

Η πολιτική συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε οπτικοακουστικό κείμενο

Σημειωτική ανάλυση της θεματικής δομής
και των χρωμάτων

Δήμητρα Σαρακατσιάνου

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ dsarakatsianou@uom.edu.gr

Λουκία Κωστοπούλου

ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ lkostop@frl.auth.gr

Abstract

Over the past years, the European Commission (E.C.) has multiplied the various actions taken towards the diffusion of its future policies. This is a type of institutional or corporate advertising. The present research aims at examining an audiovisual text, “a narrative of Europe”, which informs Greek citizens of the cohesion policy of the E.C., by analysing the syntagmatic structure of the narrative, and exploring color schemes.

Keywords

European Commission

cohesion policy

semiotics

color schemes

Εισαγωγή

Διεθνώς σε πολλούς οργανισμούς, φορείς και επιχειρήσεις είναι ευρύτατα διαδεδομένη η πρακτική ενημέρωσης του ευρύτερου κοινού για τις δραστηριότητες, τη φιλοσοφία, το όραμα, τις επενδύσεις και γενικότερα, για κάθε είδους πληροφορία που συνδέεται με την εκάστοτε θεσμική ή επιχειρηματική μονάδα (Kittle, 2000; Biehal & Sheinin, 1998; Clayton, Cavanagh, & Hettche, 2012; Kim, Haley, & Koo, 2009; Reich & Soule, 2016; Schumann, Hathcote, & West, 1991; Snow, 2016). Το είδος αυτής της διαφήμισης ονομάζεται *θεσμική διαφήμιση (institutional advertising)* (Ζώτος, 2008), ωστόσο, στη βιβλιογραφία, συναντάται και με έναν άλλο ισοδύναμο όρο ως *εταιρική διαφήμιση (corporate advertising)* (Spangardt, 2019). Ο ισοδύναμος αυτός όρος αναφέρεται στην κατηγορία διαφημίσεων που προωθούν την εικόνα της εταιρίας και όχι κάποιο προϊόν. Με άλλες λέξεις η εταιρική διαφήμιση δεν έχει ως στόχο την πώληση κάποιου προϊόντος αλλά επιδιώκει την πληροφόρηση του κοινού.

Σε αυτό το πλαίσιο, η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) αναπτύσσει τη δική της διαφημιστική εκστρατεία που στοχεύει στην ενημέρωση πρωτίστως των πολιτών της, για διάφορα θέματα που σχετίζονται με την πολιτική, το όραμα, τις επενδύσεις, τις πρακτικές και άλλα ζητήματα του θεσμού. Ένα από τα βασικότερα επικοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιεί η ΕΕ για να διαδώσει τα πολύπλευρα μηνύματά της είναι το διαδίκτυο. Στον επίσημο ιστότοπο της ΕΕ (<https://europa.eu>) αλλά και σε άλλους επίσημους ιστότοπους των θεσμικών οργάνων της, όπως π.χ. ο ιστότοπος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (<https://ec.europa.eu/commission>), διατίθεται άμεσα ένα πλούσιο πολύγλωσσο ενημερωτικό υλικό (όπως: εκδόσεις, φυλλάδια, οπτικοακουστικό υλικό, χάρτες, κ.ά.).

Με βάση τα προηγούμενα δεδομένα, το αντικείμενο αυτής της εργασίας είναι η σημειωτική ανάλυση ενός οπτικοακουστικού κειμένου (βίντεο), το οποίο περιγράφει τις δράσεις της ΕΕ που αφορούν την πολιτική συνοχής της. Η ανάλυση αυτή γίνεται προκειμένου να διαπιστωθούν οι προθέσεις της ΕΕ που σχετίζονται με την σκόπιμη επιλογή των επικοινωνιακών μηνυμάτων της. Το ερώτημα που τίθεται είναι: *Η ΕΕ κατασκευάζει οπτικοακουστικά κείμενα προμελετημένα ή όχι;* Προκειμένου να απαντηθεί το εν λόγω ερώτημα θα πρέπει να ληφθούν υπόψη διάφοροι συντελεστές επίδρασης. Στο πλαίσιο αυτής της μελέτης θα ασχοληθούμε με δύο βασικούς συντελεστές επίδρασης: τα αφηγηματικά θέματα και το χρώμα του οπτικοακουστικού κειμένου. Η επιλογή αυτών των συντελεστών οφείλεται στη μορφή του εξεταζόμενου κειμένου, το οποίο εμπεριέχει σε μεγάλο βαθμό τόσο γλωσσικά μηνύματα πληροφοριακού χαρακτήρα όσο και χρώματα που συνοδεύουν την αφήγηση.

Συγκεκριμένα, η εργασία αρχικά διερευνά τη συνταγματική δομή του κειμένου έτσι ώστε να εντοπιστεί η θεματική διαδρομή της αφήγησης, αλλά και οι χρονικές αναφορές της (παρελθόν, παρόν, μέλλον), και κατά συνεπεία, να αναδειχθούν τα κύρια ζητήματα και τα χρονικά πλαίσια που συνδέονται με την πολιτική συνοχής της ΕΕ. Ακολουθεί, στη συνέχεια, η εξέταση των χρωματικών κωδίκων η οποία έχει ως στόχο την αποκάλυψη της λει-

τουργίας που διαδραματίζουν οι κώδικες αυτοί στο συγκεκριμένο οπτικοακουστικό κείμενο. Συνεπώς, τα επιμέρους ερωτήματα της έρευνας που τέθηκαν είναι τα εξής:

- E1: Ποια είναι τα αφηγηματικά θέματα που πραγματεύεται το βίντεο;
- E2: Ποιες χρονικές αναφορές γίνονται στο βίντεο;
- E3: Ποια η λειτουργία του χρώματος στο βίντεο;
- E4: Ποιος είναι ο κύριος ρόλος του εικαστικού φόντου της αφήγησης;

Για να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα χρησιμοποιήθηκαν τρία βασικά μεθοδολογικά εργαλεία. Το πρώτο σχετίζεται με τις τυπολογίες της κινηματογραφικής συντακτικής ανάλυσης (Chandler, 2007; Tolson, 1996), το δεύτερο συνδέεται με την θεωρία της διασημειωτικής μετάφρασης (Kourdis, 2017; Leeuwen, 2011) και το τρίτο με τη θεωρία χρωμάτων και ειδικότερα την τυπολογία των χρωματικών σχημάτων (Kessler, 2012; Sawahata, 2001).

Επομένως, στις επόμενες ενότητες θα αναφερθούμε διαδοχικά: σε βασικά θεωρητικά ζητήματα, στη μεθοδολογία της μελέτης, στην περιγραφή και ανάλυση του υλικού, στα ευρήματα της μελέτης και τα συμπεράσματα αυτής.

