *«η Ελλάδα πηγαίνει μπροστά με οδηγό το λαό και πυξίδα του τον ΣΥΡΙΖΑ»*. Η κοινωνική πραγματικότητα αναπαρίσταται με αυτόν τον τρόπο, γιατί ο ΣΥΡΙΖΑ αντιλαμβάνεται την αγανάκτηση και την κούραση του κόσμου απέναντι σε όλες τις πολιτικές δυνάμεις. Όμως, είναι σε θέση να ζητεί δεύτερη ευκαιρία με το πλεονέκτημα ότι δεν έπραξε όσα επιθυμούσε, με κυρίαρχο το *«Ξεμπερδεύουμε με το παλιό – Κερδίζουμε το αύριο»*. Δίνει ελπίδα χωρίς όμως να προβαίνει σε δεσμεύσεις ή υποσχέσεις, διότι πολλά από αυτά που δεσμεύτηκε τον Ιανουάριο, δεν υλοποιήθηκαν.

Η ιδεολογία πραγματώνεται με υλικό τρόπο, επομένως σημαντικό ρόλο παίζει η απλότητα σε λόγο και εμφάνιση του κυρίου Τσίπρα αλλά και ότι οι άνθρωποι του κόμματος δεν μπήκαν στη διαδικασία να ξοδέψουν χρήματα για την κατασκευή ενός προεκλογικού σποτ. Η συγκεκριμένη διαφήμιση χρησιμοποιεί την παραδοσιακή πολιτική ιδεολογία ως προς το «φαίνεσθαι» γιατί συντηρεί το πλαίσιο του ομιλητή στην εξέδρα και όλων των υπολοίπων σε θέση ακροατών. Η σκοπιμότητα, ίσως, αλλάζει τα δεδομένα γιατί πρωταγωνιστής του σποτ είναι ο κόσμος και όχι ο κύριος Τσίπρας. Από την πλευρά του λόγου ως υλική έκφραση της ιδεολογίας, η χρήση του γ' ενικού στον προφορικό λόγο «*Η Ελλάδα δε γυρίζει πίσω*» αλλά και η χρήση α' πληθυντικού στον γραπτό «*Αγωνιζόμαστε, Συμμετέχουμε, Ψηφίζουμε*» τοποθετούν το λόγο στην προοδευτική ιδεολογία, που προϋποθέτει τη συμμετοχή και τη συνεργασία όλων. Μπορούμε να καταλήξουμε στο ότι πρόκειται για ανάπτυξη κυρίαρχης ιδεολογίας, καθώς ο ΣΥΡΙΖΑ ταυτίζεται με τη ζωή και την πυξίδα του λαού.

Αναφορικά με το σποτ της Νέας Δημοκρατίας και σε σχέση με του ΣΥΡΙΖΑ, μπορούμε να επιστημόνουμε ότι πρωταγωνιστής στο σποτ είναι ο κύριος Μειμαράκης. Τα αποσπάσματα, που εκφωνεί, προέρχονται από την προεκλογική ομιλία, ωστόσο οι εικόνες πηγάζουν από διάφορες στιγμές του ίδιου και της επαφής του με ανθρώπους όλων των ηλικιών σε διάφορα μέρη της Ελλάδας. Σημαντικό στοιχείο αποτελεί η αναφορά στη χώρα και σε σημειωτικό επίπεδο(ελληνικές σημαίες στην ομιλία). Ο κόσμος τον πλαισιώνει αλλά κυρίαρχος είναι ο ίδιος και η εθνική ταυτότητα του λόγου του. Στο σημείο αυτό εντοπίζεται ομοιότητα σε σχέση με το σποτ του ΣΥΡΙΖΑ, αφού ο κύριος Τσίπρας χρησιμοποίησε την Ελλάδα ως δράστη στις προτάσεις του. Επίσης, θα μπορούσε να δηλώσει κανείς ότι το σποτ της Νέας Δημοκρατίας έχει περισσότερα κοινά στοιχεία με αυτά του ΣΥΡΙΖΑ τον Γενάρη του 2015 κι αυτό γιατί το σποτ γίνεται προσωποκεντρικό. Οι διαφορές έγκεινται στην επιλογή μίξης πολιτικού λόγου και κοινωνικού γίνεσθαι της Νέας Δημοκρατίας.

