

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Σχολή Κοινωνικών Επιστημών

Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων

Διπλωματική εργασία

Οι αφίσες ως μέσο επικοινωνίας στις πολιτισμικές μονάδες : ανάλυση μηνύματος των αφισών για τις δράσεις του Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος (ΚΘΒΕ) για τα έτη 2015-2025

The posters as a communication medium in cultural organizations : message analysis on posters of the activities of the National Theatre of Northern Greece (NTNG) during the period 2015-2025

Μαρία Αγγελική Πανέρη

Επιβλέπουσα καθηγήτρια : Ιφιγένεια Μυλωνά

Θεσσαλονίκη, Ιούνιος 2026

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Οι αφίσες ως μέσο επικοινωνίας στις πολιτισμικές μονάδες : ανάλυση μηνύματος των αφισών για τις δράσεις του Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος (ΚΘΒΕ) για τα έτη 2015-2025

The posters as a communication medium in cultural organizations : message analysis on posters of the activities of the National Theatre of Northern Greece (NTNG) during the period 2015-2025

Μαρία Αγγελική Πανέρη

A.M.165349

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Ιφιγένεια Μυλωνά

Συν-Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Ειρήνη Παπαδάκη

Θεσσαλονίκη, Ιούνιος 2026

**Στα αγαπημένα μου παιδιά Αντώνη και Εβελίνα,
με την ελπίδα ότι κάποτε θα κατανοήσουν πως η
απουσία μου είχε σκοπό και αξία και πως αυτή η
διαδρομή θα τους εμπνεύσει να ονειρεύονται, να
προσπαθούν και να δημιουργούν.**

Ο κόσμος όλος είναι δικός σας.

**Στην πηγή της ύπαρξής μου,
στην αγαπημένη μου μητέρα Ευαγγελία,
που υπήρξε ο σημαντικότερος μέντορας και
σταθερός υποστηρικτής μου σε κάθε μου βήμα.**

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας, επιθυμώ να εκφράσω τις ειλικρινείς μου ευχαριστίες στην επιβλέπουσα καθηγήτρια μου, κ. Ιφιγένεια Μυλωνά και στη συν-επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κ. Ειρήνη Παπαδάκη.

Η έγκριση και η ανάθεση του συγκεκριμένου ερευνητικού αντικειμένου, καθώς και η γενικότερη εποπτεία τους κατά τη διάρκεια της ακαδημαϊκής χρονιάς, υπήρξαν απαραίτητα στοιχεία για την πορεία της εργασίας. Οι υποδείξεις, οι διορθώσεις και οι μεθοδολογικές παρατηρήσεις που μου παρείχαν στα επιμέρους στάδια συνέβαλαν καθοριστικά στη σωστή διαμόρφωση και τη δομική ολοκλήρωση του τελικού αποτελέσματος αυτής της διατριβής.

Περίληψη

Η παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάζει την οπτική επικοινωνία και τη στρατηγική προβολής του ΚΘΒΕ για την περίοδο 2015 – 2025. Σκοπός της έρευνας είναι να διαπιστωθεί αν οι αφίσες του οργανισμού είναι αναγνωρίσιμες από το ευρύ κοινό, αν αντανακλάται μέσα από αυτές η επικοινωνιακή του πολιτική και αν αναδεικνύεται η ταυτότητά του ΚΘΒΕ μέσα από τις επιμέρους δράσεις του. Η επιλογή της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου έγινε με βάση την έντονη εξωστρέφεια που παρουσιάζει το ΚΘΒΕ την τελευταία δεκαετία, αναζητώντας νέους διαύλους επικοινωνίας με την κοινωνία. Για την επίτευξη του στόχου αυτού, υιοθετήθηκε μια μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση. Αρχικά πραγματοποιήθηκε ποιοτική σημειωτική ανάλυση από τον ερευνητή σε ένα σώμα 10 επιλεγμένων αφισών ξένου δράματος της τελευταίας δεκαετίας. Στη συνέχεια υλοποιήθηκε ποσοτική έρευνα μέσω δομημένου ερωτηματολογίου 18 ερωτήσεων σε δείγμα 100 ατόμων, με στόχο την καταγραφή αυθόρμητης ανάκλησης μνήμης και της πρόσληψης του υλικού από το κοινό βασιζόμενοι στις αφίσες που οι ίδιοι έχουν συναντήσει βιωματικά στον αστικό ιστό. Τα αποτελέσματα έδειξαν πλήρη σύγκλιση μεταξύ των δύο μεθόδων. Η σημειωτική ανάλυση έδειξε ότι οι αφίσες βασίζονται σε μία καθαρή οργάνωση των γραπτών μηνυμάτων και σε δυναμικές οπτικές αντιθέσεις, στοιχείο που επιβεβαιώθηκε από το κοινό, το οποίο αξιολόγησε το υλικό ως εξαιρετικά ευανάγνωστο ακόμη και υπό συνθήκες φευγαλέας θέασης στο δρόμο.

Παράλληλα οι σημειωτικοί κώδικες (σκοτεινή παλέτα κ.α.) μεταφράζουν με επιτυχία το ύφος του ξένου δράματος, δημιουργώντας σαφής καλλιτεχνικές προσδοκίες στους δέκτες. Τέλος αποδείχθηκε ότι το ΚΘΒΕ διαθέτει έναν ισχυρό και σχεδιαστικό πυρήνα, καθώς οι ερωτώμενοι αναγνώρισαν την ταυτότητα του οργανισμού από μνήμης. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώθηκε καθολικά από άτομα όλων των ηλικιών και μορφωτικών επιπέδων αποδεικνύοντας ότι η οπτική επικοινωνία του ΚΘΒΕ χαρακτηρίζεται από κοινωνική συμπερίληψη καταρρίπτοντας την προκατάληψη ότι το ξένο δραματολόγιο απευθύνεται σε ένα ελιτίστικο κοινό.

Abstract

This postgraduate master's thesis examines the visual communication and promotional strategy of the NTNG during the period 2015 – 2025. The purpose of the study is to determine whether the institution's posters are recognizable by the general public, if they effectively reflect its communication policy, and whether they successfully promote the NTNG's corporate brand identity through its various artistic activities. The selection of this specific timeframe was based on the intense extroversion and public outreach demonstrated by the NTNG over the last decade, as it actively sought new channels of engagement with society. To achieve this objective, a mixed – methods research design was adopted. First qualitative semiotic analysis was conducted by the researcher on a corpus of 10 selected foreign drama posters from the last decade. Subsequently a quantitative study was implemented through a structured questionnaire consisting of the 18 questions distributed to a sample of 100 participants. This quantitative phase aimed to capture spontaneous brand recall and audience perception based on the posters the respondents had encountered through their daily experience within the urban environment.

The findings revealed a profound convergence between the two methodological tools. The semiotic analysis indicated that the posters are built upon a clear organization of textual messages and dynamic visual contrasts, a structure validated by the public, who evaluated the material as highly legible even under conditions of fleeting exposure in the street. Furthermore the identified semiotic codes (dark colors palettes) successfully translate the atmosphere of foreign drama, establishing clear artistic expectations for the audience. Finally the research demonstrated that the NTNG possesses a robust and highly recognizable core visual identity, as respondents were able to identify the institution's brand purely from memory. This finding was universally verified across all age groups and educational backgrounds, proving that the NTNG's visual communication promotes social inclusivity and dismantles the stereotype that foreign theater repertoires appeal exclusively to an elitist audience.

Πίνακας περιεχομένων

• Περίληψη.....	6
• Περιεχόμενα.....	8
• Εισαγωγή.....	10
• 1.Η διαδικασία της επικοινωνίας.....	15
• 1.1 Η έννοια της επικοινωνίας	15
• 1.2 Μοντέλα επικοινωνίας.....	18
• 1.3 Μορφές επικοινωνίας.....	22
• 1.4 Το μήνυμα ως επικοινωνιακή διαδικασία.....	25
• 1.5 Η αφίσα και η επικοινωνιακή της διάσταση.....	28
• 2. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί και η ταυτότητά τους.....	32
• 2.1 Τι είναι ο πολιτιστικός οργανισμός.....	32
• 2.2 Πολιτιστική επικοινωνία.....	35
• 2.3 Η ταυτότητα των πολιτιστικών οργανισμών.....	38
• 2.4 Η συμβολή της πολιτιστικής επικοινωνίας στην ανάδειξη της ταυτότητας των πολιτιστικών οργανισμών.....	39
• Ερευνητικά Ερωτήματα.....	42
• Μεθοδολογία.....	43
• 3. Μελέτη περίπτωσης Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος (ΚΘΒΕ).....	60
• 3.1 Ιστορική αναδρομή του ΚΘΒΕ.....	61
• 3.2 Όραμα του ΚΘΒΕ.....	66
• 3.3 Επικοινωνιακή πολιτική του ΚΘΒΕ	67
• 4. Ανάλυση μηνύματος αφισών του ΚΘΒΕ με τη σημειωτική.....	72

• 4.1 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2015-2016.....	73
• 4.2 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2016-2017.....	79
• 4.3 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2017-2018.....	87
• 4.4 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2018-2019.....	94
• 4.5 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2019-2020.....	101
• 4.6 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2020-2021.....	108
• 4.7 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2021-2022.....	115
• 4.8 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2022-2023.....	122
• 4.9 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2023-2024.....	129
• 4.10 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2024-2025.....	136
• Αποτελέσματα έρευνας.....	144
• Συμπεράσματα.....	167
• Βιβλιογραφία	177
• Παραρτήματα.....	191
• Ερωτηματολόγιο.....	191

Εισαγωγή

1.1 Το Σύγχρονο Οπτικό Περιβάλλον και ο Ρόλος των Πολιτιστικών Οργανισμών

Καθημερινά οι άνθρωποι δέχονται αμέτρητα οπτικά ερεθίσματα από διάφορα μέσα επικοινωνίας όπως το διαδίκτυο, η τηλεόραση, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και οι αφίσες στον αστικό ιστό. Τα συγκεκριμένα κανάλια αποτελούν τα κύρια μέσα προώθησης των καταναλωτικών προϊόντων και υπηρεσιών ενώ παράλληλα επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό τις ανθρώπινες αισθήσεις, τις αντιλήψεις και το σύγχρονο τρόπο ζωής των ατόμων. Μέσα σε αυτό το έντονα φορτισμένο και κορεσμένο περιβάλλον οι άνθρωποι καλούνται καθημερινά να αναπτύξουν δεξιότητες οπτικού εγγραμμιατισμού, προκειμένου να αποδοθούν, να ερμηνεύουν και να αποκωδικοποιούν αποτελεσματικά τα μηνύματα που λαμβάνουν από όλα αυτά τα ποικίλα επικοινωνιακά ερεθίσματα. Στο πλαίσιο αυτού του σύγχρονου οπτικού και ψηφιακού πολιτισμού οι σχεδιαστές των οπτικών μηνυμάτων επωμίζονται μία διπλή ευθύνη : θα πρέπει να φτιάχνουν τα μηνύματα με τέτοιο τρόπο και με τέτοια μορφολογική δομή ώστε αυτά να μην επιδέχονται παρανοήσεις και ασάφειες. Η σωστή οργάνωση της εικόνας και του λόγου οφείλει να επιτρέπει στο μήνυμα να μπορεί να αποκωδικοποιηθεί εύκολα από τους αναγνώστες οδηγώντας τους με ασφάλεια και ταχύτητα στην επιδιωκόμενη σύλληψη του αρχικού νοήματος που επιδίωκε ο πομπός.

Μέσα σε αυτή την επικοινωνιακή πραγματικότητα οι πολιτιστικοί οργανισμοί (δημόσιοι, ιδιωτικοί ή μη κερδοσκοπικοί) διαδραματίζουν έναν καθοριστικό ρόλο, καθώς συνιστούν το βασικότερο δείκτη και μοχλό της πολιτιστικής αναάπτυξης μιας επικοινωνίας. Η αποστολή τους είναι βαθιά κοινωνική και παιδευτική, καθώς λειτουργούν ως βασικές γέφυρες που συνδέουν την ιστορική παρακαταθήκη και το παρελθόν με τις σύγχρονες καλλιτεχνικές αναζητήσεις και το μέλλον. Μέσα σε αυτή τη διαρκή αλληλεπίδραση, οι οργανισμοί αυτοί διαμορφώνουν, αποκρυσταλλώνουν και επικοινωνούν την ιδιαίτερη ταυτότητά τους στο κοινωνικό σύνολο. Το κυριότερο όχημα για την εξωτερίκευση είναι η επικοινωνιακή πολιτική του εκάστοτε πολιτιστικού οργανισμού. Μέσα από αυτή αναδεικνύεται η ταυτότητά του (το όραμα, οι θεμελιώδεις αρχές και οι αξίες που τον διέπουν) και καθορίζεται με σαφήνεια η δημόσια παρουσία του στην κοινωνική σφαίρα. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί χρησιμοποιώντας ως εργαλεία τις τέχνες, το θέατρο και την παράδοση δεν

προσφέρουν απλώς ψυχαγωγία, αλλά προάγουν ενεργά την κοινωνική και πνευματική ανάπτυξη. Συμβάλλουν στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, στην ενίσχυση της καλλιτεχνικής δημιουργίας, στην καλλιέργεια της κοινωνικής συνοχής, στην εκπαίδευση και την αισθητική παιδεία των πολιτών, καθώς και στην οικονομική ανάπτυξη μέσω της πολιτιστικής βιομηχανίας.

1.2 Το Όραμα του ΚΘΒΕ και το Προσωπικό Κίνητρο της Έρευνας

Στην ελληνική πολιτιστική πραγματικότητα το ΚΘΒΕ αποτελεί ένα από τους emblematicότερους και μεγαλύτερους θεατρικούς οργανισμούς της χώρας με έντονο κοινωνικό και καλλιτεχνικό αποτύπωμα. Το ΚΘΒΕ επιτελεί ένα πολυσχιδές έργο. Προάγοντας συστηματικά τον πολιτισμό και την καλλιτεχνική δημιουργία, ενώ ταυτόχρονα καλλιεργεί τη θεατρική παιδεία μέσα από τις ποιοτικές παραγωγές του, τις εκπαιδευτικές του δράσεις και τις κοινωνικές του παρεμβάσεις. Το ξεχωριστό καλλιτεχνικό του όραμα, η μακροχρόνια και ιστορική του πορεία στα πολιτιστικά δρώμενα της χώρας, καθώς και η προσωπική μου καταγωγή από την πόλη της Θεσσαλονίκης αποτέλεσαν τους πρωταρχικούς και καθοριστικούς λόγους που με έκαναν να το επιλέξω ως μελέτη περίπτωσης στη διπλωματική μου εργασία. Η Θεσσαλονίκη ως η ιστορική έδρα του ΚΘΒΕ αποτελεί ένα δυναμικό αστικό περιβάλλον, μέσα στο οποίο οι αφίσες του θεάτρου δεν λειτουργούν απλά ως διαφημιστικά μέσα, αλλά ως καθημερινά οπτικά σημεία αναφοράς για τους κατοίκους. Η βιωματική μου σχέση με το αστικό τοπίο της πόλης και η συχνή επαφή με το οπτικό υλικό του οργανισμού γέννησαν το ερευνητικό ενδιαφέρον για την επιστημονική διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο το θέατρο επικοινωνεί με το ευρύ κοινό.

1.3 Στρατηγική Εξωστρέφειας και Σκοπός της Έρευνας

Το ΚΘΒΕ τα τελευταία χρόνια ακολουθεί μία συγκροτημένη στρατηγική συστηματικής εξωστρέφειας, η οποία αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες και καθοριστικούς παράγοντες διαμόρφωσης της επικοινωνιακής του πολιτικής. Η δυναμική παρουσία του ΚΘΒΕ όχι μόνο στη Θεσσαλονίκη αλλά και σε ολόκληρη τη Βόρεια Ελλάδα αναδεικνύεται και ισχυροποιείται μέσα από το ευρύ πλέγμα των δραστηριοτήτων του. Αυτό περιλαμβάνει τις δικές του κεντρικές παραγωγές, τις στρατηγικές συμπαραγωγές με άλλους εγχώριους θεατρικούς οργανισμούς, τις

διεθνείς συνεργασίες καθώς και τη συμμετοχή του σε πολυσχιδείς πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Παράλληλα το εκτενές εκπαιδευτικό του έργο συνδέεται άμεσα με το ευρύτερο καλλιτεχνικό του όραμα. Το ΚΘΒΕ λειτουργεί με βάση την αρχή ότι η θεατρική εκπαίδευση, η μύηση των νέων στις τέχνες και η προαγωγή της θεατρικής τέχνης δεν αποτελούν πολυτέλεια, αλλά μια ουσιαστική και μακροπρόθεσμη επένδυση με υψηλή κοινωνική ανταποδοτικότητα για την κοινωνία.

Βασικός σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διαπιστωθεί αν οι αφίσες του ΚΘΒΕ είναι αναγνωρίσιμες από το ευρύ κοινό, αν αντανακλάται μέσα από αυτές η επικοινωνιακή του πολιτική και τέλος αν αναδεικνύεται η ταυτότητα του οργανισμού μέσα από τις αφίσες των επιμέρους καλλιτεχνικών του δράσεων με έμφαση στο ξένο δράμα. Η εστίαση στις συγκεκριμένες καλλιτεχνικές περιόδους της δεκαετίας 2015-2025 βασίστηκε στην έντονη στρατηγική εξωστρέφειας της επικοινωνιακής πολιτικής που ανέπτυξε το ΚΘΒΕ την τελευταία δεκαετία, προσφέροντας ένα σύγχρονο πλαίσιο μελέτης για την ανανέωση της σχέσης του με την κοινωνία.

1.4 Μεθοδολογική Διάρθρωση και Δομή της Εργασίας

Προκειμένου να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα με επιστημονική εγκυρότητα η παρούσα εργασία διαρθρώνεται μεθοδολογικά σε δύο κύρια μέρη, τα οποία καλύπτουν τόσο το θεωρητικό όσο και το ερευνητικό – εμπειρικό σκέλος του αντικειμένου.

Το πρώτο μέρος της εργασίας συνιστά το θεωρητικό υπόβαθρο της μελέτης και εκτείνεται σε δύο διακριτά κεφάλαια.

- Στο πρώτο κεφάλαιο επιχειρείται μία σφαιρική θεωρητική προσέγγιση της διαδικασίας της επικοινωνίας. Στο πλαίσιο αυτό αναλύεται διεξοδικά η έννοια της επικοινωνίας, παρουσιάζονται τα κυριότερα μοντέλα επικοινωνίας και εξετάζεται το μήνυμα ως επικοινωνιακή διαδικασία. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την ανάλυση της αφίσας όπου προσεγγίζεται η μορφολογία της και η ιδιαίτερη επικοινωνιακή της διάσταση.
- Στο δεύτερο κεφάλαιο η θεωρητική συζήτηση εξειδικεύεται γύρω από τη λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών και της ταυτότητάς τους. Αρχικά ορίζεται τι συνιστά έναν πολιτιστικό οργανισμό στη σύγχρονη εποχή και τι

είναι η πολιτιστική επικοινωνία. Στη συνέχεια εξετάζεται η ταυτότητα των πολιτιστικών οργανισμών και αναλύεται διεξοδικά η συμβολή της πολιτιστικής επικοινωνίας στην ανάδειξη, την εμπέδωση και την προβολή αυτής της ταυτότητας στη δημόσια σφαίρα

Το δεύτερο μέρος της εργασίας αποτελεί το ερευνητικό και εφαρμοσμένο σκέλος, το οποίο επίσης διαρθρώνεται σε δύο κεφάλαια, έχοντας ως κεντρική μελέτη περίπτωσης το ΚΘΒΕ.