Θεωρητικό πλαίσιο

Σύμφωνα με τον δομισμό κάθε *κείμενο* –με την ευρύτερη σημασία του όρου που αναφέρεται σε οποιοδήποτε κείμενο (όπως: γραπτό κείμενο, εικόνα, βίντεο, κ.ά.) που μεταφέρει ένα νόημα– αποτελεί ένα σύστημα σημείων, ένα σύστημα σημασίας, το οποίο δομείται πάνω σε ένα συνταγματικό και παραδειγματικό άξονα. Ειδικότερα, οι συνταγματικές σχέσεις των σημείων δημιουργούν τις συνταγματικές δομές του, οι οποίες με τη σειρά τους, δομούν την πλοκή της ιστορίας (Propp, Wagner, & Dundes, 1968). Στον κινηματογράφο η συνταγματική ανάλυση αναφέρεται στο πώς συνδέονται μεταξύ τους κάθε πλάνο, σκηνή ή σεκάνς (Chandler, 2007). Σύμφωνα με τον Tolson (1996) υπάρχουν τρεις τύποι συνταγματικών δομών σε ένα κείμενο: η αφήγηση (σειριακές σχέσεις), το μοντάζ (χωρικές σχέσεις) και το επιχείρημα (εννοιολογικές σχέσεις). Ο Metz (1991) από την άλλη πλευρά προτείνει τις δικές του συνταγματικές κατηγορίες που αφορούν την αφήγηση στον κινηματογράφο, για παράδειγμα αναφέρεται στο αυτόνομο πλάνο, στο παρενθετικό σύνταγμα, στην σκηνή, στην επεισοδιακή ακολουθία, κ.ά. Άλλη μια πιο απλή τυπολογία προτείνουν οι Hodge και Trigg στην οποία διακρίνουν τέσσερα είδη συνταγμάτων με κριτήριο τον χώρο και τον χρόνο: το σύγχρονο (ένας χρόνος), το διαχρονικό (διαφορετικές χρονικές στιγμές), το συντοπικό (ίδιος χώρος) και το διατοπικό (διαφορετικοί χώροι) (όπως αναφ. στο Chandler, 2007, σ. 120).

Ένα άλλο ζήτημα που απασχολεί την σημειωτική επιστήμη είναι το πώς προσεγγίζεται το χρώμα. Αρκετές ενδιαφέρουσες προσεγγίσεις εξετάζουν το χρώμα ως φορέα νοήματος (Caivano, 1998; Kauppinen-Räsänen & Jauffret, 2017; Koller, 2008; Kourdis, 2017; Kress & Van Leeuwen, 2002, 2002; Lee & Kim, 2007; Leeuwen, 2011). Όλες αυτές οι μελέτες προσπαθούν να απαντήσουν σε ένα βασικό ερώτημα: *με ποιο τρόπο το χρώμα μεταφέρει κάποιο μήνυμα*; Σύμφωνα με τους Kress & Van Leeuwen (2002) η χρήση του χρώματος σαφώς

μπορεί να υποδηλώνει συγκεκριμένα πράγματα, άτομα, τόπους και ιδέες, αλλά επίσης μπορεί να χρησιμοποιείται για να δώσει συνοχή σε ένα κείμενο ή για να κάνει ευδιάκριτα διάφορα μέρη ενός συνόλου. Στο ίδιο πλαίσιο, μεγάλη έμφαση δίνεται στη σημασία που αποκτά το χρώμα σε διαφορετικές κουλτούρες και, κατ' επέκταση, διαφορετικές κοινωνίες (Gage, 1999a, 1999b; Kress & Van Leeuwen, 2002). Με άλλα λόγια η ερμηνεία του χρώματος είναι αλληλένδετη με την κοινωνικοπολιτισμική γνώση του θεατή (Kourdis, 2017).

Ειδικότερα, από την οπτική της διασημειωτικής μετάφρασης –δηλαδή της σημειωτικής πρακτικής κατά την οποία πραγματώνεται η μετάβαση από ένα γλωσσικό σημειωτικό σύστημα σε ένα άλλο μη γλωσσικό (π.χ. το χρώμα)– ο Kourdis (2017) πιστεύει ότι ο τρόπος που αντιλαμβανόμαστε την έννοια του χρώματος μπορεί να έχει τρεις διαστάσεις: την προσωπική, την κοινωνική και την ρητορική. Στην πρώτη περίπτωση πρόκειται για το *ιδιόχρωμα* (idiochrome), στην δεύτερη για το *κοινωνιόχρωμα* (sociochrome) και στην τρίτη για το *ρητορόχρωμα* (rhetochrome).

Σε ένα άλλο πλαίσιο, στην θεωρία χρωμάτων, το φάσμα των χρωμάτων μπορεί να απεικονιστεί με ένα διατεταγμένο τρόπο μέσω του *χρωματικού κύκλου* (Color wheel), ο οποίος χρησιμοποιείται ως οδηγός για την σύνθεση των χρωμάτων. Η αρχική προσέγγιση και κατασκευή του χρωματικού κύκλου οφείλεται στον Isaac Newton (Harkness, 2006; Luo, 2016 βλ. Color circle). Η επιλογή των κατάλληλων χρωμάτων και κυρίως η ισορροπία μεταξύ τους σχετίζεται με την θεωρία της *αρμονίας χρωμάτων* (Color harmony) (Luo, 2016 βλ. Color harmony; Wei, Ou, Luo, & Hutchings, 2014). Με βάση επομένως, αυτή την θεωρία, μπορούμε να παράγουμε διαφορετικές αισθητικές εμπειρίες, οι οποίες συνδέονται με την οργανωμένη επιλογή χρωμάτων, τα *χρωματικά σχήματα* (Color scheme). Τα βασικά χρωματικά σχήματα (βλ. Σχήμα 1) και οι αισθητικοί κανόνες που διέπουν τους αντίστοιχους συνδυασμούς παρουσιάζονται συνοπτικά στον Πίνακα 1 (Kessler, 2012; Luo, 2016 βλ. Color scheme; Sawahata, 2001; Wei κ.ά., 2014).

