



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

**ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Δημόσια θεματολογία και προεκλογική εκστρατεία στο
εκλογικό 2015»**

Της φοιτήτριας

ΕΥΑΓΓΕΛΙΑΣ Ι. ΧΑΤΖΗΠΑΥΛΙΔΟΥ

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ

ΡΕΘΥΜΝΟ 2018

Ευχαριστίες

Φτάνοντας στο τέλος αυτής της προσπάθειας, που με βοήθησε να κατανοήσω καλύτερα τις έννοιες, Πολιτική – Επικοινωνία – Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και τις μεταξύ τους σχέσεις θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους με στήριξαν και μου συμπαραστάθηκαν.

Κατ' αρχάς τον Καθηγητή μου, κ. Ιωάννη Καραγιάννη, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε, αναθέτοντάς μου ένα τόσο ενδιαφέρον θέμα, για τις εποικοδομητικές παρατηρήσεις και υποδείξεις του και για την υπομονή που έδειξε κατά τη διάρκεια των διορθώσεων της πτυχιακής μου μελέτης.

Θέλω επίσης να ευχαριστήσω όλους τους Δασκάλους μου, γιατί όλοι τους συνέβαλαν ώστε να ολοκληρώσω τις σπουδές μου.

Τέλος, ένα ευχαριστώ είναι πολύ λίγο για την οικογένειά μου, τους γονείς μου Ιορδάνη και Μαίρη, για την ποικιλότροπη υποστήριξή τους καθόλη τη διάρκεια των σπουδών μου, για την υπομονή και την επιμονή τους. Τον αδελφό μου Γιώργο, που αν και μακριά, με στήριξε και με ενθάρρυνε, τη Δέσποινα γιατί πάντα με εμψύχωνε με το δικό της τρόπο.

Περιεχόμενα

«Δημόσια θεματολογία και προεκλογική εκστρατεία στο εκλογικό 2015»	1
I. Εισαγωγή	4
Πολιτική	4
Επικοινωνία	5
Πολιτική Επικοινωνία	9
Ορισμός της Θεματολογίας των ΜΜΕ – Καθορισμός της Ημερήσιας Διάταξης	11
II. Έρευνα.....	18
1.1. Προεκλογική Εκστρατεία Ιανουαρίου 2015	18
1.2. Προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα κομμάτων. Ποια η σχέση τους με τη δημόσια θεματολογία	30
2.1. Προεκλογική εκστρατεία Δημοψηφίσματος Ιουλίου 2015.....	39
2.2. Προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα. Ποια η σχέση τους με τη δημόσια θεματολογία	53
3.1. Προεκλογική εκστρατεία 20 ^{ης} Σεπτεμβρίου 2015	56
3.2. Προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα κομμάτων. Ποια η σχέση τους με τη δημόσια θεματολογία.....	70
III. Συζήτηση.....	76
Βιβλιογραφία	80

I. Εισαγωγή

Πολιτική

Η λέξη πολιτική (politics) παράγεται από την αρχαία ελληνική λέξη *πόλις*, που σημαίνει κυριολεκτικά την πόλη-κράτος. Ο διαχωρισμός στην ελληνική αρχαιότητα γινόταν σε πόλεις-κράτη που καθεμιά από αυτές διέθετε το δικό της σύστημα διακυβέρνησης. Η μεγαλύτερη, τόσο σε μέγεθος όσο και σε επιρροή, πόλη-κράτος ήταν η Αθήνα, που θεωρείται η κοιτίδα της δημοκρατίας.

Κατά τους Αρχαίους, η πολιτική δραστηριότητα προέρχεται από το ρήμα πολιτεύομαι και ο φορέας που την ασκούσε ονομαζόταν πολιτικός. Στη σημερινή πολιτική ορολογία ο όρος πολιτικός υποδηλώνει τον πολιτικό άνδρα. Παράγωγα του ρήματος πολιτεύομαι αποτελούν οι όροι πολίτευμα και πολιτεία. Ως πολίτευμα ορίζεται το σύνολο των θεσμών, σύμφωνα με τους οποίους κυβερνάται ένα κράτος ή μια πολιτεία, δηλαδή οι βασικές αρχές ύπαρξης και λειτουργίας του πολιτικού συστήματος(Wikipedia). Ως πολιτεία ορίζεται συνήθως η εξουσία του κράτους και της κυβέρνησης, όχι απαραίτητα και ο τύπος του πολιτεύματος το οποίο ακολουθεί το κράτος αυτό (Wikipedia).

Από την εννοιολογική ερμηνεία του όρου, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, μπορούμε να θεωρήσουμε ότι η πολιτική αναφέρεται στις υποθέσεις της πόλης, δηλαδή, σε «ό,τι αφορά την πόλιν».

Καταλήγοντας λοιπόν σ' έναν ορισμό θα μπορούσαμε να πούμε ότι: Πολιτική είναι η δραστηριότητα μέσω της οποίας οι άνθρωποι δημιουργούν, διατηρούν και τροποποιούν τους γενικούς κανόνες με τους οποίους ζουν.

Από τον ορισμό αυτό προκύπτουν τέσσερις διαφορετικές ιδέες για την πολιτική:

- ↳ Όταν σχετίζεται με την τέχνη της «κυβέρνησης και τις δραστηριότητες του κράτους», αυτό σημαίνει ότι οι περισσότεροι άνθρωποι, οι περισσότεροι θεσμοί και οι περισσότερες κοινωνικές δραστηριότητες βρίσκονται εκτός πολιτικής (κλασικός ορισμός της πολιτικής)
- ↳ Όταν θεωρείται «δημόσια» δραστηριότητα, δηλαδή σχετίζεται με τη συμπεριφορά και τη διαχείριση των υποθέσεων της κοινότητας και όχι με τις ιδιωτικές (άποψη του Αριστοτέλη)
- ↳ Όταν θεωρείται μέσο επίλυσης της σύγκρουσης, μέσω του συμβιβασμού και της συνδιαλλαγής παρά μέσω της σύγκρουσης
- ↳ Όταν η πολιτική σχετίζεται με την παραγωγή, κατανομή και χρήση πόρων στην πορεία της κοινωνικής ύπαρξης. (Οι φεμινίστριες και οι μαρξιστές είναι υπέρμαχοι αυτής της άποψης) (Heywood, 2011)

Επικοινωνία

Επικοινωνία είναι η διαδικασία της ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ δύο ή περισσοτέρων μερών για τα οποία η πληροφορία έχει νόημα, οπότε αποκτά νόημα και η ανταλλαγή της ως πράξη. Επικοινωνία έχουμε για παράδειγμα μεταξύ έμβιων όντων με την ανταλλαγή σκέψεων, μηνυμάτων, συναισθημάτων ή πληροφορίας μέσω της ομιλίας, της εικόνας, της γραφής, της συμπεριφοράς κλπ.

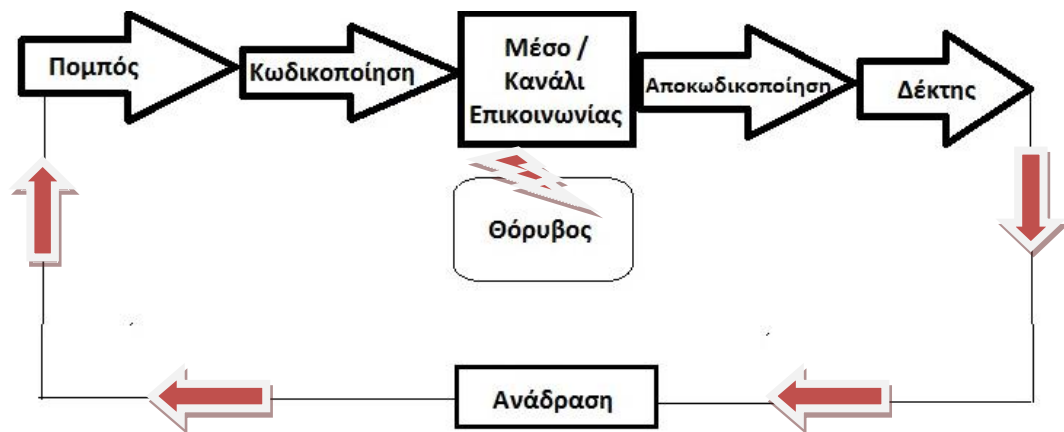
Η επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία ένας πομπός Α (άνθρωπος ή ομάδα) μεταβιβάζει πληροφορίες, σκέψεις, ιδέες ή συναισθήματα σε ένα δέκτη Β (άνθρωπος ή ομάδα) με στόχο να ενεργήσει πάνω του με τρόπο ώστε να προκαλέσει σε αυτόν την εμφάνιση ιδεών, πράξεων ή

συναισθημάτων και σε τελική ανάλυση να επηρεάσει την κατάσταση και τη συμπεριφορά του.

Η επικοινωνία είναι μια διαδικασία ανταλλαγής μηνυμάτων που δεν συμβαίνει απαραίτητα μεταξύ ανθρώπινων όντων, αλλά σε κάθε οργανισμό ή μηχανή που είναι σε θέση να λάβει και να στείλει μηνύματα ή σήματα που επενεργούν στην πνευματική ή φυσική του κατάσταση ή στη συμπεριφορά του. Η επικοινωνία μπορεί να είναι είτε αυθόρμητη είτε φυσική (όταν αφορά ανθρώπινη κατασκευή), προσχεδιασμένη και κωδικοποιημένη συνειδητά και προσεκτικά (Μπουραντάς, 1992).

Στις αρχές του 20ου αιώνα είχε ξεκινήσει η συστηματική και επίμονη αναζήτηση της περιγραφής της διαδικασίας της επικοινωνίας. Μια από τις πρώτες προσεγγίσεις ήταν των Shannon και Weaver, οι οποίοι το 1949 περιγράφουν τη διαδικασία της επικοινωνίας με μαθηματικούς και ποσοτικούς όρους, σε ένα μοντέλο που επηρέασε για πολλά χρόνια το θεωρητικό πεδίο της επικοινωνίας και επέδρασε σε πολλούς μεταγενέστερους αναλυτές.

Στο σχήμα 1 παρουσιάζεται «το μοντέλο επικοινωνίας των Shannon – Weaver» (<https://www.communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>) και καθορίζονται οι παράγοντες που επιδρούν στην ανάπτυξη αποτελεσματικής επικοινωνίας μεταξύ πομπού και δέκτη. Σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία της επικοινωνίας είναι ο θόρυβος, το μέσο-κανάλι επικοινωνίας, ο προορισμός η κωδικοποίηση και η αποκωδικοποίηση.



Σχήμα 1: Μοντέλο επικοινωνίας των Shannon–Weaver

Με την πρόοδο της τεχνολογίας στην επικοινωνία εισήχθησαν, αρχικά ο έντυπος τύπος και στη συνέχεια τα ηλεκτρονικά μέσα, τα περίφημα «Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας», γνωστά σε όλους με τη συντομογραφία ΜΜΕ.

Τα ΜΜΕ διακρίνονται σε μέσα «ασύγχρονης» και «σύγχρονης» επικοινωνίας. Τα μέσα ασύγχρονης επικοινωνίας αποτελούν ο έντυπος τύπος, το διαδίκτυο ενώ μέσα σύγχρονης επικοινωνίας είναι η τηλεόραση, το ραδιόφωνο. Ο διαχωρισμός έγκειται στο χρόνο διαθεσιμότητας και προβολής της πληροφορίας.

Διαπιστώνει κανείς ότι με την εξάπλωση των ΜΜΕ, ιδίως της τηλεόρασης, εντείνεται η μονή κατεύθυνση των πληροφοριών από τον πομπό προς το δέκτη, με αποτέλεσμα οι δέκτες να μένουν τελείως απομονωμένοι και αποκομμένοι από την όλη διεργασία της επικοινωνίας καταλήγοντας να είναι μια μάζα παθητική και απομονωμένη ή όπως αποκλήθηκε ένα «μοναχικό πλήθος» (Σεραφετινίδου, 2003).

Στα ΜΜΕ δόθηκε το προσωνύμιο «Τέταρτη εξουσία», θέλοντας να τονισθεί ότι μέσω αυτών ασκείται έλεγχος στην κρατική εξουσία και ταυτόχρονα δίνουν βήμα στο να αναπτυχθούν και να επικοινωνήσουν συλλογικότητες ή φυσικά πρόσωπα τις απόψεις τους για ζητήματα που αφορούν στην κοινωνία. Η εξέλιξη βέβαια της αρχικής θεώρησης κατέληξε στο να θεωρούνται σήμερα τα ΜΜΕ ως όργανο της κρατικής εξουσίας, που ελέγχεται από το κράτος ή τις πολιτικές ελίτ και χρησιμοποιούνται στην άσκηση και επιβολή της κρατικής εξουσίας (Σεραφετινίδου, 2003).

Ο Αντώνης Μακρυδημήτρης γράφει χαρακτηριστικά σ' ένα άρθρο του στην εφημερίδα «Το Βήμα» (2008) ότι τα ΜΜΕ εξελίσσονται σήμερα ως η ισχυρότερη βιομηχανία, ενσωματώνοντας και αξιοποιώντας τις τεχνολογίες αιχμής και ξεπερνώντας με ραγδαία ταχύτητα τους παραδοσιακούς κλάδους και τις πηγές πλούτου και ισχύος· αλλά και γιατί τα ηλεκτρονικά ιδίως ΜΜΕ αναπτύσσουν έναν εξίσου πανίσχυρο και πρωταγωνιστικό ρόλο ως βιομηχανία παραγωγής ιδεών και κατασκευής της επικρατούσας πολιτικής, πολιτισμικής και κοινωνικής αντίληψης και νοοτροπίας. Κατασκευάζουν την επιθυμητή συναίνεση και κοσμοαντίληψη και συγκαταλέγονται στους κυρίαρχους ιδεολογικούς μηχανισμούς προάσπισης και αναπαραγωγής της επικρατούσας κατάστασης (Μακρυδημήτρης, 2008).

Πολιτική Επικοινωνία

Η πολιτική επικοινωνία είναι ένα αντικείμενο μελέτης δύσκολο στη σύλληψή του γιατί στηρίζεται σε έννοιες ήδη νοηματικά βεβαρημένες των οποίων οι σχέσεις δεν μπορεί παρά να είναι προβληματικές και οι εκδηλώσεις πολυδιάστατες. Πρόκειται για ένα αντικείμενο που χαρακτηρίζεται από διεπιστημονικότητα και ποικιλία στις προσεγγίσεις που το διαπερνούν εγκάρσια.

Η πολιτική επικοινωνία είναι κατ' αρχάς και πάνω απ' όλα πολιτική. Την ορίζουμε ως το σύνολο των δράσεων που στηρίζονται σε πόρους δομικούς, συμβολικούς και πραγματιστικούς για την κινητοποίηση στηριγμάτων και την ανάδειξη ενός ορισμού της κατάστασης ικανού να συμβάλει στη διευθέτηση ενός συλλογικού προβλήματος και/ή να κάνει αποτελεσματικές τις προτιμήσεις του δρώντος, δηλαδή την εξουσία του. [...] Πρόκειται λοιπόν για το σύνολο των επικοινωνιακών δράσεων που επιτελούνται από όσους επιδιώκουν την αποδοχή, είτε με την επιβολή της προπαγάνδας, είτε με την αποδοχή, μέσω του διαλόγου, των δημοσίων αντιλήψεων που θα επηρεάσουν τις προτιμήσεις (Gerstle, 2008).

Υπάρχουν διάφοροι ορισμοί για την Πολιτική Επικοινωνία, ενδεικτικά αναφέρουμε τους επικρατέστερους (Καραγιάννης, 2015):

- «Η αποτελεσματική επικοινωνία σχετικά με την πολιτική» (B. MacNair, 1998)
- «Η αλληλόδραση ανάμεσα στα ΜΜΕ και στα πολιτικά συστήματα σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο» (B. Franklin, 1995)
- «Η ηθελημένη ή αθέλητη μεταβίβαση και παραγωγή μηνυμάτων, λεκτικής και εξωλεκτικής φύσεως, που αναφέρονται στην άσκηση της

πολιτικής εξουσίας από, μεταξύ και εντός των θεσμών του πολιτικού συστήματος, τα οποία επηρεάζουν τις ατομικές πολιτικές γνώμες, στάσεις και συμπεριφορές σε τοπική, εθνική και διεθνή κλίμακα» (Ν. Δεμερτζής, 2002).

Η επικοινωνιακή διάσταση της πολιτικής θεωρείται τα τελευταία χρόνια αναπόφευκτη και δεδομένη. Η επικοινωνία φαίνεται να είναι ένας από τους σημαντικούς πυλώνες της πολιτικής δράσης και της κομματικής πρακτικής, ενώ τείνει να μετατραπεί σε πολιτικό δόγμα. Πολιτικοί και δημοσιογράφοι αναφέρονται συχνά στο επικοινωνιακό έλλειμμα ως κριτήριο ανεπιτυχούς έκβασης μιας δημόσιας πολιτικής, ενώ έχουν ταυτίσει την επικοινωνιακή με την πολιτική επιτυχία και έχουν αναγάγει τον επικοινωνιακό συντονισμό σε εργαλείο διαχείρισης των κοινωνικών συγκρούσεων, ανίχνευσης των κοινωνικών αιτημάτων και διάχυσης των πολιτικών πρωτοβουλιών (Κουντούρη, 2010).

Η πολιτική επικοινωνία παρουσίαζε πάντα και μια τεχνική διάσταση. Η κυρίαρχη εκδήλωσή της κατά τη διάρκεια της ελληνικής αρχαιότητας ήταν η ρητορική που επέτρεπε τη στρατηγική χρήση του λόγου με στόχο την πειθώ. Κατά τη διάρκεια όμως του 20^{ου} αιώνα το ρόλο αυτό ανέλαβαν τα ΜΜΕ, με κυρίαρχο ρόλο να παίζει η τηλεόραση, σε σημείο που να μιλάμε για «μεσοποίηση» τη πολιτικής επικοινωνίας. Η «μεσοποίηση» της πολιτικής αντανakλά τη διαδικασία προσαρμογής της πολιτικής στη «γραμματική» και τις απαιτήσεις των ΜΜΕ, ιδίως της τηλεόρασης, καθώς και την προσπάθεια αξιοποίησής τους ώστε να επιτυγχάνονται πολιτικοί-εκλογικοί στόχοι. Η «μεσοποίηση» της πολιτικής προκύπτει από ιστορικές διεργασίες στο κομματικό σύστημα, στην πολιτική κουλτούρα, στο σύστημα αξιών και στο

επικοινωνιακό περιβάλλον. Η τηλεόραση στηρίζεται και επικοινωνεί κατά κύριο λόγο εικόνες σε βάρος της «αφηρημένης» και «σύνθετης» διάστασης της πολιτικής. Η τελευταία μετατρέπεται σε «προϊόν» που προορίζεται να «τηλεθεαθεί». Έτσι, η επιλογή των θεμάτων που προτείνονται ως «δημόσιου-πολιτικού» ενδιαφέροντος καθορίζεται ως επί το πλείστον από την εμπορική επιδίωξη αύξησης της τηλεθέασης, απλοποιώντας, δραματοποιώντας και προσωποποιώντας τα πολιτικά γεγονότα (Καραγιάννης, 2015).

Λόγω της «μεσοποίησης» ο πολιτικός λόγος και το πολιτικό πράττειν ρυθμίζεται με γνώμονα τον τηλεοπτικό χρόνο, υιοθετώντας εκφράσεις και διατυπώσεις φιλικές προς τον «κοινό μέσο όρο». Ακολούθως ο πολιτικός λόγος προσχωρεί ολοένα και περισσότερο στους κώδικες και τις ιδιαίτερες μορφές εκφοράς του τηλεοπτικού λόγου (συναισθηματισμός, γρήγορες αποκρίσεις, «ατάκες», κ.λπ.) και η πολιτική εκλαμβάνεται ως «θεατρική σκηνή» στην οποία οι «πρωταγωνιστές» κινούνται με γνώμονα προδιαγεγραμμένους ρόλους που διαμορφώνουν οι κανόνες της βιομηχανίας του θεάματος (Καραγιάννης, 2015).

Ορισμός της Θεματολογίας των MME – Καθορισμός της Ημερήσιας Διάταξης

Σύμφωνα με τον M. Rogers (2005), θέμα είναι οτιδήποτε αποτελεί επίδικο αντικείμενο αντιπαράθεσης, ενέχει δηλαδή τη σύγκρουση και ανάλογα με το κοινωνικό ενδιαφέρον, τυγχάνει κάλυψης από τα MME. Υπάρχουν, βέβαια, θέματα τα οποία είναι συνεκτικά-ισχυρά, όπως η χρήση ναρκωτικών ή η κακοποίηση των παιδιών, τα οποία έχουν μια νομιμοποιημένη πλευρά. Ακόμη

όμως και σ' αυτά οι συνήγοροι αντιδικούν για τον τρόπο επίλυσής του και όχι γι' αυτή καθ' αυτή την ύπαρξή του. Με την έννοια αυτή, ο ορισμός της θεματολογίας των ΜΜΕ αποτελεί έναν εν εξελίξει ανταγωνισμό μεταξύ υποστηρικτών ποικίλων δημοσίων θεμάτων προκειμένου να ελκύσουν την προσοχή των επαγγελματιών των ΜΜΕ, του κοινού και των πολιτικών ελίτ.

Η έννοια «καθορισμός της θεματολογίας» εισήχθη στο λεξιλόγιο της Πολιτικής Επικοινωνίας με τη μελέτη που δημοσίευσαν το 1972 οι McCombs και Shaw. Οι δύο ερευνητές τεκμηρίωσαν την επίδραση της ημερήσιας διάταξης των ΜΜΕ στις θεματολογικές προτιμήσεις 100 ψηφοφόρων στο Chapel Hill της Καλιφόρνια, συγκρίνοντας το ειδησεογραφικό περιεχόμενο εννέα ΜΜΕ με τα προβλήματα που οι ερωτώμενοι ανέφεραν ότι τους απασχολούν περισσότερο και τα οποία όφειλαν, κατά τη γνώμη τους, να αποτελέσουν προτεραιότητες της κυβερνητικής πολιτικής. Η σχεδόν τέλεια συσχέτιση μεταξύ της θεματικής ιεράρχησης των ΜΜΕ και των ερωτώμενων οδήγησε στο συμπέρασμα ότι τα ΜΜΕ όρισαν τις θεματολογικές προτιμήσεις των ψηφοφόρων.

Ο Τσιλιγιάννης (2004) αναφέρει ότι οι προσκείμενες στο συμπεριφορισμό θεωρίες που επικρατούσαν τις δεκαετίες του 50 και του 60 απέτυχαν να τεκμηριώσουν άμεσες και ισχυρές επιδράσεις των ΜΜΕ στην παρατηρήσιμη συμπεριφορά των ατόμων και, κυρίως, στη μεταστροφή των στάσεων και πεποιθήσεων των ψηφοφόρων σχετικά με πολιτικούς θεσμούς και πολιτικά πρόσωπα.

