

Τηλεοπτικές ειδήσεις: Σημεία της εικόνας

Στις τηλεοπτικές ειδήσεις η «ύλη» αποτυπώνεται, στην Ελλάδα και στις περισσότερες χώρες του κόσμου, σε video. Σε όποιο τεχνολογικό σύστημα κι αν καταγράφεται και μεταδίδεται η τηλεοπτική ειδησεογραφική ύλη, βασικό παράγοντα για κάθε διαχειριστή της, από την «παραγωγή» μέχρι την «κατανάλωση» (εικονολήπτες, σκηνοθέτες, δημοσιογράφους, μοντέρ, πρωταγωνιστές του οπτικού υλικού και τηλεθεατές) αποτελεί η εικόνα, δηλαδή το οπτικό αντικείμενο.

Πρωταρχικός τηλεοπτικός κανόνας είναι η αξιοποίηση της εικόνας, όπερ μεθερμηνευόμενο, θεωρητικά τουλάχιστον, σημαίνει ότι:

α) κατά μεν την καταγραφή προσπάθεια καταβάλλεται πρώτον, να ληφθούν όσο γίνεται περισσότερο αντιπροσωπευτικά πλάνα του γεγονότος, της κατάστασης και των ανθρώπων που μετέχουν σ' αυτήν και δεύτερον, να προσεγγισθούν, να αποκαλυφθούν και να αποτυπωθούν, με την καθοδήγηση του εικονολήπτη από τον ειδήμονα επί του θέματος δημοσιογράφο, οπτικά στοιχεία που θα αποδώσουν και τις οφθαλμοφανείς και τις δυσθέατες πλευρές του γεγονότος. Και,

β) κατά τη σύνθεση (montage) του video στόχος είναι να επιλεγούν από το συνολικό οπτικό υλικό τα μέρη εκείνα που θα αποδώσουν καλύ-

* ΣΗΜΕΙΩΣΗ ΤΕΤΡΑΔΙΩΝ

Η Ευρυδίκη Α. Μακαρίου είναι δημοσιογράφος - διδάκτωρ του τμήματος ΜΜΕ και ενημέρωσης του Παντείου Πανεπιστημίου.

τερα και πληρέστερα το γεγονός ή την κατάσταση.

Πρωταρχικό κανόνα αποτελεί επίσης η σωστή διαχείριση εικόνας-λόγου ώστε ο συνδυασμός να διευκρινίζει, να αξιοποιεί και να αποδίδει ορθά την είδηση τόσο κατά το «φαινέσθαι» όσο και κατά το «είναι». Οι λοιποί κανόνες, βασικοί ή δευτερεύοντες, εμπίπτουν στο πλαίσιο που διέπει γενικότερα την ειδησεογραφία και δεν είναι αντικείμενο του παρόντος εφόσον δεν άπτονται των δύο προηγούμενων κανόνων.

Τα πράγματα είναι απλά όταν το γεγονός «κατασκευάζεται» για την τηλεόραση. Το ενδεικτικότερο είδος αυτού του τύπου ειδησεογραφικής κάλυψης στον 20ό αιώνα αποτελεί ο γάμος της Νταϊάνας με τον Κάρολο. Η τηλεόραση λάτρευε το μύθο της ένωσης μιας μοντέρνας Σταχτοπούτας με τον διάδοχο μιας δυναστείας για την οποία ο Φαρούκ ο Α΄ της Αιγύπτου, φεύγοντας στην εξορία, είχε προφητεύσει: «κάποτε θα υπάρχουν δύο ρήγες στον κόσμο: της Αγγλίας και της τράπουλας». Η συμφωνία ήταν άτυπη αλλά και οι διοργανωτές της τελετής και οι ιθύνοντες του BBC και του ITN, που θα μετέδιδαν το γεγονός εθνικά και διεθνώς, ήξεραν ότι το αποτέλεσμα θα ήταν προϊόν αγαστής συνεργασίας.

Παρά το γεγονός ότι ούτε οι «καταναλωτές» του «προϊόντος» είχαν αντίρρηση, τουναντίον μάλιστα, το ερώτημα των D. Dayan και E. Katz (1987) είναι θεμιτό. Συνιστά η μετάδοση αποτύπωση της τελετής ή η τελετή αποτελεί το ζωντανό σκηνικό για την τηλεοπτική μετάδοση; Βέβαιο είναι ότι η τηλεοπτική μετάδοση μετέτρεψε ένα εθνικό γεγονός σε διεθνούς εμβέλειας και έδωσε την ψευδαίσθηση στους εκατοντάδες εκατομμύρια λάτρες του μύθου ότι ήταν και αυτοί εκεί. «Δεδομένης της ευκρινώς παραστατικής (performative) φύσης της τηλεόρασης, ο προβληματισμός, εν προκειμένω, μεταξύ «αλήθειας» και «ψευδαίσθησης» καθίσταται σχεδόν περιττός» (ό.π.)

Δεκάδες κάμερες είχαν τοποθετηθεί σε σημεία επιλεγμένα επί τη βάσει του προγράμματος της τελετής, που εγκαίρως είχαν παραδώσει οι διοργανωτές στους ιθύνοντες των καναλιών. Η κάλυψη δεν ήταν μόνο ποσοτική, ήταν κυρίως «ποιοτική». Το Μπάκιγχαμ ήθελε να φανεί ότι και η πλειονότητα των «πελατών» των καναλιών ήθελε να δει. Και αυτό μόνο η τηλεόραση μπορούσε να το δείξει. Διότι ουδείς αυτόπτης μάρτυρας μπορούσε να έχει εποπτεία του συνόλου της τελετής. Διότι η τηλεοπτική εικόνα είναι ο μίτος στο λαβύρινθο των μηνυμάτων ενός γεγονότος (ό.π.) όταν δεν είναι η ίδια ο «κατασκευαστής». Έτσι, π.χ. οι κάμερες αναζήτησαν την «νηπιαγωγό» τη στιγμή της αναχώρησής της για το γάμο και εστίασαν στους άνδρες της αστυνομίας που τη συνόδευαν. Δεν παρέλειψαν να κάνουν το ίδιο κατά την αναχώρηση της «πριγκίπισσας» από τον Άγιο Παύλο προς το Μπάκιγχαμ. Οι αστυνομικοί είχαν αντικατασταθεί από το

βασιλικό ιππικό και όλο το μεγαλείο της κόκκινης «έφιππης» στολής. Αξιοσημείωτη λεπτομέρεια: Τα περιττώματα των αλόγων της πομπής είχαν πανομοιότυπο χρώμα «κάτι ανάμεσα σε μπεζ και κίτρινο, για να μην τραβούν την προσοχή... Για μια ολόκληρη εβδομάδα έδιναν στα βασιλικά άλογα ειδικά χάπια ώστε τα περιττώματά τους να "γράφουν" στο φακό» (Ραμονέ, 1999).

Μέσα στον καθεδρικό ναό οι μόνοι κοινοί θνητοί ήταν αυτοί που... συνοδεύονταν από τις κάμερες. Διότι το αίμα των παρισταμένων στο μυστήριο δεν μπορούσε παρά να είναι γαλάζιο. Και παρά τούτο δεν είχαν ούτε αυτοί το προνόμιο να βλέπουν τα πρόσωπα του ζεύγους. Αυτό το προνόμιο είχαν μόνο οι τηλεθεατές και μάλιστα με τα κοντινά πλάνα που η κάμερα εξασφάλιζε γι' αυτούς. Το γλυκό, λαμπερό χαμόγελο της Σταχτοπούτας δίπλα στον ένστολο πρίγκιπα ήταν αντικείμενο προβολής. Αντίθετα, τα δάκρυα π.χ. που διακριτικά είχε σκουπίσει με το χέρι του ο μέλλων βασιλιάς στην κηδεία του θείου του λόρδου Μαουντμπάπντεν, (ό.π.) ήταν σκιηνή από την οποία οι κάμερες πέρασαν διακριτικά χωρίς να «ζουμάρουν» αφού οι βασιλείς έχουν αισθήματα, όπως όλοι, αλλά δεν χαρακτηρίζονται από ανάλογη αδυναμία.

Στο γάμο, οι μετέχοντες στο φεστιβαλικό κλίμα κοινοί θνητοί «ανέλαβαν» για την τηλεόραση το ρόλο των απαραίτητων κομπάρσων στην απεικόνιση του μύθου. Έξω από την εκκλησία η κάμερα αποτύπωνε το «αγγλικό» λαϊκό πανηγύρι και μέσα την «βρετανική» υπεροψία της αυτοκρατορίας. Η «ελισαβετιανή» ελευθεριάζουσα συμπεριφορά απέξω ενίσχυε το στίγμα της «βικτωριανής» ετικέτας μέσα (ό.π.).