Πίνακας 1: Συνοπτική περιγραφή χρωματικών σχημάτων

A/a	Χρωματικό σχήμα [Σύντομη περιγραφή]	Αισθητικός κανόνας
σχ1	Συμπληρωματικό (Complementary) [Δύο αντικριστά χρώματα]	Υψηλή αντίθεση (ζωηρή εμφάνιση)
σχ2	Μονοχρωματικό (Monochromatic) [Ένα χρώμα με διαφορετική φωτεινότητα και κορεσμό]	Υψηλή αρμονία (ευχάριστη εμφάνιση σε μονοχρωματικό πλαίσιο)
σχ3	Αναλογικό (Analogous) [Τρία διπλανά χρώματα]	Υψηλή αρμονία (ευχάριστη εμφάνιση σε πολυχρωματικό πλαίσιο)
σχ4	Διαιρεμένο-συμπληρωματικό (Split-Complementary) [Τρία χρώματα που σχηματίζουν ένα ισοσκελές τρίγωνο]	Υψηλή αντίθεση με λιγότερη ένταση (αρκετά ζωηρή εμφάνιση)
σχ5	Τριαδικό (Triadic) [Τρία χρώματα που σχηματίζουν ένα ισόπλευρο τρίγωνο]	Μέτρια αρμονία (ζωντανή εμφάνιση)
σχ6	Τετράγωνο (Square) [Τέσσερα χρώματα που σχηματίζουν ένα τετράγωνο]	Υπό προϋποθέσεις υπάρχει χρωματική αρμονία



Σχήμα 1: Βασικά χρωματικά σχήματα

Αλλά, επίσης μπορούμε να εξετάσουμε το χρώμα με βάση τις τρεις βασικές ιδιότητές του (βλ. Σχήμα 2): (i) την *απόχρωση (hue)*: η ιδιαίτερη απόχρωση ενός χρώματος που γίνεται αντιληπτή από το ανθρώπινο μάτι (ii) τον *κορεσμό (chroma ή saturation)*: η σχετική καθαρότητα του χρώματος που προσδιορίζεται από το ποσοστό του γκριζου χρώματος που υπάρχει μέσα στην απόχρωση (ξεθωριασμένο ή ζωηρό χρώμα) και (iii) την *φωτεινότητα (brightness ή lightness)*: η σχετική φωτεινότητα που προσδιορίζεται από το ποσοστό του μαύρου χρώματος που υπάρχει μέσα στην απόχρωση (σκούρο ή ανοικτό χρώμα). Για παράδειγμα μια απόχρωση χρώματος με μηδενικό κορεσμό αντιστοιχεί σε ένα γκρι χρώμα, ενώ μια απόχρωση χρώματος με μηδενική φωτεινότητα αντιστοιχεί σε ένα μαύρο χρώμα (Sangwine & Horne, 2012; Sutton & Whelan, 2017).



Σχήμα 2: Βασικές ιδιότητες χρώματος

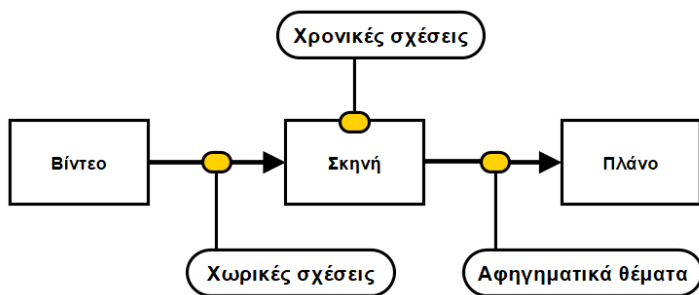
Μεθοδολογία

Όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή της εργασίας, το υλικό που αναλύεται αφορά ένα οπτικοακουστικό υλικό ενημέρωσης που αναφέρεται στην περιφερειακή πολιτική που εφαρμόζει η ΕΕ. Αυτό το υλικό αποτελεί ένα από τα «αφηγήματα της Ευρώπης» που αποτυπώνει κυρίως το όραμα της ΕΕ για την ευρωπαϊκή συνοχή. Πράγματι η εξέταση αυτού του αφηγήματος – το οποίο από την οπτική της σημειωτικής δύναται να αναλυθεί με διαφορετικούς τρόπους– αποτελεί ένα ενδιαφέρον υλικό, η μελέτη του οποίου πιθανώς θα αναδείξει τις προθέσεις (προμελετημένες ή μη) του διεθνούς οργανισμού.

Προκειμένου, συνεπώς, να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας εφαρμόστηκαν τρεις διαφορετικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις. Η πρώτη μέθοδος ανάλυσης

συνδέεται με την ανάλυση της συνταγματικής δομής του βίντεο. Σ' αυτό το πλαίσιο επίσης εφαρμόστηκαν τεχνικές της περιγραφικής στατιστικής (Mann, 2015) για να δούμε την κατανομή των σκηνών στη διάρκεια του χρόνου. Η δεύτερη μέθοδος είναι η διασημειωτική μετάφραση των μη λεκτικών μηνυμάτων του υλικού με έμφαση στο χρώμα. Ενώ, η τρίτη μέθοδος αφορά τη θεωρία της χρωματικής αρμονίας και τα αντίστοιχα χρωματικά σχήματα που απορρέουν από αυτή.

Συγκεκριμένα, η ανάλυση της συνταγματικής δομής του βίντεο εξετάστηκε με βάση τρία κριτήρια, τρεις συνιστώσες (βλ. Σχήμα 3): (α) τις χωρικές σχέσεις, (β) τα αφηγηματικά θέματα και (γ) τις χρονικές σχέσεις. Με βάση την κινηματογραφική γλώσσα διαχωρίσαμε το οπτικοακουστικό υλικό σε πλάνα, σκηνές και σεκάνς. Η σκηνή προσεγγίστηκε από την οπτική του μοντάζ, συγκεκριμένα από τις χωρικές σχέσεις μεταξύ των σκηνών (μιας και εξετάζουμε το χρώμα το οποίο λειτουργεί ως χώρος) και όχι από το μέγεθος του πλάνου ή τη λήψη του. Ο χώρος, το σκηνικό που εξελίσσεται η αφήγηση στην δική μας περίπτωση αναφέρεται στο χρωματικό φόντο του βίντεο. Με άλλα λόγια, κάθε φορά που αλλάζει το χρώμα του φόντου στο βίντεο έχουμε και αλλαγή στη σκηνή της αφήγησης. Η κάθε σκηνή ουσιαστικά αποτελεί ένα αυτόνομο τμήμα νοήματος (ένα αφηγηματικό θέμα) που επιμερίζεται σε μικρότερα διαδοχικά τμήματα νοήματος (αφηγηματικά υπο-θέματα), τα πλάνα. Ενώ η αφηγηματική ιστορία (όλο το βίντεο) αποτελεί τη μοναδική σεκάνς του βίντεο. Επιπλέον, μπορούμε να διακρίνουμε τρεις χρονικές στιγμές που διαδραματίζεται η αφήγηση, το παρελθόν, το παρόν (σ' αυτή τη χρονική στιγμή εντάσσονται και αφηγήσεις που φαίνονται ουδέτερες χρονικά) και το μέλλον.