- Στο πλαίσιο αυτό πραγματοποιείται αρχικά μία ιστορική αναδρομή της παρουσίας του ΚΘΒΕ στον πολιτιστικό χώρο της Ελλάδος. Παρουσιάζεται το όραμά του και τέλος αναλύεται η επικοινωνιακή του πολιτική. Ακολούθησε η πρακτική εφαρμογή της ποσοτικής μεθοδολογία με τη συστηματική σημειωτική ανάλυση επιλεγμένων αφισών των καλλιτεχνικών περιόδων 2015-2025 του ΚΘΒΕ. Η προσέγγιση των 10 αυτών δειγμάτων εστιάζει τόσο στο θέμα όσο και στο περιεχόμενό τους δίνοντας έμφαση στη τελική τους μορφή, δεδομένου ότι οι αφίσες είναι ένα μέσο οπτικής επικοινωνίας και διαφήμισης που προσφέρουν μηνύματα και πληροφορίες. Το κριτήριο επιλογής των αφισών ήταν να αφορούν θεατρικά έργα ξένων συγγραφέων με δραματικό περιεχόμενο και η ανάλυσή τους έγινε με τη σημειωτική μέθοδο.
- Στο επόμενο κεφάλαιο πραγματοποιήθηκε η ποσοτική έρευνα μέσω του δομημένου ερωτηματολογίου των 18 ερωτήσεων, η οποία λειτούργησε συμπληρωματικά. Η έρευνα διεξήχθη σε δείγμα 100 ατόμων, το οποίο επιλέχτηκε με τη μέθοδο της δειγματοληψίας ευκολίας (convenience sampling) βάσει της διαθεσιμότητας και της προθυμίας συμμετοχής των ερωτώμενων από το επαγγελματικό και κοινωνικό περιβάλλον του ερευνητή. Βασικός στόχος ήταν να διαπιστωθεί αν οι αφίσες του ΚΘΒΕ είναι αναγνωρίσιμες από το ευρύ κοινό, αν αντανακλάται μέσα από αυτές η επικοινωνιακή του πολιτική και τέλος αν αναδεικνύεται η ταυτότητα του ΚΘΒΕ από τις αφίσες των δράσεών του.

Οι 100 ερωτώμενοι απάντησαν χωρίς να έχουν άμεση επαφή με τις 10 συγκεκριμένες αφίσες της σημειωτικής ανάλυσης, αλλά βασιζόμενοι στις αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να συναντήσει αυθόρμητα στο δρόμο, μετρώντας έτσι την ανάκληση μνήμης στον αστικό ιστό. Για τη διεξαγωγή των τελικών συμπερασμάτων

της διατριβής, υιοθετήθηκε μια μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση. Στο πλαίσιο αυτό συνδυάστηκαν οργανικά τα ευρήματα της ποιοτικής σημειωτικής ανάλυσης των επιλεγμένων αφισών (για τις καλλιτεχνικές περιόδους 2015-2025) με τα εμπειρικά δεδομένα της ποσοτικής έρευνας στο δείγμα των 100 ατόμων. Διευκρινίζεται ότι η ποσοτική αποτίμηση δεν αφορούσε την άμεση έκθεση των συμμετεχόντων στα συγκεκριμένα 10 έντυπα της σημειωτικής εξέτασης, αλλά βασίστηκε στην αυθόρμητη ανάκληση μνήμης και τη βιωματική τους εμπειρία από τη γενικότερη οπτική επικοινωνία και το branding του ΚΘΒΕ στον αστικό ιστό. Η συνδυαστική αυτή στρατηγική επιτρέπει τη διασταύρωση της θεωρητικής δομής των οπτικών μηνυμάτων με την ευρύτερη κοινωνική τους πρόσληψη, ενισχύοντας τη συνοχή και την ερμηνευτική αξία της μελέτης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. Η διαδικασία της επικοινωνίας

Σε όλη την εξελικτική πορεία του ανθρώπου ο θεσμός της επικοινωνίας ταυτίζεται με την ύπαρξή του. Προκειμένου να κατανοήσουμε τη διαδικασία της ανθρώπινης επικοινωνίας θα πρέπει να σταθούμε στο γεγονός ότι ο άνθρωπος σε κάθε ερέθισμα που δέχεται από το περιβάλλον αντιδρά με τα αισθητήρια όργανά του. Κατά καιρούς έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί για την έννοια της επικοινωνίας χωρίς να είναι κάποιος κοινά αποδεκτός. Η επιστημονική προσέγγιση της επικοινωνίας έγινε από δύο σχολές την Διαδικαστική – Γραμμική και την Σημειωτική. Μέχρι πρότινος επικρατούσε η αντίληψη ότι η επικοινωνία γίνεται μέσω του προφορικού ή του γραπτού λόγου. Πρόσφατα όμως οι επιστήμονες διαπίστωσαν ότι οι «σιωπηλές γλώσσες» επηρεάζουν πιο ισχυρά την επικοινωνία και τις σχέσεις των ανθρώπων. Τα μηνύματα τα οποία αποτελούν δομικά στοιχεία μίας επικοινωνίας έχουν γίνει αντικείμενο μελέτης από πολλούς επιστημονικούς κλάδους. Ένας οργανισμός προκειμένου να επικοινωνήσει τα μηνύματα του στους θεατές του χρησιμοποιεί ένα μείγμα ψηφιακών και παραδοσιακών μέσων (αφίσα κ.α.) προκειμένου να δημιουργήσει σχέσεις και να αλληλεπιδράσει με το κοινό του. Οι αφίσες συνεπώς δεν αποτελούν μόνο το βασικότερο μέσο έντυπης διαφήμισης αλλά και ένα από τα βασικότερα μέσα επικοινωνίας που έχει ένας οργανισμός με τους θεατές του. (Καστόρας , 2019:19, Slack, 2006 :223, Fiske, 1992 :52, Stenberg, 2007 : 1187-1204, Sifaki & Papadopoulou, 2015 : 458). Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλύσουμε την έννοια της επικοινωνίας, τα μοντέλα επικοινωνίας, τις μορφές επικοινωνίας, το μήνυμα ως επικοινωνιακή διαδικασία και τέλος θα εξεταστεί η αφίσα και η επικοινωνιακή της διάσταση.

1.1 Η έννοια της επικοινωνίας

Κατά καιρούς έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί για την έννοια της επικοινωνίας (Simonds, Hunt & Simonds, 2018 :4). Ωστόσο δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός από τους ερευνητές και σύμφωνα με τον Slack *«τις τελευταίες δύο δεκαετίες που ερευνώ την επικοινωνία, ανακάλυψα ότι δεν υπάρχει ένας μοναδικός, απόλυτος ορισμός της επικοινωνίας ο οποίος να εξηγεί επαρκώς το φαινόμενο που μελετάμε.*

Τέτοιος ορισμός δεν υπάρχει, και ούτε περιμένει τον επόμενο ευφυή ακαδημαϊκό να τον ανακαλύψει μια και καλή» (Slack, 2006 :223).

Η ετυμολογία της λέξης επικοινωνίας (communication) προέρχεται από τη λατινική λέξη *communicare* που σημαίνει κοινοποιώ ή μοιράζομαι (Pearson, Nelson, Titsworth & Hosek, 2017 :8). Μερικοί από τους ορισμούς που έχουν δοθεί είναι οι εξής :

- Σύμφωνα με το Μπασέτα η έννοια της επικοινωνίας είναι *«η ανταλλαγή μηνυμάτων ή πληροφοριών»* (Μπασέτας, 2007 : 21)
- Κατά τον Μπαμπινιώτη ως επικοινωνία ορίζεται *«η μετάδοση μηνύματος, πληροφορία ή ανταλλαγή γνώσεων, σκέψεων κ.λ.π. με κάποιον»* (Μπαμπινιώτης, 2010 :480).
- Ο Μπακιρτζής δίνει ένα πιο πολύπλοκο ορισμό όπου η επικοινωνία είναι *« διεργασία επί-κοινωνίας και συν-κίνησης, όπου μέσα από την εμπειρία της συνάντησης του εαυτού με τον διαφορετικό άλλο και με την ετερότητα που αυτός αντιπροσωπεύει, δημιουργείται ο ψυχικός κόσμος, μαθαίνει και αναπτύσσεται ο άνθρωπος»* (Μπακιρτζής, 2003 : 13).

Επιπλέον κατά τον Μπασέτα η επικοινωνία αποτελεί μια διαδικασία όπου μέσω αυτής δημιουργούνται και μεταφέρονται νοήματα ανάμεσα σε πρόσωπα ή ομάδες (Μπασέτας, 2007 : 21, Cooley, 1909 :64). Δεδομένου ότι η επικοινωνία περιλαμβάνει δραστηριοποίηση, συναλλαγές και διάφορες συμπεριφορές αποτελεί μία διαδικασία (Cooley, 1909 :64). Ενώ σύμφωνα με το Griffin η διαδικασία της επικοινωνίας παραλληλίζεται με ένα ποτάμι που η ροή του δεν σταματάει ποτέ και δεν επαναλαμβάνεται ποτέ με τον ίδιο τρόπο (Griffin, 2012 :8). Κατά τον Σταμάτη η επικοινωνία θεωρείται ως ένα *«φαινόμενο ζωής»* και μία διαδικασία πολυεπίπεδη όπου μέσα από αυτή δίνεται η δυνατότητα να αναπτυχθούν οι διαπροσωπικές σχέσεις και κατ' επέκταση να αποκτήσει νόημα η ύπαρξη του ανθρώπου (Σταμάτης, 2013 :24). Ενώ η Satir παρομοιάζει την επικοινωνία με μία ομπρέλα η οποία περιλαμβάνει οτιδήποτε συμβαίνει στους ανθρώπους. Οι επικοινωνιακές τεχνικές που θα χρησιμοποιήσουν οι άνθρωποι έχουν αντίκτυπο στην επιβίωσή του, στη δημιουργία σχέσεων, στην παραγωγικότητα και σε ότι κάνει στη ζωή του (Satir, 1988 : 40). Σύμφωνα με την Ψύλλα η επικοινωνία αποτελεί μία *«καθαρά δια-ατομική διαδικασία»* μέσα από την οποία διαφαίνονται κοινωνικές πρακτικές και διεργασίες που πηγάζουν από το εσωτερικό του κάθε ατόμου και εξελίσσονται μέσα σε ένα

περιβάλλον που επηρεάζεται από τη ψυχολογία και τα συναισθήματα του (Ψύλλα, 1991:106, Ψύλλα, 1998: 74)

Κατά τον καθηγητή επικοινωνίας George Gerbner επικοινωνία είναι η «κοινωνική αλληλεπίδραση διαμέσου μηνυμάτων». Υποστηρίζει ότι η επικοινωνία βασίζεται σε δύο προσεγγίσεις την αντιληπτική και την προσέγγιση του μέσου και του ελέγχου και τα μηνύματα είναι αλληλένδετα με τις επιρροές του περιβάλλοντος. Τα ερεθίσματα που δέχεται ο παραλήπτης από το εξωτερικό περιβάλλον συμβιώνουν με τα κύρια πρότυπα σκέψης και συμπεριφοράς που υπάρχουν στο υποσυνείδητο του τα οποία επηρεάζουν την αντιληπτική του ικανότητα και αντιδρά ανάλογα με τη ψυχολογία και την κουλτούρα του (Fiske, 1992 :43-45).

Στην προσπάθεια ο Wendell Johnson να κατανοήσει τις διαδικασίες και τους παράγοντες της επικοινωνίας σε κάθε της μορφή οδηγήθηκε στο ότι όταν ένα άτομο Α αποστέλλει μήνυμα σε ένα άτομο Β παρεμβάλλονται 5 διαδοχικά στάδια :

Πρώτο στάδιο : Το άτομο Α δέχεται ερεθίσματα από το περιβάλλον τα οποία διαφέρουν κάθε φορά ανάλογα με την πηγή που τα δημιουργεί, το περιεχόμενο και την ποιότητα τους, όπως και το τι συμβαίνει τη στιγμή εκείνη στο περιβάλλον αυτής της επικοινωνίας

Δεύτερο στάδιο : Μετά τη λήψη ερεθίσματος από το περιβάλλον δημιουργούνται κυματισμοί στα νεύρα του ατόμου Α προκαλώντας τα αισθητήρια όργανά του

Τρίτο στάδιο : Ακολουθούν νέες διεγέρσεις στα αισθητήρια όργανά του ατόμου Α δημιουργώντας ανάδραση στη συμπεριφορά του και προετοιμάζει τις έννοιες που θα στείλει στο άτομο Β

Τέταρτο στάδιο : Στο στάδιο αυτό για τις έννοιες που έχουν μεταφερθεί δημιουργούνται και τα αντίστοιχα σύμβολα, όπου το άτομο Α επιλέγει ποιά είναι από αυτά τα ιδανικά προκειμένου να στείλει το μήνυμά του στο άτομο Β

Πέμπτο στάδιο : Τέλος το άτομο Α αποστέλλει το μήνυμα στο άτομο Β

Η παραπάνω ανάλυση αποτελεί το **Μοντέλο Wendell Johnson** που αν και 50 χρόνια αργότερα αποτελεί μέχρι τώρα το πιο αναλυτικό και κατανοητό μοντέλο στην ανθρώπινη επικοινωνία από αυτά του ακολούθησαν (Καστόρας , 2019:29-32).

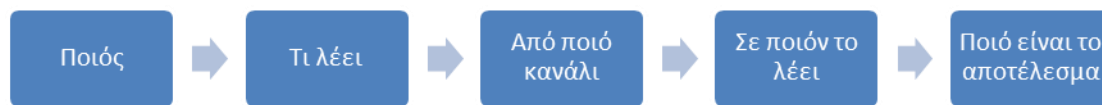
1.2 Μοντέλα επικοινωνίας

Η Διαδικαστική – Γραμμική και η Σημειωτική είναι οι δύο σχολές που προσέγγισαν επιστημονικά την επικοινωνία. Σύμφωνα με τη Διαδικαστική – Γραμμική σχολή, η επικοινωνία ορίζεται ως η διαδικασία μέσω της οποίας ένα άτομο επηρεάζει τη σκέψη ή τη συμπεριφορά ενός άλλου, δηλαδή ως μετάδοση μηνυμάτων. Αντίθετα η Σημειωτική αντιλαμβάνεται την επικοινωνία ως δημιουργία και ανταλλαγή μηνυμάτων, μελετώντας τόσο τα κείμενα όσο και το κοινωνικοπολιτιστικό τους πλαίσιο. Βασική διαφορά των δύο προσεγγίσεων είναι ότι η Σημειωτική εστιάζει στα σημεία, τη λειτουργία και την ερμηνεία τους, δίνοντας έμφαση στο κείμενο, ενώ τα Γραμμικά μοντέλα δεν το τοποθετούν στο επίκεντρο της ανάλυσης. Επιπλέον στη Σημειωτική ο δέκτης – αναγνώστης διαδραματίζει ενεργό ρόλο, καθώς η ερμηνεία του μηνύματος επηρεάζεται από τις προσωπικές του εμπειρίες, τις ευαισθησίες και τον τρόπο ζωής του (Fiske, 1992 :52).

▪ Γραμμικό Μοντέλο

Σύμφωνα με το Γραμμικό Μοντέλο η επικοινωνία αποτελεί μία διαδικασία μετάδοσης πληροφοριών, κατά την οποία ο πομπός, ως γνώστης της πληροφορίας, αποστέλλει ένα μήνυμα στον δέκτη, ο οποίος το λαμβάνει παθητικά (Ψύλλα, 1991:108-109).

Το λεκτικό γραμμικό μοντέλο επικοινωνίας του Harold D . Lasswell (1948) μετά την ολοκλήρωση της μελέτης του με τίτλο «τέχνασμα της ερώτησης» εστιάζεται σε πέντε ερωτήσεις : ποιος, τι λέει (μήνυμα), από ποιο κανάλι (μέσο), σε ποιόν το λέει (αποδέκτης) και ποιο είναι το αποτέλεσμα (Fiske, 1992 : 43, Lasswell, 1948 :65, McQuail & Windahl, 1991 :37)



(Η φόρμουλα του Harold D. Lasswell)

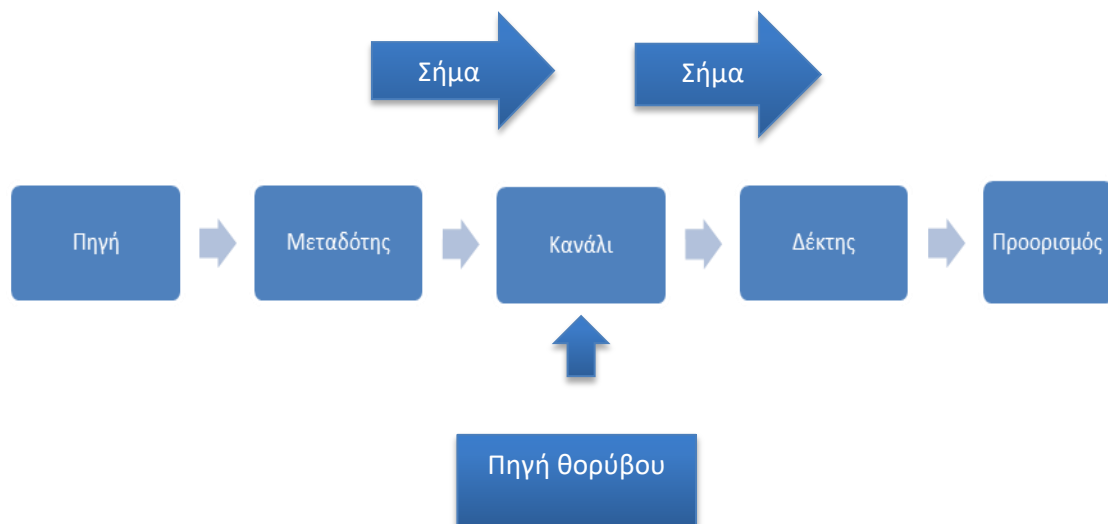
Η μελέτη του Harold D . Lasswell εστιάστηκε στη μαζική επικοινωνία όπου τα πέντε στοιχεία του μοντέλου εφαρμόζονται σε κάθε επικοινωνιακή πράξη. Η προσθήκη του στοιχείου του αποτελέσματος στο μοντέλο του συντελεί στη δημιουργία ενός νέου τομέα ερευνών την επικοινωνιακή προσέγγιση της αλλαγής της ανθρώπινης συμπεριφοράς (Κούρτη,1995, Μπαντιμαρούδης, 2011: 21-22)

Το μοντέλο του Shannon & Weaver

Οι Claude Shannon και Warren Weaver μηχανικοί της Bell Telephone στις ΗΠΑ, παρουσίασαν το 1949 στο έργο « The Mathematical Theory of Communication» ένα απλό μαθηματικό γραμμικό μοντέλο επικοινωνίας. Στόχος του ήταν η αποτελεσματική μετάδοση της πληροφορίας, η ακρίβεια μεταφοράς του νοήματος και διερεύνηση πιθανών απωλειών νοήματος που ενδέχεται να επηρεάσουν τον δέκτη. Με το εν λόγω μοντέλο η μετάδοση της πληροφορία γίνεται σύμφωνα με τα παρακάτω στοιχεία (Γουλιαμός, 1998 : 59, Κωνσταντοπούλου 2009 : 319).