Στο λόγο ως πρακτική λόγου το περιεχόμενο της **Νέας Δημοκρατίας** διαφέρει από αυτό του ΣΥΡΙΖΑ. Αυτό διαφαίνεται, πρώτα από όλα, από το

καταστασιακό περιεχόμενο με συμμετέχοντες τον κύριο Μείμαράκη, το ακροατήριο από πολυάριθμους ένθερμους υποστηρικτές της Νέας Δημοκρατίας και τον κόσμο που συναντά σε διάφορα μέρη της Ελλάδας. Η ομιλία διεξάγεται σε ανοιχτό χώρο και αποτελεί μέρος της προεκλογικής ομιλίας του νέου προέδρου της Νέας Δημοκρατίας. Η επιλογή αυτή, το να μεταφέρουν μία από τις βασικότερες ομιλίες σε προεκλογικό διαφημιστικό σποτ, σηματοδοτεί τον σκοπό επικοινωνίας που δεν είναι άλλος από το να δοθεί καθαρά το νέο πολιτικό στίγμα του κόμματος. Επιπλέον, επιτυγχάνεται μέσω της διαφήμισης η προβολή ενός κόμματος που ξεκινά από την αρχή. Το ιδιαίτερο στοιχείο που προβάλλεται είναι εικόνες από μέρη της Ελλάδας, ο κύριος Μείμαράκης να συνομιλεί με ανθρώπους όλων των ηλικιών τη στιγμή που εκφωνεί το λόγο του. Το σποτ δεν θυμίζει τόσο προεκλογική εκστρατεία όσο νέας εκκίνησης του κόμματος.

Στο γνωσιακό περιεχόμενο, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι παρακάτω περίοδοι: *«Στήνουμε γέφυρες με την κοινωνία / γέφυρες με το αύριο / γέφυρες με καλύτερη πραγματικότητα / γέφυρες για μια καλύτερη Ελλάδα και ταυτόχρονα είμαστε δύναμη συνέπειας και ευθύνης, σταθερότητας και υπευθυνότητας»* και *«Για αυτό και πάμε όλοι μαζί, πάμε για την Ελλάδα μας, για τον τόπο μας, για να ξανάρθει το χαμόγελο στα χείλη μας»*. Η λογική συνεπαγωγή στο σημείο αυτό έχει να κάνει με την αιτιακή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των προτάσεων. Όλη αυτή η προσπάθεια του να δημιουργηθεί κάτι καινούργιο που θα έχει απήχηση στην κοινωνία είναι ο λόγος που η Νέα Δημοκρατία επιθυμεί να συμπορευτεί με τους πολίτες με κοινό στόχο το καλό της χώρας και την επαναφορά της αισιοδοξίας που έχει χαθεί.

Το άμεσο συγκείμενο της ομιλίας αυτής που προηγείται και έπεται της γλωσσικής δραστηριότητας είναι η μουσική που είναι έντονη από την αρχή ως το τέλος. Εφαρμόζεται δηλαδή το σχήμα του κύκλου, αφού ξεκινάμε με τον κύριο Μείμαράκη στη σκηνή και τελειώνουμε με τον ίδιο τρόπο. Τα χειροκροτήματα φαίνονται αλλά δεν ακούγονται.