Σχήμα 3: Οι τρεις συνιστώσες ανάλυσης της συνταγματικής δομής

Όσον αφορά την εφαρμογή της διασημειωτικής μετάφρασης, αρχικά εντοπίστηκαν τα δεδομένα εκείνα τα οποία συνιστούν περιπτώσεις διασημειωτικής μετάφρασης δηλαδή τα λεκτικά μηνύματα τα οποία μετασχηματίζονται σε εικονικά ή χρωματικά μηνύματα, έπειτα πραγματοποιήθηκε η ανάλυση αυτών των περιπτώσεων, με ιδιαίτερη έμφαση στον προσδιορισμό των κατηγοριών των χρωμάτων (ιδιόχρωμα, κοινωνιόχρωμα, ρητορόχρωμα), που εμφανίζονται σε κάθε περίπτωση.

Η ανάλυση του χρωματικού φόντου εξετάστηκε με βάση τα χρωματικά σχήματα. Η διαδικασία αυτή πραγματοποιήθηκε ως εξής: αρχικά τοποθετήθηκαν τα χρώματα του φόντου πάνω στον δωδεκαμερή χρωματικό κύκλο· έπειτα εξετάστηκε κατά πόσο αυτά σχηματίζουν τα διάφορα χρωματικά σχήματα (η εξέταση ήταν διαδοχική με βάση τη σειρά εμφάνισής τους στο βίντεο). Ο έλεγχος αυτός πραγματοποιήθηκε προκειμένου να διαπιστωθεί εάν τα χρώματα του φόντου δημιουργούν κάποια αίσθηση αρμονίας. Τέλος, διερευνήθηκε η φωτεινότητα και ο κορεσμός των χρωμάτων αυτών ώστε να διαπιστωθεί εάν ο «συντονισμός των χρωμάτων» (Kress & Van Leeuwen, 2002) εντείνει την συνοχή του κειμένου. Συνεπώς, οι προηγούμενες ενέργειες επιχειρούν να απαντήσουν στο γενικό ερώτημα που θέσαμε και αφορά τη σκόπιμη επιλογή των χρωμάτων.

Ανάλυση του υλικού

Περιγραφή υλικού

Το υλικό που αναλύουμε αφορά ένα οπτικοακουστικό κείμενο που αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και αποτελεί ένα μόνο μέρος της διαφημιστικής εκστρατείας που εφαρμόζεται από την ΕΕ σχετικά με την περιφερειακή πολιτική. Το βίντεο στην ελληνική γλώσσα έχει τον εξής τίτλο: *‘Η πολιτική συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης: επενδύοντας στις περιφέρειες και τις πόλεις σας’*. Η διάρκεια του βίντεο είναι 3,34 λεπτά και βρίσκεται διαθέσιμο από το έτος 2014 στο επίσημο κανάλι στο Youtube της Γενικής Διεύθυνσης Περιφερειακής Πολιτικής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (https://www.youtube.com/watch?v=YDL_aZyczO4). Σε επίπεδο περιεχόμενου, το οπτικοακουστικό κείμενο αναφέρεται σε επενδυτικά θέματα που αφορούν την πολιτική συνοχής, τους βασικούς πόρους χρηματοδότησης και την αποτελεσματική διάθεση αυτών, καθώς επίσης και τις προτεραιότητες των παλαιών και νέων στρατηγικών. Η μορφή επικοινωνίας του κειμένου είναι τόσο λεκτική (γραπτό και προφορικό κείμενο) όσο και μη λεκτική (εικονίδια, σχέδια, χρώματα, κίνηση). Η ομιλία αλληλοεπιδρά με τα άλλα στοιχεία και δημιουργούν μαζί την αφηγηματική διαδρομή της ιστορίας. Η ρεαλιστική αφήγηση δίνει έμφαση σε συγκεκριμένα αφηγηματικά στοιχεία, κυρίως πληροφοριακού χαρακτήρα (π.χ. χρονολογίες, αριθμητικά δεδομένα). Οι οπτικές πληροφορίες που παρέχονται είναι μη ρεαλιστικές αναπαραστάσεις, κυρίως επεξηγηματικά γραφικά ανάγνωσης, κινούμενες εικόνες και συνοπτικά κείμενα. Τα χρώματα κυριαρχούν σε όλο το κείμενο και φαίνεται, εκ πρώτης όψεως, ότι συντελούν στο πέρασμα από τη μία θεματική ενότητα στην άλλη.

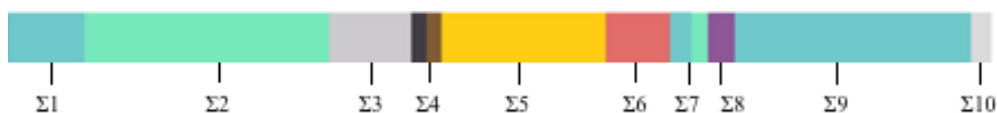
Συνταγματική ανάλυση

Με κριτήριο τις χωρικές σχέσεις του βίντεο (δηλαδή το χρωματικό φόντο) προέκυψαν δέκα (10) σκηνές, οι οποίες πράγματι συνδέονται αντίστοιχα με δέκα (10) διακριτά αφηγηματικά θέματα όπως αυτά φαίνονται στον Πίνακα 2. Επιπλέον, στον Πίνακα 2 εμφανίζεται η χρονική διάρκεια των σκηνών και η ποσοστιαία συμμετοχή τους στη χρονική διάρκεια του

βίντεο. Οι σκηνές με τη μεγαλύτερη ποσοστιαία διάρκεια είναι τρεις, η σκηνή Σ1 η οποία αναφέρεται στα αποτελέσματα της πολιτικής συνοχής (24,85%), η σκηνή Σ9 η οποία αναφέρεται στην αποτελεσματική διάθεση των πόρων (23,95%) και η σκηνή Σ5 η οποία αναφέρεται στην πολιτική συνοχής 2014-2020 (16,77%). Η αντίστοιχη γραφική αναπαράσταση της σχετικής ποσοστιαίας διάρκειας των σκηνών εμφανίζεται στο συσσωρευμένο ραβδόγραμμα (βλ. Σχήμα 4), το οποίο παρουσιάζει με πιο εύληπτο τρόπο αυτή την κατανομή. Τα χρώματα που εμφανίζονται στο ραβδόγραμμα αντιστοιχούν στα χρώματα του φόντου του βίντεο¹. Επίσης, στον Πίνακα 3 μπορεί κανείς να δει αναλυτικά τα αφηγηματικά θέματα των σκηνών και των πλάνων του βίντεο.