- Πηγή : Το άτομο ή το μέσο που δημιουργεί και αποστέλλει το μήνυμα στον αποδέκτη (Fiske, 1992 : 24).
- Μήνυμα : Λεκτικό ή μη λεκτικό περιεχόμενο που μετατρέπεται σε σήμα. Για την αποκωδικοποίησή του είναι απαραίτητο η πηγή και ο αποδέκτης να χρησιμοποιούν τους ίδιους κώδικες (Fiske, 1992 : 24).

- Μέσο : Το κανάλι που χρησιμοποιείται για τη μεταδοτικότητα του μηνύματος, όπως η φωνή, το σώμα, η τηλεόραση κ.α. (Fiske, 1992 : 27, 36-39).
- Σήμα : Το μήνυμα στη φυσική του μορφή, όπως μετατρέπεται μέσω του μέσου (Fiske, 1992 : 24).
- Θόρυβος : Οποιοδήποτε εμπόδιο (ανθρώπινο, φυσικό, τεχνικό) που παρεμβάλλεται κατά τη μετάδοση του νοήματος του μηνύματος και μπορεί να οφείλεται στο πομπό, στο δέκτη, στο κανάλι αλλά ακόμα και στο ίδιο το μήνυμα όταν δεν είναι εφικτό να αποκωδικοποιηθεί (Fiske, 1992 : 25-26).
- Δέκτης : Οποιοδήποτε όργανο όπως αυτιά, μάτια, τηλεφωνική συσκευή κ.α. που αποδέχεται το σήμα μέσω του καναλιού και το αποκωδικοποιεί – μεταβάλει σε μήνυμα(Fiske, 1992 : 24).
- Προορισμός : Το άτομο που λαμβάνει και χρησιμοποιεί τελικά το μήνυμα (Fiske, 1992 : 24).



(Γραμμικό μοντέλο Shannon & Weaver 1949)

- **Κυβερνητικό μοντέλο**

Τη βάση του κυβερνητικού μοντέλου αποτελεί η θεωρία της συμπεριφοράς. Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό μεταφέρεται η προσοχή στον παραλήπτη του μηνύματος επιδιώκοντας αλληλεπίδραση προκειμένου να επιτευχθεί επικοινωνία. Δηλαδή η θεωρία αυτή εστιάζεται στην ανάδραση του αποδέκτη (ώστε μέσω του ερεθίσματος που δέχεται να ανταποκριθεί), στην επίτευξη του τελικού του σκοπού αλλά και στην αποτελεσματικότητά του. Συνεπώς πρόκειται για μία κυκλική διεργασία όπου κεντρικό ρόλο έχει η ανάδραση του δέκτη, χωρίς ωστόσο να αλλάζει η γραμμική ροή στην επικοινωνία και με την ευχέρεια του πομπού να προσαρμόζει ένα μήνυμα σύμφωνα με το πώς ανταποκρίνεται ο αποδέκτης (Ψύλλα, 1991 : 109, Fiske, 1992 : 41)

- **Συστημικό μοντέλο**

Στο συστημικό μοντέλο η επικοινωνία θεωρείται ένα δυναμικό σύστημα όπου οι ανθρώπινες σχέσεις και το περιβάλλον είναι αλληλοεξαρτώμενα. Οι απαρχές της συστημικής προσέγγισης βασίζονται στις συνέπειες της ανθρώπινης επικοινωνίας και πιο συγκεκριμένα στα αποτελέσματα της επικοινωνίας των ανθρώπων σύμφωνα με τη συμπεριφορά τους. Ο τρόπος που ανταποκρίνεται το κάθε άτομο στα ερεθίσματα τα οποία λαμβάνει εξαρτάται από την προσωπικότητά του, τα συναισθήματά του, τις εμπειρίες του, το μορφωτικό του επίπεδο αλλά και από την ιδεολογία του. Δηλαδή πρόκειται για ένα μοντέλο όπου συνιστά ένα ανοιχτό σύστημα επικοινωνίας όπου η θέση του πομπού εναλλάσσεται με του δέκτη (Ψύλλα, 1991:109-110).

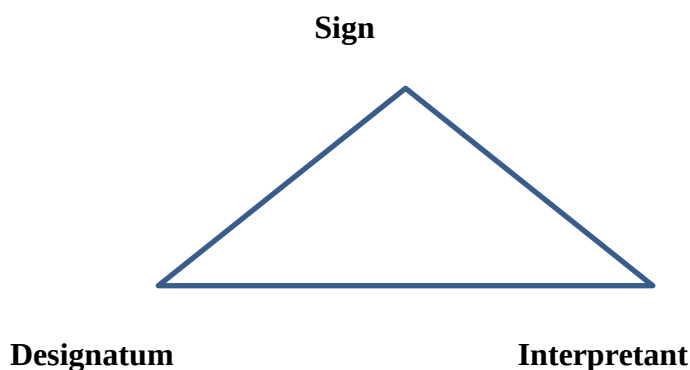
- **Σημειωτική ή Σημειολογία**

Η Σημειωτική ή Σημειολογία είναι μια εντελώς διαφορετική προσέγγιση στην επικοινωνία αφού οι μελετητές της σχολής αυτής εστιάζουν στη σημασία του μηνύματος και όχι στην αναμετάδοσή του. Η θετική κατάληξη στην επικοινωνία εξαρτάται από την ταύτιση της σημασίας του νοήματος με το τι αντιλαμβάνεται ο αποδέκτης. Στη σημειολογία τα μοντέλα επικοινωνίας επικεντρώνονται στην αποκωδικοποίηση λέξεων με συγκεκριμένη ερμηνεία και γι' αυτό δεν είναι γραμμικά αλλά δομικά (Fiske, 1992 : 61-69).

Ένας σημαντικός εκπρόσωπος της σημειωτικής είναι ο Peirce, ο οποίος διαχωρίζει τα στοιχεία του νοήματος «στο σημείο, σε αυτό στο οποίο το σημείο αναφέρεται και σε

αυτούς που χρησιμοποιούν το σημείο» (Fiske, 1992 : 61-63). Σύμφωνα με αυτόν ως αποκωδικοποίηση του μηνύματος θεωρείται : «το αποτέλεσμα της δυναμικής αλληλόδρασης ανάμεσα στο σημείο, τον ερμηνευτή και το αντικείμενο» όπου «ερμήνευμα» είναι το αποτέλεσμα της ανάλυσης του «σημείου» ως προς το «αντικείμενο» δηλαδή σε αυτό που περιγράφει το σημείο (Fiske, 1992 : 64-69).

Peirce's Semiotic Triangle



Πηγή : Mickhail, G. (n.d.), Pierce's Triadic Model.

Συνεπώς στη συγκεκριμένη περίπτωση πρόκειται για μία επικοινωνία αμφίδρομη όπου ο δέκτης έχει ενεργητικό ρόλο και οι ρόλοι πομπού – δέκτη εναλλάσσονται, δηλαδή δεν πρόκειται για μία στατική επικοινωνία. Το αποτέλεσμα της ερμηνείας των μηνυμάτων που δέχεται ο αποδέκτης από τον πομπό είναι απόρροια πολλών παραμέτρων όπως το επίπεδο μόρφωσής του, της ιδιοσυγκρασίας του, των συναισθημάτων του αλλά και των επιρροών που δέχεται από το περιβάλλον (Δερζιώτης, 2006, Μπουραντάς, 1999 : 143)

1.3 Μορφές επικοινωνίας

Μέχρι πρόσφατα κυριαρχούσε η αντίληψη ότι μέσα από τον προφορικό και το γραπτό λόγο οι άνθρωποι μπορούσαν να έχουν μία επιτυχημένη επικοινωνία, η οποία λάμβανε χώρα μέσα από τη διαδικασία της αποστολής – λήψης μηνυμάτων με τη χρήση των λέξεων. Μετά όμως από την ανάλυση της ανθρώπινης επικοινωνίας σε διάφορους πολιτισμούς ανά τον κόσμο, οι επιστήμονες αναθεώρησαν την αρχική άποψη υποστηρίζοντας ότι οι «σιωπηλές γλώσσες», δηλαδή όλες οι μορφές της μη λεκτικής επικοινωνίας επηρεάζουν πολύ περισσότερο το αποτέλεσμα της

επικοινωνίας σε σχέση με τις λέξεις οι οποίες αποδίδουν περιορισμένες πληροφορίες (Καστόρας, 2019:48). Επομένως η επικοινωνία δεν πραγματοποιείται αποκλειστικά μέσω της λεκτικής επικοινωνίας, δηλαδή μέσω της γλώσσας αλλά επιτυγχάνεται και μέσω της μη λεκτικής επικοινωνίας (Stenberg, 2007 : 1187-1204).

Οπτική επικοινωνία

Η χρήση εικαστικών, φωτογραφικών και σχεδιαστικών στοιχείων προκειμένου να δημιουργηθεί ένα γραφιστικό αποτέλεσμα το οποίο θα μεταφέρει μηνύματα που θα είναι αντιληπτά από την πλειοψηφία του κοινού χαρακτηρίζουν την οπτική επικοινωνία. Σύμφωνα με τη Σηφάκη η οπτική επικοινωνία παραλληλίζεται με την κουλτούρα της εικόνας και ενίοτε αποτελεί παράγωγό της. Συνεπώς πρόκειται για τη μετάβαση από ένα λογοκεντρικό σε ένα εικονοκεντρικό οπτικό πολιτισμό, αφού η επικοινωνία επικεντρώνεται σε οπτικά και όχι λεκτικά σημεία (Σηφάκη, 2015 : 229). Οι αδιάκοπες ροές εικόνων στον οπτικό πολιτισμό αποτελούν βασικές παραμέτρους στη διαδικασία της επικοινωνίας και της πληροφόρησης επηρεάζοντας τις αντιλήψεις ενός λαού για την ηθική και κοινωνική συμπεριφορά του στη σύγχρονη κοινωνία (Ausburn & Ausburn, 1978 : 287).

Κατά τον Μπαμπινιώτη ο αποδέκτης ενός οπτικού μηνύματος καθίσταται δημιουργός βασιζόμενος στην ερμηνεία που δίνει ο ίδιος στο μήνυμα που λαμβάνει αφού δεν περιορίζεται σε μία παθητική ερμηνεία. Σύμφωνα με τον ίδιο ο γραπτός λόγος αποτελεί ένα είδος οπτικού μηνύματος απεικονίζοντας τον προφορικό λόγο. Η οπτική επικοινωνία εστιάζεται στην *«εικόνα» κυριολεκτικά όπου συνιστά την « υλική αναπαράσταση ενός πραγματικού ή φανταστικού αντικειμένου»* (Μπαμπινιώτης, 2002 : 556) και είναι ισχυρότερη του γραπτού λόγου.

Λεκτική επικοινωνία

Το γεγονός ότι ο άνθρωπος χρησιμοποιεί τη λεκτική επικοινωνία, που αποτελεί την ύψιστη μορφή επικοινωνίας, τον κάνει να διαφέρει από τους άλλους ζωντανούς οργανισμούς (Stenberg, 2007 : 1187-1204). Οι γλωσσικοί χαρακτήρες που είναι αποδεκτοί και χρησιμοποιούνται από το ευρύ κοινό αποκωδικοποιούν το νόημα το οποίο αποστέλλεται με το μήνυμα σε μία λεκτική επικοινωνία (Μικρός, 2001 α :29-30). Η λεκτική επικοινωνία διακρίνεται σε προφορική και γραπτή επικοινωνία και επιτυγχάνεται μέσω της « γλώσσας» με τη χρήση στοχευμένων λέξεων. Δηλαδή μέσω

της «γλώσσας» αποκωδικοποιούνται και κατανοούνται οι γλωσσικές πληροφορίες που λαμβάνει ο λήπτης και στη συνέχεια αυτές κωδικοποιούνται και μεταδίδονται (Stenberg, 2007 : 1187-1204).

Τα χαρακτηριστικά της προφορικής επικοινωνίας είναι ότι είναι τάχιστα, χωρίς ιδιαίτερο κόστος και ευέλικτη, δεδομένου ότι προσαρμόζεται στις οποιαδήποτε συνθήκες καθιστώντας την άμεση και συνεχώς ενδιαφέρουσα. Ωστόσο η προφορική επικοινωνία ατονεί με το πέρασμα του χρόνου αφού είναι αδύνατη η αρχειοθέτησή της περιορίζοντάς την στη μετάδοση απλών, καθημερινών και μειωμένης σημασίας μηνυμάτων.

Στην γραπτή επικοινωνία προηγείται το στάδιο της προετοιμασίας του μηνύματος όπου υπάρχει η δυνατότητα της τροποποίησής του προς αποφυγή λαθών πριν την μετάδοσή του, γι' αυτό καθίσταται και σαφής. Ωστόσο σε αντίθεση με την προφορική επικοινωνία η γραπτή επικοινωνία είναι πολυδάπανη και χρονοβόρα. Άλλη μία διαφορά που εντοπίζεται είναι ότι η γραπτή επικοινωνία αρχειοθετείται με αποτέλεσμα να διατηρείται στο χρόνο (Κανδυλάκη, 2001)

Μη λεκτική επικοινωνία

Το 1956 ο Ruesch and Weldon καθιέρωσαν τη μη λεκτική επικοινωνίας η οποία είναι ευρέως γνωστή ως « γλώσσα του σώματος», κατά την οποία χωρίς τη χρήση λέξεων και μέσω των αισθήσεων μεταδίδονται σκέψεις, συμπεριφορές, συναισθήματα κ.α. (Κοντάκος & Πολεμικός, 2000). Δηλαδή η μετάδοση του μηνύματος γίνεται με τη χρήση οργάνων ή μελών του σώματος του αποστολέα του μηνύματος (Argyle, 2013 : 11-26). Συνεπώς η « σιωπηλή επικοινωνία» περιλαμβάνει τις εκφράσεις του προσώπου, τις κινήσεις των ματιών, την επαφή, τη στάση του σώματος και τις χειρονομίες (Stenberg, 2007 : 1187-1204). Το γεγονός ότι πολλοί άνθρωποι αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην έκφραση τους με λέξεις τους οδήγησε στο να αντικαταστήσουν με επιτυχία τη λεκτική επικοινωνία με τη μη λεκτική επικοινωνία, όπου με την αποστολή μηνυμάτων αντικατοπτρίζονται τα συναισθήματά τους και λαμβάνουν τα ανάλογα πορίσματα (Argyle, 2013 : 11-26).

1.4 Το μήνυμα ως επικοινωνιακή διαδικασία

Το μήνυμα

Τα μηνύματα έγιναν αντικείμενο μελέτης από πολλούς επιστημονικούς κλάδους όπως κοινωνιολογία, ψυχολογία, σημειολογία, γλωσσολογία κ.α. δεδομένου ότι αποτελούν τα δομικά στοιχεία μίας επικοινωνιακής διαδικασίας, ώστε να γίνει κατανοητή αφενός μεν η έννοια του μηνύματος αλλά και η μορφή με την οποία μεταδίδονται (Ψύλλα, , 1998 : 73-75).

Σύμφωνα με την Ψύλλα τα μηνύματα είναι προϊόντα νόησης και πρακτικής της ανθρώπινης ύπαρξης, όπου μέσω αυτών εκτός από πληροφορίες μεταφέρονται και πράξεις , συμπεριφορές, κοινωνικές αξίες, βιώματα κ.α. γι' αυτό και η ανάλυση τους υπάγεται σε μία υποκειμενική κρίση (Ψύλλα, 1998 :74). Η κωδικοποίηση ενός μηνύματος αποτελεί μία μορφή κοινωνικής γνώση που προέρχεται από κοινωνικές πεποιθήσεις και πρακτικές χωρίς να περιβάλλεται από κάποια νομική υπόσταση. Για την αποκωδικοποίηση ενός μηνύματος είναι αναγκαία η ύπαρξη κοινής εμπειρίας πομπού και δέκτη για να γίνει σωστή ερμηνεία των οπτικών και λεκτικών μερών της εικόνας από τον δέκτη, ο οποίος έτσι δε θα περιορίζεται σε μία παθητική στάση αλλά θα έχει ενεργή συμμετοχή (Ζώτος, 2000 : 148).

Η μορφή ενός μηνύματος μπορεί να είναι γραπτή, προφορική, εικονική αλλά και μεικτή. Εκτός από τη μορφή του το μήνυμα διακρίνεται από το περιεχόμενό του, τις προϋποθέσεις δημιουργίας του και το κανάλι όπου μεταβιβάζεται. Ο τρόπος που θα μεταβιβαστεί το μήνυμα επιλέγεται από τον αποστολέα και μπορεί να επιτευχθεί μέσω κωδικών, γραφικών, τηλεόρασης, ραδιοφώνου, εντύπων κ.α. (Ψύλλα, 1998 :81). Βασικό στοιχείο στη δομή του μηνύματος αποτελεί το ύφος του μηνύματος, το οποίο απαιτεί τη σωστή χρήση λέξεων και φωνητικών συμβόλων καθώς και τη σωστή χρήση της γλώσσας (Shen & Bigsby, 2013 :20). Η αποτελεσματικότητα του μηνύματος καθορίζεται από τη μορφή και το περιεχόμενό του που είναι αλληλένδετα (Καστόρας, 2002 :40).

Μέθοδοι ανάλυση μηνύματος

Σύμφωνα με την Ψύλλα μέσα σε μία επικοινωνιακή διαδικασία συναντώνται πλήθος διαφορετικών μηνυμάτων και γι' αυτό εφαρμόζονται διαφορετικές τεχνικές και

μέθοδοι ανάλυσης τους. Ανάλογα με τους στόχους που έχει καθορίσει ο αναλυτής αναφορικά με το αντικείμενο που εξετάζει οι μέθοδοι ανάλυσης είναι :

- **Κλασική Θεματική Ανάλυση**

Η κλασική Θεματική Ανάλυση αποτελεί την πιο παλιά και γνωστή μέθοδο που εστιάζει στη σημασία του συνολικού μηνύματος ή λόγου ή κειμένου ομαδοποιώντας στοιχεία του μηνύματος τα οποία κατηγοριοποιούνται σε θεματικές ενότητες, ταξινομούνται και αναλύονται κατά περίπτωση προκειμένου να αναδειχθεί το νόημα του μηνύματος και δεν εστιάζεται σε μεμονωμένα γλωσσικά στοιχεία. Τέλος εξετάζει τη συχνότητα, την παρουσία και την απουσία ενός θέματος ως προς τους στόχους που έθεσε ο αναλυτής.