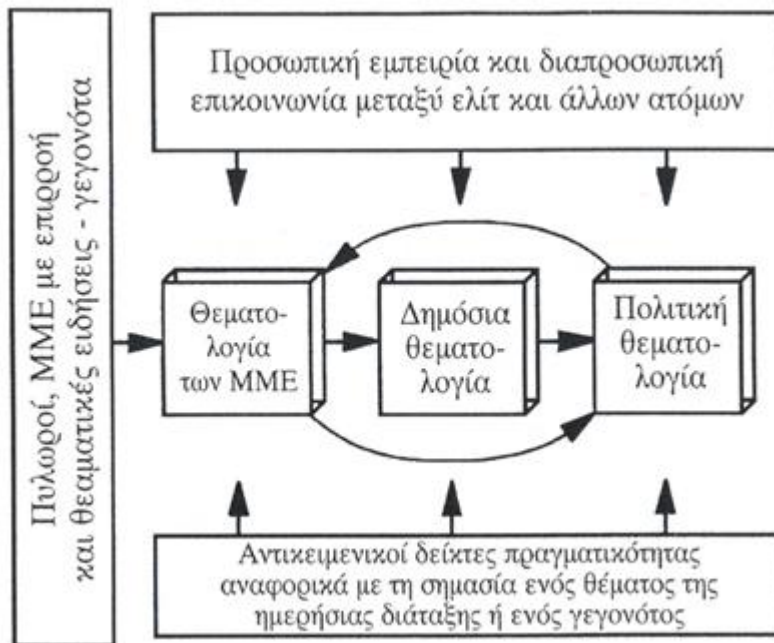
Αξιοποιώντας τα ευρήματα της γνωστικής έρευνας, ο καθορισμός της ημερήσιας διάταξης (agenda setting) αποτέλεσε –από τις αρχές της δεκαετίας του 1970– ένα από τα κυρίαρχα παραδείγματα για τη μελέτη των επιδράσεων

των μέσων. Το παράδειγμα υιοθετεί την οπτική της γνωστικής ψυχολογίας σύμφωνα με την οποία τα άτομα είναι δημιουργοί νοήματος μέσω αναπαραστάσεων για τον εαυτό τους και το κοινωνικό περιβάλλον τους και εξετάζει τις διεργασίες διά των οποίων το κοινό διαμορφώνει γνώση γύρω από ζητήματα δημοσίου ενδιαφέροντος.

Η σημασία του καθορισμού της ημερήσιας διάταξης έγκειται στο γεγονός ότι κατέστησε εκ νέου επίκαιρη τη συζήτηση περί μακροπρόθεσμων και σωρευτικών επιδράσεων των ΜΜΕ στις απόψεις και τις αντιλήψεις του κοινού και του εκλογικού σώματος. Υπό αυτή την οπτική, υπογράμμισε τη λειτουργία των ΜΜΕ σε ό,τι αφορά τον καθορισμό του περιεχομένου του δημοσίου διαλόγου και την επίδρασή τους στη σχετική σπουδαιότητα των θεμάτων που τον συγκροτούν(Τσιλιγιάννης, 2004).

Η διαμόρφωση της «ημερήσιας θεματολογίας» δεν συνδέεται με «αντικειμενικά δεδομένα» της πραγματικότητας, αλλά αποτελεί κατασκευή της καθώς ορισμένες διαστάσεις της διακρίνονται ως σημαντικότερες έναντι άλλων, αποτελεί δε παίγνιο «μηδενικού αθροίσματος» αφού ορισμένα θέματα (issues) αποκτούν δυναμική προβολής έναντι άλλων που μένουν στο περιθώριο(Καραγιάννης, 2015).

Στο σχήμα που ακολουθεί φαίνονται τα τρία κυρίαρχα στοιχεία της διαδικασίας του καθορισμού της ημερήσιας θεματολογίας: α) Η θεματολογία των μέσων, β) η δημόσια θεματολογία, γ) η πολιτική θεματολογία.



Σχήμα 2: Τα τρία κυρίαρχα στοιχεία της διαδικασίας του καθορισμού της ημερήσιας θεματολογίας: α) Η θεματολογία των μέσων, β) η δημόσια θεματολογία, γ) η πολιτική θεματολογία (Everett M. Rogers, 1988).

Η δημόσια και η πολιτική θεματολογία, η ημερήσια διάταξη των ΜΜΕ καθώς και οι «αντικειμενικοί δείκτες πραγματικότητας» μετρώνται συνήθως ως εξής:

1. Η **δημόσια θεματολογία** μετράται συνήθως με τις έρευνες κοινής γνώμης στις οποίες ένα δείγμα ατόμων απαντά στην εξής ερώτηση την οποία αρχικά διατύπωσε ο George Gallup: «Ποιο είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα το οποίο αντιμετωπίζει σήμερα η χώρα;» Οι συγκεντρωτικές απαντήσεις σε μια τέτοια ερώτηση για «το πιο σημαντικό πρόβλημα»¹ υποδηλώνουν τη σχετική θέση ενός ζητήματος στη δημόσια θεματολογία.
2. Η **θεματολογία των ΜΜΕ** μετράται κατά κανόνα με ανάλυση περιεχομένου των ειδησεογραφικών ΜΜΕ ώστε να προσδιορισθεί ο αριθμός των ρεπορτάζ που αφορούν το(α) υπό μελέτη θέμα(τα)
3. Η **πολιτική θεματολογία** για ένα ή περισσότερα θέματα μετράται με τέτοιες πολιτικές δράσεις όπως η ψήφιση νόμων για ένα θέμα, η

¹ Η συγκεκριμένης μορφής ερωτήσεις συναντώνται στην αγγλοσαξονική ορολογία με τη συντομογραφία MIP (Most Important Problem) (Σημ. του Μτφ).

έγκριση κονδυλίων καθώς και η χρονική διάρκεια που αφιερώνεται στη συζήτηση ενός θέματος.

4. Οι «αντικειμενικοί δείκτες πραγματικότητας» είναι δείκτες μιας μεταβλητής, όπως, για παράδειγμα, οι σχετιζόμενοι με ναρκωτικά θάνατοι κατ' έτος ή το ποσοστό ανεργίας. Τέτοιοι αντικειμενικοί δείκτες πραγματικότητας γίνονται κοινώς αποδεκτοί ως δείκτες της σοβαρότητας ενός κοινωνικού προβλήματος. Ορισμένοι μελετητές κατασκεύασαν ένα σύνθετο αντικειμενικό δείκτη πραγματικότητας, ο οποίος απαρτίζεται από ποικίλες μετρήσεις της σοβαρότητας ενός θέματος. Ένα παράδειγμα αποτελεί ο αντικειμενικός δείκτης πραγματικότητας της Ader (1993) για το περιβαλλοντικό ζήτημα στις Ηνωμένες Πολιτείες, ο οποίος περιελάμβανε μεταβλητές για τα μόλυνση του αέρα, τις πετρελαιοκηλίδες και τα στερεά απόβλητα (M. Rogers, 2005)

Οι Dearing και Rogers (2005) επισκοπώντας 122 ερευνητικές εργασίες σχετικά με τον καθορισμό της ημερήσιας θεματολογίας κατέληξαν στα παρακάτω συμπεράσματα:

- ➔ Ένα κοινό εύρημα πολυάριθμων ερευνητών του καθορισμού της θεματολογίας, αρχής γενομένης από την αρχέτυπη μελέτη των McCombs και Shaw (1972), είναι ότι *σε μια δεδομένη χρονική στιγμή ή για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα, διαφορετικά Μέσα αποδίδουν παρόμοια σημασία σε μια ομάδα θεμάτων*. Αυτή η διαπίστωση δε σημαίνει ότι όλα τα Μέσα αναφέρονται στο ίδιο ακριβώς θέμα την ίδια χρονική στιγμή. Μελέτες που συνέκριναν την τηλεοπτική κάλυψη με την αντίστοιχη των εφημερίδων έδειξαν ότι τα εν λόγω μέσα διαφέρουν στο χρόνο και στον τρόπο με τον οποίο καλύπτουν ένα θέμα. Σε γενικές γραμμές, πάντως, η θεματολογία των ΜΜΕ τείνει να είναι κοινή, η θεματολογία όμως σαν δείκτης για τον ερευνητή είναι μόνο ποσοτικός και όχι ποιοτικός, αφού δεν ενδιαφέρεται για το τι λένε τα Μέσα για ένα θέμα, αλλά μόνο πόσο μιλάνε γι' αυτό
- ➔ *Οι αντικειμενικοί δείκτες πραγματικότητας είναι σχετικά ασήμαντοι σε ό,τι αφορά τον καθορισμό της θεματολογίας των Μέσων*. Ο

Funkhouser (1973b), ένας από τους πρώτους ερευνητές που συνέκριναν την ειδησεογραφική κάλυψη ενός θέματος με έναν αντίστοιχο αντικειμενικό δείκτη πραγματικότητας, βρήκε μικρή αντιστοιχία μεταξύ τους. Έτσι, έχει βρεθεί ότι ο αντικειμενικός δείκτης πραγματικότητας σχετίζεται *αρνητικά* με την ημερήσια διάταξη των ΜΜΕ. Αναμφίβολα, αυτό που μετράει είναι η προσοχή που μπορούν να συγκεντρώσουν τα οργανωμένα δίκτυα αναφορικά με την πλαισίωση ενός προβλήματος (Blumer, 1971) και όχι τόσο η σοβαρότητα του προβλήματος

- ➔ *Η διαδικασία καθορισμού της θεματολογίας είναι μια από τις διαδικασίες κοινωνικής κατασκευής μέσω της οποίας τα άτομα ερμηνεύουν πληροφορίες που λαμβάνουν από τα Μέσα και το περιβάλλον τους προκειμένου να αξιολογήσουν τη σημασία ενός θέματος.* Γεγονότα - ερεθίσματα (όπως το φιλμ του BBC για το λιμό στην Αιθιοπία) είναι πιο σημαντικά από τους αντικειμενικούς δείκτες πραγματικότητας για την εισδοχή ενός θέματος στην ημερήσια διάταξη. Σε μερικές περιπτώσεις, ο καθορισμός της θεματολογίας είναι αποτέλεσμα συναισθηματικής αντίδρασης σε ορισμένα γεγονότα - ερεθίσματα.
- ➔ *Στις ΗΠΑ, κυρίαρχο ρόλο στην προώθηση ενός θέματος στη θεματολογία αποτελούν ο Λευκός Οίκος, οι NewYorkTimes και ένα θεαματικό γεγονός - ερέθισμα.* Παραδείγματα γεγονότων-ερεθισμάτων είναι ο θάνατος του RockHudson λόγω AIDS και η πετρελαιοκηλίδα του Exxon Valdez. Οι ανθρώπινες δραματικές ιστορίες απλοποιούν ένα σύνθετο θέμα. Οι καταστροφές και οι τραγωδίες βοηθούν τους ανθρώπους των ειδήσεων και το κοινό να νοηματοδοτήσουν ένα γεγονός συνδέοντάς το με ένα θέμα.
- ➔ *Τα αποτελέσματα της επιστημονικής έρευνας δε διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαδικασία καθορισμού της θεματολογίας.* Στη μελέτη του Rogers και των συνεργατών του για το θέμα του AIDS τη δεκαετία του 1980, διάφορες σημαντικές επιστημονικές ανακαλύψεις (όπως ο προσδιορισμός της ανταλλαγής των σωματικών υγρών ως τρόπου μετάδοσης του AIDS, η αναγνώριση του ιού του AIDS, και η ανακάλυψη αιματολογικής εξέτασης για τον HIV) ανακοινώθηκαν και

παρουσιάσθηκαν στις ειδήσεις. Εντούτοις, τα επιστημονικά αυτά γεγονότα δεν καθόρισαν τη θεματολογία των ΜΜΕ αναφορικά με το θέμα του AIDS.

- ➔ *Η θέση ενός θέματος στην ημερήσια διάταξη των ΜΜΕ καθορίζει αποφασιστικά τη συγκριτική του υπεροχή στη δημόσια θεματολογία.* Από τις 112 εμπειρικές μελέτες που επισκοπήθηκαν σχετικά με τη διαδικασία καθορισμού της θεματολογίας, το 60% υποστηρίζει μια σχέση μεταξύ της ημερήσιας διάταξης των Μέσων και της δημόσιας θεματολογίας. Η πλειονότητά τους όμως ήταν δειγματοληπτικές μελέτες. Γεγονός όμως παραμένει ότι όταν τα ΜΜΕ παρέχουν εκτενή ειδησεογραφική κάλυψη σε ένα θέμα, το κοινό συνήθως ανταποκρίνεται προσδίδοντάς του μεγαλύτερη συγκριτική υπεροχή. Αυτή η σχέση της ημερήσιας διάταξης των ΜΜΕ με τη δημόσια θεματολογία φαίνεται ότι ισχύει κάτω από ποικίλες συνθήκες, για διαφορετικά θέματα και μέσα από ποικίλες ερευνητικές μεθόδους.
- ➔ Επηρεάζει η δημόσια θεματολογία την πολιτική θεματολογία; Τα ερευνητικά δεδομένα δεν είναι εν προκειμένω τόσο ισχυρά, αν και η μεγάλης κλίμακας έρευνα του Erikson και των συνεργατών του (1993) για την κοινή γνώμη και τις επιλογές πολιτικής (policy) καταλήγει στο συμπέρασμα ότι υπάρχει ισχυρή επίδραση της κοινής γνώμης στην διαμόρφωση πολιτικής σε πολιτειακό επίπεδο. Η πολιτική θεματολογία επηρεάζεται επίσης από άλλους παράγοντες.

II. Έρευνα

1.1. Προεκλογική Εκστρατεία Ιανουαρίου 2015

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζονται τα βασικά θέματα που προβάλλονται στην καθημερινή ειδησεογραφία της πρώτης σελίδας τριών εφημερίδων με διακριτό μεταξύ τους πολιτικό προσανατολισμό. Εν προκειμένω, των εφημερίδων «Η Καθημερινή», «Τα Νέα» και «Η Αυγή». Στόχος είναι να εξεταστεί εάν, και σε ποιο βαθμό, οι εν λόγω εφημερίδες καλύπτουν διαφορετική ή (παρ)όμοια θεματολογία, καθώς και η συχνότητα-δυναμική που αυτή εμφανίζει στη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας. Κατόπιν, εξετάζεται η σχέση αυτής της θεματολογίας των εφημερίδων με τη θεματολογία του πολιτικού αγώνα. Για το σκοπό αυτό, εξετάζονται ομιλίες από την προεκλογική εκστρατεία τριών βασικών πολιτικών κομμάτων (ΝΔ, ΣΥΡΙΖΑ, ΠΑΣΟΚ), καθώς και προεκλογικά διαφημιστικά τους μηνύματα με στόχο να διαπιστωθούν συνδέσεις μεταξύ της θεματολογίας των εφημερίδων και των πολιτικών κομμάτων.

1.1.1. Δημοσιεύματα Εφημερίδων προεκλογικής περιόδου Ιανουαρίου 2015

Τα θέματα των τελευταίων 10 ημερών πριν τις εκλογές της 25^{ης} Ιανουαρίου 2015 των εφημερίδων αποτυπώνουν με πολύ μεγάλη ευκρίνεια τα δίπολα που εμφανίζονται καθόλη τη διάρκεια της συγκεκριμένης προεκλογικής εκστρατείας.

Κατ' αρχάς, παρατηρείται η ανάπτυξη του διπόλου «Αριστερά – Δεξιά», με κύριο πρωταγωνιστή για την «Αριστερά» το κόμμα του ΣΥΡΙΖΑ και τη ΝΔ για τη «Δεξιά».

Το δεύτερο δίπολο που καλλιεργείται είναι αυτό ανάμεσα στον φιλοευρωπαϊσμό και τον ευρωσκεπτικισμό, με κύριο εκφραστή των φιλοευρωπαϊστών το κόμμα της ΝΔ και κύριο ανταγωνιστή του το κόμμα του ΣΥΡΙΖΑ, όπου οι ευρωσκεπτικιστικές απόψεις πολλών προβεβλημένων στελεχών του, αλλά και του ίδιου του αρχηγού του κόμματος, συσπειρώνει μεγάλο ποσοστό ψηφοφόρων που θεωρούν ότι τα δεινά της χώρας οφείλονται σε συγκεκριμένες πολιτικές που επικρατούν στην ΕΕ.

Εκτός από τα εν λόγω δίπολα, όμως, οι δύο κύριοι διεκδικητές (ΝΔ και ΣΥΡΙΖΑ) προσπαθούν να προσελκύσουν ψηφοφόρους εξαγγέλλοντας μειώσεις στη φορολογία και άρση των αδικιών υπέρ των μεσαίων και χαμηλών οικονομικών στρωμάτων.

Στην αντιπαράθεσή τους αυτή, οι εξαγγελίες του ΣΥΡΙΖΑ, όπως αποδεικνύεται από το τελικό εκλογικό αποτέλεσμα, τυγχάνουν ευρύτερης απήχησης καθώς αναφέρονται στην άρση όλων των αδικιών, στη σημαντική μείωση της φορολογίας στα μεσαία και χαμηλά εισοδήματα και στην απαγόρευση των κατασχέσεων για οφειλές στις τράπεζες και στο Δημόσιο.

Το ποσοστό εμφάνισης του κόμματος ΠΑΣΟΚ είναι εξαιρετικά μικρό, όπως άλλωστε αναμενόταν, αφού τα προσδόκιμα εκλογικά ποσοστά του είναι πολύ χαμηλά.

16 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Επικίνδυνες ακροβασίες ΣΥΡΙΖΑ, στελέχη του υποπίπτουν συνεχώς σε αντιφάσεις για φόρους και ρευστότητα. ▪ Άνοιγμα Σαμαρά στον φιλοευρωπαϊκό μεσαίο χώρο. ▪ Λαγκάρντ: Δεν υπάρχουν ενδείξεις για Grexit. ▪ Απόφαση Λοβέρδου: Μετεγγραφές ασθενών φοιτητών σε υπερπλήρη ΑΕΙ. ▪ Πολύ κοντά στο ELA οι ελληνικές τράπεζες. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Υπερπροσπάθεια του ΣΥΡΙΖΑ για την αυτοδυναμία. Παροχές και προειδοποιήσεις. ▪ Δυσσίωνα μηνύματα για το χρέος από κεντρικούς τραπεζίτες και αγορές. ▪ Σαμαράς στο περιστέρι. Προσκλητήριο στη μεσαία τάξη και αναφορές στον Ανδρέα. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Απόλυτη προστασία της πρώτης κατοικίας. Κανένα σπίτι σε χέρια τραπεζίτη. Κατάργηση ΕΝΦΙΑ και θέσπιση φόρου μεγάλης ακίνητης περιουσίας από την Κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ. ▪ Λυσσαλέα υπεράσπιση του μεγάλου κεφαλαίου από την Ν.Δ. και κροκοδείλια δάκρυα για την μεσαία τάξη. ▪ Μπορούμε! Ο ηγέτης του Podemos Πάμπλο Ιγκλέσιας θα βρεθεί στην Αθήνα την Πέμπτη για την κεντρική εκδήλωση του ΣΥΡΙΖΑ με τον Αλέξη Τσίπρα.

17 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Σκληρά μηνύματα της Ευρωζώνης. Η ΕΚΤ θα αποφασίσει να μην αγοράζει ελληνικά ομόλογα, λέει το Spiegel. • Κι άλλες τράπεζες στο ELA. • Σφοδρή επίθεση Ν.Δ. σε ΣΥΡΙΖΑ. 	<ul style="list-style-type: none"> • 168 ώρες ως τις κάλπες: Πως η μάχη των φόρων κρίνει τις εκλογές; Που βρίσκονται τα πράγματα με τράπεζες και ρευστότητα; Τι εφεδρείες έχει η Ν.Δ. στον κεντρώο χώρο; Που οφείλεται τελικά η φόρα του ΣΥΡΙΖΑ; Τι σχεδιάζουν οι ελεύθεροι πολιορκημένοι του ΠΑΣΟΚ; Γιατί κατέβηκε ο Καμμένος από το τρενάκι του Τσίπρα; • Αντώνης Σαμαράς: Ο ΣΥΡΙΖΑ θα αφανίσει την μεσαία τάξη. 	<ul style="list-style-type: none"> • Μ. Σούλις, Πρόεδρος Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου: Να αλλάξουν τα μέτρα λιτότητας. Θα διαπραγματευτούμε με τη «Νέα» Κυβέρνηση που αυτονοήτως θα έχει διαφορετικές αντιλήψεις. • Απάντηση στην κινδυνολογία, δεν υπάρχει θέμα μη καταβολής μισθών και συντάξεων. Γ. Δραγασάκης: Υπάρχει χρόνος για συμφωνία μέχρι τον Ιούλιο.

18 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Ντιμπέιτ έξι πολιτικών αρχηγών για το χρέος (Σαμαράς, Τσίπρας, Βενιζέλος, Θεοδωράκης, Κουτσούμπας και Παπανδρέου). • Συναγερμός στις τράπεζες, άντλησαν 21δισ. "Τρικλοποδιά" από ΕΚΤ. • Προς εξάμηνη παράταση μνημονίου. • Φιλανδός πρωθυπουργός: Δεν θα δεχθούμε διαγραφή του χρέους. 		<ul style="list-style-type: none"> • Ο ΣΥΡΙΖΑ είναι ελπίδα κοινωνικής αλλαγής. • Η «Νέα» δημοσκόπηση της PublicIssue στο 35% ο ΣΥΡΙΖΑ στο 30,5% η Ν.Δ. • Διεθνές κίνημα υποστήριξης του ΣΥΡΙΖΑ.

19 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
	<ul style="list-style-type: none"> Χαρτί αυτοδυναμίας από τον Τσίπρα. Ποντάρει στη συσπείρωση ο Σαμαράς... Ενώ την Πέμπτη αποφασίζει η ΕΚΤ για τράπεζες και ρευστότητα. ΠΑΣΟΚ: Διεκδικεί τη χρήσιμη ψήφο. Εκλογές εκτός ελέγχου. 	

20 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> Κρίσιμη Πέμπτη στην ΕΚΤ για Ελλάδα. Σενάρια εξαίρεσής της από το πρόγραμμα ποσοτικής χαλάρωσης του Ντράγκι. Αντώνης Σαμαράς: Οδικός χάρτης για μείωση φόρων, επιχειρήσεων και ΕΝΦΙΑ. 	<ul style="list-style-type: none"> Ο χάρτης των υποκλοπών. Κοριοί στα κόμματα. Τι δείχνουν οι μετρήσεις με την συσκευή Cryptophone. Νταούλια φόβου από την Ευρώπη. Παρέμβαση Σημίτη: «Μας απασχολεί μόνο η Τρόικα είμαστε απομονωμένοι». 	<ul style="list-style-type: none"> Αντίθετος στη ρύθμιση του χρέους και την χαλάρωση. Μερκελιστής μέχρι τέλους ο Σαμαράς. Περιμένοντας την ΕΚΤ την Πέμπτη. Οι αγορές αναμένουν πρόγραμμα ποσοτικής χαλάρωσης. Δέσμευση Τσίπρα λίγες μέρες πριν τις εκλογές. Φοροελάφρυνση για χαμηλά-μεσαία στρώματα. «Τα βάρη θα μεταφερθούν στα υψηλά εισοδήματα που τώρα φοροδιαφεύγουν». Ο Ντάριο Φο στην «Αυγή» για τον Τσίπρα. Είστε η αλλαγή στην πράξη.