Πίνακας 2: Η ποσοστιαία κατανομή των σκηνών στην χρονική διάρκεια του βίντεο

Σκηνή	Θέμα	Αρχή	Τέλος	Διάρκεια	Ποσοστό (%)
Σ1	Εισαγωγική πληροφόρηση	0,00	0,26	0,26	7,78
Σ2	Αποτελέσματα πολιτικής συνοχής	0,26	1,09	0,83	24,85
Σ3	Πόροι χρηματοδότησης	1,09	1,37	0,28	8,38
Σ4	Αναθεώρηση πολιτικής συνοχής	1,37	1,47	0,10	2,99
Σ5	Πολιτική συνοχής 2014-2020	1,47	2,03	0,56	16,77
Σ6	Προτεραιότητα επενδύσεων	2,03	2,25	0,22	6,59
Σ7	Νέα πολιτική συνοχής	2,25	2,38	0,13	3,89
Σ8	Εδαφική συνεργασία	2,38	2,47	0,09	2,70
Σ9	Αποτελεσματική διάθεση πόρων	2,47	3,27	0,80	23,95
Σ10	Δημιουργός οπτικοακουστικού υλικού	3,27	3,34	0,07	2,10
Σύνολο				3,34	100,00



Σχήμα 4: Ραβδόγραμμα κατανομής ποσοστιαίας διάρκειας των σκηνών

Σχετικά με τις χρονικές αναφορές της αφήγησης διαπιστώνουμε ότι σε γενικές γραμμές αυτές είναι σε αρκετά μεγάλο βαθμό κατανεμημένες (σχεδόν ισόποσες) όπως αυτό φαίνεται τόσο στον Πίνακα 4 όσο και στο κυκλικό διάγραμμα (βλ. Σχήμα 5). Ωστόσο, την πρώ-

1. Τα χρώματα προσδιορίστηκαν με χρήση του λογισμικού Adobe Photoshop.

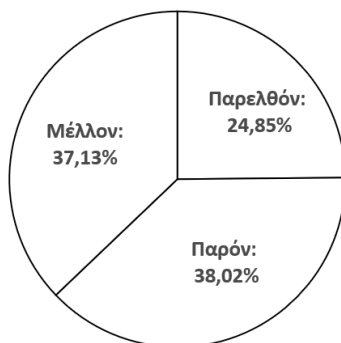
Πίνακας 3: Αφηγηματικά θέματα

Πλάνο	Θέμα	Αρχή	Τέλος
Σ1: Εισαγωγική πληροφόρηση			
Π1	Αντικείμενο του οπτικοακουστικού υλικού	0,00	0,05
Π2	Σχετικά με τις περιφέρειες της ΕΕ	0,05	0,14
Π3	Στόχος της πολιτικής συνοχής	0,14	0,26
Σ2: Αποτελέσματα πολιτικής συνοχής			
Π4	Δημιουργία θέσεων εργασίας	0,26	0,34
Π5	Επενδύσεις στην εκπαίδευση	0,34	0,42
Π6	Βελτίωση δικτύου μεταφορών	0,42	0,50
Π7	Εξασφάλιση καθαρού πόσιμου νερού	0,50	0,55
Π8	Επενδύσεις σε επιχειρήσεις	0,56	1,00
Π9	Επενδύσεις στην έρευνα	1,00	1,09
Σ3: Πόροι χρηματοδότησης			
Π10	Βασικοί πόροι χρηματοδότησης	1,09	1,18
Π11	Ποσοστό προϋπολογισμού	1,18	1,22
Π12	Συντονισμός επενδύσεων	1,22	1,37
Σ4: Αναθεώρηση πολιτικής συνοχής			
Π13	Χρονικό πλαίσιο αναθεώρησης	1,37	1,47
Σ5: Πολιτική συνοχής 2014-2020			
Π14	Αναθεώρηση και υλοποίηση	1,47	1,54
Π15	Στρατηγική Ευρώπη 2020	1,54	2,03
Σ6: Προτεραιότητα επενδύσεων			
Π16	Επένδυση σε κρίσιμους τομείς	2,03	2,25
Σ7: Νέα πολιτική συνοχής			
Π17	Επένδυση στους ανθρώπους	2,26	2,38
Σ8: Εδαφική συνεργασία			
Π18	Συνεργασία περιφερειών	2,38	2,47
Σ9: Αποτελεσματική διάθεση πόρων			
Π19	Εστίαση στους στόχους και τα αποτελέσματα	2,47	3,01
Π20	Απλούστευση διαδικασιών & εναρμόνιση κανόνων	3,01	3,14
Π21	Κοινοποίηση αποτελεσμάτων	3,14	3,27
Σ10: Δημιουργός οπτικοακουστικού υλικού			
Π22	Λογότυπο ΕΕ	3,27	3,34

τη θέση κατέχει η αναφορά στο παρόν (38,02%), την δεύτερη θέση η αναφορά στο μέλλον (37,13%) και την τρίτη θέση η αναφορά στο παρελθόν (24,85%). Η σχεδόν ισόποση κατανομή των τριών χρονικών αναφορών (παρελθόν, παρόν, μέλλον) στην διάρκεια της αφήγησης πιθανόν δείχνει την πρόθεση της ΕΕ να τονίσει την δυναμική συμβολή της, σε κάθε χρονική στιγμή, για την εκπλήρωση του στόχου της, που στην προκειμένη περίπτωση αφορά την πολιτική συνοχής της.

Πίνακας 4: Ποσοστιαία διάρκεια σκηνών σε σχέση με τον χρόνο.

Σκηνές	Χρόνος	Ποσοστό (%)
Σ1	Παρόν	7,78
Σ2	Παρελθόν	24,85
Σ3, Σ4, Σ5	Παρόν	28,14
Σ6, Σ7, Σ8, Σ9	Μέλλον	37,13
Σ10	Παρόν	2,10
	Σύνολο	100,00



Σχήμα 5: Κυκλικό διάγραμμα ποσοστιαίας διάρκειας σκηνών σε σχέση με τον χρόνο.