- **Γλωσσικές προσεγγίσεις**

Οι γλωσσολόγοι – κοινωνιολόγοι εξαιτίας των ποικίλων συνθηκών δημιουργίας των μηνυμάτων επικεντρώθηκαν στην έρευνα των χαρακτηριστικών του μηνύματος δίνοντας ιδιαίτερη σημασία σε τρεις κατευθύνσεις τη λεξιλογική (εξετάζει πόσο συχνά εμφανίζονται οι λέξεις), τη συντακτική (επικεντρώνεται στο γραμμικό αποτέλεσμα σε σχέση με τη φράση και την πρόταση) και την ανάλυση της απόφανσης (η οποία αποδίδεται ως ασαφής).

- **Μέθοδος ανάλυσης επιχειρηματολογίας**

Η μέθοδος ανάλυσης επιχειρηματολογίας δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στη θέση των επιχειρημάτων , των τεκμηρίων και του συμπεράσματος. Εστιάζεται στην οργάνωση, ανάπτυξη και συνοχή των επιχειρημάτων καθώς και πόσο αποτελεσματική είναι λειτουργία του λόγου.

- **Σημειολογική ή Σημειωτική Ανάλυση**

Η συγκεκριμένη ανάλυση συναντάται είτε ως Σημειολογική είτε ως Σημειωτική ανάλυση και στις δύο περιπτώσεις αναφέρεται στην ίδια διαδικασία με την οποία εξετάζονται τα σημεία, οι κωδικές και τα μηνύματα. Είναι η μεθοδολογία που ερευνά τα σημεία και τα συστήματα σημείων (γλώσσα, εικόνες, ήχοι) που παράγουν νόημα, εστιάζοντας στη δομή και αναλύοντας την αφηγηματική δομή σε κείμενα και εικόνες. Η ανάλυση αυτή βασίζεται στη γενική έννοια του μηνύματος και στη σημειωτική

αναλύοντας τη σημασία χρήσης γλωσσικών ή όχι στοιχείων που σχετίζονται με σημασία αυτή (Ψύλλα, 1998 : 82-101).

Σύμφωνα με τον Fiske η Σημειολογική ή Σημειωτική Ανάλυση είναι η επιστήμη που ερευνά τα συστήματα των σημείων και επικεντρώνεται στο πως αλληλεπιδρούν μεταξύ τους το σημείο, ο ερευνητής και το αντικείμενο στο οποίο αναφέρεται. Τα πεδία στα οποία εστιάζεται είναι 1) στο σημείο (αναφέρεται στο αντικείμενο το οποίο θα κατανοήσει ο δέκτης με την ανάλογη εμπειρία που διαθέτει για το συγκεκριμένο αντικείμενο), 2) στους κώδικες ή τα συστήματα των σημείων και 3) ερευνά τη λειτουργία των σημείων και κωδίκων μέσα στην κουλτούρα που ενεργούν (Fiske, 1992 : 52).

Ο Ελβετός γλωσσολόγος Ferdinand de Saussure θεωρείται θεμελιωτής της δομικής γλωσσολογίας που την ονόμασε Σημειολογία. Σύμφωνα με αυτόν σε κάθε σημείο διακρίνουμε το σημαίνον όπου είναι η υλική ή η φυσική μορφή που παίρνει το σημείο και το σημαινόμενο όπου είναι η νοητική του προσέγγιση, όπου και τα δύο μαζί αποτελούν ένα σημείο. Πάντα κατά τον ίδιο ένα σημείο μπορεί να περιέχει εικόνες, λέξεις, ήχους και αντικείμενα (Shaleph 2008 :67)

Θεμελιωτής της Σημειωτικής θεωρείται ο Αμερικανός Charles Sanders Peirce όπου σύμφωνα με αυτόν το σημείο απαρτίζεται από το αντιπροσωπεύον, το ερμηνεύμα και το αντικείμενο τα οποία τα παρομοιάζει με τις τρεις κορυφές ενός τριγώνου, όπου το κάθε ένα είναι αλληλένδετο με τα άλλα δύο και δεν μπορεί να ερμηνευτεί το κάθε ένα ξεχωριστά. Ο Peirce διατύπωσε ακόμα τρία είδη ανάλυσης των σημείων :

1. Τον γλωσσολογικό – συμβολικό το οποίο ασχολείται με τα γλωσσικά σημεία
2. Τον αναλογικό το οποίο συσχετίζεται με την απεικόνιση – αναπαράσταση
3. Τον μετωνυμικό – μεταφορικό όπου τα νοήματα και οι σημασίες προέρχονται από ενδείξεις (Ψύλλα, 2010, Fiske, 1992 :53).

Κατά τον Γάλλο θεωρητικό και σημειωτιστή Roland Barthes η σημειωτική ανάλυση είναι μία θεωρητική προσέγγιση της επικοινωνίας η οποία επιδιώκει να δημιουργήσει ένα σύνολο κοινά αποδεκτών στοιχείων και παραδοχών μέσα από την εξέταση των σημείων, των εικόνων και των κινήσεων. Ο Barthes ασπαζόμενος της θεωρία του Saussure για το σημείο αναγνώρισε τρία επίπεδα νοήματος στην εικόνα :

1. Το συμβολικό

2. Το συναισθηματικό
3. Το πληροφοριακό

Όπου στη σημειολογική ανάλυση μιας εικόνας ο Barthes συνέλαβε ένα καταδηλούμενο μήνυμα όπου αντιπροσωπεύει την αναπαράσταση του πραγματικού και ένα συμπαραδηλούμενο μήνυμα που έχει σχέση με τα αισθητικά και ιδεολογικά σημαινόμενα σε ένα κοινωνικό οικονομικό πολιτικό και πολιτιστικό πλαίσιο. (Barthes, 2007 :39, Fiske, 1992 : 98 -100).

1.5 Η αφίσα και η επικοινωνιακή της διάσταση

Ως ορισμός της αφίσας στο λεξικό της Νέα Ελληνικής Γλώσσας περιγράφεται «... χαρτί μεγάλων διαστάσεων που φέρει γραπτό μήνυμα ή και εικόνα, επικολλάται σε τοίχους ή τοποθετείται σε ειδικά διαφημιστικά ταμπλό ώστε να το δουν πολλοί άνθρωποι» (Μπαμπινιώτης, 2002). Η ρίζα της λέξης αφίσας προέρχεται από τη λατινική μετοχή affixus και σημαίνει επικολλημένος ή συνδεδεμένος. Με τον όρο αφίσα λογίζονται τα μονόφυλλα δύχρωμα ή πολύχρωμα έντυπα τα οποία ενσωματώνουν ένα κείμενο το οποίο μπορεί να πλαισιώνεται με εικόνα ή χωρίς και αποσκοπεί στο να προωθήσει και να επικοινωνήσει στο ευρύ κοινό ένα συγκεκριμένο μήνυμα μέσα από ένα μεγάλο αριθμό αντιτύπων που δημιουργούνται, δίνοντας τη δυνατότητα ανάγνωσης στο χρόνο και με τον τρόπο επιλογής του κάθε περαστικού. Τα θέματα που πραγματεύονται σε μία αφίσα μπορεί να είναι πολιτικού, κοινωνικού, πολιτισμικού, καλλιτεχνικού περιεχομένου κ.α. και τη διακρίνουν ανάλογα σε κοινωνικοπολιτική, πολιτιστική και εμπορική (Σκούρα & Γλύτση, 2003 :312-313).

Η ιστορία της αφίσας παρουσιάζει πολύ μεγάλο ενδιαφέρον και αποτυπώνει τις εξελίξεις της τεχνολογίας και τις καλλιτεχνικές τάσεις σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον της κοινωνίας. Αν και η ιστορία της αφίσας στην Ευρώπη εντοπίζεται στο 15^ο και 16^ο αιώνα όπου η χρήση τους αφορούσε πολιτικούς και θρησκευτικούς σκοπούς, παρουσίασε ιδιαίτερη ανάπτυξη με την ανακάλυψη της λιθογραφίας το 1773 όπου οι έγχρωμες πλέον αφίσες χρησιμοποιούνται για να διαφημίσουν προϊόντα – υπηρεσίες και αναρτώνται σε τοίχους στο Παρίσι (Cooper, 1988 :37). Με την ανακάλυψη της λιθογραφίας αναπαράγονται γρήγορα και φθηνότερα αντίτυπα σε σχέση με τη μέθοδο της ξυλογραφίας ή της χαρακτικής. Έτσι η εικόνα της αφίσας παίρνει νέα μορφή και δεν θυμίζει σε τίποτα την παλιά τυπωμένη

«ειδοποίηση» για αγγελίες – διαφημίσεις. Η νέα μορφή της συναντάται πλέον σε κομβικά σημεία σε πολυσύχναστους χώρους (Σκούρα & Γλύτση, 2003 :312-313).

Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα εμφανίζονται εμβληματικοί καλλιτέχνες όπως Jules Cheret και Henri de Toulouse - Lautrec όπου μετέτρεψαν σε εντυπωσιακά έργα τέχνης τις αφίσες με τη σύγχρονη μορφή τους. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο Cheret πίστευε ότι η αφίσα πρέπει να είναι μία ωραία τοιχογραφία και όχι απλά μέσο διαφήμισης, γι' αυτό και ήθελε να τοποθετηθούν στους δρόμους πίνακες προσαρμοσμένοι σε μέγεθος αφίσας ώστε να εξασφαλίσουν τέχνη υψηλού επιπέδου στο ευρύ κοινό, γεγονός που τον έκανε να ξεχωρίσει (Barnicoat, 1972 : 7). Η κίνηση αυτή του Cheret είχε ως αποτέλεσμα να επηρεάσει τους μετέπειτα δημιουργούς όχι ως προς την τέχνη της αφίσας αλλά ως προς το ότι η αφίσα πρέπει να αποτελεί ένα έργο τέχνης (Bryant, 1995, Φραγκόπουλος, 2006 :42). Ωστόσο πατέρας της αφίσας θεωρείται ο Henri de Toulouse – Lautrec ο οποίος εμπνευσμένος από το Cheret συνετέλεσε στο να θεωρείται η αφίσα ως ένα έργο τέχνης. Η πρώτη αφίσα του Henri de Toulouse – Lautrec που τον έκανε διάσημο ήταν η «La Goulue au Moulin Rouge» (Bryant, 1995 : 86).

Ο ισχυρός αντίκτυπος της αφίσας φάνηκε κατά την περίοδο του Α΄ και Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου όπου πλέον χρησιμοποιείται ως μέσο προπαγάνδας προκειμένου να επηρεάσει την κοινή γνώμη (Σκούρα & Γλύτση, 2003 :314). Ακόμα οι αφίσες στα τέλη του 20^{ου} αιώνα χρησιμοποιήθηκαν για να εκφράσουν την αντίθεση στην κατάσταση που επικρατούσε ως προς διάφορες περιθωριοποιημένες ομάδες και κινήματα που ήταν αποκλεισμένα από τα μέσα επικοινωνίας. Οι αφίσες αποτέλεσαν ένα επικοινωνιακό εργαλείο στο πέρασμα των ετών επηρεαζόμενες από τις ιδεολογικές, πολιτικές και πολιτιστικές καταστάσεις που επικρατούσαν (Sifaki & Papadopoulou, 2015 ; 460 - 461).

Σήμερα ο σύγχρονος σχεδιασμός της αφίσας έχει ενσωματώσει ψηφιακές τεχνικές και στυλ όπως επιτάσσει η ψηφιακή εποχή που διανύουμε, προκειμένου να μεταδοθούν μηνύματα σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο οπτικό πεδίο. Τα μηνύματα των αφισών τα οποία πραγματεύονται πολιτικά, κοινωνικά, πολιτισμικά, διαφημιστικά και ενημερωτικά θέματα αντανakλούν τα ήθη, τις παραδόσεις και τον πολιτισμό των λαών σε κάθε χρονική περίοδο (Nelson, 2015 :5).

Μία αφίσα για να θεωρείται επιτυχημένη θα πρέπει να έχει καταφέρει να επικοινωνήσει το μήνυμά της στο κοινό της και για να συμβεί αυτό θα πρέπει να πληροί κάποια χαρακτηριστικά. Τα χαρακτηριστικά μιας επιτυχημένης αφίσας είναι : το μήνυμά της θα πρέπει να είναι σαφές ώστε να γίνει αντιληπτό από τον αναγνώστη, θα πρέπει να είναι καλόγουστη και να έλκει την προσοχή του αποδέκτη και τέλος θα πρέπει το μήνυμά της να είναι ευανάγνωστο από όλους ανεξαρτήτως κοινωνικού επιπέδου και ηλικιακής ομάδας ώστε να αφήνει το αποτύπωμα του στο μυαλό (Van Dalen et al, 2002 : 81-82). Δηλαδή ο βαθμός επιτυχίας μίας αφίσας καθορίζεται από το αν έχει καταφέρει να αποτυπώσει ένα δυνατό μήνυμα στο υποσυνείδητο του αποδέκτη, αν του έχει δημιουργήσει έντονα συναισθήματα και σε ποιο βαθμό έχει εκπληρώσει τις επιθυμίες του. Ακόμα η επιτυχία της αφίσα εξαρτάται από την αντίθεση που υπάρχει μεταξύ των εικόνων και των λέξεων σε αυτή, αν έχουν χρησιμοποιηθεί διάφορες τεχνικές και τέλος η εύστοχη τοποθέτησή της (Timmers, 1998 : 222-224).

Ο σχεδιασμός μίας αφίσας δεν είναι μία απλή διαδικασία. Οι σχεδιαστές της αφίσας επηρεαζόμενοι από τη φύση του θέματος της εστιάζονται κάθε φορά σε διαφορετικά στοιχεία του εντύπου χρησιμοποιώντας εύστοχα τις πληροφορίες, τις λειτουργίες και τους κώδικές της, ώστε να καταστήσουν το μήνυμά της ικανό να προκαλέσει την ανάδραση του αποδέκτη (Urbanke, 2000 : 7). Κατά τον H. W. Hepner, οι αφίσες θα πρέπει να έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε ο αναγνώστης να έχει αντιληφθεί το νόημα του μηνύματός της μέσα σε 6 δευτερόλεπτα (Barnicoat, 1972 : 193). Οι αφίσες αποτελούν το βασικότερο μέσο της έντυπης διαφήμισης όπου εικόνες και κείμενα συνδυάζονται ισορροπημένα χωρίς να επηρεάζονται από το μέγεθός τους και τη θέση που έχουν μέσα σε αυτές. (Barthes, 2007 :46). Η εικόνα που υπάρχει στην αφίσα είναι πιο ισχυρή σε σχέση με το κείμενό της κάνοντας τον αποδέκτη να εστιάζει την προσοχή του πρώτα σε αυτή και μετά στο κείμενό (Barthes, 2007 :203). Γίνεται αντιληπτό επομένως ότι η μέθοδος της πειθούς χρησιμοποιείται κατά τη σχεδιαστική διαδικασία προκειμένου να διαμορφωθεί το επιδιωκόμενο της πηγής στο οριστικό αποτέλεσμα που θα δεχθεί ο αποδέκτης (Ambrose & Harris, 2010 : 10). Συνεπώς πρόκειται για μία διαδικασία μεταξύ του πομπού, του μηνύματος, του περιεχομένου, του παραλήπτη και του αποτελέσματος που επιδιώκεται (Petty & Wegener στο Shen & Bigsby, 2013 :20).

Από τη στιγμή που εμφανίστηκαν οι αφίσες μέχρι σήμερα χρησιμοποιήθηκαν για να προωθήσουν διάφορους σκοπούς όπως : διαφημιστικούς, εμπορικούς, πολιτικούς, πολιτιστικούς κ.α.. Οι αφίσες αποτελούν ένα δυνατό οικονομικό μέσο οπτικής επικοινωνίας και διαφήμισης που χρησιμοποιούνται ευρέως από τους πολιτιστικούς οργανισμούς, προκειμένου να προωθήσουν πολιτιστικά αγαθά και υπηρεσίες, γνωστοποιώντας τις πολιτιστικές τους δραστηριότητες με απώτερο σκοπό την προσέλκυση επισκεπτών (Sifaki & Papadopoulou, 2015 ; 458).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί και η ταυτότητά τους

Οι πολιτιστικοί οργανισμοί είναι ζωντανοί φορείς και λειτουργούν ως θεματοφύλακες του παρελθόντος του παρόντος και του μέλλοντος και συγχρόνως παράγουν σημαντικό οικονομικό και κοινωνικό έργο. Η ταυτότητάς τους προστατεύει την αυθεντικότητά τους και λειτουργεί ως «πυξίδα» για να παραμείνουν επίκαιροι και πιστοί στο όραμά τους. Στο κεφάλαιο αυτό θα προσδιοριστεί τι είναι πολιτιστικός οργανισμός, τι είναι η πολιτιστική επικοινωνία, θα αναλυθεί η ταυτότητα των πολιτιστικών οργανισμών και τέλος θα εξεταστεί η συμβολή της πολιτιστικής επικοινωνίας στην ανάδειξη της ταυτότητας των πολιτιστικών οργανισμών (Κορρές, 2002 : 20-21).

2.1 Τι είναι ο πολιτιστικός οργανισμός

Κατά τον Μπαμπινιώτη (1998) οι ορισμοί που δίνονται για τις λέξεις «ίδρυμα» και «οργανισμός» είναι οι εξής :

Ως ίδρυμα λογίζεται η δημιουργία ενός οργανισμού με σκοπό την πραγματοποίηση κοινωφελών έργων και κατ'επέκταση το κτήριο που κτίζεται για την πραγματοποίηση κοινωφελών έργων.

Ως οργανισμός (με κεφάλαιο) λογίζεται κάθε υπηρεσία που αναπτύσσει τις δραστηριότητες της σύμφωνα με ορισμένο κανονισμό για την επίτευξη κάποιου σκοπού καθώς και το σύνολο των ανθρώπων που συνεισφέρουν για την επίτευξη του σκοπού αυτού με τη μορφή π.χ. εταιρείας.

Συνεπώς βασιζόμενοι στους δύο παραπάνω ορισμούς πολιτιστικό ίδρυμα είναι ο πολιτιστικός οργανισμός (συνήθως με μορφή μη κερδοσκοπική) που έχει συσταθεί για την επίτευξη πολιτιστικών κοινωφελών έργων και ενεργεί βασιζόμενο σε έναν ορισμένο κανονισμό για την επίτευξη του στόχου του. (Αθανασοπούλου, Γλύτση & Χαμπούρη- Ιωαννίδου, 2002 : 80).

Κατά καιρούς έχουν δοθεί πολλοί ορισμοί για τους πολιτισμικούς οργανισμούς, τόσο από διεθνείς οργανισμούς αλλά και από διάφορους επιστήμονες. Σύμφωνα με την UNESCO οι πολιτιστικοί οργανισμοί αποτελούν ιδρύματα με σκοπό « την

παραγωγή, τη διανομή και την κατανάλωση πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών » (UNESCO, 2002 :1). Κατά την Ευρωπαϊκή Ένωση τα πολιτιστικά ιδρύματα έχουν ως κύριο μέλημά τους « *την ερμηνεία, τη διατήρηση και τη διάδοση γνώσεων, πολιτιστικής, επιστημονικής και περιβαλλοντικής φύσης, καθώς και την προώθηση δραστηριοτήτων ενημέρωσης και εκπαίδευσης των πολιτών σχετικά με τις πτυχές του πολιτισμού, της ιστορίας, των επιστημών και του περιβάλλοντος »* (RICHERS Resources, 2014). Δεδομένου ότι οι πολιτιστικοί οργανισμοί είναι υπεύθυνοι για τη διατήρηση και τη διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς αλλά και επειδή παρέχουν τη δυνατότητα στους πολίτες να έρθουν σε επαφή με τον πολιτισμό και να τον κατανοήσουν δίνεται ιδιαίτερη σημασία στο ρόλο τους (RICHERS Resources, 2014).