21 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> Δύσβατο τοπίο με την Ευρωζώνη. Σόιμπλε: Η στήριξη προϋποθέτει τρόικα. Δραγασάκης: Δεν αναγνωρίζουμε αξιολόγηση και τρόικα. Αντιδράσεις για εγκώμια της Λεπέν στον ΣΥΡΙΖΑ. Μείμαράκης: Κυβέρνηση με κορμό τη Ν.Δ. 	<ul style="list-style-type: none"> Υποκλοπές. Σίγασαν οι κοριοί. Παρέμβαση Σόιμπλε. Έλληνες ξεχάστε την χρηματοδότηση χωρίς την τρόικα. Δηλώσεις Βαλαβάνη: «Τεχνική παράσταση» για επαναδιαπραγμάτευση θα ζητήσει ο ΣΥΡΙΖΑ. 	<ul style="list-style-type: none"> Μεγάλες συγκεντρώσεις προς τη νίκη. ΣΥΡΙΖΑ: Σήμερα στην Πάτρα, αύριο στην Αθήνα. Αλ. Τσίπρας: «Να βαδίσουμε μαζί, να στήσουμε τον τόπο στα πόδια του». Ο ΣΥΡΙΖΑ ενώνει την Γαλλική Αριστερά. Σιωπή της Ν.Δ. για τους "κοριούς" στα κόμματα.

22 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Δύσκολη εξίσωση της ρευστότητας. • Μάχη Ν.Δ. και ΣΥΡΙΖΑ για τους αναποφάσιστους. • Πιο αδύναμο ευρώ θέλει ο Ρέντσι. 	<ul style="list-style-type: none"> • Όλα για όλα. Εκβιαστικά διλήμματα στο παρά πέντε της κάλπης. Μας δίνουν παράταση ρευστότητας για δύο εβδομάδες μόνο, ενώ στην Φρανκφούρτη κρίνεται το ντέρμπι βορρά-νότου για τα ομόλογα. • Βενιζέλος: «Να μην μπει η χώρα σε παρένθεση». • Κουτσούμπας: Δεν θέλουμε μόνο την μπουκιά θέλουμε όλο το καρβέλι. 	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ομόνοια σφραγίζει την πορεία προς τη νίκη ΣΥΡΙΖΑ. • Καθαρή και ισχυρή εντολή για δυνατή Ελλάδα. Απέχουμε μισό βήμα από την αυτοδυναμία. • Με ρέγουλα η ρευστότητα της ΕΚΤ. • Μερκελιστής, το «όχι» Σαμαρά για ποσοτική χαλάρωση πριν ενάμιση μήνα.

23 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Πρώτα τρόικα και μετά ρευστότητα. • Οι ξένοι και οι εκλογές μας. 	<ul style="list-style-type: none"> • Αυτά είναι τα δύο πρώτα νομοσχέδια του ΣΥΡΙΖΑ: Ρεύμα, στέγη, σίτιση και περίθαλψη για όσους χτύπησε πιο πολύ το μνημόνιο. 13^{ος} μισθός για συντάξεις κάτω από 700 ευρώ. Δόσεις χωρίς όριο για όσους χρωστούν σε εφορία και ασφαλιστικά ταμεία, τέλος σε προσωποκράτηση και αυτόφωρο για χρέη, απαγορεύεται η τιτλοποίηση στεγαστικών από τις τράπεζες. • Τρεις εβδομάδες χωρίς ανάσα. Το χρονοδιάγραμμα από την εντολή σχηματισμού Κυβέρνησης ως την εκλογή Προέδρου της Δημοκρατίας. Ποιοι θα είναι οι υπερυπουργοί του Τσίπρα; • Γιάνης Βαρουφάκης: Δεν θα κάνουμε ούτε μπλόφες ούτε τσαμπουκάδες. 	<ul style="list-style-type: none"> • Αλέξης Τσίπρας και Πάμπλο Ιγγλέσιος έστειλαν το μήνυμα. ΣΥΡΙΖΑ Podemos Venceremos! • Το έβαλε στα πόδια. Ο Σαμαράς ματαίωσε τις τηλεοπτικές συνεντεύξεις. • ΕΚΤ: Στο πρόγραμμα η Ελλάδα από τον Ιούλιο με ειδικά κριτήρια. • Έρευνα publicissuse: «Κλειδωμένη» η νίκη ΣΥΡΙΖΑ κοντά στην αυτοδυναμία.

24 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Η απειλή για την ρευστότητα, ο ρόλος κλειδί της ΕΚΤ και οι επιλογές των ελλήνων πολιτών. • Όλα τα σενάρια για Κυβέρνηση και εκλογή Προέδρου. • Ντόρα Μπακογιάννη: Αντιφάσεις, κρυφή ατζέντα και διαφωνίες στον ΣΥΡΙΖΑ. • Αντιπαράθεση Βαρουφάκη-Οικονομίδη. • Φάκελος εκλογές: Προσδοκίες, απολογισμός και... αυτοκριτική στο Μαξίμου. Τα εφικτά και τα 		<ul style="list-style-type: none"> • Αυτοδυναμία για μεγάλη αλλαγή «Χρειαζόμαστε την ολόπλευρη στήριξη του λαού στην κάλπη» (Αλ. Τσίπρας). • Ο Σαμαράς κρύφτηκε και από τις συνεντεύξεις. • Κίνημα υποστήριξης στην Ελλάδα και τον ΣΥΡΙΖΑ.

<p>ανέφικτα του ΣΥΡΙΖΑ, από Δευτέρα. Η επόμενη μέρα για Ν.Δ. και Σαμαρά. Οι πολλοί «υπερκινητικοί» των ψηφοδελτίων. Οι υποψήφιοι τρίτοι και οι στόχοι τους. Εκλογικές ιστορίες με καινοτομίες και απρόοπτα.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πίσω από τα σποτ των κομμάτων. 		
--	--	--

26 Ιανουαρίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Νέο σκηνικό με νίκη ΣΥΡΙΖΑ. Προς Κυβέρνηση συνεργασίας ΣΥΡΙΖΑ και ΑΝΕΛ. Σήμα παραμονής από Σαμαρά στην ηγεσία της Ν.Δ. Βενιζέλος: Συνέδριο ΠΑΣΟΚ για την ηγεσία. Επτά κόμματα στη Βουλή εκτός του κίνημα Παπανδρέου. • Σήμερα αναμένεται αντίδραση του Ευrogroup. • Τα βλέμματα των διεθνών ΜΜΕ στραμμένα στην Ελλάδα. • Προκλήσεις για τον Τσίπρα και τους άλλους. 	<ul style="list-style-type: none"> • ΣΥΡΙΖΑ 36,3%. Η Ελλάδα άλλαξε σελίδα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Κυβέρνηση όλων των Ελλήνων ανακοίνωσε ο Αλ. Τσίπρας. Νίκη – ορόσημο για την Ελλάδα. Μήνυμα στην Ευρώπη κατά της λιτότητας η επιτυχία του ΣΥΡΙΖΑ. • Διεθνής απήχηση. • «Νέα» Κυβέρνηση: Συναντήσεις Τσίπρα, Καμμένου, Θεοδωράκη και Κουβέλη.

1.1.2. Ανάλυση δημοσιευμάτων

Διαβάζοντας τα πρωτοσέλιδα στη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου των βουλευτικών εκλογών του Ιανουαρίου 2015 παρατηρείται ομοιότητα θεμάτων. Καθώς πλησιάζουν οι εκλογές οι εφημερίδες που εξετάστηκαν ασχολούνται με τα ίδια σχεδόν θέματα, η κάθε εφημερίδα ασφαλώς υπό διαφορετικό πρίσμα και με γνώμονα την ιδεολογική και πολιτική της κατεύθυνση. Συγκεκριμένα, οι εφημερίδες φιλοξενούν συνεντεύξεις πολιτικών αρχηγών και όχι μόνο, δημοσιεύματα με το μετεκλογικό πρόγραμμα του κάθε κόμματος, καθώς και δημοσκοπήσεις. Σε πολλά πρωτοσέλιδα εκδηλώνεται ενδιαφέρον των ελληνικών εφημερίδων για τους ξένους εταίρους, αλλά και του ξένου Τύπου για την εκλογική αναμέτρηση του Ιανουαρίου 2015. Επίσης, κάποιοι πολιτικοί αρχηγοί ξένων χωρών εξέφρασαν τη στήριξή τους προς συγκεκριμένα ελληνικά κόμματα, όπως ο Pablo Iglesias των Podemos προς τον ΣΥΡΙΖΑ. Εκτός όμως από δημοσιεύματα με αμιγώς πολιτικό περιεχόμενο, στα πρωτοσέλιδα περιλαμβάνονται και άρθρα με καθαρά οικονομικό χαρακτήρα. Τα κύρια οικονομικά θέματα που παρατηρούνται είναι οι αποφάσεις της ΕΚΤ για τις τράπεζες και η ρευστότητα. Παρά τον προεκλογικό πυρετό, οι εφημερίδες ασχολούνται και με άλλα ζητήματα που ενδιαφέρουν το ευρύ κοινό. Τέλος, μία μέρα μετά την εκλογική αναμέτρηση και την τελική νίκη του ΣΥΡΙΖΑ, δεν εξετάζεται μόνο η επιτυχία του κόμματος, αλλά και τα άμεσα θέματα που έχουν προκύψει, όπως ο σχηματισμός Κυβέρνησης και οι αντιδράσεις του Eurogroup.

Στη συνέχεια παρατίθεται η ξεχωριστή ανάλυση των θεμάτων των εφημερίδων, καθώς και η ομοιότητα που παρατηρείται στα θέματα όλων των εφημερίδων που μελετήθηκαν.

«Καθημερινή»

Η «Καθημερινή», ως πολιτική αλλά και οικονομική εφημερίδα, κατά την προεκλογική περίοδο του Ιανουαρίου του 2015 παρακολουθεί τις εξελίξεις των τραπεζών, της ΕΚΤ και του «Μηχανισμού Παροχής Ρευστότητας» (Emergency Liquidity Assistance – ELA). Το θέμα για την προσχώρηση των τραπεζών στον ELA εμφανίζεται στα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας στις 16 και 17 Ιανουαρίου. Η ΕΚΤ περιορίζει τις τράπεζες στο να αντλούν μεγάλα ποσά προσπαθώντας να ελέγξει τη ρευστότητα, με αποτέλεσμα να αποσπάται το δημοσιογραφικό-ειδησεογραφικό ενδιαφέρον. Το θέμα αυτό εμφανίζεται στις 17, 18, 20, και 24 Ιανουαρίου. Βέβαια, τα δύο θέματα με τη μεγαλύτερη εμφάνιση στα πρωτοσέλιδα της «Καθημερινής» είναι οι αντιδράσεις της Ευρωζώνης και των ξένων πολιτικών για τις ελληνικές εκλογές. Συγκεκριμένα, το θέμα αυτό εμφανίζεται στις 16, 17, 18, 21, 22, 23 και 26 Ιανουαρίου. Το δεύτερο θέμα που εμφανίζεται περισσότερο στα πρωτοσέλιδα, συγκεκριμένα στις 16, 17, 18, 20, 21, 22 και 24 Ιανουαρίου, είναι οι προεκλογικές εξαγγελίες των κομμάτων, οι αντιπαραθέσεις μεταξύ πολιτικών αρχηγών (17, 22, και 24 Ιανουαρίου), αλλά και τα debate. Τέλος, στις 24 και 26 Ιανουαρίου τα κόμματα κάνουν απολογισμό και το κόμμα που κυριάρχησε στις εκλογές της 25^{ης} Ιανουαρίου, δηλαδή ο ΣΥΡΙΖΑ, προετοιμάζει την επόμενη μέρα.

Τα «Νέα»

Τα «Νέα» έχουν ως κύρια θέματα των πρωτοσέλιδων τους τις 16, 17 και 19 Ιανουαρίου τις κινήσεις του πρώην Πρωθυπουργού Αντώνη Σαμαρά και την προσπάθεια προσέλκυσης από τον ίδιο και την παράταξή του της μεσαίας τάξης. Στις 16, 19, 21, 23 και 26 Ιανουαρίου η εφημερίδα καταγράφει τις προγραμματικές δηλώσεις του Αλέξη Τσίπρα και της παράταξής του και, τέλος, τη νίκη του στις εκλογές. Θέματα που απασχολούν επίσης την εφημερίδα είναι αυτά της ΕΚΤ και της ρευστότητας, καθώς και οι απόψεις των ξένων πολιτικών και της Ευρωζώνης. Επίσης, ένα θέμα που είναι επί σειρά ημερών στα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας (17, 19, 20 και 22 Ιανουαρίου) είναι αυτό της προσπάθειας του ΠΑΣΟΚ να ανακάμψει εκλογικά και να προσελκύσει ψηφοφόρους. Ένα θέμα «φούσκα» εμφανίζεται και γρήγορα να εξαφανίζεται από το προσκήνιο λίγο πριν τις εκλογές, αυτό των τηλεφωνικών υποκλοπών σε πολιτικούς, που αποτελεί κεντρικό θέμα στα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας (20 και 21 Ιανουαρίου). Τέλος, στις 26 Ιανουαρίου ανακοινώνονται τα αποτελέσματα των εκλογών και η νίκη του κόμματος, με αρχηγό τον Αλέξη Τσίπρα, ΣΥΡΙΖΑ.

Η «Αυγή»

Η «Αυγή», ως αριστερή εφημερίδα, καθ' όλη την προεκλογική εκστρατεία προβάλλει τις δράσεις του ΣΥΡΙΖΑ, υποβαθμίζοντας συχνά τα άλλα κόμματα. Συγκεκριμένα, στις 16 και 20 Ιανουαρίου κεντρικό θέμα στα πρωτοσέλιδα της

«Αυγής» έχουν οι προγραμματικές δηλώσεις του ΣΥΡΙΖΑ. Στις 16, 20, 22 και 24 Ιανουαρίου καταγράφεται επίθεση κατά του κόμματος της «Νέας Δημοκρατίας»(ΝΔ) καθώς και μία απαξίωση προς τη συγκεκριμένη παράταξη. Επίσης, στις 21 Ιανουαρίου ζητά από τη ΝΔ να λογοδοτήσει για τους «κοριούς». Καθ' όλη τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας το κόμμα του ΣΥΡΙΖΑ υποστηρίζεται από ξένους πολιτικούς, ιδίως δε από τον Pablo Iglesias των Podemos. Συγκεκριμένα, στις 16, 18, 20, 21, 23, 24 και 26 Ιανουαρίου γίνεται φανερή αυτή η υποστήριξη στα πρωτοσέλιδα της «Αυγής». Ο ΣΥΡΙΖΑ παρουσιάζεται ως η ελπίδα αλλαγής για την Ελλάδα στις 18, 21, 24 και 25 Ιανουαρίου. Επίσης, η «Αυγή» δίνει μεγάλη έμφαση στις έρευνες της “Public Issue” που έχουν δημοσιευθεί στις 18 Ιανουαρίου και 23 Ιανουαρίου. Το θέμα που βρίσκεται στα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας στις 20, 22 και 23 Ιανουαρίου είναι η ΕΚΤ και η ρευστότητα, θέμα που απασχολεί όλες τις εφημερίδες που εξετάζονται. Στις 21 και 22 Ιανουαρίου το σκηνικό αλλάζει για την «Αυγή», η οποία μετατρέπεται ευκρινώς σε μέσο προβολής της εκστρατείας του ΣΥΡΙΖΑ, διαφημίζοντας τις προεκλογικές συγκεντρώσεις της παράταξης σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Κοντά στην αυτοδυναμία δηλώνει η «Αυγή» για την παράταξη του ΣΥΡΙΖΑ στις 22 και 24 Ιανουαρίου. Τέλος, στις 26 Ιανουαρίου ανακοινώνει με χαρά τη νίκη του ΣΥΡΙΖΑ και συζητά για την επόμενη μέρα της χώρας.

1.1.3. Τα κοινά θέματα στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων

Μελετώντας τα θέματα των εφημερίδων διαπιστώνεται πως υπάρχουν κοινά σημεία. Ένα θέμα που απασχόλησε αρκετά τη δημόσια θεματολογία της

προεκλογικής περιόδου του Ιανουαρίου του 2015 είναι η ΕΚΤ και η ρευστότητα. Εν προκειμένω, το θέμα αυτό βρισκόταν στο προσκήνιο στην «Καθημερινή» στις 17, 18, 20 και 24 Ιανουαρίου, στα «Νέα» στις 19, 20 και 22 Ιανουαρίου, ενώ στην «Αυγή» στις 20, 22 και 23 Ιανουαρίου. Το συγκεκριμένο θέμα προβλήθηκε περισσότερο από την «Καθημερινή», ενδεχομένως διότι εκτός από πολιτική είναι και οικονομική εφημερίδα.

Το θέμα επίσης που απασχόλησε πολύ τις εφημερίδες ήταν οι αντιδράσεις των ξένων πολιτικών και της Ευρωζώνης για τις επερχόμενες εκλογές της χώρας. Συγκεκριμένα, στη «Καθημερινή» το θέμα αυτό εμφανίζεται στις 16-18 και στις 21-23 Ιανουαρίου, στα «Νέα» στις 19, 20 και 22 Ιανουαρίου και στην «Αυγή» στις 16, 18, 20, 21, 23 και 24 Ιανουαρίου, με ιδιαίτερη έμφαση στην υποστήριξη που δέχεται το κόμμα του ΣΥΡΙΖΑ από τους ξένους πολιτικούς.

Οι προεκλογικές εξαγγελίες των πολιτικών αρχηγών είχαν επίσης μεγάλη συχνότητα εμφάνισης στα πρωτοσέλιδα. Στην «Καθημερινή» το θέμα αυτό υπάρχει στις 16-18, 20-22 και στις 24 Ιανουαρίου, στα «Νέα» στις 16, 19, 21 και 23 Ιανουαρίου και στην «Αυγή» στις 16 και 20 Ιανουαρίου όπου αναπαράγονται όμως μόνο οι προεκλογικές δηλώσεις του ΣΥΡΙΖΑ χωρίς καμία αναφορά στα υπόλοιπα κόμματα.

Το θέμα που ακολουθεί είναι κοινό στα «Νέα» και στην «Αυγή» και αφορά στις υποκλοπές σε γραφεία των κομμάτων. Στα «Νέα» εμφανίζεται στις 20 και 21 Ιανουαρίου και στην «Αυγή» στις 21 Ιανουαρίου. Τέλος, κοινό θέμα και στις τρεις εφημερίδες που μελετήθηκαν είναι η νίκη του κόμματος του ΣΥΡΙΖΑ στις εκλογές της 25^{ης} Ιανουαρίου. Στις 26 Ιανουαρίου πρωτοσέλιδο σε όλες τις

εφημερίδες ήταν η νίκη του ΣΥΡΙΖΑ, τα ποσοστά όλων των κομμάτων, ο σχεδιασμός της επόμενης μέρας και οι αντιδράσεις των ξένων πολιτικών.

Πίνακες εφημερίδων

«Καθημερινή»:

Ελληνικές τράπεζες στο ΕΛΑ	16/01/2015, 17/01/2015
ΕΚΤ και ρευστότητα	17/01/2015, 18/01/2015, 20/01/2015, 24/01/2015
Αντιδράσεις ξένων πολιτικών και Ευρωζώνης για τις Ελληνικές εκλογές	16/01/2015, 17/01/2015, 18/01/2015, 20/01/2015, 21/01/2015, 22/01/2015, 23/01/2015
Προεκλογικές εξαγγελίες κομμάτων, αντιπαραθέσεις, debate και τελικός απολογισμός	16/01/2015, 17/01/2015, 18/01/2015, 20/01/2015, 21/01/2015, 22/01/2015, 24/01/2015
Τελική νίκη του ΣΥΡΙΖΑ	26/01/2015

Τα «Νέα»:

Συσπείρωση μεσαίας τάξης από τον Αντώνη Σαμαρά	16/01/2015, 17/01/2015, 19/01/2015
ΣΥΡΙΖΑ, προγραμματικές δηλώσεις και η θέληση της αυτοδυναμίας	16/01/2015, 19/01/2015, 21/01/2015, 23/01/2015
Η ΕΚΤ, η Ευρωζώνη και η άποψη των ξένων πολιτικών για τις επερχόμενες εκλογές	19/01/2015, 20/01/2015, 22/01/2015
Προσπάθεια ανάκαμψης και προσέλκυσης ψήφων από το ΠΑΣΟΚ	17/01/2015, 19/01/2015, 20/01/2015, 22/01/2015
Υποκλοπές	20/01/2015, 21/01/2015
Νίκη ΣΥΡΙΖΑ στις εκλογές	26/01/2015

Η «Αυγή»:

Προγραμματικές δηλώσεις ΣΥΡΙΖΑ	16/01/2015, 20/01/2015
Επίθεση στη Νέα Δημοκρατία και απαξίωση του κόμματος	16/01/2015, 20/01/2015, 22/01/2015, 23/01/2015, 24/01/2015
Νέα Δημοκρατία και «κοριοί»	21/01/2015
Υποστήριξη ΣΥΡΙΖΑ από ξένους πολιτικούς	16/01/2015, 18/01/2015, 20/01/2015, 21/01/2015, 23/01/2015, 24/01/2015
ΣΥΡΙΖΑ η ελπίδα αλλαγής	18/01/2015, 21/01/2015, 24/01/2015, 25/01/2015
Έρευνες της “public issue”	18/01/2015, 23/01/2015
Η ΕΚΤ και η ρευστότητα	20/01/2015, 22/01/2015, 23/01/2015

Προεκλογικές συγκεντρώσεις ΣΥΡΙΖΑ	21/01/2015, 22/01/2015
Κοντά στην αυτοδυναμία ο ΣΥΡΙΖΑ	22/01/2015, 24/01/2015
Η νίκη του ΣΥΡΙΖΑ και ο σχεδιασμός της επόμενης μέρας	26/01/2015

Κοινή θεματολογία:

	«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
ΕΚΤ και ρευστότητα	17/01/2015, 18/01/2015, 20/01/2015, 24/01/2015	19/01/2015, 20/01/2015, 22/01/2015	20/01/2015, 22/01/2015, 23/01/2015
Οι αντιδράσεις των ξένων πολιτικών και της Ευρωζώνη για τις Ελληνικές εκλογές	16/01/2015, 17/01/2015, 18/01/2015, 20/01/2015, 21/01/2015, 22/01/2015, 23/01/2015	19/01/2015, 20/01/2015, 22/01/2015	16/01/2015, 18/01/2015, 20/01/2015, 21/01/2015, 23/01/2015, 24/01/2015
Προεκλογικές εξαγγελίες κομμάτων	16/01/2015, 17/01/2015, 18/01/2015, 20/01/2015, 21/01/2015, 22/01/2015, 24/01/2015	16/01/2015, 19/01/2015, 21/01/2015, 23/01/2015	16/01/2015, 20/01/2015
Υποκλοπές		20/01/2015, 21/01/2015	21/01/2015
Νίκη ΣΥΡΙΖΑ στις εκλογές	26/01/2015	26/01/2015	26/01/2015

1.1. Προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα κομμάτων. Ποια η σχέση τους με τη δημόσια θεματολογία;

Τα προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα των κομμάτων που προβάλλονται στη διάρκεια της προεκλογική εκστρατείας επιχειρούν να επικοινωνήσουν το πρόγραμμά τους, τις εν γένει επιδιώξεις τους για τη χώρα, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται και ιεραρχούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζει. Στη συνέχεια εξετάζεται το κατά πόσο τα προεκλογικά

τηλεοπτικά μηνύματα των κομμάτων συνάδουν με τη θεματολογία των εφημερίδων.