Σε μια δεύτερη οπτική ανάγνωση, τα κοντινά πλάνα στα ρούχα, στα καπέλα, στα κοσμήματα, στο διάκοσμο και τις αρχιτεκτονικές λεπτομέρειες του καθεδρικού ναού του Λονδίνου διαβεβαίωναν ότι επρόκειτο για ένα εξαιρετικό γεγονός. Τα μακρινά, πανοραμικά πλάνα μιας γεμάτης, στολισμένης εκκλησίας, με τους γνώριμους ήχους της γαμήλιας τελετής ανακινούσαν σε κάθε τηλεθεατή μνήμες προσωπικές και εκμηδένιζαν τις ταξικές αποστάσεις, αποκαθιστώντας την οικειότητα. Το ζεύγος ήταν «προσεγγίσιμο» καθ' όσον ενσάρκωνε κανόνες στους οποίους ο καθένας μπορεί να υπαχθεί. (ό.π.). Και αυτό ήταν ένα τέχνασμα της εικόνας. Όσο το γεγονός διευρυνόταν στον τόπο (από βρετανικό γινόταν αντικείμενο των τηλεοπτικών ειδήσεων διεθνώς) και στο χρόνο (η προβολή του διήρκεσε πάνω από μία εβδομάδα) το «βρετανικό» και «βικτωριανό» στοιχείο επικρατούσε του «αγγλικού» και «ελισαβετιανού». Μόνη εξαίρεση το «just married», γραμμένο με κόκκινο κραγιόν, στο πίσω μέρος της άμαξας με την οποία αναχώρησε το ζευγάρι. Το μήνυμα αυτό, στο οποίο οι κάμερες «ζουμάρισαν», ήταν ένας τελευταίος ισχυρός κρίκος ανάμεσα σε «πατρί-

κίους» και «πληθείους». Γι' αυτό και μεταδόθηκε κατά κόρον. Άλλωστε για τις κάμερες «κατασκευάστηκε». Δεν ανήκε στο βασιλικό πρωτόκολλο και, λόγω του μεγέθους και της θέσης του, χωρίς τις κάμερες θα περνούσε απαρατήρητο. Συνέβη βεβαίως ακριβώς το αντίθετο, όπως και με πολλά άλλα στιγμιότυπα μιας αριστοτεχνικά οργανωμένης για τα ΜΜΕ τελετής. Εικόνες «οικείες» και «εξαιρετικές», σε σωστούς συνδυασμούς και δόσεις, αποτελούν την καλύτερη οπτική τροφή για την προσοχή, προσκαλούν σε ερμηνεία τους, ενθαρρύνουν την ερμηνευτική ικανοποίηση σε αποκρυπτογραφημένους κώδικες, την αναζήτηση συμβόλων (ό.π.).

Στο τέλος οι «κομπάρσοι» πήραν μέρος μόνο ως παρατηρητές και χειροκροτητές στη σκηνή του φιλιού των νεονύμφων στο μπαλκόνι των ανακτόρων του Μπάκιγχαμ. Ως γνωστόν, σ' αυτό το σημείο τα παραμύθια τελειώνουν. Η Νταϊάνα απετέλεσε μια σπάνια εξαίρεση. Η εικόνα της, φυσική και μυθική, έγινε, ιδίως για τις τηλεοπτικές ειδήσεις, έμμονη ιδέα ως το τέλος. «Βλέπεις τελικά τον εαυτό σου σαν ένα καλό προϊόν που κάθεται πάνω σε ένα ράφι και πουλάει καλά...» είχε σχολιάσει η ίδια σε συνέντευξή της στο BBC, το 1995.

Καμία κηδεία στα παγκόσμια χρονικά δεν έτυχε τηλεοπτικής κάλυψης τέτοιας εμβέλειας όσο η δική της.

Αντίθετα όμως με ό,τι συνέβη στο γάμο, στην κηδεία ήταν η «ζήτηση» που καθόρισε την «προσφορά». Το βρετανικό και παγκόσμιο κοινό αίσθημα απαιτούσε από την τηλεόραση-που αποκλειστικά είχε συμβάλει μέσω της οπτικής αντίληψης στην εξοικείωση με το πρόσωπο και τον μύθο Νταϊάνα-να του δώσει την ευκαιρία ενός «προσκυνήματος» και αποχαιρετισμού, παρά την «βρετανική», «δικτωριανή» απόφαση να αποσυνδεθεί η βασιλική οικογένεια από τον «αραβικό» κόσμο και την προσπάθεια να περιοριστεί η εικόνα της Νταϊάνας σ' αυτή της μητέρας των παιδιών του Καρόλου.

Η εικόνα των συντριμμιών του αυτοκινήτου στη γέφυρα ντ' Αλμά και η επανάληψη στιγμιότυπων από τη ζωή της (a) lady D(ied), που εκατομμύρια άνθρωποι είχαν κατά το παρελθόν συνδέσει με θετικά συναισθήματα, ξεσήκωναν τον προσωπικό και κοινωνικό ψυχισμό. Ο «αγγλικός» και «ελισαβετιανός» θρήνος, που εξέφραζε αισθήματα και πολύ μακράν της γηραιάς Αλβιώνος οδήγησε στην αλλαγή του προγράμματος της κηδείας. Οι κάμερες στήθηκαν πάλι. Οι κάποτε κομπάρσοι έγιναν πρωταγωνιστές. Η θέα του κιλλίβαντα παρέπεμπε σε απώλεια αρχηγού κράτους. Τα λουλούδια, τα κεριά και τα παιχνίδια στην κλειστή πόρτα των ανακτόρων του Κένσιγκτον αποδείκνυαν λατρεία. Ο ίδιος ο θρήνος και οι εκδηλώσεις αγάπης, όπως μεταδίδονταν από τα δελτία ειδήσεων, λειτουργούσαν σαν οπτικό βότσαλο σε λίμνη κοινού αισθήματος. Όποιος δεν ένιωσε κάτι για τη Νταϊάνα εν ζωή, «θα 'πρεπε», έλεγε το οπτικό μήνυμα, να επανεξετάσει

το ζήτημα. Η σύγκριση, διά των κοντινών πλάνων, στα πρόσωπα και τις κινήσεις των συγγενών εξ' αίματος και εξ' αγχιστείας κατά τη διάρκεια της κηδείας οδήγησαν σε «παρενέργειες» οφειλόμενες αποκλειστικά στο είδος και την ποσότητα της οπτικής «αγωγής» που χορηγήθηκε για την «ίαση» του «κοινού» αισθήματος χωρίς να υπάρχει ούτε ο χρόνος να ελεγχθεί από βασιλικούς «θεράποντες», ούτε ο λόγος για κάτι τέτοιο, από την πλευρά των διαχειριστών των ΜΜΕ, οι οποίοι καθοδηγήθηκαν κατά κύριο λόγο από τη ζήτηση, την οποία άλλωστε για χρόνια υπέβαλψαν. Μέσα σε λίγα λεπτά οι Σπένσερ, με εκφραστή τον αδερφό της Νταϊάνας, έγιναν πιο σημαντικοί από τους Ουίνσορ. Μέσα σε λίγες μέρες ο Κάρολος έχασε, για την «κοινή γνώμη», έναν θρόνο υπέρ του γιου της «πριγκίπισσας-πλέοντου λαού», ο οποίος άλλωστε της μοιάζει φυσιολογικά. Το ενδεχόμενο αυτό αποτέλεσε αντικείμενο συζητήσεως και εντός των ανακτόρων.

Μέσα σε λίγες εβδομάδες όλα τα μέλη της βασιλικής οικογενείας κλήθηκαν να πάρουν μαθήματα και να κάνουν ασκήσεις image making, καθώς τριγμοί ακούστηκαν κάτω από το θρόνο. Επειδή ο Ουίλιαμ ζήτησε να προφυλαχθεί από τη δημοσιότητα, και η πριγκίπισσα που θα οδήγούσε τη μοναρχία στον 21ο αιώνα εξέλιπε, τον ρόλο ανέλαβε η υπερεπεννηκοντούτης βασιλομήτωρ, μόνο και μόνο γιατί ήταν η δεύτερα τη τάξει – μετά την Νταϊάνα – αγαπημένη του τηλεοπτικού φακού.

Για τα ΜΜΕ ημερομηνία γέννησης του κινήματος κατά της παγκοσμιοποίησης αποτελεί ο Νοέμβριος του 1999 και τόπο το Σιάτλ. Διασκέψεις και διαδηλώσεις των πρωτοστατούντων στην παγκοσμιοποίηση και αντιπαγκοσμιοποίηση αντίστοιχα, ακολούθησαν στην Ουάσιγκτον, το Νταβός, τη Μπαγκόγκ, τη Λισσαβώνα, τη Μελβούρνη, την Πράγα, τη Νίκαια, το Πόρτο Αλέγκρε, το Κεμπέκ. Στο Γκέτεμποργκ η παρέμβαση της αστυνομίας είχε ως αποτέλεσμα να ανακοινωθεί ότι ένας διαδηλωτής είναι κλινικά νεκρός. Οι κάμερες δεν τον «είδαν». Αντίθετα στη Γένοβα οι υπέρμαχοι του κινήματος της παγκοσμιοποίησης, που μέχρι τότε δεν έφταναν τους 50.000 ξεπερνούν τους 250.000. Και ένας 23χρονος πέφτει νεκρός στο δρόμο, μπροστά στο φακό.

Για τον τηλεθεατή τα γεγονότα έχουν άλλη χροιά απ' αυτήν που έχουν για τον αναγνώστη. Στην «οικονομία» του τηλεοπτικού χρόνου δεν προλαβαίνει να ενημερωθεί σχετικά με τους στόχους της παγκοσμιοποίησης, οι οποίοι άλλωστε δεν οπτικοποιούνται. Η παγκοσμιοποίηση στις τηλεοπτικές ειδήσεις πήρε τη «μορφή» των πλάνων των πόλεων που φιλοξενούσαν τις διασκέψεις, των αφίξεων των ηγετών ή/και οικονομικών παραγόντων, των αστυνομοκρατούμενων χώρων διεξαγωγής, των προσώπων των ηγετών.

Η «παγκοσμιοποίηση» μπορούσε να οπτικοποιηθεί μόνο με τις λεγόμε-

νες τυποποιημένες (standard) εικόνες οι οποίες υποδηλώνουν για την οπτική αντίληψη αυθεντικότητα, δραστηριότητα και ρεαλισμό αλλά δεν εικονοποιούν τις πληροφορίες που παρέχει ο λόγος. Αυτού του τύπου ο συνδυασμός εικόνας-λόγου δεν συμβάλλει ούτε στην αντίληψη ούτε στην κατανόηση, μειώνοντας την δύναμη και των δύο συνιστωσών μεταφοράς του μηνύματος και μάλιστα διττά. Η εικόνα σβήνει τον ήχο και το μάτι υπερσχύει του αφτιού (Ραμονέ, 1999 // Graber, 1996). Με την πάροδο ελάχιστου χρόνου οι τυποποιημένες εικόνες, ακριβώς επειδή δεν έχουν τίποτα καινούργιο να προσφέρουν στην οπτική αντίληψη και έχουν προσληφθεί με μειωμένη προσοχή, σβήνουν και αυτές από τη μνήμη. (Brosius, 1996).