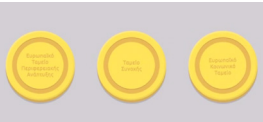
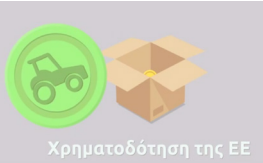
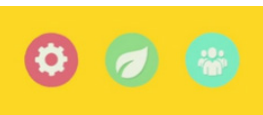
Χρώμα και διασημειωτική μετάφραση

Στο ερευνητικό υλικό εντοπίσαμε τέσσερις εμφανείς περιπτώσεις διασημειωτικής μετάφρασης στις οποίες συμμετέχουν διαφορετικοί κώδικες (βλ. Πίνακα 5). Αναλυτικότερα, στην πρώτη περίπτωση (δ1) παρατηρούμε ότι τα λεκτικά μηνύματα 'Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης', 'Ταμείο Συνοχής' και 'Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο' μετασχηματίζονται τόσο σε εικονικά μηνύματα (νόμισμα) όσο και σε χρωματικό μήνυμα (το κίτρινο χρώμα των νομισμάτων). Σε αυτή την περίπτωση το εικονικό και χρωματικό μήνυμα χρησιμοποιείται ως πλεονασμός, αφού φαίνονται ξεκάθαρα τα λεκτικά μηνύματα.

Ενδεχομένως, αυτή η πρακτική να είναι σκόπιμη· ίσως μια νοηματική προετοιμασία και εξοικείωση για τις αμέσως επόμενες δύο (δ2 και δ3) περιπτώσεις διασημειωτικής μετάφρασης. Σε αυτές το ‘Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης’ και το ‘Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας’ μετασχηματίζονται σε εικονικά μηνύματα αλλά και σε χρωματικά μηνύματα. Στη δεύτερη περίπτωση (δ2) διασημειωτικής μετάφρασης το εικονικό μήνυμα είναι το νόμισμα (υπονοεί το νομισματικό ταμείο) και το τρακτέρ (υπονοεί το γεωργικό), ενώ το χρωματικό μήνυμα (το πράσινο χρώμα) σαφώς υπονοεί το ‘περιβάλλον’, τη ‘φύση’, τη ‘γεωργία’. Στην τρίτη περίπτωση (δ3), το εικονικό μήνυμα (το ψάρι) υπονοεί τη ‘θάλασσα’ και το χρωματικό μήνυμα (γαλάζιο χρώμα) υπονοεί τη ‘θάλασσα’. Σε αυτές τις δύο περιπτώσεις (δ2 και δ3) πρόκειται για μια παραπληρωματική σχέση μεταξύ των διαφορετικών κωδικών. Με άλλα λόγια, διαφορετικοί σημειωτικοί τρόποι περιγράφουν μία έννοια.

Τέλος, η τελευταία περίπτωση (δ4) αναφέρεται στο μετασχηματισμό του λεκτικού μηνύματος ‘βιώσιμη ανάπτυξη’ σε εικονικό μήνυμα (φύλλο δένδρου) και σε χρωματικό μήνυμα (πράσινο χρώμα). Τα δύο μη λεκτικά μηνύματα προσπαθούν να μεταφράσουν αντίστοιχα το λεκτικό μήνυμα ‘ανάπτυξη’ με τα δένδρα που αναπτύσσονται και το λεκτικό μήνυμα ‘βιώσιμο’ με το πράσινο χρώμα που υπονοεί το φυσικό περιβάλλον που ζωογονεί όλη την πλάση. Και στις τέσσερις περιπτώσεις το χρώμα υπονοεί κάποιες

Πίνακας 5: Στοιχεία διασημειωτικότητας

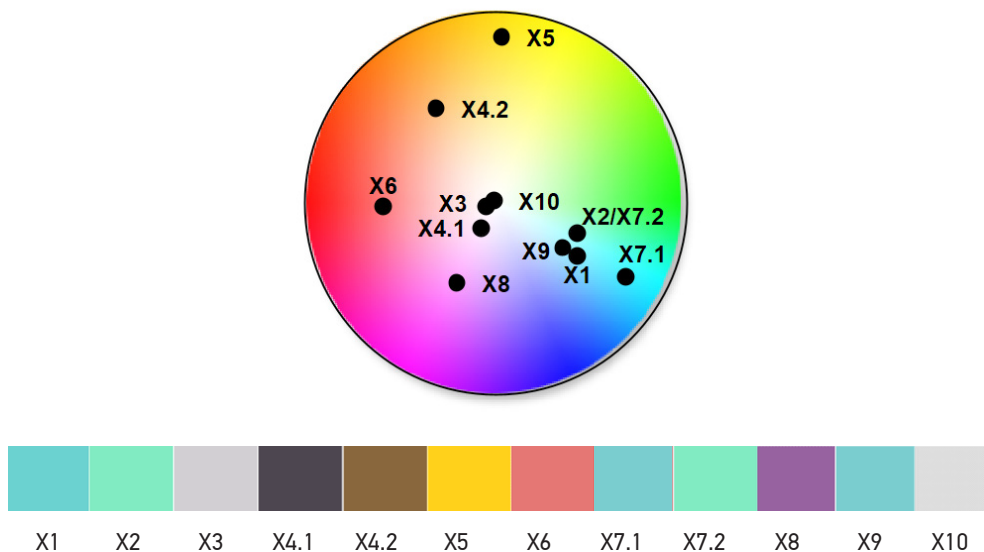
A/a	Μη-λεκτικό στοιχείο	Λεκτικό στοιχείο	Χρώμα-εικόνα-έννοια
δ1		Όλα αυτά έγιναν δυνατά χάρη στο Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης το Ταμείο Συνοχής και το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο	Κίτρινο χρώμα-νόμισμα-ταμείο
δ2		με το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης	Πράσινο χρώμα-τρακτέρ-γεωργία
δ3		και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας και συμπληρώνουν άλλες πηγές χρηματοδότησης της ΕΕ.	Κυανό χρώμα-ψάρι-θάλασσα
δ4		Για έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη.	Πράσινο χρώμα-φύλλο-βιώσιμη ανάπτυξη

έννοιες, συνεπώς πρόκειται για μία ρητορική ερμηνεία του χρώματος (δηλαδή για ένα ρητορόχρωμα).

Αρμονία χρωμάτων φόντου

Σε αυτό το στάδιο ελέγχθηκε αν υπάρχει κάποια σχετική αρμονία μεταξύ των χρωμάτων του φόντου του οπτικοακουστικού κειμένου. Αρχικά τοποθετήθηκαν τα χρώματα στον χρωματικό κύκλο (βλ. Σχήμα 6)², έπειτα πραγματοποιήθηκε ο έλεγχος του σχηματισμού των χρωματικών σχημάτων. Αυτό που διαπιστώθηκε είναι ότι οι συνδυασμοί των χρωμάτων δεν ακολουθούν απόλυτα (αλλά κατά προσέγγιση) τα αντίστοιχα χρωματικά σχήματα.