Κατά τον Γκαντζιά οι πολιτισμικές μονάδες είναι «*οι μονάδες που από τις πολιτισμικές διεργασίες και πολιτιστικές διαδικασίες οφείλουν να λειτουργούν με βάση τις αρχές του γενικού (δημόσιου) συμφέροντος και τους δημοκρατικούς μηχανισμούς συμμετοχικής ελευθερίας ώστε να συμβάλουν στη διαμόρφωση των διαδικασιών παραγωγής, διαχείρισης, προώθησης και προβολής των πολιτιστικών αγαθών*» (Γκαντζιάς, 2020 :39 - 40).

Ενώ σύμφωνα με τον Κορρέ ως πολιτισμικές μονάδες λογίζονται « *δραστήριοι και ενεργητικοί κοινωνικοί σχηματισμοί που έχουν στόχο την παραγωγή πολιτιστικών προϊόντων και ειδικότερα την πολιτισμική προαγωγή του ανθρώπου. Η ύπαρξή τους οφείλεται στην κοινωνική αξία που αποδίδεται στον πολιτισμό ως μέσο εξευγενισμού και ολοκλήρωσης του ανθρώπου*» (Κορρές, 2002 : 20).

Κατά τον ίδιο αναφέρεται ότι η πολιτεία έχει υποχρέωση να φροντίζει ώστε να είναι εφικτή η λειτουργία των πολιτισμικών μονάδων και η συμμετοχή των πολιτών σε αυτές. Δεδομένου ότι υπάρχει ένα ευρύ πολιτισμικό περιεχόμενο στις πολιτισμικές μονάδες παρατηρείται μεγάλη ποικιλομορφία σε αυτές. Επομένως οι πολιτισμικές μονάδες αντιπροσωπεύουν τις πνευματικές και ψυχικές αναζητήσεις των ανθρώπων και είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την οικονομική και ιδεολογική αυτοτέλεια του πολιτισμού. Τέλος οι πολιτισμικές μονάδες θα λέγαμε ότι δεν παράγουν απλά ένα καλλιτεχνικό έργο αλλά η δράση τους διέπεται από αξίες και ηθικά πρότυπα και δεν μπορούν να παρεκκλίνουν από τον υλικό πολιτισμό και τα οικονομικά μέσα που επικρατούν στην κοινωνία, η δε βιωσιμότητά τους εξαρτάται από την κρατική

οικονομική πολιτική που ισχύει και από τις καινοτομίες στον πολιτισμό (Κορρές, 2002 : 20 - 21).

Οι πολιτισμικές μονάδες αποτελούν οικονομικούς οργανισμούς καθώς έχουν πάγιο κεφάλαιο, εργατικό δυναμικό και λειτουργούν με συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο (νομοθεσία, φορολογικές επιβαρύνσεις και ελαφρύνσεις). Δεδομένου ότι οι πολιτισμικές μονάδες δεν αποσκοπούν μόνο στο οικονομικό όφελος αλλά παράγουν και κοινωνικό έργο φροντίζοντας για τη διατήρηση, προβολή – προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, μπορούμε να τις διακρίνουμε ως οικονομικούς οργανισμούς σε κατηγορίες σύμφωνα με το σκοπό τους, τη νομική τους μορφή και το φορέα τους (Κορρές, 2002 : 23 – 24).

Σύμφωνα με το σκοπό τους διακρίνονται σε κερδοσκοπικούς οικονομικούς οργανισμούς και σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Οι κερδοσκοπικοί οικονομικοί οργανισμοί αποβλέπουν μέσα από την παραγωγή – πώληση οικονομικών αγαθών και υπηρεσιών επιδιώκουν στην πραγματοποίηση κέρδους, το οποίο ανάλογα με το συμφέρον του οργανισμού αποφασίζουν πως θα το διαχειριστούν. Ενώ οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί μέσα από την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών αποσκοπούν στην κάλυψη των αναγκών των ανθρώπων και του κόστους παραγωγής. Συνεπώς η διαφορά μεταξύ των κερδοσκοπικών και μη κερδοσκοπικών οργανισμών έγκειται στον τρόπο διάθεσης του πλεονάσματος του κέρδους (Κορρές, 2002 : 24).

Η διάκριση ανάλογα με το φορέα τους, κατατάσσει του οικονομικούς οργανισμούς σε ιδιωτικούς, δημόσιους και μεικτούς. Στους ιδιωτικούς οικονομικούς οργανισμούς ο φορέας τους είναι φυσικό ή Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου οι οποίοι διέπονται από τις αρχές του ιδιωτικού δικαίου διαθέτοντας μεγάλη ικανότητα προσαρμογής στις συνεχώς μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες και είναι κερδοσκοπικοί (ατομικοί ή εταιρικοί). Στην περίπτωση των δημόσιων οικονομικών οργανισμών φορέας τους είναι το Δημόσιο ή οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης (Δήμοι και Κοινότητες). Μέσα από την ίδρυση μονοπωλιακών οργανισμών αποσκοπούν στην εξασφάλιση εσόδων, την ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών, την προαγωγή της δημόσιας παιδείας κα.. Υπάρχουν ως Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου ή Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου. Τα Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου διέπονται από τις αρχές του δημόσιου δικαίου. Τέλος στην κατηγορία Μεικτών οικονομικών οργανισμών συνυπάρχει το κράτος ή Νομικά Πρόσωπα

Δημοσίου Δικαίου και ιδιώτες ή Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου. Το κράτος και οι ιδιώτες και έχουν μέρος στο ιδρυτικό κεφάλαιο με συγκεκριμένη αναλογία (Κορρές, 2002 : 24 – 25).

Οι κυριότερες κατηγορίες πολιτιστικών οργανισμών στην Ελλάδα είναι :

- **Μουσεία** όπου ως επί τω πλείστων είναι Αρχαιολογικά και Βυζαντινά και ανήκουν στο Ελληνικό Δημόσιο. Αντίθετα τα μουσεία που υπάγονται στην κατηγορία του νεότερου ελληνισμού και τα λαογραφικά – εθνογραφικά ανήκουν τα περισσότερα από αυτά σε ιδιωτικούς φορείς.
- **Κρατικές σκηνές** όπως είναι το Εθνικό Θέατρο, το Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος (ΚΘΒΕ) και η Εθνική Λυρική Σκηνή.
- **Κρατικές σχολές** όπως είναι η Κρατική Σχολή Ορχηστρικής Τέχνης.
- **Κρατικές ορχήστρες** όπως είναι η Κρατική Ορχήστρα Αθηνών, Κρατική Ορχήστρα Θεσσαλονίκης, Κρατική Ορχήστρα Ελληνικής Μουσικής, Ορχήστρα της ΕΡΤ κ.α..
- **Βιβλιοθήκες και αρχεία** όπως είναι η Εθνική Βιβλιοθήκη
- **Ωδεία** όπως Εθνικό Ωδείο, Κρατικό Ωδείο Θεσσαλονίκης κ.α..
- **Πολιτιστικοί οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης**
- **Πολιτιστικά ιδρύματα τραπεζών** (Αθανασοπούλου, Γλύτση & Χαμπούρη – Ιωαννίδου, 2002 :81 – 105).

2.2 Πολιτιστική επικοινωνία

Μιας και η έννοια της επικοινωνίας έχει αναλυθεί διεξοδικά στο κεφάλαιο 1, πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση της πολιτιστικής επικοινωνίας, θα ήταν σκόπιμο να προσδιορίσουμε πρώτα τη διαφορά μεταξύ των εννοιών «πολιτισμικό» και «πολιτιστικό». Σύμφωνα με τον Γκατζιά και οι δύο έννοιες είναι συμπληρωματικές και συγκροτούν την έννοια του πολιτισμού.

Με την έννοια «πολιτισμικό» προσδιορίζονται χρονικά και τοπικά οι διεργασίες των ανθρώπων που συμμετέχουν προκειμένου να παράγουν πολιτισμό. Δηλαδή πρόκειται για μία δημιουργική συμμετοχή του ανθρώπου ώστε να παραχθούν αγαθά (προϊόντα ή υπηρεσίες) πολιτισμού, τα οποία μπορεί να είναι συγκεκριμένα ή αφηρημένα και αποτυπώνουν το πολιτισμικό γίνεσθαι για πνευματική καλλιέργεια, απόκτηση παιδείας και ψηφιακών δεξιοτήτων του ατόμου (Γκατζιάς, 2020 : 72-74).

Με την έννοια «πολιτιστικό» προσδιορίζεται χρονικά και τοπικά το σύνολο των δραστηριοτήτων που συντελούν στην ολοκλήρωση των διεργασιών προκειμένου να επιτευχθεί η παραγωγή αγαθών (προϊόντων ή υπηρεσιών) πολιτισμού. Στην έννοια πολιτιστικό αγαθό εμπεριέχεται επίσης η πολιτιστική απήχηση και η αναγνωρισιμότητά του καθώς και τα πολιτιστικά δικαιώματα που είναι αποτέλεσμα της ολοκλήρωσης της διαδικασίας παραγωγής του πολιτιστικού αγαθού (Γκατζιας, 2020 : 74-75).

Επομένως με τον όρο «πολιτιστικό» ορίζονται οι ενέργειες που προστατεύουν, διαχειρίζονται, προωθούν και προβάλλουν τα πολιτιστικά αγαθά στο πολιτισμικό γίνεσθαι. Δηλαδή το επίθετο πολιτιστικός έχει δυναμικό χαρακτήρα και σχετίζεται με δραστηριότητες που συνεισφέρουν και προβάλλουν τον πολιτισμό εκπολιτίζοντας και εξανθρωπίζοντας (π.χ. πολιτιστικός σύλλογος, πολιτιστικές εκδηλώσεις, πολιτιστικό κέντρο κ.α.). Ενώ με τον όρο «πολιτισμικό» ορίζονται οι κοινωνικές διεργασίες, τα οικονομικά και πολιτικά συστήματα και οι ιδεολογίες. Συνεπώς το επίθετο πολιτισμικός έχει στατικό χαρακτήρα και εννοεί τον πολιτισμό σαν πνευματική καλλιέργεια και αφορά την αφηρημένη διάσταση του πολιτισμού (π.χ. πολιτισμική κληρονομιά, πολιτισμική ταυτότητα, πολιτισμική αξία κ.α.) (Γκατζιας, 2020 : 74-76, Μπαντιμαρούδης, 2011 : 16-17).

Σύμφωνα με τον Γκατζιά οι παραπάνω αλληλένδετες συμπληρωματικές έννοιες του «πολιτισμικού» και του «πολιτιστικού» συνθέτουν το DNA του πολιτισμού και καθορίζουν την ύπαρξη και τη βιωσιμότητά του.

«Πολιτισμός είναι η δυναμική αλληλεπίδραση «πολιτισμικού» και «πολιτιστικού», η οποία αντιστοιχεί σε συγκεκριμένη δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε συγκεκριμένο χρόνο και τόπο και έχει ως αποτέλεσμα την ενεργοποίηση των διεργασιών και των διαδικασιών παραγωγής των αγαθών (προϊόντων ή υπηρεσιών) στη φυσική και ψηφιακή καθημερινότητά μας» (Γκατζιας, 2020 : 72-77).

Σύμφωνα με τον Μπαντιμαρούδη πολιτιστική επικοινωνία λογίζεται το σύνολό των διαδικασιών, των τεχνικών και των μέσων τα οποία χρησιμοποιεί μία χώρα προκειμένου να προωθήσει τον πολιτισμό της. (Μπαντιμαρούδης, 2011 : 15). Οι πολιτιστικοί οργανισμοί μέσω της πολιτιστικής επικοινωνίας ενισχύουν την αναγνωρισιμότητά τους, επιτυγχάνουν την προώθηση των πολιτιστικών τους δράσεων και εξασφαλίζουν πλεονέκτημα έναντι των άλλων πολιτιστικών

οργανισμών. Η επιτυχημένη επικοινωνιακή πολιτική ενός πολιτιστικού οργανισμού εξασφαλίζει τη βιωσιμότητά του και τον κοινωνικό του ρόλο απέναντι στο κοινό. Αξίζει να αναφερθεί ότι η πολιτιστική επικοινωνία δεν αποβλέπει μόνο στο οικονομικό όφελος αλλά και στη χάραξη διαύλων επικοινωνίας στην κοινωνία μέσα από ορισμένες ομάδες του κοινού. Με αυτό τον τρόπο επιδιώκει όχι μόνο την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών αλλά και την αύξηση της συχνότητάς της επισκεψιμότητάς τους καθώς και τη διατήρηση του ενδιαφέροντός τους και τη διεύρυνση του πνευματικού τους ορίζοντα. Ο κοινωνικός ρόλος του πολιτιστικού οργανισμού αποδεικνύεται από το γεγονός ότι δε βλέπει τους επισκέπτες σαν έναν αριθμό αλλά δίνει τη δυνατότητα σε όλους να απολαμβάνουν το κοινωνικό αγαθό του πολιτισμού (Αθανασοπούλου, Δάλλας, Μακρή & Χαμπούρη – Ιωαννίδου, 2003 : 123).

Οι τεχνολογικές εξελίξεις του διαδικτύου που σταδιακά διείσδυσαν στην καθημερινότητα των ανθρώπων είχε ως αποτέλεσμα να φέρει αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας τους. Οι νέες αυτές συνθήκες δεν άφησαν ανεπηρέαστες τις πολιτισμικές μονάδες, οι οποίες όφειλαν να προσαρμοστούν στις προκλήσεις αυτές αλλάζοντας τον τρόπο λειτουργίας τους μεταβαίνοντας στη νέα ψηφιακή εποχή. Πλέον οι πολιτισμικές μονάδες είχαν τη δυνατότητα να προσφέρουν μία πολιτιστική εμπειρία μέσα από ένα παγκόσμιο δίκτυο προάγοντας τη διάδοση των πολιτισμικών αποθεμάτων τους. Η χρήση της ψηφιοεπικοινωνιακής τεχνολογίας από τις πολιτισμικές μονάδες σύμφωνα με πολλούς μελετητές θεωρείται ότι οδήγησε τις πολιτισμικές μονάδες στην αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό τους, αφού άλλαξε και τον τρόπο παραγωγής, προβολής και διάθεσης των πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών τους (Μπαντιμαρούδης, 2011 : 121).

Τα νέα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας εφαρμόζονται τόσο στην εσωτερική επικοινωνία που αφορούν θέματα εσωτερικής οργάνωσης του οργανισμού, ανάπτυξης εργασιών του κ.α. αλλά και στην εξωτερική επικοινωνία που αφορούν θέματα διαφήμισης, προώθησης αγαθών κ.α.. Πολλοί πολιτιστικοί οργανισμοί προκειμένου να ενισχύσουν τους τομείς της πληροφορικής και της τεχνολογίας προσέλαβαν νέους επιστήμονες και επιπλέον επαναξιολόγησαν την ταυτότητά τους και τη σχέση τους με το κοινό που ήταν επιβεβλημένη. Στη νέα αυτή εποχή η πολιτιστική πληροφορία μπορεί πλέον να μεταφέρεται εκτός γεωγραφικών συνόρων με απίστευτα μεγάλη ταχύτητα, παρέχοντας τη δυνατότητα αποθήκευσης και επεξεργασίας του μηνύματος

(κείμενα, εικόνες, βίντεο) σε πολλούς αποδέκτες συγχρόνως (Σηφάκη & Κυπραίου, 2021). Η σύγχρονη πολιτιστική επικοινωνία στους πολιτιστικούς οργανισμούς δίνει την ευκαιρία στους εξ αποστάσεως επισκέπτες να απολαμβάνουν τα πολιτιστικά αγαθά μέσα από ηλεκτρονικές πλατφόρμες χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία στις εγκαταστάσεις των πολιτιστικών οργανισμών. Η χρήση των νέων ψηφιακών μέσων από του πολιτισμικούς οργανισμούς, που υπερτερούν έναντι των παλαιών, έχουν αντίκτυπο και στην οικονομική εικόνα των οργανισμών αφού ο παραγωγικός τομέας γίνεται πιο αποτελεσματικός (Μπαντιμαρούδης, 2011 : 122, Russo, Watkins, Kelly & Chan, 2008 :4-22 & Ρήγου, 2014 :203).

2.3 Η ταυτότητα των πολιτιστικών οργανισμών

« Η ταυτότητα επωνυμίας αποτελεί πανίσχυρο εργαλείο, αρκεί να οικοδομηθεί, επικοινωνηθεί και διατηρηθεί με προσεκτική αυτογνωσία » (Frank, 2008 : 4).

Σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό για την ταυτότητα επωνυμίας αντιλαμβανόμαστε ότι βασικός στόχος τόσο των οργανισμών όσο και των πολιτισμικών μονάδων είναι να σχηματίσουν μία δυνατή και ανταγωνιστική ταυτότητα επωνυμίας και εικόνας ώστε να μπορούν να μεταφέρουν το όραμα, την αποστολή και τις αξίες τους σε ένα ευρύ κοινό μέσα από την αξιόπιστη παροχή των μοναδικών αγαθών – υπηρεσιών τους. Επομένως κάθε πολιτιστικός οργανισμός μέσω της ταυτότητάς του, του σωστού στρατηγικού σχεδιασμού του και του branding μπορεί να επιτύχει μια εικόνα οικεία και δημοφιλή που θα αντικατοπτρίζει τη μοναδικότητά του και την αξιοπιστία του (Frank, 2008 : 4).

Ο όρος ταυτότητα (organizational culture) ενός οργανισμού χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει τις συνολικές ιδέες, απόψεις, αξίες και παραδόσεις που εξακολουθούν να υφίστανται στον οργανισμό από την ίδρυσή του και αποτελούν τη βάση για την κοινωνική δράση των μελλών του. Ενώ η ιδιαίτερη ταυτότητα του οργανισμού περιέχει τη νοοτροπία, την ατμόσφαιρα και το κλίμα που υπάρχει, τις αρχές και το «ύφος». Η ταυτότητα και το κλίμα των πολιτιστικών οργανισμών είναι μοναδικά και δεν έχουν καμία σχέση με αυτά του επιχειρηματικού χώρου. Επίσης και μεταξύ των πολιτιστικών οργανισμών κάθε ένας έχει τη δική του μοναδική ταυτότητα και νοοτροπία και δεν έχει καμία σχέση με αυτή των υπόλοιπων πολιτιστικών οργανισμών (Βινιεράτου, Γεωργίου, Γλύτση, Κιούκας, Κοσκινά, Μπουσουλέγκα, Οικονόμου, Σκούρα, Ταξοπούλου, Χαμπούρη – Ιωαννίδου, 2003 : 92).