Νέα Δημοκρατία (ΝΔ)

Η ΝΔ επέλεξε για την προεκλογική της εκστρατεία τρία τηλεοπτικά μηνύματα με κοινό χαρακτηριστικό την επαφή του προέδρου του κόμματος, Αντώνη Σαμαρά, με πολίτες. Στο πρώτο τηλεοπτικό μήνυμα, ο Αντώνης Σαμαράς έρχεται σε επαφή με ομάδα παιδιών και τους εξηγεί ότι «αν θες να φτιάξεις κάτι σωστό περνάς μέσα από δυσκολίες για να τα καταφέρεις» και ότι «πρέπει να προχωράς προς το στόχο με σχέδιο, γνώση και χωρίς να τα παρατάς ως την επίτευξη του στόχου». Συνεχίζοντας, λέει ότι «σήμερα σχεδόν έχουμε φτάσει την Ελλάδα εκεί που πρέπει για να γίνει ξανά μια σωστή, σοβαρή και σπουδαία χώρα, για όλα τα παιδιά». Επίσης, επισημαίνει ότι «θα συνεχίζουμε να δουλεύουμε, φτιάχνουμε μια καινούρια Ελλάδα για όλους». Κλείνοντας, εμφανίζεται το κεντρικό σύνθημα της προεκλογικής εκστρατείας της παράταξης: «Λέμε την αλήθεια, Εγγυόμαστε το μέλλον».

Στο δεύτερο προεκλογικό τηλεοπτικό μήνυμα, ο πρόεδρος του κόμματος, Αντώνης Σαμαράς, βρίσκεται στο σπίτι μίας οικογένειας και συνομιλεί με όλα τα μέλη της. Επισημαίνει ότι «αναγνωρίζω τις θυσίες όλων των Ελλήνων, αλλά δεν είχα άλλη επιλογή, αν δεν τα κάναμε όλα αυτά η Ελλάδα θα πληγωνόταν παραπάνω». Συνεχίζει λέγοντας «φύγαμε από τα ελλείμματα, η οικονομία γύρισε». Τελειώνοντας, επισημαίνει τους λόγους για τους οποίους ζητά τη ψήφο των πολιτών: «ότι υπόσχομαι το δίνω και είναι για πάντα, ότι

σου υπόσχονται οι άλλοι εύκολα και ανώδυνα είτε σε κοροϊδεύουν είτε ακόμη χειρότερα θα στο πάρουν πίσω πολλαπλάσιο, σ' αυτές τις εκλογές αποφασίζεις αν θα ρισκάρεις σε μια απομονωμένη Ελλάδα ή αν θα έχεις το μέλλον που σου αξίζει σε μία σύγχρονη Ελλάδα εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης». Το διαφημιστικό επίσης κλείνει με το κεντρικό σύνθημα του κόμματος: «Λέμε την αλήθεια, Εγγυόμαστε το μέλλον».

Στο τρίτο και τελευταίο προεκλογικό τηλεοπτικό μήνυμα του κόμματος φαίνεται ένας άντρας να αναλογίζεται τους κινδύνους που ελλοχεύουν εάν εμπιστευτεί και ψηφίσει κάποιο άλλο κόμμα εκτός της ΝΔ και το μήνυμα τελειώνει λέγοντας: «Στις 25 Ιανουαρίου ψηφίζουμε για μια Ελλάδα δυνατή με σταθερή θέση στην Ευρώπη και τον κόσμο», «Λέμε την αλήθεια. Εγγυόμαστε το αύριο».

Με αυτά τα τηλεοπτικά μηνύματα η ΝΔ θέλει να επικοινωνήσει στους πολίτες ότι είναι μια δύναμη με σταθερές αξίες και συγκεκριμένο πρόγραμμα ενδυνάμωσης της χώρας. Επίσης, προσπαθεί να μειώσει τις αντίπαλες παρατάξεις υπενθυμίζοντας στους πολίτες ότι είναι ρίσκο να τις εμπιστευτούν γιατί μπορεί να προδώσουν την εμπιστοσύνη τους, ενώ η ΝΔ θα κατορθώσει η Ελλάδα να εξέλθει από την κρίση με σταθερά βήματα και δεν θα φοβηθεί το δύσκολο δρόμο προκειμένου η χώρα να γίνει και πάλι δυνατή. Ακόμη, προσπαθεί να προσελκύσει νέους ανθρώπους για την υποστήριξη του οράματός της.

Τα τηλεοπτικά μηνύματα του κόμματος εγείρουν πολλά θέματα που απασχολούν τους πολίτες και τη δημόσια θεματολογία της εποχής, όπως η οικονομία, η έξοδος της χώρας από την κρίση, η ευρωπαϊκή πορεία της

Ελλάδας, καθώς και η έλλειψη εμπιστοσύνης των πολιτών προς τα κόμματα. Σε κάποιες περιπτώσεις φαίνεται ότι τα θέματα των τηλεοπτικών μηνυμάτων συμπίπτουν με αυτά των εφημερίδων. Πιο συγκεκριμένα, η ΝΔ θέτει το θέμα της επιστροφής της χώρας στις αγορές και την έξοδο της Ελλάδας από την κρίση, την ίδια στιγμή που οι εφημερίδες τονίζουν ότι με μία λανθασμένη επιλογή το μήνυμα για το χρέος από τις αγορές θα είναι δυσοίωνο. Επίσης, τίθεται το θέμα της εμπιστοσύνης και των εύκολων υποσχέσεων («ότι σου υπόσχονται οι άλλοι εύκολα και ανώδυνα είτε σε κοροϊδεύουν είτε ακόμα χειρότερα θα στο πάρουν πίσω στο πολλαπλάσιο»), θέμα που από μέρους της ΝΔ φωτογραφίζει το κόμμα του Αλέξη Τσίπρα (ΣΥΡΙΖΑ), το διάστημα που ο ίδιος δηλώνει υπέρ της προστασίας της πρώτη κατοικίας («απόλυτη προστασία της πρώτης κατοικίας κανένα σπίτι σε χέρια τραπεζίτη, κατάργηση ΕΝΦΙΑ») και εμφανίζεται ως η ελπίδα αλλαγής για τη χώρα. Τα προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα της ΝΔ απευθύνονται κυρίως σε πολίτες μέσου και ανώτερου βιοτικού επιπέδου που επιθυμούν σταθεροποίηση της οικονομίας της χώρας και σταθερή ευρωπαϊκή πορεία. Ως συντηρητικό κόμμα δεν προτείνει ρηξικέλευθες αλλαγές, αλλά τονίζει την ανάγκη της χώρας για σταθερή πορεία. Επίσης, προσπαθεί να πείσει τους πολίτες ότι έχει τη γνώση για το πώς θα οδηγήσει την Ελλάδα εκτός της κρίσης και ότι εάν εμπιστευτούν το κόμμα οι θυσίες τόσων χρόνων θα ευοδωθούν.

ΣΥΡΙΖΑ

Η προεκλογική εκστρατεία του ΣΥΡΙΖΑ στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στα τηλεοπτικά μηνύματα. Τα τελευταία, χωρίζονται σε μικρής διάρκειας

διαφημιστικά με ανθρώπους κάθε ηλικίας να μιλούν και να τονίζουν ότι ο ΣΥΡΙΖΑ είναι η ελπίδα αλλαγής για τη χώρα.

Το πρώτο τηλεοπτικό μήνυμα του κόμματος τονίζει ότι «τώρα είναι η ώρα για νέο ξεκίνημα, με αξιοπρέπεια, δικαιοσύνη, δημοκρατία» και κλείνει με το σύνθημα του κόμματος «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η Ελπίδα έρχεται». Στο δεύτερο προεκλογικό τηλεοπτικό μήνυμα του κόμματος παρουσιάζονται τα μέτρα που θα ληφθούν από μια κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ για τον ΕΝΦΙΑ, τους πλειστηριασμούς και τα χρέη: «Κατάργηση ΕΝΦΙΑ, θέσπιση φόρου μεγάλης ακίνητης περιουσίας, αναστολή πλειστηριασμών πρώτης κατοικίας, ρύθμιση κόκκινων δανείων και οφειλών προς την εφορία με δόσεις ανάλογες του εισοδήματος. Τέλος σε κατασχέσεις και ποινικές διώξεις για όσους εντάσσονται σε ρύθμιση ή έχουν μηδενικό εισόδημα, τέλος στο αυτόφωρο για οφειλές προς το δημόσιο. Αφορολόγητο 12.000 ευρώ για όλους». Επίσης, τελειώνει με το κεντρικό σύνθημα του κόμματος: «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η Ελπίδα έρχεται».

Ο ΣΥΡΙΖΑ, στην προσπάθειά του να προσελκύσει τους νέους και τις νέες, δημιουργεί δύο τηλεοπτικά μηνύματα που αναφέρονται αποκλειστικά σε αυτούς/ές. Στο πρώτο, εμφανίζονται νέοι/ες να μιλούν για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν, τις επιδιώξεις τους και την ελπίδα που τους προσφέρει η παράταξη του ΣΥΡΙΖΑ: «Η γενιά μας είναι αντιμέτωπη με την ανεργία. Θέλω να ζήσω με αξιοπρέπεια, ελπίζω σε νέες ιδέες. Θέλω να εργαστώ, να κερδίσω το μέλλον μου. Στις 25 Ιανουαρίου έχω την ευκαιρία ελπίζω στο ΣΥΡΙΖΑ. Ψηφίζω για να πάρω θέση, για να ακουστεί η φωνή μου». Το διαφημιστικό κλείνει και πάλι με το σύνθημα «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η

Ελπίδα έρχεται». Το δεύτερο διαφημιστικό που αφορά τους νέους και τις νέες δείχνει δύο νέους πολίτες να συζητούν λέγοντας «εγώ θα αλλάξω χώρα» και η απάντηση από τον συνομιλητή είναι «εγώ θα αλλάξω τη χώρα». Στο τέλος κάθε διαφημιστικού πάντα εμφανίζεται «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η Ελπίδα έρχεται».

Στη προεκλογική του εκστρατεία ο ΣΥΡΙΖΑ θέτει και το θέμα των δικαιωμάτων των γυναικών, ένα ευαίσθητο και πάντα επίκαιρο θέμα. Στο διαφημιστικό εμφανίζεται μια σειρά γυναικών που μιλούν για τα δικαιώματά τους: «Οι γυναίκες ψηφίζουν, οι γυναίκες εκλέγονται. Οι γυναίκες δεν είναι τα είναι τα εξώφυλλα των περιοδικών. Για να μην μείνει ατιμώρητη η βία εναντίον μας, να μην μένουν χωρίς φροντίδα τα θύματα της. Δεν θέλω να φοβάμαι μη χάσω τη δουλειά μου αν μείνω έγκυος. Οι προαγωγές δεν είναι προνόμιο κανενός, θέλω να αμείβομαι ισότιμα. Στις 25 Ιανουαρίου ψηφίζω για την ισότητα και τη δημοκρατία. Στις 25 Ιανουαρίου ψηφίζω ΣΥΡΙΖΑ». «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η Ελπίδα έρχεται».

Ο ΣΥΡΙΖΑ δημιούργησε ακόμη μία σειρά από τηλεοπτικά μηνύματα με το σύνθημα «επιζώ», «ελπίζω». Αυτή η σειρά διαφημιστικών απευθύνεται σε τρεις βασικές κοινωνικές κατηγορίες: τους συνταξιούχους, τους αγρότες και τις οικογένειες που έχουν πληγεί από τον ΕΝΦΙΑ και τους πλειστηριασμούς. Για τους συνταξιούχους, «ζω με 300 ευρώ το μήνα δεν μου φτάνουν ούτε για γιατρούς και φάρμακα». «Επιζώ αλλά αυτή η νίκη με κάνει να ελπίζω». «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η Ελπίδα έρχεται». Για τους αγρότες, «πληρώνω φόρο για το χωράφι σα να είναι διαμέρισμα, πουλάω σχεδόν στο κόστος, λένε ότι θα βγω στη σύνταξη μετά τα εξήντα επτά». «Παλεύω, επιζώ

αλλά αυτή η νίκη με κάνει να ελπίζω». «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η Ελπίδα έρχεται». Τέλος, για τις οικογένειες: «με τον ΕΝΦΙΑ γίναμε νοικάρηδες στα σπίτια μας, τώρα με τους πλειστηριασμούς κινδυνεύουμε να τα χάσουμε». «Αγωνιούμε, επιζούμε αλλά αυτή η νίκη μας κάνει να ελπίζουμε». «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η Ελπίδα έρχεται».

Στο τελευταίο τηλεοπτικό μήνυμα πριν την εκλογική αναμέτρηση της 25^{ης} Ιανουαρίου εμφανίζεται ο πρόεδρος του κόμματος (Αλέξης Τσίπρας) και υπενθυμίζει στους πολίτες τους λόγους για τους οποίους πρέπει να ψηφίσουν την παράταξή του: «Αυτή τη Κυριακή ψηφίζουμε για την Ελλάδα, για τις νέες και τους νέους που έφυγαν μετανάστες στο εξωτερικό, για τους ανθρώπους της δουλειάς, για τη χαμένη αξιοπρέπεια των συνταξιούχων, για ένα νέο ξεκίνημα με σιγουριά και αυτοπεποίθηση. Ελλάδα πρέπει να σημαίνει δημοκρατία, να σημαίνει φως και πολιτισμό. Ένα βήμα μένει για να γράψει η ελπίδα ιστορία, την Κυριακή ας κάνουμε αυτό το βήμα. Η Ελλάδα προχωράει σε μια Ευρώπη που αλλάζει, ο λαός μας σηκώνει το κεφάλι ψηλά με περηφάνια και αξιοπρέπεια. Η ελπίδα είναι στα χέρια μας, στη ψήφο μας». «Η Ελλάδα προχωράει, η Ευρώπη αλλάζει. Η Ελπίδα έρχεται».

Είναι φανερό πως η παράταξη του ΣΥΡΙΖΑ απέδιδε μεγάλη βάση στα προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα θέτοντας ζητήματα που απασχολούν όλους τους πολίτες. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε κοινωνικές ομάδες που έχουν πληγεί από την κρίση και υπόσχεται ότι όταν κερδίσει στις εκλογές θα τους ελαφρύνει τα βάρη που τόσα χρόνια μόνο εκείνοι σηκώνουν. Ακόμη, προσπαθεί να κερδίσει την εμπιστοσύνη και, κατ' επέκταση, τη ψήφο των νέων που τους ταλανίζει η αβεβαιότητα του μέλλοντος. Θέλει να κερδίσει και

την εμπιστοσύνη των Ελλήνων που αναγκάστηκαν να ξενιτευτούν λόγω των αντίξωων συνθηκών που επικρατούν στη χώρα. Θέτει δε ακόμη ένα ευαίσθητο θέμα για τη χώρα, αυτό των δικαιωμάτων των γυναικών. Παρ' όλο που έχει μπει ο 21^{ος} αιώνας οι προκαταλήψεις και οι άνισες συμπεριφορές κατά των γυναικών συνεχίζουν να υπάρχουν. Με όλα τα παραπάνω, αλλά και με τη συμπάθεια που φαίνεται να δείχνει προς τους ηλικιωμένους και τους αγρότες, ο ΣΥΡΙΖΑ επικοινωνεί ένα ευαισθητοποιημένο προφίλ για τα προβλήματα που ταλανίζουν τη χώρα αρκετά χρόνια τώρα. Επίσης, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι έχει δημιουργηθεί το προφίλ του νέου, της αλλαγής κάτι που τη συγκεκριμένη εποχή οι πολίτες το έχουν ανάγκη. Ο ΣΥΡΙΖΑ επενδύει στην παλιά δοκιμασμένη τακτική του ΠΑΣΟΚ του 1981, δίνοντας έμφαση στην αλλαγή και την ανατροπή του κατεστημένου. Ο πληθυσμός στόχος του ΣΥΡΙΖΑ είναι πολίτες μικρού ή μικρομεσαίου εισοδήματος, χρόνια άνεργοι, νέοι και γυναίκες. Αυτές οι πληθυσμιακές ομάδες θεωρούνται ευπαθείς και μη προνομιούχες από τις επιλογές των προηγούμενων Κυβερνήσεων. Έτσι, ο ΣΥΡΙΖΑ με πρόταγμα την άμβλυση των κοινωνικών αδικιών και την αποκατάσταση των μη ευνοημένων προσπαθεί να τους προσελκύσει στις τάξεις του.

Όλα όσα προηγήθηκαν αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της δημόσιας ζωής της χώρας. Φαίνεται όμως ότι οι εφημερίδες ασχολούνται περισσότερο με τις αλλαγές που θα φέρει η εκλογή του ΣΥΡΙΖΑ στα νομοσχέδια παρά στα κοινωνικά ζητήματα δικαιοσύνης που τίθενται από την παράταξη. Κάποια παραδείγματα είναι η «Αυγή» και τα «Νέα» που παρουσιάζουν λεπτομερώς τα πρώτα νομοσχέδια που θα αλλάξουν με την εκλογή του ΣΥΡΙΖΑ ως

κυβέρνηση της χώρας. Είναι φανερό ότι η παράταξη έχει κάνει μια πολύ καλή προεκλογική εκστρατεία και αυτό φάνηκε στις 25 Ιανουαρίου με τη νίκη της.

ΠΑΣΟΚ

Το ΠΑΣΟΚ βρίσκεται σε δυσμενή θέση την περίοδο των εκλογών του Ιανουαρίου 2015. Αυτό φαίνεται και στις περιορισμένες αναφορές των εφημερίδων προς το κόμμα, καθώς και στην προεκλογική του εκστρατεία που είναι λιτή και η έμφαση δόθηκε στα προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα.

Το προεκλογικό τηλεοπτικό μήνυμα του ΠΑΣΟΚ θέτει θέματα εμπιστοσύνης και σταθερότητας. Συγκεκριμένα: «Ακούστε μας, σε αυτές τις εκλογές κρατάμε ψηλά την εθνική προσπάθεια, υπερασπιζόμαστε τις θυσίες των Ελλήνων, κρατάμε ψηλά την αλήθεια απέναντι στο λαϊκισμό και στο ψέμα, κρατάμε ψηλά τη σταθερότητα και εγγυόμαστε μέλλον για τη χώρα, κρατάμε ψηλά την Ελλάδα στην Ευρώπη και στον κόσμο». Το διαφημιστικό κλείνει με το κεντρικό σύνθημα της παράταξης, «ΠΑΣΟΚ, δημοκρατική παράταξη. Κρατάμε ψηλά την ευθύνη».

Εύκολα διακρίνεται ότι το προεκλογικό τηλεοπτικό μήνυμα του κόμματος είναι ασαφές και βασισμένο περισσότερο στα λάθη των άλλων παρατάξεων, παρά στο πρόγραμμα που το ίδιο προτείνει. Δεν φαίνεται να θίγει βασικά θέματα που απασχολούν τους πολίτες κάθε ηλικίας, παρά μόνο να δίνει αόριστες υποσχέσεις. Η εμφάνιση εκπροσώπων του κόμματος στις εφημερίδες είναι περιορισμένες. Στην εφημερίδα που εμφανίζεται είναι τα «Νέα», αλλά και πάλι δεν δίνει ξεκάθαρο μήνυμα τι θα κάνει εάν εκλεγεί κυβέρνηση της χώρας. Το

μήνυμα που εκπέμπει δεν είναι καθαρό διότι αφενός η ηγεσία του κόμματος δεν πιστεύει σε νίκη και, αφετέρου, γιατί δεν έχει ένα συγκεκριμένο πληθυσμό-στόχο, αφού οι πολιτικές επιλογές των προηγούμενων χρόνων δεν του εξασφαλίζουν ψηφοφόρους προσηλωμένους ιδεολογικά σε αυτό. Βρίσκεται σε ένα γκρίζο χώρο μεταξύ ΝΔ και ΣΥΡΙΖΑ χωρίς να μπορεί να δώσει ένα ξεκάθαρο ιδεολογικοπολιτικό στίγμα.

2.1. Προεκλογική εκστρατεία Δημοψηφίσματος Ιουλίου 2015

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζονται τα βασικά θέματα που προβάλλονται στην καθημερινή ειδησεογραφία της πρώτης σελίδας των εφημερίδων «Καθημερινή», «Τα Νέα» και «Αυγή», που χρησιμοποιούνται ως εφημερίδες αναφοράς. Ακολουθείται η ίδια μεθοδολογία της Ενότητας 1.1., εξετάζοντας και συγκρίνοντας τη θεματολογία των εφημερίδων με τη θεματολογία του πολιτικού αγώνα προκειμένου να διερευνηθεί εάν, και σε ποιο βαθμό, οι εν λόγω εφημερίδες καλύπτουν διαφορετικά ή όμοια θεματολογία, καθώς και η συχνότητα-δυναμική που αυτή εμφανίζει στη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας. Επίσης, γίνεται συσχέτιση των προεκλογικών διαφημιστικών μηνυμάτων με τη θεματολογία των εφημερίδων με στόχο να διαπιστωθούν συνδέσεις μεταξύ αυτής της θεματολογίας και των πολιτικών κομμάτων.

2.1.1. Δημοσιεύματα Εφημερίδων προεκλογικής περιόδου Ιουλίου 2015

Με την προκήρυξη του δημοψηφίσματος στις 27 Ιουνίου 2015, λίγο πριν την υπογραφή του τρίτου Μνημονίου μεταξύ Ελλάδας, ΕΕ και ΔΝΤ, ξεκινά μια προεκλογική περίοδος εν μέσω συνθηκών «ελέγχου κεφαλαίων» (capitalcontrols) που είχαν επιβληθεί.

Με βάση έναν σχετικό ορισμό που δίνεται (Παντελής, 2007), «Δημοψήφισμα είναι ο θεσμός με τον οποίο ο λαός εκφράζει τη βούλησή του σε ένα ερώτημα που του θέτει άλλο όργανο». Σύμφωνα με τον Παντελή, «το δημοψήφισμα, ως άμεση έκφραση του λαού, αποτελεί απόλυτο πολιτικό όπλο».

Το ζητούμενο του δημοψηφίσματος ήταν η έγκριση ή μη της πρότασης που κατατέθηκε από τους δανειστές. Η κοινή γνώμη διχάστηκε σε ΝΑΙ-ΟΧΙ, Αριστερά-Δεξιά. Το δίπολο που εμφανίζεται στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων «Καθημερινή», «Τα Νέα» και «Η Αυγή» είναι εμφανές, φτάνει δε σε ακραία σημεία στην κοινωνία θυμίζοντας εμφυλιακό διχασμό. Το δημοψήφισμα διενεργείται στις 5 Ιουλίου 2015 και το εκλογικό σώμα αποφασίζει υπέρ της μη αποδοχής της πρότασης.