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης παρουσιάζονται στον Πίνακα 6. Σε γενικές γραμμές αυτό που προκύπτει είναι ότι στο μεγαλύτερο μέρος του οπτικοακουστικού κειμένου ο συνδυασμός των χρωμάτων αναδύει μια αρμονία, η οποία αναφύεται από τα κατά προσέγγιση χρωματικά σχήματα που εφαρμόζονται στο κείμενο. Για παράδειγμα, ο συνδυασμός του Χ5 (κίτρινο χρώμα) και του Χ6 (σάπιο μήλο) παράγει ένα αναλογικό σχήμα, το οποίο παρέχει μια υψηλή αρμονία δηλαδή μια ευχάριστη εμφάνιση σε ένα πολυχρωματικό πλαίσιο. Από την άλλη, υπάρχει μόνο μία υψηλή αντίθεση μεταξύ των χρωμάτων όταν πραγματοποιείται η μετάβαση από την έκτη σκηνή στην εβδόμη σκηνή. Εδώ, ο συνδυασμός των



Σχήμα 6: Απεικόνιση χρωμάτων φόντου στον χρωματικό κύκλο

2. Για να τοποθετηθούν τα χρώματα στο χρωματικό κύκλο χρησιμοποιήθηκε τόσο το Adobe Photoshop όσο και το διαδικτυακό εργαλείο Color Calculator (<https://www.sessions.edu/color-calculator>).

αντικριστών χρωμάτων, του X6 (σάπιο μήλο) και του X7.1 (γαλάζιο), παράγει ένα συμπληρωματικό σχήμα το οποίο δημιουργεί μια ζωηρή εμφάνιση με υψηλή αντίθεση. Με βάση το θεματικό περιεχόμενο των σκηνών βλέπουμε καθαρά τον λόγο για τον οποίο υφίσταται αυτή η χρωματική αντίθεση. Ο λόγος είναι ότι οι δημιουργοί του υλικού θέλουν να τονίσουν την αλλαγή του περιεχομένου του υλικού, δηλαδή ότι πλέον το βίντεο θα αναφερθεί στη 'Νέα πολιτική συνοχής' (Σ7).

Η ανάλυση των χρωμάτων του φόντου τελειώνει με τον έλεγχο του κορεσμού (S) και της φωτεινότητας (B) τους. Όπως τεκμαίρεται από την ανάλυση (βλ. Πίνακα 7), τα περισσότερα χρώματα που έχουν επιλεγεί για το φόντο του βίντεο εμφανίζουν ένα μέτριο βαθ-

Πίνακας 6: Τα χρωματικά σχήματα του φόντου του βίντεο

Ακολουθία χρωμάτων	Χρωματικό σχήμα	Αισθητικός κανόνος
X1-X2	Αναλογικό	Υψηλή αρμονία
X3-X4.1	Μονοχρωματικό	Υψηλή αρμονία
X4.2-X5	Αναλογικό	Υψηλή αρμονία
X5-X6	Αναλογικό	Υψηλή αρμονία
X6-X7.1	Συμπληρωματικό	Υψηλή αντίθεση
X7.1-X7.2	Αναλογικό	Υψηλή αρμονία
X7.2-X8-X9	Αναλογικό	Υψηλή αρμονία
X9-X10	Μονοχρωματικό	Υψηλή αρμονία

Πίνακας 7: Φωτεινότητα και κορεσμός χρωμάτων φόντου

A/a	Κωδικός χρώματος	H	S	Βαθμός Κορεσμού	B	Βαθμός Φωτεινότητας
X1	#60cdcb	179°	53%	Μέτριος	82%	Μεγάλος
X2	#76e9bc	157°	49%	Μέτριος	91%	Μεγάλος
X3	#cdcace	285°	2%	Μικρός	81%	Μεγάλος
X4.1	#423c45	280°	13%	Μικρός	27%	Μικρός
X4.2	#7f5c33	32°	60%	Μέτριος	50%	Μέτριος
X5	#ffcc14	47°	92%	Μεγάλος	100%	Μεγάλος
X6	#e26c69	1°	54%	Μέτριος	89%	Μεγάλος
X7.1	#2dd0d5	182°	79%	Μέτριος	84%	Μεγάλος
X7.2	#76e9bc	157°	49%	Μέτριος	91%	Μεγάλος
X8	#8d5797	291°	42%	Μέτριος	59%	Μέτριος
X9	#6fc8ca	181°	45%	Μέτριος	79%	Μεγάλος
X10	#dadada	0°	0%	Μικρός	85%	Μεγάλος

μό κορεσμού και μια μέγιστη φωτεινότητα. Ουσιαστικά αυτό σημαίνει ότι ο συγκεκριμένος κορεσμός δείχνει ότι τα χρώματα δεν είναι ούτε πολύ ξεθωριασμένα άλλα ούτε και πολύ ζωνρά (μάλλον θα τα μεταφράζαμε ως ευχάριστα χρώματα)- ενώ η μέγιστη φωτεινότητα δείχνει ότι τα χρώματα που έχουν επιλεγεί είναι ανοικτόχρωμα (μάλλον θα τα μεταφράζαμε ως ελπιδοφόρα χρώματα). Ο «συντονισμός των χρωμάτων» (ο σχεδόν παρόμοιος βαθμός κορεσμού και φωτεινότητας) όπως αναφέρουν και οι Kress & Van Leeuwen (2002) ενισχύει τη συνοχή του κειμένου, επιβεβαιώνοντας για μία ακόμη φορά ότι οι απεικονίσεις είναι προμελετημένες.

Συμπεράσματα

Σε αυτή την ενότητα θα συνοψίζουμε τα κυριότερα ευρήματα της μελέτης που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα εργασία. Ξεκινώντας την αναφορά μας στα κυρίαρχα αφηγηματικά στοιχεία που προβάλλονται στο βίντεο, διαπιστώνουμε ότι δίνεται έμφαση: στα αποτελέσματα, την εφαρμογή της τρέχουσας πολιτικής συνοχής και την μελλοντική αποτελεσματική διάθεση των πόρων. Ουσιαστικά αυτά τα στοιχεία αφορούν διαφορετικές χρονικές στιγμές, το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον αντίστοιχα της πολιτικής συνοχής της ΕΕ.

Ένα άλλο συμπέρασμα που προκύπτει είναι, ότι με βάση την τυπολογία των συνταγματικών δομών που προτείνουν οι Hodge και Tripp, η οποία αναφέρεται στην χωροχρονική διάκριση των σκηνών, συνάγεται ότι το βίντεο στο σύνολό του αποτελεί ένα διαχρονικό και διατοπικό σύνταγμα. Διότι οι σκηνές που απαρτίζουν το βίντεο εξελίσσονται σε διαφορετικές χρονικές στιγμές (παρελθόν, παρόν, μέλλον) αλλά και σε διαφορετικούς χώρους (διαφορετικά χρωματικά φόντα).