Στο κοινωνιοπολιτισμικό περιεχόμενο, στη συγκεκριμένη ομιλία, είναι ευδιάκριτος ο λόγος της πολιτικής με έντονα στοιχεία κοινωνικού λόγου και

επίκλησης στο συναίσθημα. Μεταδίδονται αισιόδοξα μηνύματα επαναπροσδιορισμού της ταυτότητας της Νέας Δημοκρατίας, που θα συμβάλλουν στον επαναπροσδιορισμό όλης της χώρας. Το ύφος που υιοθετεί ο κύριος Μειμαράκης στην ομιλία είναι προσωπικό με τη χρήση α' ενικού «*Θα σας μιλήσω από την καρδιά μου, όπως πάντα, όπως με έχετε συνηθίσει*», άμεσο και αισιόδοξο. Επίσης, δίνεται έντονα η χροιά του εθνικού και πατριωτικού λόγου στην αναφορά του στην ελληνική σημαία «*Εμείς δε θέλουμε σημαίες ευκαιρίας, έχουμε την ελληνική σημαία, την οποία κρατάμε ψηλά, διότι σε αυτή πιστεύουμε και για την Ελλάδα αγωνιζόμαστε*» θέλοντας με αυτό τον τρόπο να επιστρέψουν οι παλιοί ψηφοφόροι της Νέας Δημοκρατίας στο κόμμα που ανήκουν.

Διαφέρει σε πολλά στοιχεία από τους συνηθισμένους προεκλογικούς λόγους που περιλαμβάνουν διλήμματα, δεσμεύσεις, προτάσεις αλλά οι κοινωνικοοικονομικές συνθήκες και η χρονική στιγμή επιτάσσουν, κατά τη Νέα Δημοκρατία, έναν λόγο, όχι έντονα πολιτικό, με στοιχεία προσωπικά και ενθαρρυντικά για τους πολίτες. Πρόκειται σαφώς για ένα κειμενικό είδος μη τυποποιημένης μορφής, ειδικής επικοινωνιακής περίπτωσης με έμμεσα στοιχεία ρητορικής και επιχειρηματολογίας. Καταλήγουμε, λοιπόν, στο ότι έχουμε έναν λόγο της συντηρητικής δεξιάς, έναν αμιγώς προσωπικό και λαϊκό λόγο χωρίς στοιχεία συνομιλιοποίησης και ψευδαισθήσης, ως προς το ύφος τουλάχιστον, με μοναδικό άξονα τον καθαρό δεξιό πολιτικό λόγο για ένα κόμμα που είναι στην αντιπολίτευση και επιθυμεί να ανέλθει στην εξουσία.

Θα πρέπει να εξετάσουμε το κείμενο της Νέας Δημοκρατίας από τη σκοπιά του λόγου ως κοινωνική πρακτική. Η συγκεκριμένη ομιλία προσπαθεί να οικοδομήσει αναπαραστάσεις της κοινωνικής πραγματικότητας οι οποίες μετασχηματίζουν σχέσεις ιδεολογικής κυριαρχίας και κοινωνικής ανισότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί απευθύνεται σε όλες τις κοινωνικές ομάδες μέσω της εικόνας. Η κοινωνική πραγματικότητα αναπαρίσταται με αυτόν τον τρόπο, γιατί η Νέα Δημοκρατία στοχεύει στο να κερδίσει το χαμένο έδαφος και την εμπιστοσύνη των πολιτών. Με το σποτ αυτό επανασυστήνεται στον κόσμο,

κυρίως σε πρώην ψηφοφόρους της Νέας Δημοκρατίας, ενισχύεται η επανασύσταση με το νέο πρόεδρο και δίνει τη δική του ταυτότητα στο κόμμα.