28 Ιουνίου 2015		
«Καθημερινή»	«Τα Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Θα μείνουμε Ευρώπη. • Κώστας Καραμανλής: Άφρονες επιλογές οδηγούν την χώρα σε περιπέτειες. • Βαθιά η ρήξη Αθήνας και Ευρωζώνης. • Δημοψήφισμα καταλύτης πολιτικών εξελίξεων. Ανοικτή γραμμή Σαμαρά με Ποτάμι και ΠΑΣΟΚ. 		<ul style="list-style-type: none"> • Δημοψήφισμα 5 Ιουλίου. Όχι στους εκβιασμούς και στα τελεσίγραφα, στην κοινωνική χρεοκοπία, στα μνημόνια και στη λιτότητα. • Ολόκληρη η πρόταση των δανειστών που τίθεται σε δημοψήφισμα. • Δημοκρατική επιλογή για την Ελλάδα και την Ευρώπη. Για την κυριαρχία, την αξιοπρέπεια και την ευημερία του λαού. Για μια ισότιμη Ελλάδα σε μια ενωμένη Ευρώπη. • Δημήτρης Στρατούλης: Οι δανειστές απαιτούν φτωχοποίηση. • Σαμίρ Ακίν: Για την τρόικα ο ΣΥΡΙΖΑ είναι παράνομος.

29 Ιουνίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Δημοψήφισμα με τράπεζες κλειστές. Δεν θα λειτουργήσουν τουλάχιστον μέχρι την προσεχή Δευτέρα. • Εθνική επιτροπή υποστήριξης του «ναι». • Πρόβλημα για τους χωρίς κάρτα συνταξιούχους. • Κώστας Σημίτης: Βήμα εξόδου από το ευρώ είναι το δημοψήφισμα. • Παναγιώτης Πικραμμένος: Το ερώτημα οδηγεί σε εξαπάτηση των πολιτών. • Ταξιδιωτικές οδηγίες από ξένες χώρες, καταγράφονται και ακυρώσεις κρατήσεων. • «Εμφύλιος» στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ οπαδών του «ναι» και του «όχι». • Αρνητική η πρώτη 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαγγέλης Βενιζέλος: Η μεγάλη απάτη. • « Είναι παγκόσμια πρωτοτυπία η αναγγελία δημοψηφίσματος επί πρότασης η οποία δεν υπάρχει» • Πότε θα ανοίξουν οι τράπεζες; Φόβοι για λουκέτο μετά την επομένη Δευτέρα. • Ανυποχώρητος ο πρωθυπουργός για το δημοψήφισμα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Συγκέντρωση στις 7:30 μμ στη πλατεία Συντάγματος υπέρ του όχι της Αξιοπρέπειας, της Δημοκρατίας, της Ζωής. • Προς σύνοδο κορυφής αύριο-μεθαύριο. Το δημοψήφισμα ταρακουνάει την Ευρώπη. • Αλέξης Τσίπρας: Οι εκφοβισμοί πεισμώνουν τον λαό. • Όριο 60 ευρώ στις αναλήψεις, εξαιρούνται οι τουρίστες. Σε αργία σήμερα οι τράπεζες. • Το μέτωπο του «ναι». Η πρόταση μομφής που δεν έγινε και οι συναντήσεις.

αντίδραση των αγορών. Πτώση ευρώ/δολ. 1.4%.		
--	--	--

30 Ιουνίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Σημάδια αποσύνθεσης της χώρας. Προβληματική η καταβολή των συντάξεων, «πάγωσε» το εμπόριο από το κλείσιμο των τραπεζών, αγωνία στην αγορά. • Πρόταση τελευταίας ευκαιρίας από Γιούνκερ, προς την Αθήνα χθες τη νύχτα. • Σφοδρό «κατηγορώ» για τη διαδικασία από συνταγματολόγους. • Πρωτοβουλία διαύλων με τους εταίρους. Από Μπουτάρη-Καμίνη. Απόψε η συγκέντρωση του «Μένουμε Ευρώπη» στο Σύνταγμα. • Διακήρυξη 30 παγκοσμίως διακεκριμένων Ελλήνων οικονομολόγων. Ναι στο ευρώ! 	<ul style="list-style-type: none"> • «Προβληματικό είναι ακόμα και το ψηφοδέλτιο που επέλεξε η Κυβέρνηση για το δημοψήφισμα». • Στάση πληρωμών σε όλη την αγορά. • Απόγνωση στα ATM. Σαν χορός αρχαίας τραγωδίας. • «Σκίς' τους Γιάννη». Καβγάς μετά τα μεσάνυχτα στο Υπουργικό. • Ολονύκτιο παζάρι για σωσίβιο στο παρά ένα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Καθαρό μήνυμα Τσίπρα. ΟΧΙ ή ΕΚΛΟΓΕΣ. «Αν δοθεί βιώσιμη λύση έστω και στο παρά πέντε θα την πάρω». • Υπό έλεγχο οι παρενέργειες των capitalcontrols. • Η απάντηση του λαού στα τελεσίγραφα (φωτογραφία από τη συγκέντρωση του όχι) • Το μεγάλο όχι του Μίκυ Θεοδωράκη. • Το θυμικό, η λογική και το δημοψήφισμα.

1 Ιουλίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Χρεοκοπία και διαφωνίες στο Μέγαρο Μαξίμου. Δεν πληρώθηκε το ΔΝΤ. Αίτημα για τρίτο μνημόνιο. Διχογνωμία υπουργών για χειρισμούς, δημοψήφισμα. • Δυναμικό παρόν στο «Μένουμε Ευρώπη». • Αποφάσεις σήμερα από ΕΚΤ. Σε κρίσιμη καμπή οι τράπεζες. • Κείμενο 100 καθηγητών υπέρ του «ΝΑΙ». 	<ul style="list-style-type: none"> • «Οι στιγμές είναι οριακές, όπως και η κοινωνική συνοχή. Ο κίνδυνος του διχασμού είναι ορατός». • Η Ελλάδα στη σκιά της χρεοκοπίας. Φόβος για κούρεμα των καταθέσεων. • Η μάχη της πλατείας. • Συνταξιούχοι: η μεγάλη κοροϊδία. 	<ul style="list-style-type: none"> • Το ΟΧΙ καταλύτης για νέα συμφωνία. • Σε ποιες τράπεζες θα δίνονται οι συντάξεις. • Β.Αποστόλου: Δεν κινδυνεύουν οι αγροτικές επιδοτήσεις. • Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ: Χρηματοδότηση 29 δις. Ευρώ 2015-2017 και αναδιάρθρωση του χρέους μέσω EFSF. • Σωκράτης Μάλαμας: «όχι

<ul style="list-style-type: none"> • Επεισόδια σε ΔΣΑ, ΤΕΕ, και ΙΣΑ, για να αποτραπούν ψηφίσματα υπέρ του «ναι» από τα επαγγελματικά σωματεία. • Τα μοιραία λάθη του κ. Τσίπρα. 		<p>υπάκουοι δούλοι στο ανθρωποτροφείο των αγορών».</p>
---	--	--

2 Ιουλίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • . Παιχνίδια με τους θεσμούς και το ευρώ. Εμμονή Τσίπρα στο ΟΧΙ. Eurogroup: Νέα βοήθεια ανάλογα με το αποτέλεσμα. Εκτός διεθνών προδιαγραφών το δημοψήφισμα. • Εφιάλτης συνταξιούχων για τα 120 ευρώ. • Ούτε ευρώ η ΕΚΤ μέχρι το δημοψήφισμα. • Ο Τσίπρας επιθυμεί να εγκαταλείψει η Ελλάδα το ευρώ. • Μετά τη Fitch και η Moody's υποβάθμισε την Ελλάδα. • ΓΣΕΕ υπέρ απόσυρσης του δημοψηφίσματος. • Κρατικός μηχανισμός στην υπηρεσία του ΟΧΙ. • Χάνονται 50.000 κρατήσεις ημερησίως. • ΝΑΙ, για να μείνουμε στο ευρώ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Τα σενάρια για το κούρεμα των καταθέσεων. Απώλειες από 27% ως 55% • Η αγωνία των συνταξιούχων πρώτη μέρα χωρίς μνημόνιο. • Capital Controls καισταφάρμακα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Μπλόκο Γερμανίας και στην ΥΣΤΑΤΗ προσπάθεια συμβιβασμού. ΟΧΙ σε Σόιμπλε και τρόικα εσωτερικού. • Αλέξης Τσίπρας: Ισχυρή διαπραγμάτευση με δυνατό ΟΧΙ • Όχι από τον πολιτισμό και τη διάνοηση. • Σε αναμονή. ΕΚΤ: ELA και... βλέπουμε.

3 Ιουλίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Ομολογία-σοκ από Τσίπρα για το άνοιγμα των τραπεζών. Δήλωσε ότι θα 	<ul style="list-style-type: none"> • Χάος, φτώχεια και δραχμή, φοβίζει η ψήφος για όχι. • Τα πολιτικά σενάρια της 	<ul style="list-style-type: none"> • Δέσμευση Τσίπρα για την “επόμενη μέρα”. Συμφωνία την Τρίτη σε κάθε περίπτωση.

<p>επαναλειτουργήσουν όταν υπάρξει συμφωνία με τους εταίρους.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Καραμανλής: Επιλέγουμε το ΝΑΙ για εθνικούς λόγους. • Μόνο με σταυρό έγκυρο το ψηφοδέλτιο. • Ατελείωτη ταλαιπωρία για τα 120 ευρώ. • Νέο πακέτο 52δς. ευρώ από το ΔΝΤ, τι περιλαμβάνει η πρόταση. • Τα εργοστάσια ξεμένουν από πρώτες ύλες. 	<p>επόμενης μέρας. Συνταξιούχοι έξω από κλειστή τράπεζα. Εκτός ευρώ η κατάσταση θα χειροτερεύσει δραματικά. Γι' αυτό στις Βρυξέλλες ετοιμάζουν σχέδια-σοκ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ΔΝΤ: Μη βιώσιμο το χρέος αναγκαίο το κούρεμα. • Ρομανο Προντι: "Είναι αδύνατον να διώξουν την Ελλάδα από το ευρώ". • Ντάισεμπλουμ: "Ναι" σημαίνει ότι η Ελλάδα αποδέχεται την λιτότητα. • Σουλτς: Κυβέρνηση τεχνοκρατών για το τέλος της εποχής ΣΥΡΙΖΑ. • Στ. Θεοδωράκης: Την έχω ψιλό έτοιμη την κυβέρνηση... • Τα ΟΧΙ της διανοήσης, της αυτοδιοίκησης, της αλληλέγγυας Ευρώπης. • 300 πανεπιστημιακοί καλούν υπέρ του ΟΧΙ της αξιοπρέπειας. • Μεγάλη συναυλία στο ΣΥΝΤΑΓΜΑ Παρασκευή 3 Ιουλίου 7:30μμ.
--	--	--

4 Ιουλίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Ναι για Ευρώπη, Δημοκρατία, Ασφάλεια. • Οι Έλληνες ψηφίζουν (ναι) και ελπίζουν. • Δύσκολη η καταβολή μισθών και συντάξεων στο τέλος αυτού του μήνα. • Ραγδαίες εξελίξεις με όποιο αποτέλεσμα. Σε δυσχερή θέση ο Τσίπρας. • Καραμανλής, υπέρ παραμονής στην Ευρώπη. Καταδίκη των επιλογών Τσίπρα. • Ανησυχία για κούρεμα στις καταθέσεις. Άδηλο το άνοιγμα των τραπεζών. 		<ul style="list-style-type: none"> • Πανελλαδική δημοσκοπήση της PublicIssue. Στο νήμα θα κριθεί το όχι ή το ναι. • Αλέξης Τσίπρας για την επομένη μέρα: "Συμφωνία εντός 48 ωρών σε κάθε περίπτωση".

<ul style="list-style-type: none"> • Πως θα είναι η ζωή μας σε περίπτωση χρεοκοπίας, αν επικρατήσει το όχι. • Τι να προσέξετε για να μην ακυρωθεί το ψηφοδέλτιο σας. • Σοκ από Τσακαλώτο για το δημοψήφισμα. Για το πώς αποφασίσθηκε. • Σε έντονη δοκιμασία η συνοχή των ANEL. 		
--	--	--

5 Ιουλίου 2015		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
	<ul style="list-style-type: none"> • Τα παρασκήνια της συμφωνίας. • Στο τραπέζι λύση για το ΦΠΑ με ενιαίο συντελεστή 16% πλην φαρμάκων. • Κόντρες στη νυχτερινή Ζωή της Βουλής. 	

2.1.2. Ανάλυση δημοσιευμάτων

Το καλοκαίρι του 2015 είναι μια ταραχώδης περίοδος για την Ελλάδα και την πορεία της στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Αυτό γίνεται φανερό εάν μελετήσει κανείς τα δημοσιεύματα της εποχής. Οι πολίτες της χώρας βρίσκονται ενώπιον του καθοριστικού διλήμματος, ΝΑΙ ή ΟΧΙ στην παραμονή της χώρας στην ευρωζώνη και, κατ' επέκταση, και στην ΕΕ(;). Το αποτέλεσμα του δημοψηφίσματος κρίθηκε με ποσοστό 61.31% υπέρ του ΟΧΙ, αποτέλεσμα βέβαια που στη συνέχεια ανατράπηκε, προκαλώντας μεγάλη δυσαρέσκεια τόσο στους πολίτες που υπερψήφισαν αυτήν την πρόταση όσο και στο εσωτερικό του ΣΥΡΙΖΑ.

Από τη στιγμή που ανακοινώθηκε το δημοψήφισμα η χώρα βρέθηκε ενώπιον μιας εσωτερικής κρίσης, καθώς οι τράπεζες έκλεισαν δημιουργώντας μεγάλη ανασφάλεια για τις καταθέσεις, αλλά και για τις πληρωμές μισθών και συντάξεων. Η κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ δεν μπορούσε μέχρι και την τελευταία στιγμή να δώσει μια ξεκάθαρη απάντηση στους πολίτες για το πότε θα ανοίξουν οι τράπεζες και τι ακριβώς θα γίνει με τις καταθέσεις. Αυτό έδωσε επιχειρήματα στην αντιπολίτευση να καταδικάσει τις πράξεις του κυβερνώντος κόμματος. Η ανησυχία και η αβεβαιότητα των πολιτών μεγάλωνε καθώς πλησίαζε η μέρα του δημοψηφίσματος. Για την υπεράσπιση των δύο απόψεων πραγματοποιήθηκαν μεγάλες εκδηλώσεις με σημαντική συμμετοχή των πολιτών, φτάνοντας οριακά στα πρόθυρα του εθνικού διχασμού.

Στη συνέχεια παρατίθεται η ξεχωριστή ανάλυση των θεμάτων των εφημερίδων, καθώς και η ομοιότητα που παρατηρείται στα θέματα όλων των εφημερίδων που μελετήθηκαν.

«Καθημερινή»

Η «Καθημερινή» υπερασπιζόταν την επιλογή υπερψήφησης των προτεινόμενων μέτρων και, κατ' επέκταση, την παραμονή της Ελλάδας στην Ευρωζώνη όπως προκύπτει και από τα δημοσιεύματα των συντακτών της στις 28 Ιουνίου και 1, 2 και 4 Ιουλίου. Ένα ακόμη στοιχείο που φανερώνει την υποστήριξη της εφημερίδας στην προοπτική αυτή είναι τα δημοσιεύματα στις 30 Ιουνίου 2015 και 1^η Ιουλίου 2015, με αναλύσεις καθηγητών και οικονομολόγων που υπερασπίζονταν την παραμονή της χώρας στην Ευρώπη. Επίσης, στα δημοσιεύματα της εφημερίδας στις 28, 29 και 30 Ιουνίου 2015 αποτυπώνεται η κρίση που έχει υποστεί η σχέση της Ελλάδας με τις χώρες της ΕΕ, αλλά και με τις αγορές. Ακόμη, κεντρικό ρόλο στα πρωτοσέλιδα της «Καθημερινής», στις 28-29 Ιουνίου και 1, 3 και 4 Ιουλίου 2015 έχουν οι δηλώσεις πολιτικών που καταδικάζουν τις πρακτικές ΣΥΡΙΖΑ και αναδεικνύουν τη σημαντικότητα του «ΝΑΙ» στην Ευρωζώνη. Το κυριότερο ζήτημα, βέβαια, φαίνεται να είναι η αναστολή λειτουργίας των τραπεζών (29-30/6/2015 και 3-4/7/2015), αλλά και η ανησυχία των πολιτών για τις καταθέσεις τους όπως και για την καταβολή μισθών και συντάξεων (28-29-30/06/2015 και 2-3-4/7/2015). Στα δημοσιεύματα στις 2 και 3 Ιουλίου 2015 αναφέρεται συγκεκριμένα η τλαιπωρία των συνταξιούχων για 120 ευρώ. Εκτός από την ανησυχία των μισθωτών και των συνταξιούχων υπάρχει και η μεγάλη ανησυχία των τουριστών, καθώς όσοι είναι ήδη στη χώρα φοβούνται μήπως αποκλειστούν στην Ελλάδα, φόβος που καθώς διαδίδεται οδηγεί στην αύξηση των ακυρώσεων των τουριστών (δημοσιεύματα της εφημερίδας στις 29/6/2015 και 2/7/2015). Τις δύο τελευταίες μέρες πριν τη διεξαγωγή του

δημοψηφίσματος, δηλαδή στις 3 και 4 Ιουλίου 2015 η εφημερίδα δημοσιεύει οδηγίες που αποσαφηνίζουν το ζήτημα της εγκυρότητας των ψηφοδελτίων.

Τα «Νέα»

Η εφημερίδα τα «Νέα» μολονότι στις εκλογές του Ιανουαρίου του 2015 υποστήριξε τις επιλογές και την πολιτική του ΣΥΡΙΖΑ, αντίθετα στο δημοψήφισμα του Ιουλίου του 2015 καταδικάζει τις αποφάσεις της κυβέρνησης. Η δυσaréσκεια της εφημερίδας προς τον ΣΥΡΙΖΑ γίνεται ευδιάκριτη στα δημοσιεύματα στις 29 και 30 Ιουνίου 2015, στα οποία δηλώνεται ότι το δημοψήφισμα είναι ανούσιο, καθώς επίσης και τα δημοσιεύματα στις 1 και 3 Ιουλίου 2015 στα οποία εκφράζεται η άποψη ότι η χώρα θα χρεοκοπήσει στην περίπτωση που επικρατήσει το «ΟΧΙ».

Η «Αυγή»

Η «Αυγή» τάχθηκε υπέρ του «Όχι» στο δημοψήφισμα με σχετικά πρωτοσέλιδα. Σύμφωνα με αυτά, η λύση στο πρόβλημα της χώρας είναι το «ΟΧΙ», που εμφανίζεται στις 28, 29, 30 Ιουνίου 2015, καθώς και σε αυτά στις 1, 2 και 3 Ιουλίου 2015. Επίσης, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες εφημερίδες, η «Αυγή» υποστηρίζει ότι αναφορικά με τα capital control στα ζήτητα είναι υπό έλεγχο (29, 30 Ιουνίου 2015 και 1 Ιουλίου 2015). Από τα δημοσιεύματα της εφημερίδας προκύπτει πως αρκετοί καλλιτέχνες είναι υποστηρικτές του «ΟΧΙ» (βλ. Πρωτοσέλιδα στις 30 Ιουνίου 2015 και 1, 2 και 3 Ιουλίου 2015). Το τελευταίο θέμα που απασχολεί τα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας είναι η

επόμενη μέρα του δημοψηφίσματος και οι υποσχέσεις του Αλέξη Τσίπρα (βλ. Πρωτοσέλιδα στις 2, 3 και 4 Ιουλίου 2015).

2.1.3. Κοινά θέματα στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων

Από τη μελέτη των πρωτοσέλιδων των εφημερίδων φαίνεται ότι η «Καθημερινή» και τα «Νέα» έχουν πολλά κοινά σημεία στον τρόπο που αντιμετωπίζουν το δημοψήφισμα, καθώς και τις πρακτικές του Αλέξη Τσίπρα, εν αντιθέσει με την «Αυγή» που η οπτική της για τα γεγονότα είναι διαφορετική. Αυτές οι ομοιότητες και οι διαφορές θα αναλυθούν παρακάτω.

Η «Καθημερινή» στις 29 Ιουνίου 2015 και τα «Νέα» την 1^η Ιουλίου 2015 εκφράζουν το φόβο για την πορεία της χώρας λόγω του φανατισμού που έχει δημιουργηθεί ανάμεσα στους υποστηρικτές του «ΝΑΙ» και του «ΟΧΙ». Η θεματολογία που εμφανίζεται με μεγαλύτερη συχνότητα στα πρωτοσέλιδα των δύο προαναφερθέντων εφημερίδων είναι το ζήτημα των τραπεζών. Αναλυτικότερα, οι δύο εφημερίδες εκφράζουν το φόβο των πολιτών για τις καταθέσεις τους, αλλά και για την καταβολή μισθών και συντάξεων(βλ. «Καθημερινή»28, 29, 30 Ιουνίου 2015και 2, 3 και 4 Ιουλίου 2015 και στα «Νέα»30 Ιουνίου 2015και 1, 2 και 3 Ιουλίου 2015). Επίσης, προσπαθούν να ενημερώσουν τους πολίτες για το ποια θα είναι η τύχη των τραπεζών και για πόσο χρονικό διάστημα θα παραμείνουν κλειστές. Το θέμα αυτό στην «Καθημερινή» εμφανίζεται στις 29και 30 Ιουνίου 2015, καθώς και στις 3 και 4 Ιουλίου 2015 και στα «Νέα» στις 29, 30 Ιουνίου 2015 και στις 3 Ιουλίου 2015. Τέλος, στα πρωτοσέλιδα των δύο εφημερίδων στις 2 και 3 Ιουλίου 2015 στην «Καθημερινή» και στις 1 και 2 Ιουλίου 2015 στα «Νέα», έχει ευδιάκριτη θέση

το θέμα της ταλαιπωρίας που έχουν υποστεί οι συνταξιούχοι λόγω των capitalcontrols και των κλειστών τραπεζών.

Σε αντίθεση με την «Καθημερινή» και τα «Νέα», η «Αυγή» προσεγγίζει διαφορετικά τα θέματα που έχουν δημιουργηθεί μετά την ανακοίνωση του δημοψηφίσματος. Αναλυτικότερα, ενώ οι δύο εφημερίδες είναι υπέρ της πρότασης των δανειστών («ΝΑΙ») η «Αυγή» είναι κατά αυτής της άποψης, γεγονός που αποδεικνύεται από τα δημοσιεύματα στις 28, 29, 30 Ιουνίου 2015, 1, 2 και 3 Ιουλίου 2015. Ακόμα, παρά τα όσα αναλύθηκαν παραπάνω για τις τράπεζες, η «Αυγή» έχει για ακόμα μια φορά διαφορετική άποψη υποστηρίζοντας ότι τα θέματα με τις τράπεζες και τα capitalcontrols βρίσκονται υπό έλεγχο.