Ο εξ ανάγκης μη συμβατός, κατά συνέπεια «κακός», συνδυασμός εικόνας-λόγου δεν οδηγεί σε αντιληπτική ολοκλήρωση και το θέμα παγκοσμιοποίηση παραμένει ασαφές για τον τηλεθεατή, όπως άλλωστε και το τι σημαίνει ευρωπαϊκή ολοκλήρωση, Δ.Ν.Τ., Παγκόσμια Τράπεζα, ΟΑΣΕ, GATT, NAFTA, κ.ά.

Οι εκδηλώσεις του «κινήματος» κατά της παγκοσμιοποίησης αντίθετα, απετέλεσαν ιδανικό τηλεοπτικό θέ(α)μα. Η πραγματική δράση (τα γεγονότα αυτά καθ' εαυτά) και ο τρόπος της τηλεοπτικής κάλυψης δεν ήταν δυνατόν να μην αιχμαλωτίσουν την οπτική αντίληψη. Πυκνά πλάνα δράσης διαδηλωτών και αστυνομικών ικανοποιούσαν την ανάγκη ανίχνευσης (scanning) της οπτικής αντιληπτικότητας. Χρώματα, μορφές, σχήματα, συμπλέγματα, ζητούσαν αποκωδικοποίηση θέτοντας σε συναγερμό την προσοχή και δίνοντας δυνατότητες οπτικής και αντιληπτικής επιλογής οδηγούσαν σε νοηματική ολοκλήρωση, σε συνδυασμό με οπτικές νοητικές πληροφορίες του παρελθόντος. Οι εικόνες των διαδηλώσεων συνιστούσαν ιδανικό συνδυασμό εξαιρετικών (salient) οπτικών ερεθισμάτων και συγχρόνως οικείων, από ανάλογες καταχωρημένες στη μνήμη. Επιπλέον, ο δημοσιογραφικός λόγος κατεξοχήν είχε τη δυνατότητα να συνάδει με την εικόνα, να δίνει την εντύπωση ότι αποδίδει την πραγματικότητα, να πείθει τον τηλεθεατή ότι γίνεται αυτόπτης μάρτυρας, ότι η εικόνα συνιστά ντοκουμέντο και κατά συνέπεια να προάγει την αντιληπτική διαδικασία και απομνημόνευση λόγου και εικόνας (ό.π.).

Αλλά και ο λόγος (συνεντεύξεις) των μετεχόντων στα γεγονότα «έπειθε» τον μέσο τηλεθεατή. Αφενός λόγω της «καθημερινότητας» της εκφοράς του. Αυτές οι δηλώσεις στην τηλεοπτική ορολογία λέγονται vox pop(uli). Αφετέρου και κυρίως, γιατί η εικόνα αυτών οι οποίοι μιλούσαν ήταν οικεία και έδινε δυνατότητα ταύτισης (Hartley, 1982). Καθένας τους ήταν «ένας από μας», ένας μας, μια φίλη, ένας συνάδελφος - με τον τρόπο που ήταν ντυμένος, με τις κινήσεις που συνόδευαν το λόγο - και εξέφραζε, με την «ημιμάθεια» και τους φόβους του, την ημιμάθεια και τους φόβους του

μέσου τηλεθεατή για την παγκοσμιοποίηση. Ένα ακόμα στοιχείο έπαιζε καθοριστικό ρόλο. Ο J. E. Newhagen (1998) σε πρόσφατη έρευνά του κατέληξε ότι οι εικόνες που παρακινούν θυμό κατά κύριο λόγο και δευτερευόντως φόβο, όχι μόνο καταγράφονται στη μνήμη κατ' επιλογή έναντι όλων των άλλων αλλά και κατεξοχήν τραβούν την προσοχή. Συνιστά δε στα πορίσματά του «οι παραγωγοί να χρησιμοποιούν αυτές τις εικόνες πρώτες στα θέματα ώστε να έλξουν την προσοχή και αμέσως μετά να παρέχουν τις πληροφορίες που ο τηλεθεατής πρέπει να απομνημονεύσει».

«Ποιο είδος θα μπορούσε να μην χρειάζεται καθόλου μετάφραση; Ποιο είδος θα μπορούσε να είναι αντιληπτό αποκλειστικά και μόνο μέσω της εικόνας; Ποιο θα μπορούσε να μιλήσει για δράση σε κάθε γλώσσα; Ποιο θα μπορούσε να ταιριάζει σε κάθε κουλτούρα;» αναρωτιέται ο George Gebner (1998). «Και η απάντηση αναμφισβήτητα είναι: η βία». Σε έρευνα μάλιστα αποδείχτηκε ότι οι δυνατότητες αποτύπωσης στη μνήμη οπτικού υλικού είναι μεγαλύτερες όταν προηγούνται ισχυρές αρνητικές εικόνες και ιδίως αν αυτές συνδυάζονται με κραυγές ή κρότους. (Newhagen, 1992).

Έτσι, από το «λήμμα» παγκοσμιοποίηση της μνήμης του, (όπου η οπτική πληροφορία έχει αποδειχθεί ότι καταγράφεται καλύτερα από τη λεκτική) (Graber, 1990) ο «μέσος» τηλεθεατής μπορεί να ανασύρει τις διαδηλώσεις έναντι των διασκέψεων και πρωτίστως στη Γένοβα την εικόνα του 23χρονου Κάρλο Τζουλιάνι, νεκρού, να ποδοπατείται σχεδόν, από τις ιταλικές δυνάμεις ασφαλείας έναντι δύο δακρύων του προέδρου Σιράκ, στη Νίκαια, που και αυτά τα προκάλεσαν τα δακρυγόνα και δεν μετέφεραν τίποτα από το πνεύμα της παγκοσμιοποίησης.

Ο τηλεοπτικός κώδικας έχει τρεις βασικές αρχές: της σύνθεσης (χρώμα, φως, «καθάρισμα», επιλογή πλάνων και της σημασίας τους), της κίνησης (η σχέση της κάμερας με το εκάστοτε υποκείμενό της, οι γωνίες λήψης, το πλησίασμα στο (zoom in) και η απομάκρυνση από (zoom out) το θέμα του φακού) και της ακολουθίας (όπως γίνεται στο montage-editing, με την αλλαγή των πλάνων, τη διάρκεια, αλληλουχία και επιλογή τους ώστε να αποδοθεί το γεγονός). (Harley, 1982).

Η κάμερα λειτουργεί διαφορετικά απ' ότι το βλέμμα, μολονότι αναλογίες μπορούν να περιγραφούν. Την καθοριστική διαφορά πάντως μεταξύ της αντίληψης του αυτόπτη μάρτυρα και εκείνης του τηλεθεατή - γεγονότων που διαδραματίζονται ακόμα και σε έκταση ενός στρέμματος - διακρίνει το μοντάζ. Στο τελικό οπτικό προϊόν σπάνια ένα πλάνο ξεπερνά τα 3-4" και η επιλογή για τη λογική ακολουθία τους, επίσης σπάνια, μοιάζει με την επιλογή του βλέμματος του αυτόπτη μάρτυρα. Το «προϊόν» υφίσταται μια παρά φύση συμπύκνωση, θεμιτή μεν αλλά όχι απαραίτητα ορθή. Η οπτική είδηση κατασκευάζεται από πακέτα πλάνων χωρίς φυσική ακο-

λουθία τόπου και χρόνου. «Κάθε δημοσιογράφος ξέρει ότι η οπτική πληροφορία είναι τόσο υποκειμενική όσο και η λεκτική».(Goodman, Manners, 1997). Έτσι, η δημοσιογραφική αντιληπτικότητα, και άλλοι παράγοντες (ο επαγγελματισμός του κάμεραμαν και του μοντέρ, οι αποφάσεις αρχισυντακτών και παραγωγών, οι τεχνικές δυνατότητες εφέ κ.ά.), έχουν επηρεάσει αυτό που δίνει την ψευδαίσθηση στον τηλεθεατή ότι είναι αυτόπτης μάρτυρας. Τελικά, «η τηλεόραση μας ζητάει να ξεχάσουμε ότι οι εικόνες της έχουν επιλεγεί από αναρίθμητες εναλλακτικές εικόνες, εναλλακτικά πλάνα και γωνίες λήψης της κάμερας, εναλλακτικά πρόσωπα των δρώμενων».(Hart, 1994). Στη διάρκεια των διαδηλώσεων οι τηλεοπτικές ειδήσεις «κατασκεύασαν» μια δική τους πραγματικότητα εστιάζοντας στις ταραχές, στην ακραία δράση, στα σημεία του πυκνού πλήθους, στις φωτιές, στους καπνούς. Χωρίς συμπληρωματική πληροφόρηση ένας τηλεθεατής - «αυτόπτης μάρτυρας» θα μπορούσε να μιλήσει περί γενικευμένης εξέγερσης.

«Η εντύπωση της αληθοφάνειας που επιτυγχάνει η τηλεόραση, χάρις στον οπτικό και τεχνηρωτικό της χαρακτήρα, την καθιστούν αποτελεσματικότερη και ως εκ τούτου η ιδεολογική της επιρροή υπερισχύει εκείνης του εντύπου λόγου» (Αχείμαστος, - Κομνηνού, 1998).

Η επικαιρότητα και η δραματοποίηση είναι το πρότυπο κατασκευής της πληροφόρησης που παρέχει ειδήσεις στη βάση της ακροαματικότητας, στοιχείο που αποτελεί νομιμοποιητική βάση για τη λειτουργία της τηλεόρασης ως εμπορικής επιχείρησης (ό.π.).