Η ιδεολογία πραγματώνεται με υλικό τρόπο, επομένως σημαντικό ρόλο παίζει η απλότητα σε λόγο και εμφάνιση του κυρίου Μείμαράκη αλλά και ότι οι άνθρωποι του κόμματος δεν μπήκαν στη διαδικασία να ξοδέψουν χρήματα για την κατασκευή ενός προεκλογικού σποτ. Η συγκεκριμένη διαφήμιση χρησιμοποιεί την παραδοσιακή πολιτική ιδεολογία ως προς το «φαίνεσθαι» γιατί συντηρεί το πλαίσιο του ομιλητή στην εξέδρα και όλων των υπολοίπων σε θέση ακροατών, όπως επίσης καθιστά τον πρωταγωνιστή άνθρωπο «της διπλανής πόρτας», που μπορεί κανείς να συνομιλήσει και να περάσει ευχάριστα μαζί του. Η σκοπιμότητα όμως, ίσως, κρύβει την προετοιμασία του κυρίου Μείμαράκη στη θέση του πρωθυπουργού και την αναγκαστική αλλαγή στο προφίλ του ίδιου αλλά και του κόμματος σε πιο προσιτό στην κοινωνία. Από την πλευρά του λόγου ως υλική έκφραση της ιδεολογίας, η χρήση του α' πληθυντικού *«Για αυτό και πάμε όλοι μαζί, πάμε για την Ελλάδα μας, για τον τόπο μας, για να ξανάρθει το χαμόγελο στα χείλη μας»*, τοποθετεί το λόγο στην προοδευτική ιδεολογία που προϋποθέτει τη συμμετοχή και τη συνεργασία όλων. Μπορούμε να καταλήξουμε στο ότι πρόκειται για ανάπτυξη κυρίαρχης ιδεολογίας, τουλάχιστον ως προς τα κοινωνικά μηνύματα που επιθυμεί να μεταφέρει.

Προβαίνοντας συνολικά σε μία σύγκριση όλων των χρονικών περιόδων καταλήγουμε σε γενικά συμπεράσματα που συμβάλλουν στην κατανόηση της επιλογής του εκάστοτε σποτ από τα δύο κόμματα.

Τον **Μάιο του 2012**, ΣΥΡΙΖΑ και Νέα Δημοκρατία διασταυρώνουν τα ξίφη τους σε τηλεοπτικό επίπεδο και εύκολα μπορεί να διακρίνει κανείς ότι ο ΣΥΡΙΖΑ βασίζεται σε έτοιμες εικόνες σε συνδυασμό με τη μίξη γραπτού και προφορικού λόγου, ενώ η Νέα Δημοκρατία προτιμά ζωντανές εικόνες από τον κόσμο και τον προφορικό λόγο με πρωταγωνιστή τον κύριο Σαμαρά σε ρόλο εκφωνητή. Το σποτ γίνεται οικείο λόγω της απευθυντικότητας και της συμμετοχής των πολιτών. Επιπλέον, αξίζει να ειπωθεί ότι, από τη μία, το σποτ του ΣΥΡΙΖΑ βασίζει την πολιτική του στην άσκηση κριτικής παλαιότερων

πολιτικών, από την άλλη, το σποτ της Νέας Δημοκρατίας στην προώθηση θέσεων για ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης. Τον **Ιούνιο του 2012**, ο ΣΥΡΙΖΑ συνεχίζει στο ίδιο μοτίβο προβολής με ταύτιση γραπτού και προφορικού λόγου από τους εκφωνητές χωρίς να αλλάζει στρατηγική ως προς την άσκηση κριτικής του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου και του εκφοβισμού των πολιτών σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η Νέα Δημοκρατία διαφοροποιείται με την επιλογή προβολής εικόνας σε πολύ μεγάλο βαθμό και την έλλειψη γλωσσικού μηνύματος προωθώντας τον εκφοβισμό, επιβεβαιώνοντας τον ΣΥΡΙΖΑ στη ρητορική του. Επικεντρώνεται και υπερτονίζει ως μονόδρομο την παραμονή της Ελλάδας στην Ευρώπη, χωρίς να λεκτικοποιεί το ζητούμενο, παρά μόνο προβάλλοντάς το.