Με τον όρο οπτική ταυτότητα του οργανισμού νοούνται τα στοιχεία και τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν το προφίλ του και τον κάνουν να ξεχωρίζει από τους ανταγωνιστές του. Η οπτική ταυτότητα του οργανισμού αποτελεί ένα επιχειρηματικό εργαλείο που ως κύριο λόγο έχει να σχηματίσει μία ιδανική εικόνα την οποία θέλει να μεταφέρει στο κοινό του. Με αυτή την εικόνα – ταυτότητα επικοινωνεί στο κοινό του την αποστολή, το όραμα, τις αρχές, τους στόχους και τα προϊόντα – υπηρεσίες του (Simoes, Dibb & Fisk, 2005).

Brand κατά τον Anholt είναι ο συνδυασμός του ονόματος, της ταυτότητας και της φήμης οποιουδήποτε οργανισμού, προϊόντος ή υπηρεσίας. Ενώ branding θεωρούνται οι διαδικασίες για το σχεδιασμό, προγραμματισμό και την επικοινωνία ενός πολιτιστικού οργανισμού σχετικά με το όνομα και την ταυτότητά του ώστε να εξασφαλίσει μία επιτυχημένη φήμη (Anholt, 2007 : 4). Το brand έχει άμεση σχέση με την εικόνα, την ταυτότητα και την επικοινωνία. Κατά τη διαδικασία της επικοινωνίας η ταυτότητα του brand προσδιορίζεται από την πηγή που αποστέλλει το μήνυμα (οργανισμός) και το τελικό αποτέλεσμα που θέλει να λάβει ο αποδέκτης. Ενώ αυτό που θα αντιληφθεί ο αποδέκτης τελικά αποτελεί την εικόνα του brand (Moilanen & Rainisto, 2009 :7). Ένας πολιτιστικός οργανισμός προσδοκά την αποτύπωση μιας δυνατής εικόνας μέσω της αποστολής μηνυμάτων που θα συνιστά το προσωπικό του brand και αυτό θα επιτευχθεί μέσα από τις διαδικασίες του branding για μία σαφή – αναγνωρίσιμη ταυτότητα του οργανισμού. Μέσα από το branding ο πολιτιστικός οργανισμός μεταφέρει όλα τα στοιχεία που τον κάνουν μοναδικό και συνιστούν την ταυτότητά του επιδρώντας στο κοινό το οποίο απευθύνεται (Neumeier, 2005 :2).

2.4 Η συμβολή της πολιτιστικής επικοινωνίας στην ανάδειξη της ταυτότητας των πολιτιστικών οργανισμών

Η πολιτιστική επικοινωνία μέσα από την προβολή των αξιών, του έργου και της αποστολής του πολιτιστικού οργανισμού ενισχύει την ταυτότητα του στο κοινό. Με την επιλογή των κατάλληλων στρατηγικών που κάνει ο πολιτιστικός οργανισμός κατορθώνει να δημιουργήσει μία μοναδική εικόνα, να χτίσει σχέσεις εμπιστοσύνης με το κοινό του καθώς και να εξασφαλίσει την βιωσιμότητά του αλλά και την αναγνωρισιμότητά του. Μέσα από τη σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ του πολιτιστικού οργανισμού και του εν δυνάμει κοινού του αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ο οργανισμός και πολλαπλά οφέλη το κοινό. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί

χρησιμοποιούν το μάρκετινγκ μέσα από την επιλογή αποτελεσματικών επικοινωνιακών στρατηγικών με σκοπό να αυξήσουν το κοινό τους και την απήχυσή τους αλλά και να διατηρήσουν την ποιότητά τους (Σηφάκη, Σηφάκης, 2007 : 265). Η επικοινωνιακή στρατηγική που θα επιλεγεί θα πρέπει να είναι σε απόλυτη αρμονία με τη γενική στρατηγική του οργανισμού, ευέλικτη στις αλλαγές που επιφέρει το συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον όπως ευέλικτος στις αλλαγές θα πρέπει να είναι και ο τρόπος που θα μεταβιβάζεται το μήνυμα στο κοινό (Hooper- Greenhil, 1994 :47).

Η χάραξη και η υλοποίηση μίας αποτελεσματικής στρατηγικής απαιτεί τον κατάλληλο σχεδιασμό της και τη σωστή εφαρμογή της . Τα στάδια του σχεδιασμού της στρατηγικής της επικοινωνιακής πολιτικής είναι τα εξής :

- Καθορισμός βασικού σκοπού : εστιάζεται στις αλλαγές που επιθυμεί να φέρει μία πηγή στη συμπεριφορά του δέκτη ή στο κοινωνικό περιβάλλον αλλά και να επιτύχει τη σύνδεση της πηγής με το δέκτη. Αυτός που είναι υπεύθυνος για τη χάραξη της επικοινωνιακής στρατηγικής πολιτικής προσδοκά να αυξήσει των αριθμό των επισκεπτών και να διατηρήσει το ενδιαφέρον τους για το πολιτιστικό αγαθό. Τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για την προσέλκυση του κοινού είναι το διαδίκτυο, η διαφήμιση, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δημόσιες σχέσεις κ.α. (Κάστορας, 2002, :80, Αθανασοπούλου, 2003:145-152).
- Ανάλυση κοινού : στο στάδιο αυτό θα πρέπει οι πολιτιστικοί οργανισμοί να έχουν μελετήσει – διερευνήσει το κοινό, δεδομένου ότι για να είναι αποτελεσματική η επικοινωνία των μηνυμάτων είτε αφορά την προσέλκυση επισκεπτών, είτε την ίδια την ταυτότητα του οργανισμού, θα πρέπει να έχει εξετάσει πρώτα το κοινό όπου θα στείλει το μήνυμα . Ως διερεύνηση του κοινού νοείται η ποσοτική αύξηση των επισκεπτών, δηλαδή η δημιουργία σχέσης εμπιστοσύνης του οργανισμού με περισσότερες ομάδες κοινού. Το κοινό μπορεί να είναι πελάτες, προμηθευτές, χρηματοδότες, έμπυχο δυναμικό, άτομα που επηρεάστηκαν από το κύρος του οργανισμό, άτομα που επηρεάστηκαν από κριτικές φίλων κ.α. (Κάστορας, 2002 : 82).
- Προγραμματισμός ενεργειών : στη φάση αυτή ο υπεύθυνος που έχει αναλάβει την επικοινωνιακή στρατηγική πολιτική ασχολείται με τον προγραμματισμό

της μεθοδολογίας κάνοντας χρήση τα νέα τεχνολογικά μέσα που έχει στη διάθεση του και το μάρκετινγκ. Η παραπάνω ενέργεια προαπαιτεί την εκτίμηση της συνολικής κατάστασης της επικοινωνίας (το πόσο αξιόπιστη είναι η πηγή, το περιεχόμενο του μηνύματος το οποίο θα είναι προσαρμοσμένο σύμφωνα με τις ανάγκες του δέκτη και του πομπού και το περιβάλλον της επικοινωνίας) (Κάστορας, 2002 : 84- 85).

- Βαθμός επίτευξης του αποτελέσματος
- Εκτίμηση των αποτελεσμάτων : στο τελευταίο στάδιο ελέγχεται κατά πόσο ήταν σωστή η πορεία της υλοποίησης, ελέγχοντας πόσοι και σε ποιο βαθμό από τους αρχικούς στόχους που είχε θέσει επιτεύχθηκαν. Οι χρήσιμες πληροφορίες που θα συλλεχθούν θα χρησιμοποιηθούν στους μελλοντικούς στόχους που θα θέσει ο οργανισμός αλλά και στην περαιτέρω στρατηγική του (Κάστορας, 2002 : 86).

Σύμφωνα με τα παραπάνω αντιλαμβανόμαστε ότι η πολιτιστική επικοινωνία του οργανισμού συμβάλει καθοριστικά στην ανάδειξη της ταυτότητας του αφού μέσα από την επιλογή της σωστής επικοινωνιακής πολιτικής στρατηγικής μπορεί να μετατρέψει έναν οργανισμό από έναν απλό χώρο έκθεσης σε έναν ενεργό φορέα πολιτισμού με μία ξεκάθαρη και αναγνωρίσιμη ταυτότητα.

Ερευνητικά ερωτήματα

Κεντρικός αντικειμενικός σκοπός της παρούσας διατριβής αποτελεί η διερεύνηση του βαθμού αναγνωρισιμότητας των επικοινωνιακών εντύπων του ΚΘΒΕ από το ευρύ κοινό. Παράλληλα εξετάζεται κατά πόσο οι αφίσες των παραστάσεων αντανακλούν πιστά την ευρύτερη επικοινωνιακή στρατηγική του οργανισμού και με ποιόν τρόπο αναδεικνύεται η θεσμική του ταυτότητα (branding) μέσα από τα προωθητικά έντυπα των καλλιτεχνικών του δράσεων.

Ακολουθώντας το μεθοδολογικό πρότυπο της διατριβής της Κολόκα (2020) και προκειμένου να απαντηθούν με σαφήνεια οι κεντρικοί στόχοι της παρούσας μελέτης, διατυπώνονται τα ακόλουθα τρία κεντρικά Ερευνητικά Ερωτήματα (ΕΕ) :

- ΕΕ1. Σε ποιο βαθμό οι σημειωτικοί κώδικες των προωθητικών εντύπων του ΚΘΒΕ καθιστούν τις αφίσες των παραστάσεων άμεσα αναγνωρίσιμες από το ευρύ κοινό;
- ΕΕ2. Με ποιόν τρόπο ο γραφιστικός σχεδιασμός και η εικονογραφικοί συμβολισμοί των αφισών αντανακλούν και εξυπηρετούν την ευρύτερη επικοινωνιακή πολιτική του οργανισμού;
- ΕΕ3. Πως η στρατηγική επικοινωνία μέσω της τέχνης της αφίσας επιτυγχάνει να αναδείξει και να παγιώσει τη θεσμική ταυτότητα (branding) του ΚΘΒΕ διαχρονικά ;

Μεθοδολογία έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διαπιστωθεί αν οι αφίσες του ΚΘΒΕ είναι αναγνωρίσιμες από το ευρύ κοινό, αν αντανακλάται μέσα από αυτές η επικοινωνιακή του πολιτική και τέλος αν αναδεικνύεται η ταυτότητα του ΚΘΒΕ από τις αφίσες των δράσεών του.

Το ερευνητικό χρονικό πλαίσιο που επιλέχτηκε να αναλυθεί αφορά το χρονικό διάστημα 2015 - 2025 βάσει της εξωστρέφειας που εφαρμόζει στην επικοινωνιακή του πολιτική το ΚΘΒΕ την τελευταία δεκαετία. Πιο συγκεκριμένα το 2015 το ΚΘΒΕ πιστό στο όραμα του προέβη σε τροποποίηση της τιμολογιακής του πολιτικής λαμβάνοντας υπόψη τις ευάλωτες ομάδες πληθυσμού προσφέροντας δωρεάν είσοδο και ειδικό εισιτήριο. Την τετραετία 2016 -2019 πραγματοποιήθηκαν δράσεις σε συνεργασία με διάφορους φορείς της πόλης, διοργάνωσε Μετακλήσεις, Δράσεις, Αναλόγια, Αφιερώματα, BIG DAYS, ταξίδεψε εντός και εκτός Ευρώπης δίνοντας παραστάσεις και είναι ενεργό μέλος της Ένωσης Θεάτρων της Ευρώπης. Στα πλαίσια ΚΘΒΕ και ΝΕΟΙ : το 2017 πραγματοποίησε την πρώτη Συνάντηση των Νέων Καλλιτεχνών Νοτιοανατολικής Ευρώπης με τίτλο «Αρχαίο Δράμα και Πολιτική» και τη δεύτερη Συνάντηση με τη συμμετοχή 60 νέων καλλιτεχνών, το 2017 πραγματοποιήθηκε το πρώτο Διεθνές Φεστιβάλ του Θεάτρου Δάσους και το δεύτερο το 2018, πήρε μέρος στο Φεστιβάλ SKG : Bridges – Uprising Art and Culture Festival Bridge, το 2016 δημιουργήθηκε το Ολοήμερο Θερινό Καλλιτεχνικό Εργαστήρι για παιδιά, το 2019 πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά θεατρικό εργαστήρι για νέους ΑΜΕΑ και καλλιτεχνικό εργαστήρι για πρόσφυγες, επίσης το 2016 διοργάνωσε το «Τουρνουά 5 επί 5» φιλοξενώντας πέντε παραγωγούς από πέντε άστεγες νεανικές θεατρικές ομάδες της πόλης (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας parallaxi, 2019. Αυτός είναι ο απολογισμός της απερχόμενης διοίκησης του ΚΘΒΕ). Την περίοδο 2020 -2021 μία χρονιά ιδιαίτερη για όλους τους πολιτιστικούς οργανισμούς λόγω της πανδημίας του covid, το ΚΘΒΕ προκειμένου να κρατήσει την επαφή του με το κοινό ανέβασε διαδικτυακά πέντε έργα και η καλοκαιρινή περίοδος διεξήχθη με τους περιορισμούς που επέβαλε το ελληνικό κράτος (Ιστότοπος ΚΘΒΕ, (2021). Ο ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΚΘΒΕ ΝΙΚΟΣ ΚΟΛΟΒΟΣ ΣΤΟ REAL FM). Ο καλλιτεχνικός διευθυντής του ΚΘΒΕ Αστέριος Πελτέκης δήλωσε ότι όλες οι θεατρικές παραστάσεις και παραγωγές για την καλλιτεχνική περίοδο 2022 - 2023 θα

είναι πολυσυλλεκτικές, ανοιχτές σε όλους και για όλους, ανοιχτές στη διαφορετικότητα, τη δημιουργία, την αναζήτηση και τη διερεύνηση. Βασικός στόχος αποτελεί η αναγέννηση του ΚΘΒΕ και η εξωστρέφεια του να μην περιορίζεται μόνο στον ελλαδικό χώρο αλλά και στο εξωτερικό, ξεκινώντας συνεργασίες με τα Βαλκάνια, την Ευρώπη και όπου μπορεί να ταξιδέψει ο πολιτισμός (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας thessalonikiguide, 2022. Νέα εποχή στο ΚΘΒΕ – Καλλιτεχνικός Προγραμματισμός 2022 -2023 «Θέατρο Ξανά», Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Lifo, 2022. Ο Αστέριος Πελτέκης νέος καλλιτεχνικός διευθυντής του ΚΘΒΕ). Στα πλαίσια της εξωστρέφειας του το ΚΘΒΕ ως βασικός πυλώνας πολιτισμού της ευρύτερης περιοχής, με πρωτοβουλία της Καλλιτεχνικής Διεύθυνσης του και τη συμμετοχή της Διοίκησης του σε συνεργασία με το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ) το 2025 ίδρυσε το Διαβαλκανικό Δίκτυο Παραστατικών Τεχνών με έδρα τη Θεσσαλονίκη, όπου η Θεσσαλονίκη ως πολιτιστική πρωτεύουσα στην ευρύτερη βαλκανική περιοχή γίνεται κέντρο συνάντησης καλλιτεχνών, ερευνητών και φορέων που στοχεύουν στην ανάπτυξη και συνεργασία των παραστατικών τεχνών (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Μακεδονικά Νέα, 2025. Η Θεσσαλονίκη και το ΚΘΒΕ επίκεντρο του Πολιτισμού των Βαλκανίων : Η σημασία του Διαβαλκανικού Δικτύου Παραστατικών Τεχνών).

Για την επίτευξη του σκοπού της παρούσας εργασίας επιλέχθηκαν δέκα αφίσες παραστάσεων του ΚΘΒΕ που καλύπτουν τις καλλιτεχνικές περιόδους 2015-2025. Τα κριτήρια που καθόρισαν την επιλογή των συγκεκριμένων έργων εστιάζονται αποκλειστικά σε δράματα ξένων συγγραφέων και είναι τα εξής :

1. Σημειωτικός πλούτος και Αναγνωρισιμότητα : Επιλέχθηκαν έργα με ισχυρή παγκόσμια οπτική εικονογραφία. Σύμφωνα με τη θεωρία της πολιτισμικής σημειωτικής η χρήση καθιερωμένων οπτικών συνόλων διευκολύνει την πρόσληψη του μηνύματος από το ευρύ κοινό (Eco, 1976 : 7). Το στοιχείο αυτό επιτρέπει την ανάλυση του τρόπου με τον οποίο το ΚΘΒΕ διαχειρίζεται αυτά τα «παγκόσμια σήματα» ή οπτικά στερεότυπα, προκειμένου να αναπλαισιώσει και να επιβάλει τη δική του ιδιαίτερη καλλιτεχνική ταυτότητα στη δημόσια αφίσα (Barthes, 1977 : 36, Chandler, 2017 :5).
2. Ομοιογένεια Είδους (δράμα) : Η αποκλειστική εστίαση στο δραματικό είδος εξασφαλίζει ένα κοινό επικοινωνιακό έδαφος σε αντίθεση με τις κωμωδίες ή τις παιδικές παραστάσεις που επιστρατεύουν διαφορετικά συστήματα σημείων

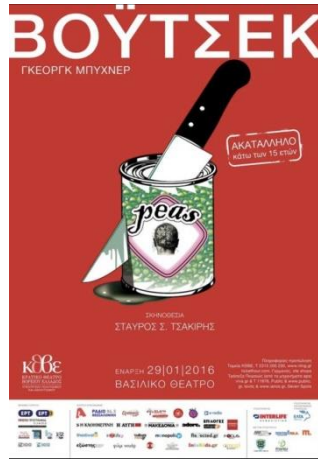
(Kress & van Leeuwen, 2010 :177). Όπως επισημαίνεται στη βιβλιογραφία της οπτικής επικοινωνίας οι αφίσες των δραμάτων απαιτούν τη μεταφορά σύνθετων υπαρξιακών εννοιών σε στατική εικόνα. Η διαδικασία αυτή προσφέρει ένα βαθύτερο και πλουσιότερο πεδίο για τη μελέτη της σημειωτικής αποκωδικοποίησης και της ανάλυσης του οπτικού μηνύματος από την πλευρά του δέκτη (Fiske, 2010 :45 , Μπαλτζής, 2014 :89).