Τα προαναφερθέντα ισχύουν εξίσου (παρά την ψευδαίσθηση, ενδεχομένως, του τηλεθεατή περί του αντιθέτου) και στις live μεταδόσεις. «Δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάμε ότι αυτό το «άμεσο» δεν είναι ένα απόλυτο «άμεσο» αλλά μια εντύπωση, μια πρόφαση άμεσου. Όποια και αν είναι η φαινομενική αμεσότητα, συντάσσεται με επιλογές, εστιάσεις, επιλεκτικότητα... Αυτό που μεταδίδεται «απευθείας» σε ένα τηλεοπτικό κανάλι προτού μεταδοθεί παράγεται» (Ντεριντά, Στίγκλερ, 1996).

Αντίθετα με το θυμό και το φόβο, στην ίδια έρευνά του, ο J. Newhagen κατέληξε ότι, η εικόνα που μεταδίδει αίσθημα αποστροφής δημιουργεί υποσυνείδητη απώθηση στον τηλεθεατή «σε σημείο που να αλλάζει κανάλι». Ίσως γι' αυτό - μεταξύ ασφαλώς άλλων λόγων - με την γνώση του επαίοντος ή, έστω, από κομπογιαννιτισμό, οι έχοντες την εξουσία του «προβληθήτω» επιλέγουν τις ένθεν κακείθεν βιαιοπραγίες στα παλαιστινιακά εδάφη και το Ισραήλ αλλά όχι τις επισκέψεις της κάμερας στα ιρακινά νοσοκομεία. Οι δείκτες θεαματικότητας επιτάσσουν σεβασμό στην αντιληπτική άμυνα του τηλεθεατή στον οποίο απαρέσκει η θέα ενός πρησμένου και πληγιασμένου μαύρου μωρού μέσα σε ένα σύννεφο από μύγες.

Όμως χωρίς αντικειμενική εικόνα, δεν υπάρχει, ποτέ δεν υπήρξε και ποτέ δεν θα υπάρξει νοητική εικόνα... εικόνες και ήχοι είναι οι φορείς των περισσότερων πεποιθήσεών μας (Ντεριντά, Στίγκλερ, 1996).

Η «ποσότητα» προβολής, πάντως, του οπτικού ερεθίσματος μπορεί να προκαλέσει συναισθηματική και αντιληπτική άμβλυση. Γι' αυτό η προβολή, σπανίως, εικόνων πείνας από την Αφρική στα δελτία ειδήσεων μπορεί τελικά να έλξει την προσοχή ενώ π.χ. δεν απετέλεσαν συναισθηματικό ερέθισμα οι εικόνες των προσφύγων από την Κράινα. Η όραση των τηλεθεατών είχε επί μήνες βομβαρδιστεί από ανάλογα πλάνα προσφύγων από το Κοσσυφοπέδιο. Κατά τον περιοδικό και ομοιόμορφο «βομβαρδισμό» με ειδήσεις, τα μηνύματα ισοπεδώνονται και χάνουν τις διαφορές τους. (Έκο, 1997). Υπήρχε όμως και ένας ακόμη λόγος γι' αυτήν την «εξομοίωση». Για την οπτική αντίληψη δεν υπήρχε τίποτα που να διακρίνει έναν Αλβανό από έναν Σέρβο πρόσφυγα. Τα πρόσωπα, τα ρούχα, οι μπόγοι στα κάρα, τα τρακτέρ και τα παλιά αυτοκίνητα ήταν οπτικά σημεία κοινά μεταξύ των δύο εθνοτήτων. Αντίθετα, η οπτική σκέψη του τηλεθεατή δύσκολα μπορούσε να ταυτίσει, λίγα χρόνια πριν, την έννοια πρόσφυγας με τις ουρές των Κουβετιανών που επέστρεφαν στη χώρα τους με καινούργια αυτοκίνητα, πολλά μεγάλου κυβισμού.

Η 11 Σεπτεμβρίου είναι ένα τηλεοπτικό γεγονός που δεν υπήρξε ακόμα χρόνος να διερευνηθεί επισταμένως. Μαρτυρίες δημοσιογράφων σε χώρους εργασίας δείχνουν ότι η αντίδρασή τους, τα πρώτα δευτερόλεπτα, ήταν τυπικό παράδειγμα αντιληπτικής παραφωνίας (dissonance) και απόδειξη του κανόνα ότι σε κάθε πραγματική περίπτωση η αντίληψη μάς «προτρέπει» να έχουμε την εμπειρία του πιθανού παρά του δυνατού: «Είναι δυνατόν το CNN να προβάλλει κινηματογραφική ταινία με την ένδειξη live;» Αυτή η τρομοκρατική ενέργεια, όπως κάθε άλλη, είχε αποδέκτες ακριβώς τις τηλεοπτικές ειδήσεις. (Conrad, 1982). Ήταν μια επίθεση εναντίον του πολιτιστικού και οικονομικού κέντρου της μόνης υπερδύναμης, οργανωμένη έτσι ώστε να αποτελέσει ένα κυριολεκτικά πρωτοφανές και ανεπανάληπτο υπερθέαμα που μόνο η προβολή του θα μετέφερε το μήνυμα ότι ο Δαυίδ (ένα αεροπλάνο) μπορεί να νικήσει τον Γολιάθ (το σύμβολο των διδύμων).

«...Η τρομοκρατική δράση δεν αποσκοπεί κύρια στο θάνατο του ενός (σημ: ή των πολλών) αλλά στη δημιουργία εντυπώσεων σε άλλους. Το ίδιο το θύμα είναι απλώς το μέσον για την επίτευξη αυτού του σκοπού. Με βάση αυτή τη θεώρηση η τρομοκρατική δράση είναι μια μορφή επικοινωνιακής πράξης.... Τόσο τα ΜΜΕ όσο και η τρομοκρατική ομάδα έχουν ένα εξαιρετικό ενδιαφέρον να αποκτήσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κοινό και οι δύο αποσκοπούν στο να προκαλέσουν την προσοχή των εν δυνάμει αποδεκτών. Με βάση αυτή τη θέση τα δύο μέρη βρίσκονται σε σχέση συμβίω-

σης. Με τις θεατρικά σκηνοθετημένες επιχειρήσεις η τρομοκρατική ομάδα «προμηθεύει» στους δημοσιογράφους το υλικό για την προς τους αποδέκτες κατευθυνόμενη δραστηριότητα και τα ΜΜΕ δίνουν σε αυτές τις δραστηριότητες εκείνη τη δημοσιότητα η οποία αποδίδει στο μήνυμα της τρομοκρατικής ομάδας την αναμενόμενη αποτελεσματικότητα... ο κίνδυνος είναι τόσο μεγαλύτερος όσο περισσότερο η προτεινόμενη εικόνα κατασκευάζεται με βάση τα στοιχεία της μη κριτικής, του εντυπωσιασμού και την περιγραφή της θεαματικής πλευράς της δράσης... Συνέπεια είναι η μυθοποίηση των προσώπων που εμπλέκονται, και κύρια των πρωταγωνιστών που προτείνονται σαν ήρωες, έστω και με αρνητική σημασία» (Καούρας, 1998).

«Ήρωας» της 11ης Σεπτεμβρίου ήταν ο Οσάμα Μπιν Λάντεν και ο χαρακτηρισμός μπορεί να αναγραφεί και χωρίς εισαγωγικά. Η εικόνα είναι τελικά ένα σύνολο κωδικοποιημένων σημείων, που μπορούν να οδηγήσουν σε πολλαπλότητα σημασιών. Ο κόσμος των ΜΜΕ βρίσκεται από ασύμφωνες ερμηνείες όπου τα σήματα-μηνύματα εξηγούνται διαφορετικά από τον κάθε δέκτη. Ο παραλήπτης χρησιμοποιεί ως κώδικες τις ιδεολογίες που πηγάζουν από την κοινωνική του κατάσταση, τη μόρφωσή του, τις ψυχικές διαθέσεις της στιγμής». (Πανούσης, 2000). «Τόσο η κωδικοποίηση όσο και η αποκωδικοποίηση του μηνύματος είναι, εν πολλοίς, κοινωνικά καθορισμένες» (Hartley, 1992). «Η πολιτικά και πολιτισμικά (Παρκ, 1989 // Κόρνερ, 1996).

Η σπηλιά μπρος από την οποία έκανε τις εμφανίσεις του προς και για την κάμερα ο Μπιν Λάντεν ήταν το άντρο του για τη Δύση και το καταφύγιό του για πολλούς στον μουσουλμανικό κόσμο. Η ντυμένη στα λευκά φιγούρα επιδεχόταν πολλών ερμηνειών.

«Μπορούν οι γραμμές του προσώπου ή οι συσπάσεις ή η έκφραση να θεωρηθούν ως σημεία ψυχής; Τα πάθη είναι πράγματι η φωνή του σώματος; Ή μήπως τροποποιούμε με τη φαντασία μας το πρόσωπο τού απέναντί μας και καταλήγουμε να παρατηρούμε αυτό που φανταζόμαστε και όχι αυτό που υπάρχει; ...Ανάμεσα στον άνθρωπο και την πραγματικότητα παρεμβάλλεται το «στερεότυπο»... Τα σύμβολα απευθύνονται στη διάνοια και στα αισθήματα, τυποποιούν ερεθίσματα και αντιδράσεις, ανακαλούν στη μνήμη βιώματα, προβάλλουν πρότυπα, ταυτότητες, ρόλους κ.λπ... Μετά την αντίληψη επακολουθεί η συγκίνηση η οποία επηρεάζει και την αποκρυπτογράφηση των σημείων» (Πανούσης, 2000).

Ήρωες και αντι-ήρωες αντιμετωπίζονται στις θέσεις τους για το τηλεοπτικό κοινό ανάλογα με αυτό που το παρελθόν προβάλλει στο παρόν, δηλαδή τη μνήμη και την κουλτούρα τους.