Πίνακες εφημερίδων

«Καθημερινή»:

Κρίση στις σχέσεις Ελλάδας με την Ευρώπη και τις αγορές	28/06/2015, 29/06/2015, 30/06/2015
Δηλώσεις πολιτικών για την παραμονή της χώρας στην Ευρωζώνη και καταδίκη των πρακτικών του ΣΥΡΙΖΑ	28/06/2015, 29/06/2015, 01/07/2015, 03/07/2015, 04/07/2015
Ανοιχτή υποστήριξη της εφημερίδας στο σύνθημα Μένουμε Ευρώπη	28/06/2015, 01/07/2015, 02/07/2015, 04/07/2015
Ανησυχία πολιτών για τις καταθέσεις τους και την προβληματική καταβολή μισθών και συντάξεων	28/06/2015, 29/06/2015, 30/06/2015, 02/07/2015, 03/07/2015, 04/07/2015
Ταλαιπωρία συνταξιούχων με τις κλειστές τράπεζες	02/07/2015, 03/07/2015
Υποστήριξη καθηγητών και οικονομολόγων στο ΝΑΙ στην Ευρώπη	30/06/2015, 01/07/2015
Αποφάσεις ΕΚΤ	01/07/2015, 02/07/2015
Πτώση τουρισμού	29/06/2015, 02/07/2015
Κλειστές τράπεζες λόγω δημοψηφίσματος	29/06/2015, 30/06/2015, 03/07/2015, 04/07/2015
Ενημέρωση πολιτών για έγκυρη ψήφο	03/07/2015, 04/07/2015

Τα «Νέα»:

Πότε θα ανοίξουν οι τράπεζες;	29/06/2015, 30/06/2015, 03/07/2015
Το ζήτημα των συνταξιούχων	01/07/2015, 02/07/2015
Χωρίς νόημα το δημοψήφισμα	29/06/2015, 30/06/2015
Χρεοκοπία αν επικρατήσει το όχι	01/07/2015, 03/07/2015
Κούρεμα καταθέσεων και στάση πληρωμών	30/06/2015, 01/07/2015, 02/07/2015, 03/07/2015

Η «Αυγή»:

Η λύση είναι το ΟΧΙ	28/06/2015, 29/06/2015, 30/06/2015, 01/07/2015, 02/07/2015, 03/07/2015
Υπό έλεγχο τα capital controls Υποστηρικτές του όχι αρκετοί καλλιτέχνες	29/06/2015, 30/06/2015, 01/07/2015 30/06/2015, 01/07/2015, 02/07/2015, 03/07/2015
Η επόμενη μέρα του δημοψηφίσματος και οι υποσχέσεις του Αλέξη Τσίπρα	02/07/2015, 03/07/2015, 04/07/2015

Κοινή θεματολογία:

	Η «Καθημερινή»	Τα «Νέα»
Στα πρόθυρα εθνικού διχασμού	29/06/2015	01/07/2015
Κούρεμα καταθέσεων και προβληματική καταβολή μισθών και συντάξεων	28/06/2015, 29/06/2015, 30/06/2015, 02/07/2015, 03/07/2015, 04/07/2015	30/06/2015, 01/07/2015, 02/07/2015, 03/07/2015
Ταλαιπωρία συνταξιούχων	02/07/2015, 03/07/2015	01/07/2015, 02/07/2015
Κλειστές τράπεζες	29/06/2015, 30/06/2015, 03/07/2015, 04/07/2015	29/06/2015, 30/06/2015, 03/07/2015

Αντίθετες προσεγγίσεις όμοιων θεμάτων:

	Η «Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
Υποστήριξη στο ΝΑΙ	28/06/2015, 01/07/2015, 02/07/2015, 04/07/2015	29/06/2015, 30/06/2015	Υποστήριξη στο ΟΧΙ 28/06/2015, 29/06/2015, 30/06/2015, 01/07/2015, 02/07/2015, 03/07/2015
Φόβος για τις κλειστές τράπεζες	29/06/2015, 30/06/2015, 03/07/2015, 04/07/2015	29/06/2015, 30/06/2015, 03/07/2015	Υπό έλεγχο η κατάσταση με τις τράπεζες 29/06/2015, 30/06/2015, 01/07/2015

2.2. Προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα. Ποια η σχέση τους με τη δημόσια θεματολογία;

Τα τηλεοπτικά μηνύματα συνήθως χρησιμοποιούνται από τα κόμματα κατά την προεκλογική περίοδο ως ένα μέσο για την προβολή τους στο εκλογικό σώμα. Στην περίπτωση του δημοψηφίσματος τα σχετικά τηλεοπτικά μηνύματα διαφέρουν διότι οι πολίτες δεν καλούνται να επιλέξουν ανάμεσα σε κόμματα, αλλά ανάμεσα σε δύο επιλογές ενός ερωτήματος. Αυτός είναι και ο λόγος που κατά την περίοδο πριν τη διεξαγωγή του δημοψηφίσματος υπάρχουν δύο τηλεοπτικά μηνύματα: αυτό που τίθεται υπέρ της πρότασης των δανειστών και της παραμονής στην ευρωζώνη («ΝΑΙ») κι αυτό που τίθεται κατά («ΟΧΙ»). Αυτό που θα αναλυθεί στη συνέχεια είναι το κατά πόσο τα δύο αυτά τηλεοπτικά μηνύματα συνάδουν με τη θεματολογία των εφημερίδων και ποιο ακριβώς τηλεοπτικό μήνυμα υποστηρίζουν τα κόμματα.

Τηλεοπτικό μήνυμα του «ΟΧΙ»

Το τηλεοπτικό μήνυμα που τίθεται κατά της ευρωπαϊκής πρότασης δανεισμού είναι ένα και αναφέρει πως, «δεν θέλουν συμβιβασμό, θέλουν ταπείνωση, δεν θέλουν λύση θέλουν να συνεχιστεί ο αργός θάνατος, θέλουν κατάλυση της δημοκρατίας». Το τηλεοπτικό μήνυμα κλείνει θέτοντας ένα ερώτημα στο κοινό «θα τους αφήσεις;» και απαντά «όχι, όχι για την Ελλάδα της αξιοπρέπειας, για την Ευρώπη της δημοκρατίας».

Όπως είναι αναμενόμενο η «Αυγή», ως κομματική εφημερίδα του ΣΥΡΙΖΑ, προβάλλει τις απόψεις του φορέα της οι οποίες ταυτίζονται με το τηλεοπτικό μήνυμα του κόμματος υπέρ του «Όχι». Αυτό τεκμηριώνεται από τα δημοσιεύματα της εφημερίδας που δηλώνουν με απόλυτη σιγουριά ότι η λύση είναι το ΟΧΙ στις 28, 29, 30 Ιουνίου 2015, 1, 2 και 3 Ιουλίου 2015. Αντιθέτως, οι άλλες δύο εφημερίδες που έχουν ερευνηθεί δεν έχουν κανένα κοινό σημείο ούτε με την εφημερίδα ούτε με το τηλεοπτικό μήνυμα.

Τηλεοπτικό μήνυμα του «ΝΑΙ»

Το τηλεοπτικό μήνυμα που τίθεται υπέρ της ευρωπαϊκής πρότασης δανεισμού είναι επίσης ένα και χρησιμοποιεί επιλεκτικά μέρος των απόψεων του αντιπάλου αντιπαραβάλλοντάς τες με την πραγματικότητα με στόχο να προσεγγίσει πολίτες που είναι στην αντίπαλη πλευρά μειώνοντας αυτούς που την υποστηρίζουν. Αναλυτικότερα, το μήνυμα λέει, «μας είπαν, «η πιθανότητα να έχουμε capitalcontrols ή οποιαδήποτε άλλη εξέλιξη στο τραπεζικό σύστημα δεν υπάρχει», μας είπαν, «το 2015 δεν θα πληρώσουν οι πολίτες ΕΝΦΙΑ» μας είπαν, «είμαστε πολύ κοντά σε συμφωνία» μας είπαν, «κανένα δημοψήφισμα κανένα δίλλημα» τώρα μας λένε ότι το ΟΧΙ δεν σημαίνει έξοδο από το ευρώ». Συνεχίζοντας, παροτρύνει το κοινό να μην τους πιστέψει. Τέλος, αναφέρει «την Κυριακή το ερώτημα είναι ξεκάθαρο, θέλεις να μείνουμε ευρώ; ΟΧΙ – ΝΑΙ (και βάζει ένα μπλε σταυρό στο ΝΑΙ) ψηφίζω ΝΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΝΑΙ ΣΤΟ ΕΥΡΩ». Το μήνυμα υπογράφει η επιτροπή υποστήριξης του «ΝΑΙ».

Η άποψη του τηλεοπτικού μηνύματος φαίνεται να βρίσκει υποστήριξη στις δύο από τις τρεις εφημερίδες που εξετάστηκαν, δηλαδή στην «Καθημερινή» και στα «Νέα». Η εφημερίδα «Καθημερινή» υπήρξε σταθερά προσανατολισμένη σε μια ευρωπαϊκή προοπτική της χώρας κι αυτό εξηγεί και την ανοιχτή υποστήριξή της στο κίνημα «Μένουμε Ευρώπη». Αυτό που ίσως προξενεί ερωτηματικά είναι η σχετική υποστήριξη του «ΝΑΙ» από την εφημερίδα τα «Νέα», καθώς ενώ στην προηγούμενη εκλογική αναμέτρηση υποστήριζε ανοιχτά τον ΣΥΡΙΖΑ και τις πολιτικές του εξαγγελίες.

3.1. Προεκλογική εκστρατεία 20^{ης} Σεπτεμβρίου 2015

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζονται τα βασικά θέματα που προβάλλονται στην καθημερινή ειδησεογραφία της πρώτης σελίδας των εφημερίδων «Καθημερινή», «Τα «Νέα» και «Η «Αυγή»», που χρησιμοποιούνται ως εφημερίδες αναφοράς. Ακολουθείται η ίδια μεθοδολογία της Ενότητας 1.1., εξετάζοντας και συγκρίνοντας τη θεματολογία των εφημερίδων με τη θεματολογία του πολιτικού αγώνα προκειμένου να διερευνηθεί εάν, και σε ποιο βαθμό, οι εν λόγω εφημερίδες καλύπτουν διαφορετικά ή όμοια θεματολογία, καθώς και η συχνότητα-δυναμική που αυτή εμφανίζει στη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας. Επίσης, γίνεται συσχέτιση των προεκλογικών διαφημιστικών μηνυμάτων με τη θεματολογία των εφημερίδων με στόχο να διαπιστωθούν συνδέσεις μεταξύ αυτής της θεματολογίας και των πολιτικών κομμάτων.

3.1.1. Δημοσιεύματα Εφημερίδων προεκλογικής περιόδου Σεπτεμβρίου 2015

Στην παρούσα ενότητα, παρουσιάζονται τα θέματα των εφημερίδων των τελευταίων 10 ημερών πριν τις εκλογές της 20^{ης} Σεπτεμβρίου 2015 που αποτυπώνουν με πολύ μεγάλη ευκρίνεια τα δίπολα που εμφανίζονται καθόλη τη διάρκεια της συγκεκριμένης προεκλογικής εκστρατείας.

Οι εκλογές προκηρύχθηκαν μετά την υπογραφή του 3^{ου} μνημονίου από την Κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ, παρά την αρνητική απάντηση της πλειοψηφίας των πολιτών στο δημοψήφισμα του Ιουλίου 2015. Ήταν πρόωρες και

διενεργήθηκαν από υπηρεσιακή κυβέρνηση με Πρωθυπουργό την Πρόεδρο του Αρείου Πάγου κα. Βασιλική Θάνου. Η ΝΔ κατήλθε στις εκλογές με αρχηγό τον Βαγγέλη Μειμαράκη, ουσιαστικά υπηρεσιακός αρχηγός, μετά την παραίτηση του Αντώνη Σαμαρά.

Τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων απασχολούνται κυρίως με τα αποτελέσματα της τηλεοπτικής συζήτησης (debate) των πολιτικών αρχηγών, καθώς επίσης και με μικρά ή μεγάλα σκάνδαλα των δύο μεγάλων παρατάξεων. Σημαντικός χώρος αφιερώνεται στο προσφυγικό το οποίο τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο είναι σε έξαρση.

Το πολωτικό κλίμα εκατέρωθεν είναι εμφανές και το δίπολο «Δεξιά- Αριστερά» κυριαρχεί. Σημαντική μεταστροφή παρατηρείται στα πρωτοσέλιδα της «Αυγής», όπου πλέον δεν εκφράζει ευρωσκεπτικιστικές αντιλήψεις, αντίθετα επικαλείται τις θετικές απόψεις των Ευρωπαίων για τον Αλέξη Τσίπρα.

Και σε αυτήν την εκλογική διαμάχη το ποσοστό εμφάνισης του κόμματος ΠΑΣΟΚ είναι εξαιρετικά μικρό, όπως άλλωστε αναμενόταν, αφού τα προσδόκιμα εκλογικά ποσοστά του είναι πολύ χαμηλά.

10 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Τρεις ώρες χωρίς απάντηση. Απολογητικός στο ντιμπέιτ ο Τσίπρας – Ο Μείμαράκης του πρότεινε άμεση συνάντηση. • Μέτρα χαλάρωσης των capitalcontrols για τις επιχειρήσεις. • Η προεκλογική παράσταση. • Γιουνκέρ: Εφαρμογή μνημονίου με όποια κυβέρνηση. 	<ul style="list-style-type: none"> • Παιχνίδι κέντρου με βρώμικα χτυπήματα. • Ο Ξυδάκης τακτοποιεί ημέτερους δέκα μέρες πριν από τις εκλογές 	<ul style="list-style-type: none"> • Ο αγωνιστής για το αύριο της χώρας (Αλ. Τσίπρας) • Ο υπηρέτης... πολλών αφεντικών (Ε. Μείμαράκης) • Το ελληνικό πρόγραμμα επιδέχεται διαπραγμάτευση •

11 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • «Παγώνει» ο ΦΠΑ στα ιδιωτικά μέχρι τέλη Νοεμβρίου. • Σφοδρή επίθεση Μείμαράκη στον Καμμένο. • Πως φτάσαμε στο φιάσκο του ντιμπέιτ, αδιαφορία έδειξαν οι μετρήσεις. • Κενά χωρίς τέλος στα σχολεία. 	<ul style="list-style-type: none"> • Γιατί ο Αλέξης Τσίπρας κλείνει πάλι τα χαρτιά του για τη μετεκλογική συνεννόηση και ποιος ο ρόλος των 53. Η μαύρη λίστα των συνεργασιών. • Ο Ξυδάκης, οι ημέτεροι και το τιτίβισμα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Η αριστερή κυβέρνηση εγγύηση για τον λαό, Αλέξης Τσίπρας χθες βράδυ από τα Γιάννενα. • Με υβρεολόγιο «παιδιού της πιάτσας» κρύβεται ο Ευ. Μείμαράκης. • Π. Σκουρλέτης: Η αυτοδυναμία, εργαλείο για να ξεφύγουμε από το παλιό • Ο Μ. Γλέζος δίνει γραμμή για ΚΚΕ.

12 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Ντέρμπι σε σκηνικό πώλωσης. Προβάδισμα ΣΥΡΙΖΑ κατά μία μονάδα σε δημοσκόπηση του Παν. Μακεδονίας. 	<ul style="list-style-type: none"> • Εκλογές, επτά κρίσιμες μέρες. Το τρενάκι ΣΥΡΙΖΑ-ΝΔ οι απογοητευμένοι του Ιανουαρίου και ο ρόλος του Αλέξη Τσίπρα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Αλ. Τσίπρας: Ισχυρή εντολή για να αλλάξουμε την χώρα. Δυναμική ΣΥΡΙΖΑ στην τελική ευθεία. Πρωτιά μα ανοδική τάς σε

<ul style="list-style-type: none"> • Δ. Κουτσούμπας; Στο τραπέζι το Grexit. • Κωνσταντοπούλου εναντίον Τσίπρα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Βαγγέλης Μείμαράκης: Δεν θα κάνω κυβέρνηση της Δεξιάς. 	<p>τέσσερις δημοσκοπήσεις.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Π. Καμμένος: Συνεργασία της έντιμης Αριστεράς με την έντιμη Κεντροδεξιά. • Δ. Βίτσας: Η αυτοδυναμία εξασφαλίζει σταθερότητα και υλοποίηση του προγράμματος μας. • Σια Αναγνωστοπούλου: Να είμαστε αποτελεσματικοί αν θέλουμε να παραμείνουμε αριστεροί. • Η ΛΑΕ καλύπτει τον «γύψο» της Ζωής Κωνσταντοπούλου.
--	--	---

13 Σεπτεμβρίου 2016

«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Ευ. Μείμαράκης: κυβέρνηση και με μη πολιτικά πρόσωπα. • Γιάννης Δραγασάκης: Στόχος η αυτοδυναμία με τον Τσίπρα Πρωθυπουργό. • Μπορείς να χάσεις εκλογές από κακό ντιμπίτ; • Συζήτηση- Καβγάς για τις ελληνικές τράπεζες στο ΔΝΤ, με μεγάλους fundmanagers 		<ul style="list-style-type: none"> • «Εθνική» απάτη στην αυλή της Ν.Δ. Άνοιξε πάλι ο φάκελος «Πανγαία» από τη Δικαιοσύνη. Η Εθνική Τράπεζα χρηματοδότησε το ξεπούλημα της περιουσίας της! • Τι δείχνει η έρευνα της publicissue για την «Αυγή»: Τσίπρας για πρωθυπουργός και ΣΥΡΙΖΑ στην κυβέρνηση

14 Σεπτεμβρίου 2016

«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
	<ul style="list-style-type: none"> • Πρόσφυγες: Μάνα κουράγιο. Συνεχίζονται οι πνιγμοί παιδιών στη Μεσόγειο. • Ισορροπία τρόμου. Νίκη στο νήμα προβλέπουν οι δημοσκοπήσεις ενώ Τσίπρας και Μείμαράκης δηλώνουν ήδη πρώτοι! • Στο κουρείο οι συντάξεις 	

	ύστερα από τις εκλογές.	
--	-------------------------	--

15 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Συμφώνησαν για το τρίτο μνημόνιο, διαφώνησαν σε όλα τα άλλα. Σύγκρουση Μείμαράκη- Τσίπρα για συνεργασίες και οικονομία. • Φόβοι εγκλωβισμού των προσφύγων στην Ελλάδα. • Σύμβουλος Πούτιν: η Αθήνα δεν ζήτησε βοήθεια από τη Μόσχα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Νίκησε η πόλωση. Δίωρη συζήτηση με μηδενική συναίνεση. • Ποίος κερδίζει το ντιμπέιτ; Επτά αρθρογράφοι των «Νέων» κρίνουν τους μονομάχους. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ντιμπέιτ- νίκη για Τσίπρα και ΣΥΡΙΖΑ. Συντριβή Μείμαράκη σε συνεργασίες, χρέος, προσφυγικό. • Σκα Κελερ: σημαντικός ο αγώνας που έδωσαν Τσίπρας- Τσακαλώτος. • Φώτης Κουβέλης: αναγκαία για τη χώρα η προοδευτική διακυβέρνηση. • Νίκος Ξυδάκης: Ηγεμονικός ΣΥΡΙΖΑ για την αναγέννηση του τόπου. • Ο Σόιμπλε νοσταλγεί Σαμαρά. • Ευρωπαϊκό αδιέξοδο στο προσφυγικό, υψώνει τείχη η Γερμανία.
16 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Η ώρα των πολιτικών διλημμάτων, από Μείμαράκη και Τσίπρα. • Πώς θα εφαρμοστεί η αύξηση του ΦΠΑ στα νησιά; • Ανοίγει το «μέτωπο» του Έβρου. Συναγερμός στις ελληνικές υπηρεσίες και απόφαση για έναρξη επισκευής του φράχτη. • 27,5% μειώθηκε το διαθέσιμο εισόδημα. • Πίεση επενδυτών στην ΕΚΤ για την ανακεφαλαιοποίηση 	<ul style="list-style-type: none"> • Ή εγώ ή αυτός... Τσίπρας και Μείμαράκης βάζουν το δίλημμα. • Ραβασάκια με έξτρα φόρο για αγρότες και επαγγελματίες. • Ευρωπαϊκή Ένωση, παίζουν πινγκ-πονγκ με τους πρόσφυγες. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Κάλεσμα συσπείρωσης για τη νίκη από τον Αλ. Τσίπρα. Να μην σπαταληθεί ούτε μια ψήφος. • Π. Κουρουμπλής: Προτεραιότητά μας η αναχαίτιση της ανθρωπιστικής κρίσης. • Αλ. Φλαμπουράρης: Η προσπάθεια σπίλωσης θα πέσει στο κενό. • Προσφυγική κρίση στην Ευρώπη: σιδηρούν παραπέτασμα Νο2. • Αλ. Τσίπρας: Κρατήσαμε ανοιχτή τη διαπραγμάτευση για την

		ενίσχυση των αγορών.
--	--	----------------------

17 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> Μάχη μέχρι την τελευταία ψήφο. Οριακό προβάδισμα Ν.Δ. έναντι ΣΥΡΙΖΑ σε δημοσκοπήση του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Στο επίκεντρο πολιτικής θύελλας ο Φλαμπουράρης. Πλασματικό πλεόνασμα με ταμεία... άδεια. Ισχυρή στήριξη Καραμανλή σε Νέα Δημοκρατία και Μείμαράκη εν όψει εκλογών. Σε Λαύριο και Σίνδο οι πρόσφυγες. Δημιουργούνται δύο νέα κέντρα υποδοχής- Περίπου 4.000 πέρασαν χθες στην Ελλάδα. 	<ul style="list-style-type: none"> Τι βλέπουν (και τι θέλουν) οι ξένοι για τις εκλογές. Πώς και πόσο θα μπει το μαχαίρι στις νέες συντάξεις. 	<ul style="list-style-type: none"> Προσκλητήριο νίκης του Αλ. Τσίπρα από την Πάτρα. Οι νέοι να μπου μπροστά στον αγώνα για το μέλλον. Για τις αμαρτίες της λίστας Λαγκάρντ, ομολογία ενοχής από Μείμαράκη. Ροसानα Ροσαντα: Νίκη ΣΥΡΙΖΑ για να πολεμήσουμε τον νεοφιλελευθερισμό Γ. Κατρούγκαλος: Αναδιανομή υπέρ των φτωχότερων, αξιοπρεπείς συντάξεις σε όλους.

18 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> Συσπειρώσεις, αποχή τα «κλειδιά». Προδιαγράφεται η πλέον αμφίροπη εκλογική αναμέτρηση από το 2000. Μείμαράκης: θα προχωρήσω με όσους θέλουν τη συναίνεση. «Όχι» σε υβριστές. ΕΚΤ: οι αγορές δεν χόρεψαν πεντοζάλη με την ελληνική κρίση. Ν.Δ.: Εισαγγελική παρέμβαση για Φλαμπουράρη, κάλυψη από ΣΥΡΙΖΑ. Με ευθύνη ΣΥΡΙΖΑ. Στον 	<ul style="list-style-type: none"> Ανακεφαλαιοποίηση, οι τράπεζες ψηφίζουν Ευρώπη και σταθερότητα. Ζητείται σχήμα μακράς πνοής, προοπτική τετραετίας. Αλέξης Τσίπρας: αν ήθελα να αποδράσω δεν θα έκανα εκλογές. Αντιδεξιά κυβέρνηση με κορμό τον ΣΥΡΙΖΑ. Φώφη Γεννηματά: Το δημοκρατικό τόξο και το πράσινο βέλος «Το ΠΑΣΟΚ θα πάρει την τρίτη εντολή» 	<ul style="list-style-type: none"> Βούλιαξε η Ν.Δ. στην άδεια Ομόνοια. Ο Αλ. Τσίπρας από τη μεγάλη συγκέντρωση του Ηρακλείου: δημοκρατικό προσκλητήριο για μια δίκαιη Ελλάδα. Αλ. Φλαμπουράρης: Αβυσσαλέες οι διαφορές των κυβερνήσεων Τσίπρα και Σαμαρά. Η Ευρώπη στηρίζει ΣΥΡΙΖΑ. Στις 22 Σεπτεμβρίου, έκτακτη σύνοδος κορυφής της Ε.Ε. για το προσφυγικό.