3. Αντιπροσωπευτικότητα branding : Τα συγκεκριμένα έργα αποτέλεσαν κεντρικές παραγωγές στις μεγάλες σκηνές του ΚΘΒΕ (Βασιλικό Θέατρο, ΕΜΣ). Ως εκ τούτου οι αφίσες τους αποτελούν τα πλέον επίσημα και προσεγμένα δείγματα της εταιρικής ταυτότητας (branding) και της επικοινωνιακής στρατηγικής του ΚΘΒΕ ανά έτος. Όπως υποστηρίζεται στη βιβλιογραφία του πολιτισμικού μάρκετινγκ, οι αφίσες των κεντρικών σκηνών ενός εθνικού ή κρατικού θεάτρου λειτουργούν ως οι κύριοι φορείς της θεσμικής του εικόνας και της οπτικής του φήμης στη δημόσια σφαίρα (Aaker, 2014 :12 , Kapferer, 2012 : 151).
4. Διαχρονική Συγκρισιμότητα : Η επιλογή ενός εμβληματικού ξένου δράματος ανά έτος επιτρέπει τη διαπίστωση της συνέχειας (ή των αλλαγών) στο ύφος των αφισών κατά τη διάρκεια υπό εξέταση δεκαετίας (2015 -2025). Η διαχρονική αυτή προσέγγιση είναι απαραίτητη στη σημειωτική έρευνα, καθώς καθιστά δυνατή την παρακολούθηση της εξέλιξης των οπτικών κωδίκων και της σταθερότητας της ταυτότητας επωνυμίας του θεάτρου απέναντι στις μεταβαλλόμενες τάσεις της σύγχρονης γραφιστικής και της κοινωνικής πρόσληψης (Keller, 2016 : 344, Μπαλτζής, 2014 : 89).
5. Ένταση προβολής : Οι αφίσες οι οποίες επιλέχθηκαν να αναλυθούν είναι από παραγωγές που αποτέλεσαν τις «Ναυαρχίδες» των δύο κεντρικών περιόδων επικοινωνίας (Έναρξη της Χειμερινής Σεζόν Οκτώβριος – Νοέμβριος και Έναρξη του Ημερολογιακού Έτους Ιανουάριος – Φεβρουάριος) του ΚΘΒΕ, όπου κατά τις περιόδους αυτές η ένταση της προβολής και η επένδυση στη θεσμική εικόνα του οργανισμού μεγιστοποιούνται με σκοπό την προσέλκυση και διατήρηση του κοινού (Fill & Turnbull, 2019 : 415, Fillis, 2011 :711). Συνεπώς οι αφίσες αυτές αντιπροσωπεύουν το σημείο όπου η οπτική στρατηγική του ΚΘΒΕ αναπτύσσεται με τη μεγαλύτερη δυνατή επικοινωνιακή πυκνότητα και ισχύ.

Σε συνέχεια των κριτηρίων επιλογής που αναλύθηκαν παραπάνω συγκροτήθηκε το τελικό σώμα της έρευνα το οποίο αποτελείται από 10 συγκεκριμένες αφίσες παραστάσεων ξένου δράματος του ΚΘΒΕ. Προκειμένου να διασφαλιστεί η απόλυτη μεθοδολογική σαφήνεια και η διασύνδεση των δειγμάτων με τη διαχρονική εξέλιξη της οπτικής στρατηγικής του οργανισμού 2015 – 2025 παρατίθεται παρακάτω ο συγκεντρωτικός πίνακας ο οποίος αποτυπώνει την ταυτότητα των επιλεγμένων έργων.

A/A	ΘΕΑΤΡΙΚΟ ΕΡΓΟ	ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΣΚΗΝΗ/ΧΩΡΟΣ ΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ
1	ΒΟΥΤΣΕΚ	2015 – 2016	ΒΑΣΙΛΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ
2	ΤΟ ΑΓΟΡΙ ΜΕ ΤΗ ΒΑΛΙΤΣΑ	2016 – 2017	ΘΕΑΤΡΟ ΕΜΣ
3	ΑΝΕΜΟΔΑΡΜΕΝΑ ΥΨΗ	2017 – 2018	ΒΑΣΙΛΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ
4	ΟΡΦΑΝΑ	2018 – 2019	ΘΕΑΤΡΟ ΕΜΣ
5	ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	2019 – 2020	ΒΑΣΙΛΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ
6	ΤΑΞΙΔΙ ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ	2020 – 2021	ΘΕΑΤΡΟ ΕΜΣ
7	Ο ΠΟΥΠΟΥΛΕΝΙΟΣ	2021 – 2022	ΘΕΑΤΡΟ ΕΜΣ
8	Η ΝΥΧΤΑ ΤΗΣ ΙΓΚΟΥΑΝΑ	2022 – 2023	ΒΑΣΙΛΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ
9	ΛΥΣΣΑΣΜΕΝΗ ΓΑΤΑ	2023 – 2024	ΘΕΑΤΡΟ ΕΜΣ
10	ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΑΝΝΕΤΑ	2024 – 2025	ΒΑΣΙΛΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ

- Καλλιτεχνική περίοδος 2015-2016



Την καλλιτεχνική περίοδο 2015 – 2016 σύμφωνα με τον καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν 10 παραστάσεις, εκ των οποίων μία παιδική, τρεις κωμωδίες, τρία δράματα Ελλήνων συγγραφέων και τρία δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα τρία δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφήσα της παράστασης «ΒΟÏΤΣΕΚ»

γιατί ήταν η κεντρική παραγωγή του Βασιλικού Θεάτρου ενώ ο «Ρωμαίος και Ιουλιέτα on the road» και ο «Μάκμπεθ» ανέβηκαν στη Νεανική Σκηνή στη Μονή Λαζαριστών. Συνεπώς η αφήσα του ΒΟÏΤΣΕΚ έφερε την πλήρη επικοινωνιακή ευθύνη του ΚΘΒΕ προς το ευρύ κοινό ενώ οι άλλες δύο έπρεπε να προσαρμοστούν σημειωτικά στις ανάγκες ενός νεανικού – μαθητικού κοινού. Η παραγωγή αυτή θεωρήθηκε ιστορική καθώς αποτέλεσε την πρώτη φορά παγκοσμίως που παρουσιάστηκε σε μία παράσταση ολόκληρο το αυθεντικό κείμενο περιλαμβάνοντας και τα τέσσερα σχεδιάσματα του συγγραφέα (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ)

- Καλλιτεχνική περίοδος 2016-2017



Την καλλιτεχνική περίοδο 2016-2017 σύμφωνα με τον καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν 15 παραστάσεις εκ των οποίων δύο παιδικές παραστάσεις, δύο κωμωδίες, μία επιθεώρηση, μία μουσικοθεατρική παράσταση, τέσσερα δράματα Ελλήνων συγγραφέων και

πέντε δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα πέντε δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφίσα της παράστασης «Το αγόρι με τη βαλίτσα» διότι ήταν αμιγής παραγωγή του ΚΘΒΕ με τη μεγαλύτερη εμπορική επιτυχία, τη μεγαλύτερη διάρκεια προβολής όπου αναδεικνύονταν η «καθαρή» επικοινωνιακή του πολιτική για εκείνο το έτος. Δεν επιλέχτηκε «Η ΜΑΝΑ ΚΟΥΡΑΓΙΟ ΚΑΙ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΤΗΣ» γιατί το είδος της παράστασης αν και είναι δράμα ανήκει στο επικό θέατρο και η διάρκεια προβολής της στην πόλη ήταν μικρότερη από «Το αγόρι με τη βαλίτσα». Ακόμα δεν επιλέχτηκε το «Δηλητήριο» γιατί ανέβηκε στο Φουαγιέ της ΕΜΣ (μικρή σκηνή) και δεδομένου ότι η εργασία αφορά την αναγνωρισιμότητα της ταυτότητας του ΚΘΒΕ κρίνεται σκόπιμο να επιλέγονται παραστάσεις μεγάλων σκηνών και όχι παραγωγές μικρών χώρων που απευθύνεται σε περιορισμένο κοινό. Επίσης δεν επιλέχτηκε «Η οικογενειακή γιορτή» γιατί απευθυνόταν αποκλειστικά σε ενήλικο κοινό και γιατί το «Το αγόρι με τη βαλίτσα» είναι το έργο που χρησιμοποίησε το ΚΘΒΕ για να επικοινωνήσει την ταυτότητα του ως φορέας κοινωνικής πρόνοιας εστιάζοντας στην υποστήριξη ευάλωτων ομάδων. Τέλος δεν επιλέχτηκαν «ΤΑ ΑΝΕΜΟΔΑΡΜΕΝΑ ΥΨΗ» στην πρώτη πρεμιέρα της παράστασης αφενός γιατί η συγκεκριμένη παράσταση υπήρχε και στον καλλιτεχνικό προγραμματισμό 2017-2018 του ΚΘΒΕ και επιλέχτηκε να αναλυθεί στην επόμενη καλλιτεχνική περίοδο και αφετέρου γιατί «Το αγόρι με τη βαλίτσα» αποτέλεσε την κυρίαρχη κοινωνική και επικοινωνιακή «ναυαρχίδα» του οργανισμού. Η μετάθεση των «Ανεμοδαρμένων Υψών» επιτρέπει τη διατήρηση της ροής «ανάλυση μίας αφίσας ανά έτος» (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

- Καλλιτεχνική περίοδος 2017 – 2018



Την καλλιτεχνική περίοδο 2017-2018 σύμφωνα με τον καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν δεκαοχτώ παραστάσεις και

τέσσερεις μετακλήσεις εκ των οποίων μία κωμωδία, επτά παιδικές παραστάσεις, ένα χοροθέατρο, ένα επετειακό θεατρικό ντοκουμέντο, έξι ελληνικά δράματα και έξι δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα έξι δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφίσα της παράστασης «ANEMODARMENA YΨH» γιατί ως παραγωγή κεντρικής σκηνής η αφίσα του αποτέλεσε τη βασική «βιτρίνα» του οργανισμού για το ευρύ κοινό. Στην επικοινωνιακή πολιτική οι αφίσες των μεγάλων σκηνών έχουν το μεγαλύτερο προϋπολογισμό προβολής και τη μέγιστη διασπορά στον αστικό ιστό (banners, στάσεις λεωφορείων), καθιστώντας τες το πλέον κατάλληλο δείγμα για τη μελέτη της μαζικής αναγνωρισιμότητας. Επιλέχτηκε η αφίσα αυτή γιατί είχε τη μεγαλύτερη επικοινωνιακή διάρκεια. Λόγω των παραστάσεων και της περιοδείας η αφίσα παρέμεινε ενεργή στα μάτια του κοινού για πολύ μεγαλύτερο διάστημα από άλλες της ίδιας καλλιτεχνικής περιόδου (όπως το «Ορλάντο», «Τα πικρά δάκρυα της Πέτρα Φον Καν» και η «Οικογενειακή Γιορτή»), αποτελώντας έτσι το πιο αναγνωρίσιμο οπτικό προϊόν του ΚΘΒΕ για το 2017 – 2018 το οποίο συνοδεύτηκε από συνεχόμενες sold out παραστάσεις. Δεν επιλέχτηκαν οι παραστάσεις «Ορλάντο» και «Τα πικρά δάκρυα της Πέτρα Φον Καντ» επειδή και οι δύο παραστάσεις ανέβηκαν σε μικρές σκηνές (Μικρό Θέατρο Μονής Λαζαριστών και Φουαγιέ ΕΜΣ) και δεδομένου ότι στην παρούσα μελέτη εξετάζεται η μαζική αναγνωρισιμότητα του ΚΘΒΕ στον αστικό ιστό, οι αφίσες των μικρών σκηνών δεν έχουν την ίδια επικοινωνιακή εμβέλεια με αυτή των μεγάλων σκηνών. Ακόμα δεν επιλέχτηκε η «Οικογενειακή Γιορτή» γιατί πρόκειται για διασκευή κινηματογραφικού σεναρίου οπότε η αναγνωρισιμότητα επηρεάζεται από την κινηματογραφική μνήμη του θεατή και επομένως δεν θα ήταν καθαρό το συμπέρασμα για το branding του θεάτρου. Επέλεξα να εστιάσω σε αμιγώς θεατρικά κείμενα όπου η επικοινωνιακή παράδοση είναι καθαρά θεατρική. Επίσης δεν επιλέχτηκε το «Περιμένοντας τον Γκοντο» γιατί η επικοινωνιακή του καμπάνια στόχευε σε ένα περιορισμένο, «εκπαιδευμένο» κοινό που γνωρίζει το «Θέατρο του Παραλόγου». Τέλος δεν επιλέχτηκαν «ΤΑ ΟΡΦΑΝΑ» στην πρώτη πρεμιέρα της παράστασης αφενός γιατί «ΤΑ ANEMODARMENA YΨH» αποτέλεσαν τη «ναυαρχίδα» της κεντρικής σκηνής (2017-2018) και αφετέρου γιατί η συγκεκριμένη παράσταση υπήρχε και στον καλλιτεχνικό προγραμματισμό 2018-2019 του ΚΘΒΕ όπου και επιλέχτηκε να αναλυθεί ώστε να μπορέσει να

αποδειχθεί η διαχρονική ισχύς της ταυτότητας του οργανισμού (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

- Καλλιτεχνική περίοδος 2018-2019



Την καλλιτεχνική περίοδο 2018-2019 σύμφωνα με τον καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν δεκαεπτά παραστάσεις, μία συμπαραγωγή του ΚΘΒΕ - ΚΟΘ και μία μετάκληση εκ των οποίων οκτώ κωμωδίες, πέντε παιδικές παραστάσεις, μία υβριδική παράσταση (συμπαραγωγή), μία ψηφιακή παράσταση και τέσσερα δράματα ξένων

συγγραφέων. Από τα τέσσερα δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφίσα της παράστασης «ΤΑ ΟΡΦΑΝΑ» η οποία ήταν μία από τις μεγάλες επιτυχίες της καλλιτεχνικής περιόδου. Η παράσταση είχε τέτοια απήχηση που συνεχίστηκε με μεγάλη επιτυχία συγκεντρώνοντας συνολικά 7.929 θεατές σε 88 παραστάσεις. Η επιτυχία της πρώτης περιόδου (2017-2018) επέβαλε την επιστροφή της παράστασης για τη σεζόν 2018-2019 αποδεικνύοντας ότι η επικοινωνιακή πολιτική του ΚΘΒΕ λειτούργησε άψογα. Δεν επιλέχτηκαν οι παραστάσεις «Περιμένοντας τον Γκοντο» και «Πυρκαγιές» γιατί απευθυνόταν σε ένα περιορισμένο ή «εκπαιδευμένο» κοινό όπως και το «Τόσο Κοντά» γιατί η αναγνωρισιμότητά του επηρεάζεται από την ομώνυμη ταινία, γεγονός που θα θόλωνε την έρευνα για την αποκλειστική ταυτότητα του ΚΘΒΕ (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

- Καλλιτεχνική περίοδος 2019-2020



Την καλλιτεχνική περίοδο 2019-2020 σύμφωνα με τον καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν δεκαπέντε παραστάσεις και μία μετάκληση, εκ των οποίων τρεις κωμωδίες, δύο

ελληνικά δράματα, έξι παιδικές και πέντε δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα πέντε δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφίσα της παράστασης «ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ» η οποία ανέβηκε στην κεντρική σκηνή του Βασιλικού Θεάτρου και σημείωσε 2.588 θεατές σε 18 παραστάσεις (λόγω της πανδημίας), γεγονός που αποδεικνύει την ισχυρή αναγνωρισιμότητα και την αποτελεσματικότητα της οπτικής επικοινωνίας στο ευρύ κοινό. Δεν επιλέχθηκαν «Οι τρεις αδερφές του Τσέχωφ», «Μόλλυ Σουήν», «Εδώ Ουρανός» και «Η Τραγωδία του Βασιλιά Ριχάρδου Γ΄» γιατί αν και είναι δράματα ξένων συγγραφέων απευθυνόταν σε περιορισμένα και εξειδικευμένα κοινά (φίλοι κλασσικού ρεπερτορίου η πειραματικού θεάτρου) (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

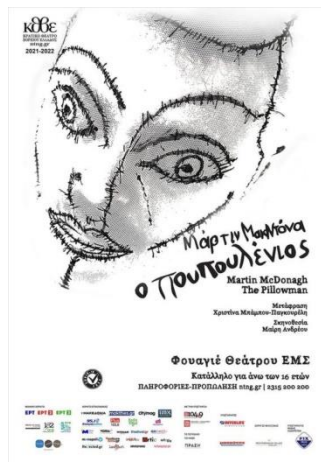
- Καλλιτεχνική περίοδος 2020 - 2021



Την καλλιτεχνική περίοδο 2020-2021 εξαιτίας της πανδημίας του covid ανέβηκαν 6 παραστάσεις εκ των οποίων δύο αρχαίο δράμα, δύο κωμωδίες και δύο δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα δύο δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφίσα της παράστασης «ΤΑΞΙΔΙ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ» γιατί

αποτελεί ένα ανθρωποκεντρικό δράμα με θέματα (οικογένεια, σχέσεις) που επιτρέπουν την άμεση ταύτιση του ευρέος κοινού σε αντίθεση με τη «ΔΟΛΟΦΟΝΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΑ» που απευθύνεται σε ένα εξειδικευμένο, πολιτικοποιημένο ή πολύ ψαγμένο θεατρικό κοινό (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

- Καλλιτεχνική περίοδο 2021-2022



Την καλλιτεχνική περίοδο 2021-2022 σύμφωνα με το καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν 15 παραστάσεις εκ των οποίων δύο παιδικές παραστάσεις, δύο αρχαίες τραγωδίες, μια αρχαία κωμωδία, τέσσερις κωμωδίες, μια πειραματική, δύο δράματα Ελλήνων συγγραφέων και τρία δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα τρία

δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφίσα της παράστασης «Ο Πουπουλένιος» καθώς η οπτική του επικοινωνία βασίζεται στην ανατροπή στερεοτύπων και χρήση σύγχρονων αστικών κωδικών. Η παράσταση καλείται να «χτίσει» την αναγνωρισιμότητα του έργου από το μηδέν στοχεύοντας σε νεανικότερα και ευρύτερα στρώματα. Η επικοινωνιακή του επιτυχία με sold out παραστάσεις επιβεβαιώνει ότι η αφίσα του λειτούργησε ως αποτελεσματικό εργαλείο προσέγγισης καθιστώντας την ταυτότητα του ΚΘΒΕ διακριτή και ελκυστική. Δεν επιλέχθηκαν τα «ΟΡΦΑΝΑ» γιατί αναλύθηκαν σε προηγούμενη καλλιτεχνική περίοδο και η «ΓΕΡΜΑ» διότι το κοινό θα το αναγνώριζε λόγω της κλασσικής του φύσης και όχι απαραίτητα για την επικοινωνιακή καινοτομία του ΚΘΒΕ (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

- Καλλιτεχνική περίοδο 2022-2023



Την καλλιτεχνική περίοδο 2022-2023 σύμφωνα με το καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν 21 παραστάσεις εκ των οποίων επτά κωμωδίες, μία σύγχρονη ελληνική performance, δύο πειραματικά, δύο παιδικά, ένα χοροθέατρο, τρία δράματα Ελλήνων συγγραφέων και πέντε δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα πέντε

δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφίσα της παράστασης «Η NYXTA ΤΗΣ ΙΓΚΟΥΑΝΑ» καθώς αποτελεί ένα κλασσικό έργο παγκοσμίου φήμης που επιτρέπει τη μελέτη της μαζικής αναγνωρισιμότητας του ΚΘΒΕ και ανέβηκε στο Βασιλικό Θέατρο. Δεν επιλέχτηκαν τα έργα «Εχθροί», «Αλεπούδες» και «Πράγα» γιατί ανέβηκαν σε εναλλακτικές σκηνές για πιο περιορισμένο και «εκπαιδευμένο» κοινό. Επίσης δεν επιλέχθηκε «Ο Πουπουλένιος» γιατί αναλύθηκε σε προηγούμενη καλλιτεχνική περίοδο (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

- Καλλιτεχνική περίοδος 2023- 2024



Την καλλιτεχνική περίοδο 2023-2024 σύμφωνα με το καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν 9 παραστάσεις εκ των οποίων μία παιδική παράσταση, δύο κωμωδίες, μία επιθεώρηση, δύο δράματα Ελλήνων συγγραφέων και τρία δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα τρία

δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφίσα της παράστασης «ΛΥΣΣΑΣΜΕΝΗ ΓΑΤΑ» έναντι των έργων «Εχθροί μία ερωτική ιστορία» και «Πράγα» καθώς αποτελεί ένα παγκοσμίως αναγνωρίσιμο «brand» που επιτρέπει τη μελέτη της μαζικής επικοινωνιακής πολιτικής του ΚΘΒΕ, ενώ τα άλλα δύο απευθύνονται σε πιο εξειδικευμένα ή περιορισμένα κοινά, αντίθετα η ελκυστική οπτική «γλώσσα» που χρησιμοποιεί η επιλεγμένη αφίσα στοχεύει στην προσέλκυση τους ευρέος κοινού (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

- Καλλιτεχνική περίοδος 2024 – 2025



Την καλλιτεχνική περίοδο 2024-2025 σύμφωνα με το καλλιτεχνικό προγραμματισμό του ΚΘΒΕ ανέβηκαν 16 παραστάσεις εκ των οποίων δύο παιδικές, μία κωμωδία, μία επιθεώρηση, μια ιλαροτραγωδία, ένα «Μη Αριστοτελικό Δράμα», ένα πειραματικό, ένα ιδεολογικό μανισφέστο, μία μουσική παράσταση, τέσσερα δράματα Ελλήνων συγγραφέων και τρία δράματα ξένων συγγραφέων. Από τα τρία δράματα ξένων συγγραφέων επιλέχτηκε να αναλυθεί η αφήσα της παράστασης «ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΑΝΝΕΤΑ» διότι η παράσταση διέγραψε έναν επιτυχημένο κύκλο δύο θεατρικών περιόδων αποδεικνύοντας ότι η οπτική ταυτότητα της παράστασης πέτυχε το στόχο της σταδιακής καθιέρωσης στον αστικό ιστό. Δεν επιλέχτηκαν το «ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΙΟΥΛΙΕΤΑ, η θαυμαστή και αξιοθρήνητη τραγωδία» καθώς αποτελεί μια μεταμοντέρνα διασκευή (μεταφορά στο σύγχρονο αστικό ιστό με όρους hip hop αισθητικής) και δεν αποτελεί μία πιστή μεταφορά του κλασσικού ξένου δράματος. Επίσης απορρίφθηκε και το «ΕΓΚΛΗΜΑ ΚΑΙ ΤΙΜΩΡΙΑ» λόγω της χρονικής εγγύτητας της παραγωγής (ανέβηκε τον Οκτώβριο του 2025) η οποία δεν επιτρέπει την ολοκληρωμένη αξιολόγηση της επικοινωνιακής της επίδρασης (ΚΘΒΕ, (χ.χ.), Ψηφιακό Μουσείο του ΚΘΒΕ).