Και επειδή η τηλεόραση είναι το μαζικότερο από τα ΜΜΕ τα δελτία ειδήσεων μετατρέπονται σε φωτο-magazine με κάτι ή κάποιον για όλους,

φτάνει αυτός ο κάποιος να παίζει το οπτικό παιχνίδι του μέσου, έστω για τα 15 λεπτά της δημοσιότητας που του αναλογούν, όπως είχε πει ο Άντυ Γουόρχωλ.

Διεθνείς σταρ της μόδας, του ποδοσφαίρου, του κινηματογράφου, του πενταγράμμου και της ίδιας της τηλεόρασης βρίσκονται κατ' επιλογήν στο προσκήνιο. «Το δυσνόητο και εκκεντρικό άλλοτε γοητεύει και άλλοτε τρομάζει. Ποτέ όμως δεν περνάει απαρατήρητο» (ό.π.).

Εκόντες άκοντες μετατρέπονται σε διάττοντες των ειδήσεων, κατηγορούμενοι για τους οποίους οι τηλεθεατές μπορούν να εκδώσουν ετυμηγορία πριν τη δίκη. Οι εκφράσεις, η συμπεριφορά, ο τρόπος ντυσίματος και η φυσιογνωμία τους είναι τα κριτήρια της τηλεοπτικής δίκης. Οι δημοσιογράφοι πιστεύουν ότι η κοινή γνώμη πιστεύει πχ. ότι ο άντρας με θαμμένο μαλλί, μακριά γένια, που μιλάει αργά δεν είναι ανώμαλος ή τοξικομανής ή εγκληματίας είναι όμως αναρχικός... και άσχημα εξυπηρετώντας την «κοινή» γνώμη προβάλλουν ορισμένα χαρακτηριστικά συμβάλλοντας στο ετικετάρισμα και την περιθωριοποίηση (ό.π.). Και ευνοήτως ο κύκλος είναι φαύλος, αλλά και άδικος και λανθασμένος. Αρκεί να σκεφτεί κανείς πως τα ίδια τα κανάλια προσπάθησαν να γελοιοποιήσουν την αστυνομία προβάλλοντας ρεπορτάζ για την προσωρινή σύλληψη πέντε ατόμων που έμοιαζαν πολύ στον καταζητούμενο Κώστα Πάσαρη, εκμεταλλευόμενα τα ίδια - βορά στο φακό - την ομοιότητα των συλληφθέντων με τον καταζητούμενο.

Οι δημοσιογράφοι δεν φαίνονται συνολικά διατεθειμένοι να ρισκάρουν τη σύγκρουση με την κοινή γνώμη προβάλλοντας την αθωότητα κάποιου που όλοι θεωρούν ύποπτο και ένοχο, (ό.π.) ακόμα και αν είναι τα ίδια τα ΜΜΕ που δημιούργησαν αυτή την εικόνα.

Στις Η.Π.Α ο Ο. J. Simpson έγινε αντικείμενο εκμετάλλευσης από τα ΜΜΕ όχι μόνο ως εικόνα κατηγορουμένου αλλά και μαύρου. Η κάμερα τον κατεδίωκε μαζί με σενάρια για χρήση και εμπορία ναρκωτικών και η συνεχής προβολή των πλάνων του αίματος της λευκής γυναίκας του,τόνιζε τη φυλετική διαφορά. Η λευκή Αμερική εξελάμβανε το μήνυμα ως απειλή εναντίον της και «μερικοί Αφροαμερικανοί αναγνώρισαν στο πρόσωπο του Ο. J. τον επιτυχημένο μαύρο άνδρα που εκδιώχθηκε από τους λευκούς» (Fiske, 1998).

Το τηλεοπτικό μέσο διαμορφώνει καινούργιο είδος πολιτικού θεαματικού παιχνιδιού (Μπούρστιν, 1989//Μπλούμλερ-Γκουρέβιτς, 1996).

Αστέρες πολιτικοί συμβάλλουν στη μετατροπή των στούντιο σε κοινοβούλιο. Οι κύριοι και οι κυρίες της πολιτικής έχουν ανάγκη των image makers που θα επιμεληθούν σημειολογικά στοιχεία που ξεκινούν από τις εκφράσεις του προσώπου τους ως το ταβερνάκι που «θα τα πιουν» και τη

φυλή και το θρήσκευμα του παιδιού που θα χαϊδέψουν μπροστά στο φακό.

Για τη συνάντηση Ρήγκαν-Γκορμπατσόφ, στη Γενεύη, το Νοέμβριο του '85 οι σύμβουλοι του Αμερικανού προέδρου είχαν επιλέξει ως τόπο διαμονής κατάλυμα στη λίμνη γιατί έδινε την αίσθηση ηρεμίας και γαλήνης. Πρόβες είχαν γίνει για τον περίπατο, ενώπιον των ΜΜΕ, του προέδρου και της συζύγου του. Οι στάσεις είχαν αυστηρά προγραμματιστεί όπως και το σημείο της επιστροφής, προκειμένου η εικόνα να αποδεικνύει, την παραμονή της διάσκεψης, ότι ο πρόεδρος ήταν γαλήνιος, σίγουρος για τον εαυτό του και η λίμνη πίσω του να υποβάλει την επιθυμία για ειρήνη... Ένα χρόνο πριν στον εορτασμό της επετείου της απόβασης των συμμάχων στη Νορμανδία είχε μελετηθεί ακόμα και η ώρα της εμφάνισής του σε σχέση με την παλίρροια, τη θέση του ήλιου και το πέρασμα ενός κρουαζιερόπλοιου στο βάθος (Ραμονέ, 1999).

Η τηλεοπτική «διάφευση» του προέδρου Κλίντον για το σκάνδαλο Λεβίνσκι - βλέμμα, εκφράσεις, κινήσεις, τόνος φωνής - αποτελεί μάθημα πολιτικής επιβίωσης διά του image making. Και αν οι Αμερικανοί του συγχώρησαν την απιστία, του καταλόγισαν ότι διέψευσε τα ίδια τους τα μάτια. Ο πρόεδρος έδειχνε αθώς όταν, στην ερώτηση για την ύπαρξη της σχέσης, απευθύνθηκε διά της κάμερας στους τηλεθεατές λέγοντας «read my lips: No».

Ο Αμερικανός πρόεδρος εκμεταλλεύτηκε το image making «όπλο» της κάμερας κατά τον καλύτερο τρόπο. Τα κοντινά πλάνα ενός ανθρώπου που κοιτά την κάμερα κατά πρόσωπο «δημιουργούν οικειότητα ενώ συγχρόνως θέτουν τους τηλεθεατές στην «παρέα», καθώς το «υποκειμένο» της κάμερας τούς κοιτά κατευθείαν σαν να είναι οι άμεσοι αποδέκτες του μηνύματος» (Parry-Giles, 2000). Οι δημοσιογράφοι συχνά χρησιμοποιούν τα κοντινά πλάνα «για να επιτρέψουν στους τηλεθεατές προσωπικές κρίσεις». Και οι τηλεθεατές συχνά πιστεύουν «ότι τα κοντινά πλάνα πραγματικά αποκαλύπτουν τη νοητική κατάσταση» (Grabert, 1990).

Γι' αυτούς τους λόγους αυτό το «όπλο» μπορεί να αποδειχθεί μπουμέραγκ και τα τηλεοπτικά μέσα χρησιμοποίησαν το πλάνο της διάφευσης κατά κόρον μαζί με τον «θησαυρό» που βρήκαν στα αρχεία του CNN, τη σκηνή του περίφημου εναγκαλισμού του Κλίντον με τη Μόνικα Λεβίνσκι σε μια γιορτή στους κήπους του Λευκού Οίκου. Η εικόνα μεταδόθηκε ξανά και ξανά και αναλύθηκε από τους ειδικούς της γλώσσας του σώματος: «η ερωτευμένη ματιά της Μόνικα», «το συνένοχο χτυπηματάκι στην πλάτη» (Ραμονέ, 1999).

Η πολιτική στη μεταμοντέρνα εποχή των μέσων είναι ένας αγώνας επί της εικόνας (Mitchell, 1994).

Στο στήσιμο αυτής της εικόνας συμβάλλουν οι ίδιοι οι πολιτικοί, οι σύμβουλοι και οι αντίπαλοί τους, τα μέσα και η δυνατότητα χειραγώγησής

τους από τους ίδιους τους πολιτικούς. Αξίζει δε να σημειωθεί ότι ψηφοφόρος και τηλεθεατής (και αναγνώστης) γίνονται έννοιες ταυτόσημες, όπως και ο πολιτικός με την εικόνα του, καθώς ελάχιστοι είναι πλέον εκείνοι που γνωρίζουν προσωπικά τα δημόσια πρόσωπα. Το παράδειγμα της Χίλαρι Ρόνταμ Κλίντον είναι χαρακτηριστικό, καθώς είναι μια από τις πλέον «πολυσημειακές» φιγούρες της σύγχρονης αμερικανικής πολιτικής. Γυναίκα καριέρας (της οποίας ο τηλεθεατής έβλεπε πάντα γραμμένο στην οθόνη το πατρικό επίθετο πριν από το συζυγικό-«προεδρικό») σύμβολο φεμινισμού (που δεν δίστασε να δηλώσει κατηγορηματικά ότι προτιμά να ασκεί τη δικηγορία από το να ψήνει κουλουράκια, δίνοντας έτσι την αφορμή για την εκπομπή παρουσιάσής της στο CNN (1996) με τίτλο «They don't bake cookies any more», πρώτη κυρία (που έσπασε το παραδοσιακό στερεότυπο της θέσης με την ενεργό ανάμειξή της στην πολιτική), μητέρα και συμπαραστατική σύζυγος (όταν ξέσπασε το σκάνδαλο Λεβίνσκι) και γερουσιαστής (με προφίλ απαλλαγμένο από αυτό της εξαπατηθείσας συζύγου).