Το **Γενάρη του 2015**, ο ΣΥΡΙΖΑ πρωτοτυπεί και αλλάζει τελείως τη μορφή του σποτ, αφού μεταφέρει μία από τις βασικότερες ομιλίες του κυρίου Τσίπρα στην οθόνη. Το περιεχόμενο είναι οι προεκλογικές θέσεις και δεσμεύσεις του ΣΥΡΙΖΑ ως αυριανό κόμμα εξουσίας με πρωταγωνιστές τον ίδιο τον κύριο Τσίπρα και το ακροατήριο. Το σποτ γίνεται ζωντανό, γλαφυρό και παραστατικό. Από την άλλη πλευρά, η Νέα Δημοκρατία επιλέγει τον γραπτό λόγο και την εικόνα ως τους κυρίαρχους του σποτ. Οι τίτλοι εφημερίδων «από το μέλλον» περιγράφοντας ένα σχέδιο διάσωσης της χώρας από τα μνημόνια προβάλλονται για την ενίσχυση της απόδειξης ότι υπάρχει οργάνωση, σχεδιασμός και λύσεις. Ο καταιγισμός τίτλων δεν καθιστά το σποτ ζωντανό, αλλά επιτυγχάνει τη διαδικασία της πειθούς. Τέλος, **το Σεπτέμβριο του 2015**, ΣΥΡΙΖΑ και Νέα Δημοκρατία αντιμάχονται τηλεοπτικά σχεδόν επί ίσοις όροις. Ο ΣΥΡΙΖΑ επιλέγει για δεύτερη φορά τη μεταφορά ομιλίας του κ. Τσίπρα σε σποτ, με την ιδιαιτερότητα της επικέντρωσης στο ακροατήριο παρά στον ίδιο. Η εικόνα παίζει τον βασικότερο ρόλο και έπεται σε μικρότερο βαθμό ο προφορικός λόγος. Το περιεχόμενο αλλάζει συγκριτικά με το Γενάρη και μετατρέπεται σε πιο ενθαρρυντικό χωρίς ουσιαστικές δεσμεύσεις και αυτό δημιουργεί αμεσότητα και παραστατικότητα. Παράλληλα, η Νέα Δημοκρατία με πρωταγωνιστή τον κύριο Μεϊμαράκη και τον κόσμο κάνει την ανατροπή και επιλέγει στο ρόλο του εκφωνητή τον ίδιο με εικόνες, πέρα από την ομιλία του,

από όλη την Ελλάδα. Το περιεχόμενο του λόγου διαφοροποιείται από αυτό του ΣΥΡΙΖΑ, διότι η Νέα Δημοκρατία νιώθει την ανάγκη να επαναπροσδιορίσει την ταυτότητα της με το νέο αρχηγό του κόμματος και έπειτα να δώσει το προεκλογικό της στίγμα.

Βιβλιογραφία

Αντωνίου Μ., Αυγερινούδη Μ., Βλάχος Ι, Γαλάνης Μ., Γεωργακοπούλου Παρακεντε Ε., Γρυπάρη, Μ., Δημάκου, Ε., Δημόπουλος, Κ., Ευστρατόγλου Α., Ζαχαροπούλου, Η., Κρίκου, Μ., Λιβάνη, Μ., Λιούμη, Κ., Λουλουδάκη Μ., Λυρατζή, Δ., Μαγγίνα Α., Μαργώνη Μ., Μάρκου, Μ., Μοσχίδης Σ., Μυλωνά, Χ., Μυλωνάς, Μ., Ντοϊ κλοντιαν, Γ., Οικονομίδου, Π., Χαρικιοπούλου, Ι. (2012). *Διαφήμιση: η δύναμη της εικόνας και του ήχου*. Πρόγραμμα Ερευνητικών εργασιών. Λεόντειο Λύκειο. Πατήσια

Γιαλαμπούκη, Ε., (2008). *Δημοσιογραφικός λόγος και διακειμενικότητα*. Διδακτορική Διατριβή. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης – Φιλοσοφική Σχολή – Τμήμα Φιλολογίας, Τομέας Γλωσσολογίας. Θεσσαλονίκη

Γιαπράκης, Χ., (2012). *Ο πολιτικός λόγος στον ημερήσιο Τύπο: ο ρόλος της γλώσσας στην αναπαραγωγή της κυρίαρχης ιδεολογίας*. Μεταπτυχιακή εργασία, Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας, Παιδαγωγικό Τμήμα Νηπιαγωγών. Φλώρινα.

Ευθυμίου, Α., (χ. χ.). *Συνοπτική παρουσίαση των απόψεων του Ν. Fairclough έτσι όπως αναφέρονται στο βιβλίο του Language and Power*.