<p>«αέρα» οι έλεγχοι φοροφυγάδων.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γιώργος Καμίνης: εφαρμογή δεσμεύσεων με ευρεία συναίνεση. 		
---	--	--

19 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Το δύσκολο πάζλ των συνεργασιών. Τα έξι σενάρια της επόμενη μέρας, τα ανοίγματα του κ Μείμαράκη και η αμφισημία του κ. Τσίπρα. • Η Ελλάδα στις έξι χώρες που γερνούν ταχύτερα. Οξύ πρόβλημα για τις συντάξεις. • Το προσφυγικό κλείνει τα σύνορα Ε.Ε. • Με τον ΕΝΦΙΑ ξαναπληρώνουν τα ακίνητα τους, λόγω στρεβλής φορολόγησης. 		<ul style="list-style-type: none"> • Γιώργος Σταθάκης: η κυβέρνηση του ΣΥΡΙΖΑ θα επουλώσει τις κοινωνικές αδικίες. • Ρένα Δούρου: Θετική ψήφος ευθύνης στον ΣΥΡΙΖΑ. • Στέφανο Φασινά: Όχι στην παλινόρθωση της Δεξιάς σε Ελλάδα και Ευρώπη. • Ψήφο στον ΣΥΡΙΖΑ για τετραετή αριστερή διακυβέρνηση, ισχυρή εντολή ελπίδας και αλλαγής.

21 Σεπτεμβρίου 2016		
«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	«Αυγή»
<ul style="list-style-type: none"> • Δεύτερη εντολή σε Τσίπρα-Καμμένο. Ορκίζεται αύριο η νέα κυβέρνηση με πλειοψηφία 155 εδρών. • Οκτώ κόμματα στη Βουλή, χωρίς ΛΑΕ, αλλά με Λεβέντη. ΣΥΡΙΖΑ 35,54%, Ν.Δ 28,03%, Χρυσή Αυγή 6,95%, ΠΑΣΟΚ 6,27%, ΚΚΕ 5,59%, Ποτάμι 4,12%. • 95 ημέρες για το 56% του μνημονίου. 	<ul style="list-style-type: none"> • 35,5%, Εποχή Τσίπρα. • Ποιοι είναι οι 300 που εκλέγονται στη νέα Βουλή 	<ul style="list-style-type: none"> • Ισχυρή κυβέρνηση τετραετίας. Μεγάλη νίκη Τσίπρα και ΣΥΡΙΖΑ.

3.1.2. Ανάλυση δημοσιευμάτων

Στα πρωτοσέλιδα του Σεπτεμβρίου 2015 παρατηρείται μια ομοιότητα θεμάτων. Καθώς πλησιάζουν οι εκλογές, στο δείγμα των εφημερίδων που εξετάστηκε προκύπτει μια παρόμοια θεματολογία, με την επιμέρους κάλυψη ασφαλώς που χαρακτηρίζει κάθε εφημερίδα σύμφωνα με την πολιτική και ιδεολογική της κατεύθυνση. Συγκεκριμένα, οι εφημερίδες φιλοξενούν συνεντεύξεις πολιτικών αρχηγών και προβεβλημένων στελεχών του κάθε κόμματος, καθώς επίσης και δημοσκοπήσεις. Σε πολλά πρωτοσέλιδα παρατηρήθηκε και το ενδιαφέρον των ελληνικών εφημερίδων για τους ξένους εταίρους. Εκτός όμως από δημοσιεύματα με αμιγώς πολιτικό περιεχόμενο, τα πρωτοσέλιδα φιλοξενούν και άρθρα οικονομικού χαρακτήρα. Τα κύρια οικονομικά θέματα που παρατηρούνται είναι οι αποφάσεις της ΕΚΤ, οι φόροι, καθώς επίσης και το ζήτημα των συντάξεων. Κυρίαρχο θέμα αποτελεί το προσφυγικό ζήτημα το οποίο τη συγκεκριμένη εποχή είναι σε έξαρση. Τέλος, μία ημέρα μετά την εκλογική αναμέτρηση και τη νίκη του ΣΥΡΙΖΑ προκύπτει πως δεν εξετάζεται μόνο η επιτυχία του κόμματος, αλλά και τα άμεσα θέματα για την ικανοποίηση των όρων του νέου μνημονίου.

Στη συνέχεια παρατίθεται η ξεχωριστή ανάλυση των θεμάτων των εφημερίδων, καθώς και η ομοιότητα που παρατηρείται στα θέματα όλων των εφημερίδων που μελετήθηκαν.

«Καθημερινή»

Η «Καθημερινή» ως πολιτική, αλλά και οικονομική εφημερίδα, κατά την προεκλογική περίοδο του Σεπτεμβρίου του 2015 παρακολουθεί τις εξελίξεις των τραπεζών, και της ΕΚΤ αλλά και της διαμόρφωσης των φόρων, κυρίως του ΕΝΦΙΑ και του ΦΠΑ. Στα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας στις 10, 11, 13, 16, 17 και 21 Σεπτεμβρίου εντοπίζονται άρθρα σχετικά με αυτά τα ζητήματα. Επίσης, σημαντικός χώρος αφιερώνεται στο προσφυγικό, το οποίο εμφανίζεται στα πρωτοσέλιδα στις 15, 17 και 19 Σεπτεμβρίου. Οι αντιπαραθέσεις μεταξύ των δύο πολιτικών αρχηγών (Τσίπρα-Μεϊμαράκη) εμφανίζονται σε σχετικούς ειδησεογραφικούς σχολιασμού αναφορικά με την τηλεοπτική συζήτηση (debate) στις 10, 11 και 13 Σεπτεμβρίου. Μικρής έκτασης είναι και η αναφορά σε σκάνδαλο στο οποίο φαίνεται πως εμπλέκεται το Αλ. Φλαμπουράρης (πρωτοσέλιδα στις 17 και 18 Σεπτεμβρίου). Στα πρωτοσέλιδα στις 12 και 17 Σεπτεμβρίου εμφανίζονται τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων. Τέλος, δηλώσεις του αρχηγού της ΝΔ, Ευάγγελου Μεϊμαράκη, βρίσκονται σε όλα τα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας στο συγκεκριμένο 10ήμερο που εξετάστηκε.

Τα «Νέα»

Τα «Νέα» στα πρωτοσέλιδα στις 10 και 11 Σεπτεμβρίου ασχολούνται με ένα σκάνδαλο που αφορά τον Ν. Ξυδάκη. Επίσης, το προσφυγικό και η τηλεοπτική συζήτηση (debate) των πολιτικών αρχηγών απασχολούν τα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας στις 14 και 16 Σεπτεμβρίου αντίστοιχα. Οι

δηλώσεις των πολιτικών αρχηγών του ΣΥΡΙΖΑ και της ΝΔ εμφανίζονται σε πρωτοσέλιδα στις 12, 16 και 18 Σεπτεμβρίου. Επίσης, στο πρωτοσέλιδο της 18^{ης} Σεπτεμβρίου εμφανίζονται δηλώσεις της Φ. Γεννηματά, αρχηγού της Δημοκρατικής Συμπαράταξης. Μόνο σε άρθρο του πρωτοσέλιδου της 14^{ης} Σεπτεμβρίου εμφανίζεται ως θέμα δημοσκόπηση. Στα πρωτοσέλιδα της εφημερίδας της περιόδου υπάρχουν θέματα οικονομικού ενδιαφέροντος, όπως οι μειώσεις των συντάξεων (14 και 17/9), φορολογικά (16/9) και ανακεφαλαιοποίησης των τραπεζών (18/9).

Η «Αυγή»

Η «Αυγή», ως κομματικό έντυπο του ΣΥΡΙΖΑ, καθ' όλη την προεκλογική εκστρατεία εμφανίζει σχεδόν σε όλα τα πρωτοσέλιδα αυτής της περιόδου τον αρχηγό του κόμματος, Αλέξη Τσίπρα, ασκώντας συχνά κριτική στο βασικό του αντίπαλο. Συγκεκριμένα, στις 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18 και 19 Σεπτεμβρίου κεντρικό θέμα στα πρωτοσέλιδα της «Αυγής» είναι ο Τσίπρας. Στις 10, 11 και 17 Σεπτεμβρίου γίνεται επίθεση κατά του κόμματος της ΝΔ και, ιδίως, κατά του αρχηγού του κόμματος. Η εφημερίδα, εκτός της προβολής του υποψήφιου πρωθυπουργού και των δηλώσεών του, επιστρατεύει προβεβλημένα στελέχη του κόμματος αλλά και υποστηρικτές του με λαϊκό έρεισμα, προκειμένου να προωθήσουν τις απόψεις της παράταξης (βλ. πρωτοσέλιδα στις 11, 12, 15, 16, 17, 18 και 19 Σεπτεμβρίου). Εκτός των προαναφερθέντων η εφημερίδα ασχολείται με το μεταναστευτικό ζήτημα (βλ. πρωτοσέλιδα στις 15, 16 και 18 Σεπτεμβρίου), με την τηλεοπτική συζήτηση (debate) των πολιτικών αρχηγών (15 Σεπτεμβρίου), ενώ αναφέρεται σε ενδεχόμενα σκάνδαλα, από την

πλευρά της ΝΔ, στα πρωτοσέλιδα της 13^{ης} και 16^{ης} Σεπτεμβρίου. Εντύπωση προκαλεί ο τίτλος «Η Ευρώπη στηρίζει ΣΥΡΙΖΑ» (18 Σεπτεμβρίου), εάν λάβει κανείς υπόψη του τη στάση της εφημερίδας στις δύο προηγούμενες προεκλογικές εκστρατείες. Τέλος, δεν αναφέρεται καθόλου σε οικονομικά θέματα, ούτε σε φορολογικά ζητήματα.

3.1.3. Τα κοινά θέματα στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων

Μελετώντας τα θέματα των εφημερίδων διαπιστώνεται πως υπάρχουν κοινά σημεία. Ένα θέμα που φαίνεται να απασχόλησε αρκετά τη δημόσια θεματολογία της προεκλογικής περιόδου του Σεπτεμβρίου 2015 είναι το προσφυγικό. Το θέμα εμφανίζεται και στις τρεις εφημερίδες περισσότερο από μία ημέρα. Εν προκειμένω, το θέμα αυτό βρισκόταν στο προσκήνιο στην «Καθημερινή» στις 15, στις 17 και 19 Σεπτεμβρίου, στα «Νέα» στις 14 και 16 Σεπτεμβρίου, ενώ στην «Αυγή» στις 15, 16 και 18 Σεπτεμβρίου.

Ένα άλλο κοινό θέμα αφορά τα σκάνδαλα, το οποίο κάθε εφημερίδα προβάλλει με διαφορετικό τρόπο. Η «Καθημερινή», στα φύλα στις 17 και 18 Σεπτεμβρίου αναφέρεται στον Αλέκο Φλαμπουράρη, τα «Νέα» στο πρωτοσέλιδο στις 10 και 11 Σεπτεμβρίου ασχολείται με «παράνομους» διορισμούς ημετέρων από το Ν. Ξυδάκη, και τέλος η «Αυγή» στις 13 Σεπτεμβρίου αναφέρεται στο σκάνδαλο Πανγαία και εμπλέκει τη ΝΔ.

Οι προεκλογικές δηλώσεις των πολιτικών αρχηγών εμφανίζονται καθημερινά στα πρωτοσέλιδα και των τριών εφημερίδων. Η «Καθημερινή» προβάλλει περισσότερο τις απόψεις του Β. Μείμαράκη, η «Αυγή» του Αλ. Τσίπρα, ενώ

στα «Νέα» υπάρχει μια ισορροπία με την εμφάνιση των δηλώσεων και των δύο πολιτικών αρχηγών. Επίσης, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, τα «Νέα» στο πρωτοσέλιδο της 18^{ης} Σεπτεμβρίου αναφέρεται σε δηλώσεις της Φ. Γεννηματά.

Κοινό θέμα στα πρωτοσέλιδα υπήρξε και η τηλεοπτική συζήτηση ανάμεσα στους πολιτικούς αρχηγούς (debate). Στην «Καθημερινή» εμφανίζεται στις 10, 11 και 13 Σεπτεμβρίου, ενώ στα «Νέα» και την «Αυγή» στις 15 Σεπτεμβρίου.

Το θέμα που είναι κοινό στα «Νέα» και την «Καθημερινή» αφορά σε φόρους, κυρίως στον ΕΝΦΙΑ και ΦΠΑ. Στην «Καθημερινή» εμφανίζεται στα πρωτοσέλιδα στις 11, 16 και 19 Σεπτεμβρίου και στα «Νέα» στο φύλο της 16^{ης} Σεπτεμβρίου. Επιπλέον, ένα κοινό θέμα που εμφανίζεται στις δύο παραπάνω εφημερίδες, είναι η μείωση των εισοδημάτων που και στη μεν «Καθημερινή» εμφανίζεται στο φύλο της 16^{ης} Σεπτεμβρίου στα δε «Νέα» της 17^{ης} Σεπτεμβρίου.

Τέλος, και οι τρεις εφημερίδες στο πρωτοσέλιδο της 21^{ης} Σεπτεμβρίου εμφανίζουν ως κοινό θέμα τη νίκη του ΣΥΡΙΖΑ και τα ποσοστά των άλλων κομμάτων.

Πίνακες εφημερίδων

«Καθημερινή»:

Δημοσκοπήσεις	12/09/2015, 17/09/2015
Debate	10/09/2015, 11/09/2015, 13/09/2015
Φόροι	11/09/2015, 16/09/2015
Δηλώσεις πολιτικών αρχηγών	11/09/2015, 12/09/2015, 13/09/2015, 15/09/2015, 16/09/2015, 17/09/2015, 18/09/2015, 19/09/2015
Προσφυγικό	15/09/2015, 17/09/2015, 19/09/2015
Σκάνδαλο Φλαμπουράρη	17/09/2015, 18/09/2015
Τελική νίκη του ΣΥΡΙΖΑ	21/09/2015

Τα «Νέα»:

Σκάνδαλο Ξυδάκη	10/09/2015, 11/09/2015
Δηλώσεις πολιτικών αρχηγών	12/09/2015, 16/09/2015, 18/09/2015
Debate	15/09/2015
Προσφυγικό	14/09/2015, 16/09/2015
Περικοπή μισθών/συντάξεων	17/09/2015
Δημοσκόπηση	14/09/2015
Φόροι	16/09/2015
Τελική Νίκη ΣΥΡΙΖΑ	21/09/2015

Η «Αυγή»:

Πρωώθηση των θέσεων του ΣΥΡΙΖΑ	10/09/2015, 11/09/2015, 12/09/2015, 15/09/2015, 16/09/2015, 17/09/2015, 18/09/2015, 19/09/2015
Επίθεση στη «Νέα» Δημοκρατία και απαξίωση του κόμματος	10/09/2015, 11/09/2015, 17/09/2015, 18/09/2015
Debate	15/09/2015
Δηλώσεις προβεβλημένων στελεχών και αναγνωρίσιμων υποστηρικτών του ΣΥΡΙΖΑ	11/09/2015, 12/09/2015, 15/09/2015, 17/09/2015, 18/09/2015, 19/09/2015
Σκάνδαλο Πανγαία	13/09/2015
Δημοσκόπηση	13/09/2015
Προσφυγικό	15/09/2015, 16/09/2015, 18/09/2015
Η νίκη του ΣΥΡΙΖΑ	21/09/2015

Κοινή θεματολογία:

	«Καθημερινή»	Τα «Νέα»	Η «Αυγή»
Δημοσκοπήσεις	12/09/2015, 17/09/2015	14/09/2015	13/09/2015
Debate	10/09/2015, 11/09/2015, 13/09/2015	15/09/2015	15/09/2015
Φόροι	11/09/2015, 16/09/2015	16/09/2015	
Δηλώσεις πολιτικών αρχηγών	11/09/2015, 12/09/2015, 13/09/2015, 15/09/2015, 16/09/2015, 17/09/2015, 18/09/2015, 19/09/2015	12/09/2015, 16/09/2015, 18/09/2015	10/09/2015, 11/09/2015, 12/09/2015, 15/09/2015, 16/09/2015, 17/09/2015, 18/09/2015, 19/09/2015
Προσφυγικό	15/09/2015, 17/09/2015, 19/09/2015	14/09/2015, 16/09/2015	15/09/2015, 16/09/2015, 18/09/2015
Σκάνδαλο Φλαμπουράρη/ Ξυδάκη/ Παναγία	17/09/2015, 18/09/2015	10/09/2015, 11/09/2015	13/09/2015
Νίκη ΣΥΡΙΖΑ στις εκλογές	21/09/2015	21/09/2015	21/09/2015

3.2. Προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα κομμάτων. Ποια η σχέση τους με τη δημόσια θεματολογία

Τα προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα των κομμάτων είναι βασικά για την προεκλογική τους εκστρατεία. Είναι γνωστό ότι η διαφημιστική επιρροή στη ψυχολογία του ανθρώπου είναι αξιοσημείωτη. Ο ρυθμός και η επαναληπτικότητα των μηνυμάτων επηρεάζουν άμεσα τη διαδικασία λήψη απόφασης των ψηφοφόρων. Τα τηλεοπτικά μηνύματα θεωρούνται ως ο αμεσότερος τρόπος πολιτικής επικοινωνίας με τους ψηφοφόρους, καθώς μέσω αυτών προβάλλεται το κεντρικό σύνθημα του κάθε κόμματος που το διακρίνει από τα υπόλοιπα. Αυτό που θα αναλυθεί στη συνέχεια είναι το κατά πόσο τα προεκλογικά τηλεοπτικά μηνύματα των κομμάτων συνάδουν με τη θεματολογία των εφημερίδων.

«Νέα» Δημοκρατία

Η ΝΔ επέλεξε για την προεκλογική της εκστρατεία δύο τηλεοπτικά μηνύματα. Στο πρώτο εμφανίζεται ένα τραπέζι που παίζουν πόκερ, χρησιμοποιώντας τις γνωστές «κλισε» εκφράσεις του παιχνιδιού, «τα βλέπω», «τα ρέστα μου», «Αρε μπλόφα». Η εικόνα αλλάζει και εμφανίζεται η πλάτη ενός άνδρα ενώ γράφεται και ακούγεται «Παιχνίδια τέλος. Η Ελλάδα χρειάζεται Συνεργασία, Σταθερότητα, Ειλικρίνεια, Προοπτική. Πάμε την Ελλάδα μπροστά. ΝΔ η Ελλάδα μπροστά». Στο δεύτερο τηλεοπτικό μήνυμα εμφανίζονται δοκιμαστικοί σωλήνες με ονόματα και ιδιότητες, φοιτητής, υπάλληλος, συνταξιούχος, που ρίχνουν το περιεχόμενό τους σε μια κωνική φιάλη που γράφει ΣΥΡΙΖΑ. Στη συνέχεια το περιεχόμενο της φιάλης αλλάζει γίνεται ακάθαρτο και τελικά η

φιάλη σπάει σε πολλά κομμάτια. Η εικόνα αλλάζει και εμφανίζεται η πλάτη ενός άνδρα και τίθεται το ερώτημα «Γιατί τους αφήνεις να κάνουν πειράματα στην πλάτη σου;». Στη συνέχεια γράφεται και ακούγεται «Πειράματα τέλος. Η Ελλάδα χρειάζεται Συνεργασία, Σταθερότητα, Ειλικρίνεια, Προοπτική. Πάμε την Ελλάδα μπροστά. ΝΔ η Ελλάδα μπροστά».

Τα δύο τηλεοπτικά μηνύματα έχουν ως κοινό σημείο την πλάτη ενός άνδρα. Μ' αυτό τον τρόπο θέλουν να υπογραμμίσουν πως πίσω από την πλάτη του λαού –κρυφά, χωρίς νομιμοποίηση- γίνονται πράγματα, συγκεκριμένα παιχνίδια και πειράματα. Και οι δύο αυτές εκφράσεις είναι ευρέως διαδεδομένες και πολλαπλώς χρησιμοποιούμενες από τα λαϊκά στρώματα. Κύριος λοιπόν στόχος των τηλεοπτικών μηνυμάτων είναι να προσελκύσουν τις λαϊκές μάζες, να μιλήσουν λαϊκά και όχι με ελιτίστικη γλώσσα, να είναι φιλικά και να προσλαμβάνονται εύκολα από το εκλογικό σώμα. Η έκφραση «Αρε μπλόφα», που χρησιμοποιείται στο πρώτο τηλεοπτικό μήνυμα είναι μια επίσης ευρέως χρησιμοποιούμενη έκφραση, με στόχο να πλήξει το κύρος του βασικού αντιπάλου του κόμματος, δηλαδή τον ΣΥΡΙΖΑ, χαρακτηρίζοντας τη μέχρι τώρα διακυβέρνησή του ως «μπλόφα», δηλαδή ως ψευτιά, κοροϊδία.

Το δεύτερο τηλεοπτικό μήνυμα προσπαθεί και πάλι να προσεγγίσει το μέσο ψηφοφόρο, το φοιτητή, τον υπάλληλο, το συνταξιούχο, αυτόν που θεωρεί ότι εξαπάτησε ο ΣΥΡΙΖΑ. Η αλλαγή του περιεχομένου της κωνικής φιάλης και το σπάσιμό της προκαλούν έκπληξη και εντυπωσιασμό στο δέκτη του μηνύματος. Η έκφραση «Γιατί τους αφήνεις να κάνουν πειράματα στην πλάτη σου;» δημιουργεί στον ψηφοφόρο αίσθημα ενοχής και συνέργειας στην καταστροφή της χώρας, εάν επιλέξει να ψηφίσει ΣΥΡΙΖΑ.

Στο τέλος και των δύο τηλεοπτικών μηνυμάτων εμφανίζεται το κεντρικό σύνθημα του κόμματος που είναι «Η Ελλάδα χρειάζεται Συνεργασία, Σταθερότητα, Ειλικρίνεια, Προοπτική. Πάμε την Ελλάδα μπροστά. ΝΔ η Ελλάδα μπροστά». Επιλέγοντας τις συγκεκριμένες λέξεις στόχο έχει να καθυστερήσει αλλά και να δηλώσει μετ' επιτάσεως ότι η σταθερότητα και η προοπτική της χώρας εξασφαλίζεται μόνο από τη ΝΔ, ότι θα κυβερνήσει με συνεργασίες και ότι δεν θα ξεγελάσει τους ψηφοφόρους. Τέλος, η έκφραση «η Ελλάδα μπροστά» βάζει ως κύριο στόχο την άνοδο της χώρας από τη μια και ταυτόχρονα δηλώνει ότι το μόνο ενδιαφέρον του κόμματος είναι η χώρα, πέρα από προσωπικές ή κομματικές φιλοδοξίες.