Το ντύσιμο, το χτένισμα, η στάση του σώματος, οι χώροι επιλογής για τις δηλώσεις (γραφείο ή τόπος εξελίξεως γεγονότων) και η «τοποθέτηση» δίπλα στον πρόεδρο-σύζυγο κατασκεύαζαν την εικόνα της φεμινίστριας και γυναίκας καριέρας αλλά και μιας πρώτης κυρίας διαφορετικής από τις άλλες. Το ίδιο προφίλ δημιουργούσε ακόμα και η απουσία της από χώρους που δεν άρμοζαν στους ρόλους της.

Τις ιδιαίτερες ικανότητές της η κ. Κλίντον έδειξε από τη δημοσιοποίηση του σκανδάλου Λεβίνσκι και μετά. Ψύχραιμη, χαμογελαστή, αποστασιοποιημένη από τον σύζυγό της αλλά όχι από τον πρόεδρο σε όλες τις δημόσιες εμφανίσεις κατέκτησε, από τα αμερικανικά μέσα, τους χαρακτηρισμούς «most credible defender» και «helpmate» του συζύγου της (Parry-Giles, 2000). Ο John Palmer του καναλιού MS-NBC σχολίασε το δεσμό των συζύγων ως «περισσότερο πολιτικό παρά προσωπικό, λόγω της κοινής αγάπης του ζεύγους για τα δημόσια ζητήματα» (ό.π.). Η εικόνα όμως είναι πιο ισχυρή από τα σχόλια. Άλλωστε στην τηλεόραση οι λέξεις συχνά «χτίζονται» γύρω από τα πλάνα (Gunter, 1987).

Όταν και όπου η θεά της κ. Κλίντον δίπλα στο σύζυγο απειλούσε το προφίλ της, την υποστηρικτική της παρουσία αναλάμβανε η κόρη, ακόμα και η πεθερά η οποία επιστρατεύθηκε όχι μόνο σε δημόσιες εμφανίσεις αλλά και σε ένα ταξίδι (αρχ. ΕΡΤ).

Οι οπτικές «περιπέτειες» της Χίλαρι Κλίντον συνιστούν και ενδεικτικό παράδειγμα των δυνατοτήτων που παρέχει το αρχείο πλάνων στην «κατασκευή» της πραγματικότητας. Δυνατοτήτων πολύ ευρύτερου φάσματος από αυτό που μπορεί να αντιληφθεί ο μέσος τηλεθεατής ο οποίος εξεπλάγη όταν αποκαλύφθηκε ότι ο πνιγμένος στο μαζούτ του Περσικού Κόλπου

κορμοράνος — που προκάλεσε συγκίνηση διεθνώς — ήταν θύμα μιας άλλης καταστροφής, προγενέστερης, στη Βρετάνη. «Σε ένα clip η λέξη Watergate εμφανίζεται και το πλάνο που τη συνοδεύει δείχνει τη Χίλαρυ Κλίντον χαμογελαστή... Το πλάνο υπονοεί ότι δεν παίρνει την κατάσταση (σημ: από το σκάνδαλο) τόσο σοβαρά». Η κατάθεση όμως είχε γίνει κεκλεισμένων των θυρών και ελλείπει πλάνων το CNN κατέφυγε στο αρχείο επιλέγοντας (!) το πλάνο «κατάθεσής της σε επιτροπή του Κογκρέssου ως επικεφαλής του φορέα για τη μεταρρύθμιση στον τομέα υγείας και πρόνοιας.» (ό.π.).

Οι δημοσιογράφοι συχνά υποθέτουν τα αισθήματα των εμπλεκομένων στα γεγονότα ή προσπαθούν να ενισχύσουν τα λεγόμενά τους με ανάλογη εικόνα.

Στις 12/9/98 το NBC είχε πρώτο θέμα το σκάνδαλο Λεβίνσκι και έδειξε ένα κοντινό πλάνο της κ. Κλίντον εμφανώς δακρυσμένης. Η εικόνα όμως είχε βιντεοσκοπηθεί στην επιμνημόσυνη τελετή για τα θύματα της επίθεσης στις αμερικανικές πρεσβείες στην Κένυα και την Τανζανία, τέσσερις μέρες πριν τη δημόσια ομολογία του Μπιλ Κλίντον (ό.π.). «Με τα πλάνα αρχείου στη διάθεσή τους, οι τηλεοπτικοί παραγωγοί μπορούν να βρουν αποδείξεις για όποιο ισχυρισμό τους επιθυμούν» (Hart, 1994).

Η προεκλογική αντιπαράθεση είναι, πλέον, διεθνώς, τηλεοπτική. Πρώτοι διδάξαντες οι Αμερικανοί. «Ο Νίξον στην εκστρατεία του 1960 για το προεδρικό αξίωμα, στην τηλεοπτική του αντιπαράθεση με τον Κένεντυ έχασε όχι εξαιτίας της έλλειψης επιχειρημάτων αλλά λόγω της έλλειψης αυτοπεποίθησης της εικόνας του... ακόμα και το γκρίζο κοστούμι του υφίστατο «αποσύνθεση» στην οθόνη (σημ: ασπρόμαυρη) και «συγχωνεύταν» με τις κουκκίδες που συνθέτουν την τηλεοπτική εικόνα (Conrad, 1982).

Στα πρόσφατα debates ο περιορισμός του χρόνου συνιστά μία ακόμα παράμετρο, εκτός από την εμφάνιση, «καθώς στον τηλεθεατή-ψηφοφόρο απομένει να κρίνει όχι επί ζητημάτων που εξετάζονται από σχεπτόμενους ανθρώπους, αλλά περί της ικανότητας των υποψηφίων να παίζουν σωστά κάτω από συνθήκες πίεσης» (Μπούρστιν, 1989).

Όσο και όπου γίνονται προεκλογικές συγκεντρώσεις η κάμερα παίζει το δικό της παιχνίδι με το γεγονός. Τα κοντινά πλάνα μπορεί να αποκαλύπτουν τον παλμό ή να αποκρύπτουν την ένδεια προσέλευσης. Μπορεί επίσης να «επιλέξουν» την προβολή δημοφιλών επωνύμων ανάμεσα στο πλήθος. Τα μεσαίας εμβέλειας «γενικά» πλάνα μπορεί να αποκρύπτουν και την προσέλευση και τον παλμό. Γι' αυτό σε πολλές χώρες έχουν θεσπιστεί κώδικες όχι μόνο για την κάλυψη αυτών των συγκεντρώσεων αλλά και για τη γενικότερη τήρηση πολιτικών ισορροπιών. Η εκδήλωση διαμαρτυρίας των εργατών μετάλλου για την κυβερνητική πρόθεση περικοπής θέ-

σεων, στο Cardiff, μεταδόθηκε στο κεντρικό δελτίο του ITN (News at ten) με την τότε πρωθυπουργό Μάργκαρετ Θάτσερ να εκφράζει τις θέσεις της κυβέρνησής της η ίδια, από το βήμα του δημαρχείου, κοιτώντας κατευθείαν την κάμερα σε ένα «κάδρο» που αποτύπωνε τον αέρα της εξουσίας. Οι θέσεις των διαδηλωτών και της αντιπολίτευσης αντίθετα εκφράστηκαν από το δημοσιογραφικό λόγο «ντυμένες» με πλάνα ταραχών. Το μήνυμα ήταν σαφές: Εκφραστής της τάξης και του νόμου η πρωθυπουργός, «ταραξίες» οι αντιτιθέμενοι στο σχέδιο. (Hartley, 1982).

Μετά τη συμπλήρωση της θητείας Θάτσερ τα τηλεοπτικά μέσα μετέδωσαν τη λιποθυμία της, δημοσίως και μαζί το μήνυμα ότι ήταν εμφανείς οι ενδείξεις κοπώσεως του μετάλλου της σιδηράς κυρίας.

Οι τηλεοπτικές ειδήσεις βασίζονται στους οπτικούς συμβολισμούς. «Αυτός είναι και ο λόγος που καθημερινά διαπιστώνουμε μια αυξανόμενη τάση «εμβληματοποίησης» των πιο σύνθετων γεγονότων. «Όλη η εμβέλεια των συμφωνιών μεταξύ Ισραήλ και PLO, συνοψίστηκε στη χειραψία Ράμπιν-Αραφάτ» γράφει ο Ι. Ραμονέ. Χρόνια πριν, η προσέγγιση Ισραήλ-Αιγύπτου είχε αποτυπωθεί στο αεροδρόμιο Ben Gurion, στο φιλικό άγγιγμα της σκάλας με την ένδειξη EI Al δίπλα ακριβώς στο έμβλημα της αραβικής δημοκρατίας της Αιγύπτου του αεροπλάνου που μετέφερε τον Ανουάρ Σαντάτ (αρχ. EPT).

Η σημασία και τα προβλήματα της ενοποίησης των δύο Γερμανιών «χάθηκαν» στο γκρέμισμα του τείχους του Βερολίνου, παρά το γεγονός ότι η εικόνα έπειθε πως η ιστορία γραφόταν μπροστά στα μάτια του τηλεθεατή.

Η ανάγκη του τηλεοπτικού ειδησεογραφικού μέσου – κυρίως λόγω του ανταγωνισμού που απαιτεί να περιλάβει για το ανομοιογενές κοινό του τα πλέον ποικίλα θέματα και να τα αποδώσει στο συντομότερο δυνατόν χρόνο – για εμβλήματα και σύμβολα συνιστά παγίδα για το ίδιο και τους αποδέκτες των μηνυμάτων του. «Σιγά - σιγά εδραιώνεται η ιδέα ότι η σημασία των γεγονότων είναι ανάλογη με τον πλούτο των εικόνων τους» (Ραμονέ, 1999).