Σχετικά με τον ρόλο του χρώματος, ένα πρώτο συμπέρασμα που συνάγεται είναι ότι το χρώμα του φόντου διαδραματίζει τον ρόλο του μη διηγητικού αφηγητή δηλαδή κατευθύνει την πλοκή της αφήγησης. Με άλλους όρους, η εναλλαγή του χρωματικού κώδικα συμβάλλει στον υφολογικό ρυθμό του κειμένου. Επίσης, το χρώμα παίζει τον ρόλο του διαμεσολαβητή κατά την διαδικασία αποκωδικοποίησης των λεκτικών μηνυμάτων, επομένως είναι ένα ρητορόχρωμα που υπαινίσσεται συγκεκριμένες έννοιες. Ενδιαφέρον, παρουσίαση η αίσθηση της αρμονίας και της συνοχής που φαίνεται να υπάρχει στο εικαστικό φόντο του βίντεο. Πιθανόν η ΕΕ να θέλει μέσω αυτών των χρωμάτων να προβάλλει την ιδέα της συνοχής. Η προμελετημένη επιλογή χρωμάτων μας ενθαρρύνει να προχωρήσουμε σε μία ακόμη σκέψη: ότι το εικαστικό φόντο λειτουργεί συμβολικά μεταφράζοντας την έννοια της «πολιτικής συνοχής της ΕΕ».

Βιβλιογραφία

Biehal, Gabriel and Daniel Sheinin. 1998. 'Managing the Brand in a Corporate Advertising Environment: A Decision-Making Framework for Brand Managers'. *Journal of Advertising*, 27(2): 99-110.

- Caivano, José Louis. 1998. 'Color and semiotics: A two-way street'. *Color Research & Application*, 23(6): 390–401.
- Chandler, Daniel. 2007. *Semiotics: The basics* (2nd ed.). London & New York: Routledge.
- Clayton, Michael, Kevin Cavanagh and Matt Hettche 2012. 'Institutional branding: a content analysis of public service announcements from American universities'. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2): 182–205.
- Gage, John. 1999a. *Color and culture: Practice and meaning from antiquity to abstraction*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Gage, John. 1999b. 'What Meaning had Colour in Early Societies?' *Cambridge Archaeological Journal*, 9(1): 109–126.
- Harkness, Nick. 2006. 'The colour wheels of art, perception, science and physiology'. *Optics & Laser Technology*, 38(4): 219–229.
- Kauppinen-Räisänen, Hannele and Marie Nathalie Jauffret. 2017. 'Using colour semiotics to explore colour meanings'. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 21(1): 101–117.
- Kessler, Margaret. 2012. *Color harmony in your paintings*. Ohio: North Light Books.
- Kim, Sora, Eric Haley and Gi-Yong Koo. 2009. 'Comparison of the Paths from Consumer Involvement Types to Ad Responses Between Corporate Advertising and Product Advertising'. *Journal of Advertising*, 38(3): 67–80.
- Kittle, Bart. 2000. 'Institutional Advertising in Higher Education'. *Journal of Marketing for Higher Education*, 9(4): 37–52.
- Koller, Veronika. 2008. "Not just a colour": pink as a gender and sexuality marker in visual communication'. *Visual Communication*, 7(4): 395–423.
- Kourdis, Evangelos. 2017. 'Colour as intersemiotic translation in everyday communication: A sociosemiotic approach', in *Proceedings of the 12th World Congress of the IASS/AIS: New Semiotics. Between Tradition and Innovation*, Kristian Bankov, ed. Sofia: IASS Publications & NBU Publishing House, 736–746.
- Kress, Gunther and Theo Van Leeuwen. 2002. 'Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour'. *Visual Communication*, 1(3): 343–368.
- Lee, Jee Hyun and Young-In Kim. 2007. 'Analysis of color symbology from the perspective of cultural semiotics focused on Korean costume colors according to the cultural changes'. *Color Research & Application*, 32(1): 71–79.
- Leeuwen, Theo van. 2011. *The Language of Colour: An introduction*. London, New York: Routledge.
- Luo, Ming Ronnier. ed. 2016. *Encyclopedia of Color Science and Technology*. New York: Springer-Verlag.
- Mann, Prem S. 2015. *Introductory Statistics* (9th edition). New Jersey: Wiley.
- Metz, Christian. 1991. *Film Language: A Semiotics of the Cinema*, M. Taylor, Trans. Chicago: University of Chicago Press.
- Propp, Vladimir, Louis Wagner and Alan Dundes. 1968. *Morphology of the Folktale*, L. Scott, Trans. (2nd ed.). Austin: University of Texas Press.
- Reich, Brandon J., and Catherine A. Armstrong Soule. 2016. 'Green Demarketing in Advertisements: Comparing "Buy Green" and "Buy Less" Appeals in Product and Institutional Advertising Contexts'. *Journal of Advertising*, 45(4): 441–458.
- Sangwine, Stephen J., and Robin E. Horne. 2012. *The colour image processing handbook*. Springer Science & Business Media.
- Sawahata, Lesa. 2001. *Η αρμονία των χρωμάτων : ένας οδηγός για δημιουργικούς χρωματικούς συνδυασμούς*. Studio Books.

- Schumann, David W., Jan M. Hathcote and Susan West. 1991. 'Corporate Advertising in America: A Review of Published Studies on Use, Measurement, and Effectiveness'. *Journal of Advertising*, 20(3): 35–56.
- Snow, Rachel. 2016. 'Photography's Second Front: Kodak's Serving Human Progress Through Photography Institutional Advertising Campaign'. *Journal of War & Culture Studies*, 9(2): 151–181.
- Spangardt, Benedikt. 2019. *Corporate Advertising*. Springer.
- Sutton, Tina and Bride Whelan. 2017. *The Complete Color Harmony, Pantone Edition: Expert Color Information for Professional Color Results*. Rockport Publishers.
- Tolson, Andrew. 1996. *Mediations: text and discourse in media studies*. London, New York: St. Martin's Press.
- Wei, Shuo-Ting, Li-Chen Ou, M. Ronnier Luo and John B. Hutchings. 2014. 'Package design: Colour harmony and consumer expectations'. *International Journal of Design*, 8(1): 109–126.
- Ζώτος, Γιώργος Χ. 2008. *Διαφήμιση* (5η εκδ.). Θεσσαλονίκη: University Studio Press.