Fairclough, N.,; Clive H. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman

Ζερβού, Ε. Β., (2008). *Ο ρόλος του πολιτικού Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας στην προώθηση ενός θεσμού: η λειτουργία του Τύπου στον καθορισμό της θεματολογίας του Δημόσιου Διαλόγου κατά την προεκλογική εκστρατεία για το Δημοψήφισμα στη Γαλλία για το Ευρωσύνταγμα*. Μεταπτυχιακή εργασία, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα – Ψυχολογία και ΜΜΕ. Αθήνα

Halliday, M.A.K. (1994). *An introduction to functional grammar* (2nd edition). London: Edward Arnold

Κατσίκας, Δ., Καρακίσιος, Α., Φιλίνης, Κ., Πετραλιάς, Α., (2014) Έκθεση για το κοινωνικό προφίλ της Ελλάδας σε σχέση με τη φτώχεια, τον κοινωνικό αποκλεισμό και την ανισότητα πριν και μετά από την εκδήλωση της κρίσης, Αθήνα

Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2010). *Η Ανάγνωση των εικόνων, Η Γραμματική του Οπτικού Σχεδιασμού* (Επιμέλεια – Θεώρηση: Φωτεινή Παπαδημητρίου), Αθήνα: Εκδόσεις Επίκεντρο.

Στάμου Α.(2014). Η κριτική ανάλυση λόγου: Μελετώντας τον ιδεολογικό ρόλο της γλώσσας. Στο: *Ανάλυση λόγου: Θεωρία και εφαρμογές*, Μ. Γεωργαλίδου, Μ. Σηφianού, Β. Τσάκωνα (επιμ.).149-187. Αθήνα: Νήσος.

Στάμου Α.Γ., Αλευριάδου Α., Ελευθερίου Π. (2011). "Ζωγράφισε τα ΑΜΕΑ": Αναπαραστάσεις της αναπηρίας μέσα από τα ιχνογραφήματα παιδιών του δημοτικού. Μ.Α. Πουρκός & Ε. Κατσαρού (επιμ.), Πρακτικά του Συνεδρίου "Βίωμα, Μεταφορά και Πολυτροπικότητα: Εφαρμογές στην επικοινωνία, την εκπαίδευση, τη μάθηση και τη γνώση". Θεσσαλονίκη: Νησίδες, 323-336.

Στανίση, Α., (2015). *Οι αναπαραστάσεις της παιδικής ηλικίας στον τηλεοπτικό διαφημιστικό λόγο: το παιδί ως "πόλος έλξης"*. Μεταπτυχιακή εργασία, Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας, Παιδαγωγικό Τμήμα Νηπιαγωγών. Φλώρινα.

Τζίτζη, Χ., (2016). *Η πολιτική διαφήμιση στην ελληνική τηλεόραση (1974-1984)*. Πτυχιακή εργασία. Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας, Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας, Τμήμα Πληροφορικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Πύργος.

Τούντας, Γ., Βαρδαβάς, Κ., Γιαννοπούλου, Κ., Γώτη, Γ., Καντζανού, Μ., Καστανιώτη, Κ., Μαυριδόγλου, Γ., Μεράκου, Κ., Μπαρμπούνη, Α., (2016). *Η υγεία των Ελλήνων στην κρίση*. Ινστιτούτο Κοινωνικής & Προληπτικής Ιατρικής. Αθήνα.

Διαδικτυακή Βιβλιογραφία

Μια ανασκόπηση του Πολιτικού Μάρκετινγκ. (2013, December 13). Retrieved November 28, 2017, from <https://gpadopoulos.wordpress.com/2013/12/13/%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CE%BA%CF%8C%CF%80%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B%CF%8D-%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9/>

Το Δύσπιστο Ζευγάρι: Marketing και Πολιτική. (n.d.). Retrieved November 28, 2017, from <http://www.startup.gr/index.php?about=89&id=2743>
<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CF%8D%CE%BB%CE%B7:%CE%9A%CF%8D%CF%81%CE%B9%CE%B1>