«Μέχρι το 1994 όλοι στις ΗΠΑ πίστευαν ότι οι Αμερικανοί μουσουλμάνοι έφταναν στους 100.000...Ελάχιστες ήταν οι αναφορές των μέσων σ' αυτούς. Και ξαφνικά στις 17 Οκτωβρίου '95 έγινε σεισμός. Ήταν η μεγαλύτερη διαδήλωση που έγινε ποτέ στη χώρα. (σημ: η πρωτοβουλία του Λούις Φάραχαν για τη διαδήλωση του ενός εκατομμυρίου). Ποτέ δεν κατάλαβαν ποτέ και πώς 4-5 εκατομμύρια άνθρωποι – στη διαδήλωση πήγαν μόνο οι άνδρες – απέκτησαν θρήσκευμα, πολιτική πλατφόρμα, πρότυπο ζωής, οργανωμένη έκφραση» (Λιοναράκης, 1998).

Η εικόνα αυτή απετέλεσε «προειδοποίηση». Υπάρχουν άλλες περιπτώ-

σεις κατά τις οποίες παιχνίδια διαπλεκόμενων συμφερόντων εκφράζονται προς, διά και από την ειδησεογραφική εικόνα.

Η αντίστιξη των «ιδεολογιών» ΗΠΑ – Κούβας εκφράστηκε, με την εκ των ουκ άνευ συμβολή της τηλεόρασης, στη μορφή του Ελιάν Γκονζάλες. Η ειδησεογραφική εικόνα απέκτησε διαφημιστική λογική και ο Ελιάν μετατράπηκε σε κούκλα Μπάρμπι. Ο Ελιάν στο σχολείο με καινούργια ρούχα, ποδήλατο για τον Ελιάν, τα γενέθλια του Ελιάν με πάρτυ στο γκαζόν και πολύχρωμα μπαλόνια. Τα επιχειρήματα της άλλης πλευράς είχαν φόντο έναν πατέρα φτωχοντυμένο, ένα σπίτι με «τα απολύτως αναγκαία» και συγκεντρώσεις με ομιλητή τον Φιντέλ Κάστρο του οποίου η επαναστατημένη φιγούρα έχει γίνει πολύ οικεία ώστε να έλκει την προσοχή.

Το 1989 η εικόνα των οδομαχιών στο Βουκουρέστι δεν μπορούσε να συγκριθεί με αυτές που ήρθαν από την Τιμισσόρα – και ας αποκαλύφθηκε αργότερα ότι οι φρικιαστικότερες ήταν προϊόν σκηνοθεσίας με πτώματα από το νεκροταφείο απόρων – θέαμα που έκανε τον τότε υπουργό Εξωτερικών της Γαλλίας Ρολάν Ντυμά να δηλώσει: «Δεν μπορούμε να μείνουμε θεατές σε μια τέτοια σφαγή» (Ραμονέ, 1999).

Ανάλογες εικόνες απετέλεσαν την εξήγηση των «ανθρωπιστικών» παρεμβάσεων τόσο στο Κοσσυφοπέδιο όσο και, νωρίτερα, στο Ιράκ, στο έδαφος του οποίου η δημιουργία ζωνών ασφαλείας για τους σίτες και τους Κούρδους οπτικοποιήθηκε και με πλάνα αρχείου (μνήμης) από την τραγωδία της χρήσης χημικών όπλων στην Χαλάμπτσα. Άλλωστε, καθ' όλη τη διάρκεια του πολέμου στον Περσικό η χημική απειλή «συνοψιζόταν» στις αντιασφυξιογόνες μάσκες στα πρόσωπα των Αμερικανών στρατιωτών ή σ' αυτές που έσπευδαν να αγοράσουν οι Ισραηλινοί. Οι μάσκες ήταν ένα από τα σημεία του πολέμου που το CNN υποσχέθηκε να μεταφέρει στο σαλόνι. Ο πρώτος πόλεμος σε απευθείας μετάδοση. Από αυτόν τον πόλεμο όμως «έλειπε κάτι σημαντικό: ο ίδιος ο πόλεμος... (που) αντικαταστάθηκε από ντοκουμέντα αρχείου, μακέτες, χάρτες, διηγήσεις ειδικών σε στρατιωτικά θέματα, συζητήσεις, τηλεφωνικές μαρτυρίες» (Ραμονέ, 1996). Αυτός ο πόλεμος ήταν σχεδόν «ραδιοφωνικός». Τον χαρακτήρισαν πλάνα μετακίνησης προσφύγων (του πολέμου) που παρ' όλα αυτά απετέλεσαν μία από τις «εξηγήσεις» για τη συνέχιση των επιχειρήσεων, η μονομέρεια των briefings καθώς «τα ΜΜΕ είναι αναγκαστικά με αυτόν που αποτελεί πηγή πληροφόρησης, ελλείψει άλλης» (Mayer, 1993) και τα πλάνα προετοιμασιών επιθέσεων από αμερικανικές βάσεις στις ΗΠΑ, τη Γερμανία ή από αεροπλανοφόρα.

Οι εικόνες αυτού του πολέμου είχαν «διαφημιστική» χροιά. Ο τηλεθεατής παρακολούθησε τον πόλεμο από τη σκοπιά των «έξυπνων» βομβών που «ήξεραν» να επιλέξουν μόνο τους στρατιωτικούς στόχους και να απο-

καταστήσουν τα πράγματα στο πνεύμα της νέας παγκόσμιας τάξης. (Broughton, 1996). Έξυπνες βόμβες και νέα τάξη «διαφημίζονταν» συγχρόνως στα briefings και τα πλάνα από τη σκοπιά της βόμβας (από τα αεροπλάνα) δημιουργούσαν ένα είδος συμπάθειας στον τηλεθεατή (ό.π.). Ήταν, τελικά, ένας «καθαρός» πόλεμος, ή μάλλον το αποτέλεσμα ενός μαθήματος από παλιό αμερικανικό πάθημα.

Ο πόλεμος του Βιετνάμ «για τους Αμερικανούς αρχίζει τον Αύγουστο του '64 με το περιστατικό του Τον Κιν, όπου προβλήθηκε ότι δύο αμερικανικά πλοία δέχτηκαν επίθεση από δυο πλοία του Β. Βιετνάμ... Ο πρόεδρος Τζόνσον εμφανίστηκε μπροστά στις κάμερες και δήλωσε: «τώρα έχουμε αποδείξεις για το πόσο σημαντικό είναι να διοχετεύσουμε τους πόρους μας στον πόλεμο»... Οι τηλεοπτικές οθόνες γεμίζουν από τις πολύ άγριες εικόνες μάχης στην περιοχή της πρεσβείας, στη Σαϊγκόν, αλλά και από πόλη σε πόλη στο Ν. Βιετνάμ δίνοντας την εικόνα ότι μια τεράστιου βεληγεκούς και επιτυχής επίθεση βρίσκεται σε εξέλιξη... Άμεση συνέπεια αυτής της δημοσιογραφικής κάλυψης ήταν ότι αύξησε τη δημόσια υποστήριξη... (Το 1965) στις ειδήσεις του CBS βλέπαμε Αμερικανούς ναύτες να βάζουν φωτιά σε καλύβες χωρικών. Αυτό τρομοκράτησε πολλούς Αμερικανούς που είπαν: «Δεν μπορούμε να πιστέψουμε ότι το Ναυτικό κάνει τέτοια πράγματα» (Gitlin, 1999). Στον πόλεμο του Βιετνάμ ήταν «οι εικόνες (που του) αφαίρεσαν την επική του διάστασης. Οι τηλεθεατές παρακολούθησαν την ήττα της αυτοκρατορίας» (Ραμονέ, 1999).

Από τα παραπάνω, καθίσταται σαφής ο ρόλος των εικόνων - μεταξύ αυτών δε και εκείνων των τηλεοπτικών ειδήσεων σε ένα πλανήτη που «ενοποιείται» - για την αντίληψη που είναι μια ενεργητική διαδικασία απαραίτητη στον άνθρωπο, προκειμένου να αφομοιώσει στοιχεία του περιβάλλοντος πραγματικού κόσμου για να ενταχθεί και να αναπτυχθεί σ' αυτόν, διαμορφώνοντας παράλληλα το υποκειμενικό του «εγώ». Για να επιτευχθεί αυτός ο σκοπός, υγιώς και ισορροπημένα, απαιτείται σαφής διάκριση - στον τομέα της εικόνας - ανάμεσα σε αυτή που ανήκει στο πραγματικό και εκείνη που ανήκει στο σκηνοθετημένο και φανταστικό. Αυτός ο διαχωρισμός όμως δεν αρκεί. Διάκριση πρέπει να γίνεται και μεταξύ των εικόνων της πραγματικότητας, ανάμεσα σ' εκείνες που αποδίδουν τα του όντος τω όντι και αυτές που είναι, τροποποιητικά για την πραγματικότητα, αποσπασματικές ή φλερτάρουν με την πραγματικότητα σκηνοθετώντας την. Με άλλα λόγια, η καθαρά αισθητηριακή αντίληψη (η διά της οράσεως κυρίως ή και ακοής) μπορεί, με τις κατάλληλες αν και αθέμιτες παρεμβολές, να οδηγήσει σε λανθασμένα συμπεράσματα τη συνολική αντίληψη.

Η ειδησεογραφική εικόνα, κάποιες φορές, αδυνατεί να προκαλέσει τη μετάβαση σε ανάλογη πραγματική «εμπειρία», μολονότι ισχυρίζεται ότι

αυτό προσπαθεί να κάνει και δημιουργεί ένα φανταστικό κατασκεύασμα, προσανατολισμένο όμως στην αναζήτηση του πραγματικού, για να οδηγήσει τελικά υποσυνείδητα τον αποδέκτη του μηνύματος στην εναγώνια προσπάθεια ταύτισης των δύο κόσμων ή σε παρανοήσεις, αν όχι σε σύγχυση και αδιαφορία.