ΣΥΡΙΖΑ

Η προεκλογική εκστρατεία του ΣΥΡΙΖΑ στηρίζεται σε τρία τηλεοπτικά μηνύματα.

Στο πρώτο τηλεοπτικό μήνυμα του κόμματος εμφανίζεται μία γυναίκα μέσης ηλικίας που λέει «Σ' αυτές τις εκλογές το θέμα είναι απλό. Ξεμπερδεύουμε με το παλιό». Στη συνέχεια ακούγεται και γράφεται «Ξεμπερδεύουμε με το παλιό. Κερδίζουμε το αύριο».

Στο δεύτερο τηλεοπτικό μήνυμα εμφανίζεται ο αρχηγός του κόμματος, Αλέξης Τσίπρας, και προσπαθώντας να δικαιολογήσει τη στάση του μετά το δημοψήφισμα χρησιμοποιεί συγκεκριμένες λέξει-κλειδιά. Συγκεκριμένα λέει χαρακτηριστικά πως «Το ΟΧΙ δεν σημαίνει ρήξη με την Ευρώπη, αλλά επιστροφή στην Ευρώπη των αξιών», «Το ΟΧΙ είναι βήμα για μια καλύτερη

συμφωνία», «Είπαμε την αλήθεια στο λαό» και καταλήγει «Ξεμπερδεύουμε με το παλιό, Κερδίζουμε το αύριο, Ψηφίζουμε πρωθυπουργό».

Στο τρίτο τηλεοπτικό μήνυμα συμμετέχουν άτομα όλων των ηλικιών και όλων των κοινωνικών τάξεων. Όλοι λένε «Θέλω αυτόν που δεν φοβήθηκε να σταθεί μπροστά στην Ευρώπη ολόκληρη», «Θέλω αυτόν που δεν θα φοβηθεί να πολεμήσει τα διαπλεκόμενα και τη διαφθορά», «Θέλω αυτόν που δεν ντρέπεται να με κοιτάξει στα μάτια», «Θέλω να ζω με αξιοπρέπεια», «Δεν θέλω να πηγαίνει ο κόπος και η δουλειά μου χαμένη», «Θέλω αυτόν που δεν υπηρετεί συμφέροντα». Ακούγεται και γράφεται «Γιατί συμφέρον μας είναι να μην υπάρχουν συμφέροντα» και καταλήγει «Ξεμπερδεύουμε με το παλιό, Κερδίζουμε το αύριο».

Η στόχευση των τηλεοπτικών μηνυμάτων του ΣΥΡΙΖΑ είναι ο μέσος ψηφοφόρος. Ως κόμμα με αριστερές καταβολές είναι αναμενόμενο να μην απευθύνεται σε κοινωνικές ελίτ και ο πληθυσμός-στόχος του να είναι ο μέσος Έλληνας. Για το λόγο αυτό και στο πρώτο τηλεοπτικό μήνυμα εμφανίζεται μια γυναίκα μέσης ηλικίας, που ζει μάλλον στην επαρχία, η οποία με απόλυτη σιγουριά και αυτοπεποίθηση, απευθυνόμενη στη μέση Ελληνίδα, ισχυρίζεται ότι η επιλογή είναι απλή στις συγκεκριμένες εκλογές.

Στο δεύτερο τηλεοπτικό μήνυμα, ο αρχηγός του κόμματος ερμηνεύει τις επιλογές του και προσπαθεί να ανασκευάσει την άποψη ότι δεν είπε την αλήθεια στο λαό. Εγκαταλείπει τον ευρωσκεπτικισμό και επιλέγει την ευρωπαϊκή πορεία της χώρας, σε μια Ευρώπη των αξιών όπως χαρακτηριστικά αναφέρει. Το τηλεοπτικό μήνυμα καταλήγει «Ψηφίζουμε Πρωθυπουργό», ένα καθαρό μήνυμα το αρχηγοκεντρικού μοντέλου που

ακολουθεί ο ΣΥΡΙΖΑ. Μέσα από το τηλεοπτικό μήνυμα, τον φωτισμό, τα χρώματα, τις εικόνες από το Μέγαρο Μαξίμου προβάλλεται η εικόνα του ηγέτη. Η προεκλογική εκστρατεία του κόμματος βασίζεται στον Αλέξη Τσίπρα, ο οποίος αποτελεί και το δυνατό «χαρτί» του κόμματος και αυτόν προβάλλει με κάθε τρόπο.

Προς επίρρωση του παραπάνω συμπεράσματος έρχεται το τρίτο τηλεοπτικό μήνυμα όπου οι εκφράσεις που επιλέγονται είναι: «Θέλω αυτόν που δεν φοβήθηκε...» «Θέλω αυτόν που δεν θα φοβηθεί να πολεμήσει...», «Θέλω αυτόν που δεν ντρέπεται...», «Θέλω αυτόν που δεν εξυπηρετεί...». Δημιουργείται έτσι η εικόνα του ατρόμητου ηγέτη, που δεν έχει εξαρτήσεις και διαθέτει μόνο θετικά στοιχεία στο χαρακτήρα του.

Τέλος, το κεντρικό σύνθημα της προεκλογικής εκστρατείας «Ξεμπερδεύουμε με το παλιό, Κερδίζουμε το αύριο», στοχεύει καθαρά εναντίον της ΝΔ και του ΠΑΣΟΚ, που αντιπροσωπεύουν τη συντήρηση, εκμεταλλεύεται όμως και το νεαρό της ηλικίας του αρχηγού του κόμματος, που ως νέος είναι η ελπίδα για να κατακτήσει η χώρα το αύριο.

ΠΑΣΟΚ

Το ΠΑΣΟΚ βρίσκεται και σε αυτές τις εκλογές σε δυσχερή θέση. Παρόλο που το κόμμα ονομάστηκε «Δημοκρατική Συμπράταξη», θέλοντας τουλάχιστον επικοινωνιακά να αποτάξει το παλιό ΠΑΣΟΚ, εντούτοις στο προεκλογικό του τηλεοπτικό μήνυμα χρησιμοποιεί τον εμβληματικό του ηγέτη τον Ανδρέα Παπανδρέου, θέλοντας σαφώς να δηλώσει ότι αποτελεί τη συνέχειά του.

Εμφανίζεται ο Ανδρέας Παπανδρέου να χρησιμοποιεί εκφράσεις που ανέδειξαν το κόμμα τις προηγούμενες δεκαετίες όπως «Το ΠΑΣΟΚ είναι εδώ», «Σιγουριά για το παρόν, εγγύηση για το μέλλον».

Όλο αυτό αποκαλύπτει την ένδεια που υπάρχει στο συγκεκριμένο κόμμα για νέα συνθήματα και ικανότητα συσπείρωσης της εκλογικής του βάσης. Χρησιμοποιώντας την εικόνα και το λόγο του εμβληματικού του ηγέτη προσπαθεί να συγκινήσει ομάδες ψηφοφόρων που παραμένουν ακόμη πιστές στο όραμα και τα πιστεύω του Ανδρέα Παπανδρέου στις προηγούμενες δεκαετίες. Το εκλογικό του τηλεοπτικό μήνυμα είναι παρωχημένο και δεν αρμόζει σε κόμμα που θέλει να διεκδικήσει την εξουσία με αξιώσεις. Παλινωδεί μεταξύ του λαμπρού παρελθόντος, από τις παθογένειες του οποίου προσπαθεί με κάθε τρόπο να απαλλαγεί, κι ενός αβέβαιου μέλλοντος, χωρίς διακριτή ιδεολογική ταυτότητα.

III. Επίλογος-Συμπεράσματα

Το μοντέλο πολιτικής επικοινωνίας που έχει σήμερα επικρατήσει διεθνώς χαρακτηρίζεται από την κυρίαρχη θέση της τηλεόρασης, την έντονη προσπάθεια ελέγχου της ειδησεογραφίας από τις πολιτικές ελίτ, και τέλος την αύξηση της βαρύτητας των πολιτικών προσώπων έναντι των πολιτικών κομμάτων (Παπαθανασόπουλος, 2000).

Ένα μεγάλο μέρος της γνώσης που έχουμε για την πολιτική και την οργάνωση της δημόσιας σφαίρας βασίζεται σε εντυπώσεις και γνώμες που σχηματίζονται βάσει πληροφοριών που προσλαμβάνουμε από τα ΜΜΕ. Ο ρόλος τους στη διαμόρφωση και διαχείριση του δημόσιου διαλόγου είναι καθοριστικός (Δεμερτζής, 2002).

Οι McCombs και Shaw (1972), αλλά και άλλοι ερευνητές, έδειξαν ότι η ιεράρχηση των θεμάτων στην «ατζέντα» των ΜΜΕ καθόρισε την ιεράρχηση των θεματολογικών προτιμήσεων του κοινού (M.Rogers, 2005).

Η σημασία του καθορισμού της ημερήσιας διάταξης έγκειται στο γεγονός ότι κατέστησε εκ νέου επίκαιρη τη συζήτηση περί μακροπρόθεσμων και σωρευτικών επιδράσεων των ΜΜΕ στις απόψεις και τις αντιλήψεις του κοινού και του εκλογικού σώματος. Υπό αυτή την οπτική, υπογράμμισε τη λειτουργία των ΜΜΕ σε ό,τι αφορά τον καθορισμό του περιεχομένου του δημοσίου διαλόγου και την επίδρασή τους στη σχετική σπουδαιότητα των θεμάτων που τον συγκροτούν (Τσιλιγιάννης, 2004).

Με βάση αυτό το θεωρητικό υπόβαθρο στην παρούσα μελέτη εξετάστηκε κατά πόσο η ημερήσια θεματολογία των εφημερίδων επηρεάστηκε από την προεκλογική εκστρατεία των κομμάτων ή εάν η ημερήσια θεματολογία επηρέασε τις προεκλογικές εξαγγελίες.

Το έτος αναφοράς είναι το 2015, όπου στη διάρκειά του διεξήχθησαν δύο προεκλογικές εκστρατείες για την ανάδειξη Κυβέρνησης και μία εκστρατεία στο πλαίσιο διεξαγωγής δημοψηφίσματος.

Στην προεκλογική εκστρατεία του Ιανουαρίου 2015 υπάρχει ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των προεκλογικών τηλεοπτικών μηνυμάτων των κομμάτων και των δημοσιευμάτων των τριών εφημερίδων που μελετήθηκαν. Στα τηλεοπτικά μηνύματα αναφέρονται τα κόμματα στο πρόγραμμα που θα εφαρμόσουν εφόσον κερδίσουν τις εκλογές. Και στις τρεις εφημερίδες υπάρχουν εκτενείς αναφορές για το προεκλογικό πρόγραμμα των κομμάτων. Θέματα όπως η οικονομία, η έξοδος της χώρας από την κρίση, η ευρωπαϊκή πορεία της Ελλάδας, καθώς και η έλλειψη εμπιστοσύνης που υπάρχει προς όλα τα κόμματα από τους πολίτες, απασχολούν τόσο τα τηλεοπτικά μηνύματα των κομμάτων όσο και την ημερήσια θεματολογία των εφημερίδων. Σε αρκετές μάλιστα περιπτώσεις καταγράφεται πλήρης σύμπτωση. Για παράδειγμα, η «Νέα Δημοκρατία» θέτει το θέμα της επιστροφής της χώρας στις αγορές και την έξοδό της από την κρίση, την ίδια στιγμή που οι εφημερίδες τονίζουν ότι με μία λανθασμένη επιλογή το μήνυμα για το χρέος και τις αγορές θα είναι δυσοίωνο. Το τηλεοπτικό μήνυμά του ΣΥΡΙΖΑ ανακοινώνει την κατάργηση του ΕΝΦΙΑ και την ίδια χρονική περίοδο τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων

ασχολούνται με τα νομοσχέδια που θα εισάγει ο ΣΥΡΙΖΑ εφόσον γίνει Κυβέρνηση.

Η εκλογική αναμέτρηση της 20^{ης} Σεπτεμβρίου είχε άλλα χαρακτηριστικά, τα οποία όμως επηρέασαν και πάλι την ημερήσια διάταξη των εφημερίδων. Τα τηλεοπτικά μηνύματα της «Νέας Δημοκρατίας» εστιάζουν κυρίως στην αρνητική διαφήμιση και αυτό αποτυπώνεται και στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων. Έτσι, διαπιστώνεται ότι και οι τρεις εφημερίδες που μελετήθηκαν αναφέρονται σε σκάνδαλα, σε περισσότερο από ένα φύλλα τους. Αυτό όμως που προκαλεί έκπληξη είναι η παντελής απουσία προγραμματικών δηλώσεων των κομμάτων από τα τηλεοπτικά τους μηνύματα. Το ίδιο συμβαίνει και στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων και αποτελεί μία ακόμη ισχυρή ένδειξη για την επιρροή των πολιτικών ελίτ στην ημερήσια θεματολογία. Ισχυρή επίσης ένδειξη της επίδρασης της πολιτικής στη θεματολογία των εφημερίδων αποτελεί το δημοσίευμα της «Αυγής» με τίτλο «Η Ευρώπη στηρίζει ΣΥΡΙΖΑ», τίτλος με σαφή επενέργεια του τηλεοπτικού μηνύματος του αντίστοιχου κόμματος.

Αναφορικά με το δημοψήφισμα της 5^{ης} Ιουλίου, το «ΝΑΙ» υποστηρίχθηκε από το κόμμα της ΝΔ και του ΠΑΣΟΚ και αυτό αποτυπώνεται στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων «Καθημερινή» και τα «Νέα», ενώ την επιλογή του «ΟΧΙ», που υποστηρίχθηκε από το κόμμα του ΣΥΡΙΖΑ, υπερασπίστηκε σθεναρά η «Αυγή».

Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι η σχέση μεταξύ της ημερήσιας ατζέντας των εφημερίδων και των θεμάτων που θέτουν τα κόμματα στις προεκλογικές εκστρατείες είναι στενή, όπως προτείνεται και στη σχετική θεωρία. Αυτό που

μένει να απαντηθεί είναι εάν η δημόσια θεματολογία αναγκάζει τα κόμματα να ασχοληθούν με τα προβλήματα της κοινωνίας ή εάν τα κόμματα θέτουν τελικά τη δημόσια ατζέντα, μέσω του χειρισμού των ΜΜΕ.

Βιβλιογραφία

- Gerstle, J. (2008). *Πολιτική Επικοινωνία*. (Φ. Κουντούρη, Μεταφρ.) Θεσσαλονίκη: Τυπωθήτω-Γιώργος Δάρδανος
- Heywood, A. (2011). *Βασικές Έννοιες της Πολιτικής Επιστήμης*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο
- Rogers M., J. W. (2005). *Ορίζοντας τα Θέμα*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Αντώνης, Π. (2007). *Εγχειρίδιο Συνταγματικού Δικαίου. Βασικές Έννοιες, Συνταγματική Ιστορία, Οργάνωση του Κράτους*. Αθήνα: Εκδοτικός Οργανισμός Λιβάνη
- Δεμερτζής, Ν. (2002). *Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Καραγιάννης, Ι. (2015). *Πολιτική (και) Επικοινωνία. Εισαγωγικά στη μελέτη της πολιτικής επικοινωνίας. Έκδοση 1.0*. Ρέθυμνο: Πανεπιστήμιο Κρήτης
- Κουντούρη, Φ. (2010). Η επικοινωνιακή διάσταση της πολιτικής. Η διαμόρφωση του κομματικού σκηνικού υπό την κυριαρχία των ΜΜΕ στον δημόσιο χώρο. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης* (35), 57-88
- Μακρυδημήτρης, Α. (2008). <http://www.tovima.gr/2008/11/24/opinions/i-radiotileorasi-kai-i-roiotita-tis-dimokratias/>
- Μπουραντάς, Δ. (1992). *Μανατζμεντ Οργανωτική Θεωρία και Συμπεριφορά*. Team
- Παντελής, Α. (2007). *Εγχειρίδιο Συνταγματικού Δικαίου*. Αθήνα: Εκδοτικός Οργανισμός Λιβάνη
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2000). *Επικοινωνία και Κοινωνία από τον Εικοστό στον Εικοστό Πρώτο Αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτης
- Σεραφετινίδου, Μ. (2003). *Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Gutenberg - Γιώργος & Κώστας Δαρδανός
- Τσιλιγιάννης, Π. (2004). ΜΜΕ και καθορισμός της θεματολογίας του κοινού: Η τρέχουσα θεωρητική συζήτηση. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης* (23), 88-106.

Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία

<https://www.communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>. (n.d.).

(n.d.). Ανάκτηση από

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1_\(%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1_(%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1))

(2015, Ιούνιος 28). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150628/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 28). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150628/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150629/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 29). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150629/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούνιος 29). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150629/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 30). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150630/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 30). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150630/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 30). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150630/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούλιος 01). Ανάκτηση από

<https://www.protoselidaefimeridon.gr/?e=avgi.JPG&category=politikes&title=%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE&curdate=15/07/1>

(2015, Ιούλιος 01). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150701/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούλιος 01). Ανάκτηση από

<https://www.frontpages.gr/d/20150701/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE

(2015, Ιούλιος 02). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150702/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 02). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150702/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούλιος 02). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150702/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 03). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150703/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 03). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150703/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούλιος 03). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150703/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 04). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150704/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 04). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150704/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 05). Ανάκτηση από
<https://www.protoselidaefimeridon.gr/?e=nea.JPG&category=politikes&title=%CE%A4%CE%B1%20%CE%9D%CE%AD%CE%B1&curdate=15/05/7>

(2015, Ιανουάριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150116/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150116/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150116/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 17). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150117/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150118/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150118/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 19). Ανάκτηση από
<https://www.protoselidaefimeridon.gr/?e=nea.JPG&category=politikes&title=%CE%A4%CE%B1%20%CE%9D%CE%AD%CE%B1&curdate=15/01/19>

(2015, Ιανουάριος 20). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150120/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 20). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150120/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 20). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150120/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150121/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150121/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150121/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 22). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150122/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 22). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150122/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 22). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150122/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 23). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150123/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 23). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150123/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 23). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150123/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 24). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150124/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 24). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150124/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 26). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150126/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 26). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150126/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 26). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150126/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 10). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150910/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτεμβρίου 10).

(2015, Σεπτέμβριος 10). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150910/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 11). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150911/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 11). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150911/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE

(2015, Σεπτέμβριος 11). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150911/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 12). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150912/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 12).

(2015, Σεπτέμβριος 12). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150912/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 13). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150913/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 13). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150913/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 14). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150914/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 15). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150915/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 15). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150915/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 15). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150915/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150916/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150916/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150916/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 17). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150917/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 17). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150917/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 17). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150917/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150918/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150918/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150918/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 19). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150919/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 19). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150919/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150921/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150921/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150921/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

Wikipedia. (n.d.). Ανάκτηση από
[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1_\(%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1_(%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1))

Wikipedia. (n.d.). Ανάκτηση από <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%AF%CF%84%CE%B5%CF%85%CE%BC%CE%B1>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=TpG2ryNFw6A>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=YL5Y-jYcOtw>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=0OkNBuHyjjo>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=Ji9SuOx8Kjs>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=d03MIWuNjNw>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=5iJlobq5Yro>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=Sol5Daecjkb>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από https://www.youtube.com/watch?v=l_gfmlqnxDw

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=jk-rtSlyZCc>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=Ea6bN30WymQ>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=2wAJYeL-H3U>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=DhroXVGNppU>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=dV39zNZAe98>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από https://www.youtube.com/watch?v=6hOQ_fbVObg

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=g4byOa1YEpm>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=BY3bFnBQlic>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=R27--EkC6K8>

(n.d.). Ανάκτηση από [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1_\(%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1_(%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1))

(2015, Ιούνιος 28). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150628/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 28). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150628/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150629/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 29). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150629/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούνιος 29). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150629/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 30). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150630/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 30). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150630/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούνιος 30). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150630/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούλιος 01). Ανάκτηση από
<https://www.protoselidaefimeridon.gr/?e=avgi.JPG&category=politikes&title=%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE&curdate=15/07/1>

(2015, Ιούλιος 01). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150701/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούλιος 01). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150701/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 02). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150702/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 02). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150702/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούλιος 02). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150702/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 03). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150703/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 03). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150703/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιούλιος 03). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150703/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 04). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150704/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 04). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150704/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιούλιος 05). Ανάκτηση από
<https://www.protoselidaefimeridon.gr/?e=nea.JPG&category=politikes&title=%CE%A4%CE%B1%20%CE%9D%CE%AD%CE%B1&curdate=15/05/7>

(2015, Ιανουάριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150116/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150116/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150116/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 17). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150117/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150118/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150118/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 19). Ανάκτηση από
<https://www.protoselidaefimeridon.gr/?e=nea.JPG&category=politikes&title=%CE%A4%CE%B1%20%CE%9D%CE%AD%CE%B1&curdate=15/01/19>

(2015, Ιανουάριος 20). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150120/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 20). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150120/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 20). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150120/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150121/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150121/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 21). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150121/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 22). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150122/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 22). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150122/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 22). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150122/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 23). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150123/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Ιανουάριος 23). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150123/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 23). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150123/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 24). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150124/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE

(2015, Ιανουάριος 24). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150124/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 26). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150126/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 26). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150126/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Ιανουάριος 26). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150126/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 10). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150910/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτεμβρίου 10).

(2015, Σεπτέμβριος 10). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150910/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 11). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150911/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 11). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150911/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 11). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150911/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 12). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150912/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 12).

(2015, Σεπτέμβριος 12). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150912/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 13). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150913/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 13). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150913/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 14). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150914/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 15). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150915/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 15). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150915/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 15). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150915/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτεμβρίου 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150916/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150916/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 16). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150916/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 17). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150917/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 17). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150917/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 17). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150917/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150918/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 18). Ανάκτηση από
<https://www.frontpages.gr/d/20150918/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE

(2015, Σεπτέμβριος 18). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150918/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

(2015, Σεπτέμβριος 19). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150919/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 19). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150919/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 21). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150921/13/%CE%91%CF%85%CE%B3%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 21). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150921/1/%CE%97-%CE%9A%CE%B1%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BD%CE%AE>

(2015, Σεπτέμβριος 21). Ανάκτηση από <https://www.frontpages.gr/d/20150921/2/%CE%A4%CE%B1-%CE%9D%CE%AD%CE%B1>

Wikipedia. (n.d.). Ανάκτηση από [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1_\(%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1_(%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1))

Wikipedia. (n.d.). Ανάκτηση από <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%AF%CF%84%CE%B5%CF%85%CE%BC%CE%B1>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=TpG2ryNFw6A>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=YL5Y-jYcOtw>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=0OkNBuHyjjo>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=Ji9SuOx8Kjs>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=d03MIWuNjNw>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=5iJlobq5Yro>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=Sol5Daecjbk>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από https://www.youtube.com/watch?v=l_gfmlqnxDw

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=jk-rtSlyZCc>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=Ea6bN30WymQ>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=2wAJYeL-H3U>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=DhroXVGNppU>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=dV39zNZAE98>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από https://www.youtube.com/watch?v=6hOQ_fbVObg

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=g4byOa1YEpM>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=BY3bFnBQlic>

youtube. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.youtube.com/watch?v=R27--EkC6K8>