Σ'αυτό το σημείο είναι δυνατόν και πιθανόν να αρχίζει ένας φαύλος κύκλος για τη λειτουργία της αντιληπτικότητας. Καθώς σήμερα ο άνθρωπος βομβαρδίζεται από σκηνοθετημένες εικόνες (τηλεόραση, Internet, φωτογραφίες σε έντυπα μέσα, κ.λπ.) διαμορφώνει απόψεις, πεποιθήσεις και πρότυπα (και το συνεπαγόμενο πλαίσιο αξιών και ιδεολογίας) από αυτές και στη συνέχεια, σ'ένα ποσοστό, αναπαράγει με τη συμπεριφορά του το προσληφθέν, «διαταράσσοντας» τα όρια ανάμεσα στο φανταστικό και το πραγματικό, το φαίνεσθαι και το είναι.

Σε αντίθεση με τον αποστολέα των οπτικών μηνυμάτων, ο λήπτης στέκεται μόνος απέναντι στις συντεταγμένες δυνάμεις του πρώτου. Δεν υπάρχει ομαδική αισθητηριακή αντίληψη. Επίσης, στην συντριπτική πλειοψηφία τους οι λήπτες δεν είναι γνώστες των αντιληπτικών δυνατοτήτων και ικανοτήτων που κατέχουν. Τις χρησιμοποιούν αλλά δεν ξέρουν να τις διαχειρίζονται. Στέκονται ερασιτέχνες μπροστά στον εκλεπτυσμένο επαγγελματισμό που εκπέμπει το μήνυμα. Μοναδική άμυνα του λήπτη είναι η γνώση με την οποία μπορεί να διαπραγματευθεί στη σκέψη του το καινούργιο. (Έκο, 1997). Σ'αυτό θα βασιστεί για να αναπτύξει τρόπους αντίδρασης σε ό,τι μπορεί να αποτελεί «σειρήνες» της εικόνας.

Κάποιοι δένονται στο κατάρτι, κάποιοι άλλοι ακολουθούν την παρόρμηση και κολυμπούν προς το νησί της οπτικής μελωδίας, με την αντίληψη να προσπερνά κάθε τι που θα μπορούσε να διαταράξει την νοητική και συναισθηματική ευδαιμονία της. Άλλωστε, η αντίληψη τείνει να επαναφέρει την ισοροπία της σύμφωνα όχι απαραίτητα με την πραγματικότητα αλλά με τις δικές της νόρμες. Έτσι, σιγά-σιγά τα πάσης φύσεως ερεθίσματα κατηγοριοποιούνται σε υποδείγματα και αντιμετωπίζονται σύμφωνα με την αρχική επιλογή. Συχνά δε ο αποστολέας επανατροφοδοτεί τον λήπτη. Αυτός ο πλούτος όμως του τηλεοπτικού μέσου τείνει να γίνει «πηγή φτώχειας που επηρεάζει τις ειδήσεις. Φτώχεια υποβάθρου, φαντασίας και νοήματος (Mayer, 1993). Επιπλέον «επιβάλλοντας στην ενημέρωση την ταχύτητα του φωτός συγχέουμε την είδηση με την επικαιρότητα, τη δημοσιογραφία με τη μαρτυρία» (Ραμονέ, 1999).

Η παιδεία και η καλλιέργεια της προσοχής, πρώιμα, ως βασική αγωγή στην ορθή εκτίμηση των εικόνων (πραγματικών, σκηνοθετημένων, φανταστικών) είναι απαραίτητες σήμερα όσο ποτέ άλλοτε. Και αν ένα από τα βασικότερα μαθήματα στο σχολείο έχει ως πυρήνα τη λογοτεχνία, ήρθε η

ώρα για ένα ανάλογο με κέντρο την εικονοτεχνία. (Παπαθανασόπουλος, 2001). «Τι θέλει εδώ να μας πει ο ποιητής;» ρωτούν οι καθηγητές, προσπαθώντας να διευρύνουν τους ορίζοντες των μαθητών. Ίσως, αν όχι μεγαλύτερης, αξίας είναι στις μέρες μας η ερώτηση «Τι θέλει εδώ να μας πει ο σκηνοθέτης, ο παραγωγός, ο λήπτης της εικόνας;»

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αχειμάστος Μ., - Κομνηνού Μ., 1998, «Η μορφολογία της ημερήσιας διάταξης των ειδήσεων: τύπος και τηλεόραση στην Ελλάδα», από *Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*, επιμ: Ρ. Παναγιωτοπούλου, Π. Ρηγοπούλου, Μ. Ρήγου, Σ. Νοτάρης, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
2. Brosius H.B., Donsbach W., Birll M., 1996, «How do text-picture relations affect the informational effectiveness of television newscast», *Journal of broadcasting and electronic media*, 40.
3. Browghton J., 1996, «The bomb's eye view: smart weapons and military TV», από: *Technoscience and Cuberculture*, Aronowitz St., Marpinsons B., Menser M., eds, N.Y., Routledge.
4. Conrad P., 1982, *Television: The medium and its manners*, USA, Routledge and Kegan Paul Ltd.
5. Dayan D., Katz El., 1987, «Performing media events», από: *Impacts and influences*, Curran J., Smith A., Wingate P., eds., London, N.Y., Methuen.
6. Έχο Ου., 1997, *Η σημειολογία στην καθημερινή ζωή*, Αθήνα, Μαλλιάρης Παιδεία.
7. Fiske J., «ΜΜΕ, 1998, ταυτότητα και μετανεωτερικότητα» από: *Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης*, επιμ: Ρ. Παναγιωτοπούλου, Π. Ρηγοπούλου, Μ. Ρήγου, Σ. Νοτάρης, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
8. Gebner G., 1998, «Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα ΜΜΕ», από *Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*, επιμ: Ρ. Παναγιωτοπούλου, Π. Ρηγοπούλου, Μ. Ρήγου, Σ. Νοτάρης, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
9. Gitlin T., 1999, «Δημοσιογραφική δεοντολογία: πώς, πότε και γιατί παραβιάζονται οι εικόνες» από *Ζητήματα δημοσιογραφικής δεοντολογίας*, επιμ: Παπαθανασόπουλος Στ., Κομνηνού Μ. Αθήνα, Καστανιώτης.
10. Goodman S., Manners P., 1997 «Making it real: Words and pictures in television news», *Language and communication*, Vol. 17, No1.
11. Graber D.,A. «Say it with pictures», 1996, *Annals, AAPSS*, 546.
12. Graber D.A.. 1990, «Seeing is remembering: how visuals contribute to learning from television news» *Journal of communication*. 40.

13. Gunter B., 1987, *Poor reception: Misunderstanding and forgetting broadcast news*, Hillsdale N.Jersey, Lawrence Erlbaum.
14. Hart R.P., 1994, *Seducing America: how television charms the modern voter*, NY, Hartley Oxford university press.
15. J., 1992, *The politics of pictures*, London, Routledge.
16. Hartley J., 1982, *Understanding news*, USA, Methuen.
17. Καούρας Γ., 1998, «Η δράση τρομοκρατικών οργανώσεων και τύπος: η επίθεση κατά του Mega Channel», από *Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*, επιμ: Ρ. Παναγιωτοπούλου, Π. Ρηγοπούλου, Μ. Ρήγου, Σ. Νοτάρης, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
18. Κόρνερ Τζ., 1996, «Επανεκτίμηση της πρόσληψης: στόχοι, έννοιες και μέθοδοι», από: *MME και κοινωνία*, επιμ: Curran J., Gurevitch M., Αθήνα, Πατάκης.
19. Λιοναράκης Ν., 1998, «Κατασκευή κατά λάθος και από λάθος» από: *Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης*, επιμ: Ρ. Παναγιωτοπούλου, Π. Ρηγοπούλου, Ν. Ρήγου, Σ. Νοτάρης, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
20. Mayer M., 1993, *Making news*, USA, Harvard Business school press.
21. Mitchell, W.J.T., 1994, *Picture theory*, Chicago, University of Chicago Press.
22. Μπλούμλερ Τζ.-Γκουρέβιτς Μ., 1996, «Μεταβολή στα μέσα και κοινωνική μεταβολή: σύνδεσμοι και τομές», από *MME και Κοινωνία*, επιμ: Curran J. Gurevitch M., Αθήνα, Πατάκης.
23. Μπούρστιν Ντ., 1989, «Από τη συλλογή στην κατασκευή ειδήσεων», από: *Το μήνυμα του μέσου*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
24. Newhagen J. E., 1998, «TV News, images that induce anger, fear and disgust: effects on approach - avoidance and memory», *Journal of Broadcasting and electronic media*, 42(2).
25. Newhagen J.E., 1992, «The evening's bad news: Effects of compelling negative television news images on memory», *Journal of communication*, 42(2), spring.
26. Ντεριντά Ζ., Στίγκλερ Μπ., 1996, *Υπερηχογραφήματα της τηλεόρασης*, Αθήνα, Εκκρεμές.
27. Πανούσης Γ., 2000, *Φυσιογνωμική*, Αθήνα-Κομοτηνή, Σάκκουλα.
28. Παπαθανασόπουλος Στ., «Απλά μαθήματα επικοινωνίας στα σχολεία», εφημ. Καθημερινή 11 Νοεμβρίου 2001.
29. Παρκ Π., 1989, «Σκέψεις για την επικοινωνία και την κουλτούρα», από *Το μήνυμα του μέσου*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
30. Parry-Giles Sh., 2000, «Mediating Hillary Rodham Clinton: Television news practices and image making in the postmodern age», *Critical studies in media communication*, Vol. 7, No. 2.
31. Ραμονέ Ι., 1999, *Η τυραννία των ΜΜΕ*, Αθήνα, Πόλις.