Συνοψίζοντας, η επιλογή των δέκα συγκεκριμένων παραγωγών για τις καλλιτεχνικές περιόδους 2015-2025 συγκροτεί ένα συμπαγές και αντιπροσωπευτικό δείγμα για την ανάλυση της επικοινωνιακής ταυτότητας του ΚΘΒΕ. Η επιλογή αυτή δεν βασίστηκε απλώς στη χρονολογική σειρά, αλλά στη στρατηγική σημασία των έργων ως «επικοινωνιακές ναυαρχίδες». Οι δέκα αφίσες που επιλέχθηκαν αφορούν κεντρικές παραγωγές ξένου δράματος, γεγονός που επιτρέπει την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων και πιο συγκεκριμένα εστιάζοντας αποκλειστικά στο δράμα οποιαδήποτε αλλαγή παρατηρείται στη σημειωτική των αφισών αντανακλά αποκλειστικά την εξέλιξη της επικοινωνιακής πολιτικής του οργανισμού και όχι μία αλλαγή στο ύφος λόγω διαφορετικού είδους (π.χ. κωμωδία). Επίσης επειδή πρόκειται για παγκόσμια αναγνωρίσιμους τίτλους η ανάλυση αποδεικνύει αν το ΚΘΒΕ

καταφέρνει να διατηρήσει μία αναγνωρίσιμη εταιρική ταυτότητα (branding) που υπερέχει του έργου. Συνεπώς από τον Βούτσεκ (2015-2016) έως το Ρωμαίος και Αννέτα (2024-2025) το δείγμα προσφέρει μία πλήρη χαρτογράφηση της οπτικής γλώσσας του ΚΘΒΕ αναδεικνύοντας πως ο οργανισμός συνομιλεί με το κοινό του μέσα από την τέχνη της αφίσας.

Η παρούσα επιστημονική μελέτη υιοθετεί μια μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση, συγκεράζοντας δημιουργικά την ποιοτική σημειωτική αποδόμηση επικοινωνιακών εντύπων και την ποσοτική εμπειρική έρευνα μέσω της χρήσης δομημένου ερωτηματολογίου. Ο μεθοδολογικός σχεδιασμός και η διάρθρωση της ερευνητικής διαδικασίας βασίστηκαν δομικά στο επιστημονικό πρότυπο της μεταπτυχιακής διατριβής της Κολόκα (2020), καθώς και στο αντίστοιχο κοινό ερευνητικό άρθρο των Koloka & Papadaki (2023). Αναφορικά με τη διερεύνηση των επικοινωνιακών μηνυμάτων και ακολουθώντας το ανωτέρω πρότυπο ερευνητικό πλαίσιο, προκρίθηκε ως η πλέον ενδεδειγμένη αναλυτική οδός η σημειωτική μέθοδος, όπως αυτή εκδηλώνεται μέσα από τις θεωρητικές προσεγγίσεις των κορυφαίων εκπροσώπων της. Η συγκεκριμένη επιλογή εδράζεται στην παραδοχή ότι η σημειωτική προσφέρει τη δυνατότητα μιας σφαιρικότερης και πληρέστερης ερμηνείας μεικτών μηνυμάτων (οπτικών και γλωσσικών), αντίστοιχα με εκείνα που τέθηκαν υπό εξέταση στην παρούσα διατριβή. Τα επιλεγμένα τεκμήρια προσεγγίστηκαν ολιστικά ως προς τη θεματική τους συγκρότηση και το εννοιολογικό τους περιεχόμενο, ενώ αναλύθηκαν διεξοδικά ως προς τα επιμέρους εικονογραφικά στοιχεία, τους χρωματικούς κώδικες και τα λεκτικά μηνύματα, επιτρέποντας την ερμηνευτική τους αποκωδικοποίηση ως μια αδιαίρετη επικοινωνιακή ολότητα (Chandler, 1994:5).

Για την υλοποίηση του ποιοτικού σκέλους της εργασίας αξιοποιήθηκαν συνδυαστικά οι θεωρητικές προσεγγίσεις του Ferdinand de Saussure, του Charles Sanders Peirce και του Roland Barthes, οι οποίοι αποτελούν τους θεμελιώδεις στυλοβάτες της σημειωτικής επιστήμης, όπως αυτές αναπτύχθηκαν διεξοδικά στο αντίστοιχο θεωρητικό πλαίσιο της παρούσας διατριβής. Η μεθοδολογική βάση της σημειωτικής αποκωδικοποίησης εδράζεται πρωτογενώς στα αρχές της δομικής σημειολογίας, όπως αυτές διατυπώθηκαν από τον Ελβετό γλωσσολόγο Ferdinand de Saussure. Κεντρικό αναλυτικό εργαλείο της συγκεκριμένης προσέγγισης αποτελεί η έννοια της δυαδικότητας του σημείου, η οποία αποσυνθέτει τα οπτικά και λεκτικά μηνύματα της εικαστικής σύνθεσης σε δύο αλληλένδετα και αδιαχώριστα μέρη : το

σημαίνουν που αφορά την υλική – οπτική μορφή, τα χρώματα, την υφή και τη γεωμετρική διάταξη και το σημαινόμενο το οποίο παραπέμπει στις αφηρημένες νοητικές έννοιες και τις ιδέες που ανακαλούνται στο ασυνείδητο του δέκτη (Chandler, 2017:14).

Η δομική αυτή βάση του Saussure επεκτείνεται και εξειδικεύεται στην παρούσα έρευνα μέσα από την ενσωμάτωση του θεωρητικού μοντέλου του Roland Barthes (1977:36). Ο Barthes αξιοποιεί τη δυαδική σχέση σημαίνοντος και σημαινόμενου για να ανατομήσει τα οπτικά μηνύματα της μαζικής επικοινωνίας, οργανώνοντας τη σημειολογική προσέγγιση σε δύο διακριτά επίπεδα σημασίας. Το πρώτο επίπεδο συνιστά η δήλωση η οποία αποτελεί το κυριολεκτικό, αντικειμενικό και άμεσα αναγνωρίσιμο επίπεδο ανάγνωσης της εικαστικής επιφάνειας. Το δεύτερο επίπεδο αφορά τη συμπαραδήλωση, όπου παράγονται τα βαθύτερα πολιτισμικά, ψυχολογικά και ιδεολογικά νοήματα. Επιπλέον μέσω της λειτουργίας της αγκύρωσης που εισηγείται ο Barthes, εξετάζεται ο τρόπος με τον οποίο το γλωσσικό κείμενο καθοδηγεί τον παρατηρητή περιορίζοντας την πολυσημία της εικόνας και σταθεροποιώντας το επιδιωκόμενο μήνυμα.

Παράλληλα προκειμένου να καλυφθεί το πλήρες εύρος των οπτικών σχέσεων, η μεθοδολογία ενσωματώνει το τριαδικό σύστημα του Charles Sanders Peirce (Fiske, 1989:72). Η προσέγγιση του Peirce επιτρέπει την ταξινόμηση των σημείων της αφίσας σε τρεις διακριτές κατηγορίες ανάλογα με τη σχέση τους με το αντικείμενο αναφοράς : την εικόνα όταν υφίσταται φυσική ομοιότητα, των ενδείκτη, όταν υπάρχει άμεση, υπαρκτή ή αιτιατή σύνδεση με το νόημα και το σύμβολο, όταν η σχέση καθορίζεται από κοινωνικές και πολιτισμικές συμβάσεις. Με αυτό το ολιστικό τρόπο, η ποιοτική ανάλυση δεν περιορίζεται στην απλή, επιφανειακή περιγραφή της εικόνας, αλλά προχωρά σε βάθος στην αποκωδικοποίηση των ιδεολογικών αξιών και των κοινωνικών μηνυμάτων που το ΚΘΒΕ επιδιώκει να μεταφέρει στο κοινωνικό σύνολο (Λαγόπουλος & Μποκλούντ – Λαγοπούλου, 2016:15-23).

Για την υλοποίηση του ποσοτικού σκέλους της παρούσας εμπειρικής έρευνας προκρίθηκε η ποσοτική προσέγγιση, καθώς επιτρέπει τη στατιστική ανάλυση των πρωτογενών δεδομένων και την εξαγωγή αντικειμενικών, μετρήσιμων συμπερασμάτων. Η συγκεκριμένη μεθοδολογική επιλογή κρίθηκε ως η πλέον κατάλληλη, καθώς προσφέρει τη δυνατότητα συστηματικής καταγραφής των

χαρακτηριστικών του υπό εξέταση πληθυσμού, ενώ παράλληλα αναδεικνύει επαναλαμβανόμενες τάσεις και σταθερά πρότυπα (patterns) συμπεριφοράς και πρόσληψης. Μέσω της στατιστικής επεξεργασίας επιδιώκεται η διασφάλιση της εγκυρότητας της ανάλυσης και η δυνατότητα γενίκευσης των εμπειρικών ευρημάτων, περιορίζοντας τις υποκειμενικές ερμηνείες και εστιάζοντας στην αυστηρή εμπειρική τεκμηρίωση των αποτελεσμάτων (Creswell,2011:38).

Για τη συλλογή των πρωτογενών δεδομένων επιστρατεύτηκε η μέθοδος της δειγματοληψίας ευκολίας (convenience sampling), η οποία κρίθηκε αναγκαία προκειμένου να ξεπεραστούν οι στενοί χρονικοί περιορισμοί της ερευνητικής διαδικασίας. Το ερευνητικό δείγμα συγκροτήθηκε συνολικά από 100 συμμετέχοντες, οι οποίοι εντοπίστηκαν εντός του άμεσου επαγγελματικού και κοινωνικού περιβάλλοντος του ερευνητή. Παρά τον μη πιθανολογικό χαρακτήρα της συγκεκριμένης τεχνικής, δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στη διασφάλιση της πολυμορφίας του δείγματος, καθώς οι αποκρινόμενοι προέρχονται από ποικίλες κοινωνικές, οικονομικές και ηλικιακές ομάδες που συνθέτουν το ευρύ κοινό του ΚΘΒΕ. Με αυτό τον τρόπο, το δείγμα αντανακλά ικανοποιητικά τα δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των δυνητικών θεατών του οργανισμού, επιτρέποντας την εξαγωγή έγκυρων συμπερασμάτων για την οπτική επικοινωνία των αφισών του (Κυριαζή, 2002:153).

Το εργαλείο συλλογής των δεδομένων αποτέλεσε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο σε έντυπη μορφή, το οποίο διανεμήθηκε και συμπληρώθηκε αυτοπροσώπως από τους συμμετέχοντες, διασφαλίζοντας την άμεση εποπτεία της διαδικασίας. Πριν από την έναρξη της συμπλήρωσης, η αποκρινόμενοι ενημερώνονταν εγγράφως για τον αποκλειστικά ερευνητικό, εθελοντικό και ανώνυμο χαρακτήρα της μελέτης, καθώς και για την αυστηρή τήρηση του απορρήτου των απαντήσεών τους. Η αρχιτεκτονική δομή του ερωτηματολογίου οργανώθηκε συστηματικά σε δέκα διακριτές ενότητες, περιλαμβάνοντας συνολικά δεκαοχτώ ερωτήσεις κλειστού τύπου, με σκοπό τη σφαιρική διερεύνηση της οπτικής επικοινωνίας του οργανισμού.

- **Ενότητα Α (Συνήθειες) :** Εστιάζει στη σχέση του δείγματος με τον θεατρικό θεσμό, καταγράφοντας τη γενικότερη συχνότητα παρακολούθησης παραστάσεων, τη συχνότητα επίσκεψης ειδικά στις σκηνές του ΚΘΒΕ καθώς και τα κύρια κανάλια ενημέρωσης για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις.

- **Ενότητα Β (Αισθητική Αξιολόγηση):** Καλεί τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν, μέσω διαβαθμισμένης κλίμακας, τον βαθμό στον οποίο θεωρούν ελκυστικό το γενικότερο εικαστικό ύφος των προωθητικών εντύπων του θεάτρου.
- **Ενότητα Γ (Ταυτότητα και Αναγνωρισιμότητα του ΚΘΒΕ):** Διερευνά αν η αισθητικά των εντύπων του οργανισμού προδιαθέτει θετικά τον δέκτη για μια παραγωγή υψηλής ποιότητας ή αν λειτουργεί απλώς πληροφοριακά, καθώς και τον βαθμό ευκολίας αναγνώρισης της οπτικής του ταυτότητας.
- **Ενότητα Δ (Στρατηγική Επικοινωνίας και Branding):** Αξιολογεί κατά πόσο ο σχεδιασμός των εντύπων δημιουργεί μία συμπαγή εικόνα που διαφοροποιεί επιτυχώς το ΚΘΒΕ από τα υπόλοιπα θεατρικά σχήματα της Θεσσαλονίκης
- **Ενότητα Ε (Στόχευση κοινού και Στρατηγική Επικοινωνίας):** Εξετάζει αν το οπτικό αποτέλεσμα των εντύπων επικοινωνεί με το ευρύ κοινό ή αν απευθύνεται σε εξειδικευμένες κατηγορίες πολιτών.
- **Ενότητα ΣΤ (Ανάλυση μηνύματος και Σημειολογία):** Διερευνά αν οι κώδικες των εντύπων του ΚΘΒΕ είναι εύκολα αναγνώσιμοι ή αν απαιτούν μια πιο καλλιτεχνική ματιά για την αποκωδικοποίησή τους, καθώς και το κατά πόσο αντικατοπτρίζουν πιστά το ύφος των παραστάσεων.
- **Ενότητα Ζ (Συμπερίληψη και Καλλιτεχνική ποικιλομορφία):** Αξιολογεί την ικανότητα των εντύπων να μεταφέρουν την πολυφωνία του οργανισμού αποδίδοντας τη διαφορετικότητα των θεατρικών ειδών (παιδική σκηνή, χοροθέατρο, κλασσικό ρεπερτόριο).
- **Ενότητα Η & Θ (Αποτελεσματικότητα , Ικανοποίηση και Πιστότητα Κοινού):** Μετρούν τη συμπεριφορική επίδραση της επικοινωνίας, εξετάζοντας αν η αφίσα παρακινεί το δέκτη στην αγορά εισιτηρίου, καθώς και την πρόθεση σύστασης του οργανισμού σε τρίτους.
- **Ενότητα Ι (Δημογραφικά στοιχεία):** Το ερωτηματολόγιο ολοκληρώνεται με τη χαρτογράφηση του κοινωνικοδημογραφικού προφίλ των 100 συμμετεχόντων, συλλέγοντας δεδομένα για το φύλο, τον τόπο κατοικίας, το μορφωτικό επίπεδο, την επαγγελματική κατάσταση και την ηλικιακή ομάδα των αποκρινόμενων.

Η στατιστική ανάλυση και επεξεργασία των απαντήσεων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση υπολογιστικού προγράμματος SPSS, επιτρέποντας τη μετατροπή των πρωτογενών δεδομένων σε ποσοτικούς δείκτες, συχνότητες, ποσοστά και οπτικά διαγράμματα, τα οποία παρατίθενται αναλυτικά στο κεφάλαιο των αποτελεσμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3. Μελέτη περίπτωσης Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος (ΚΘΒΕ)



ΕΙΚΟΝΑ 1: ΚΘΒΕ

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΕΩΝ ΠΟΛΙΣ

Το ΚΘΒΕ είναι ένας από τους μεγαλύτερους θεατρικούς οργανισμούς στην Ελλάδα και διαθέτει πέντε χειμερινές σκηνές : Βασιλικό Θέατρο, Θέατρο Εταιρίας Μακεδονικών Σπουδών, Φουαγιέ ΕΜΣ, Μονή Λαζαριστών – Σκηνή Σωκράτης Καραντινός και Μικρό Θέατρο και δύο υπαίθρια θέατρα : Θέατρο Δάσους και Θέατρο Γης. Το ΚΘΒΕ αποτελεί έναν ενεργό πυρήνα πολιτισμού από το 1961 τόσο με την εγχώρια δραστηριότητά του όσο και με τη διεθνή δραστηριότητα (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Ιστορικό). Στο κεφάλαιο αυτό αρχικά θα γίνει μία ιστορική αναδρομή του ΚΘΒΕ, στη συνέχεια θα αναλυθεί το όραμα του και τέλος θα παρουσιαστεί η επικοινωνιακή του πολιτική.

3.1 Ιστορική αναδρομή του Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος (ΚΘΒΕ)

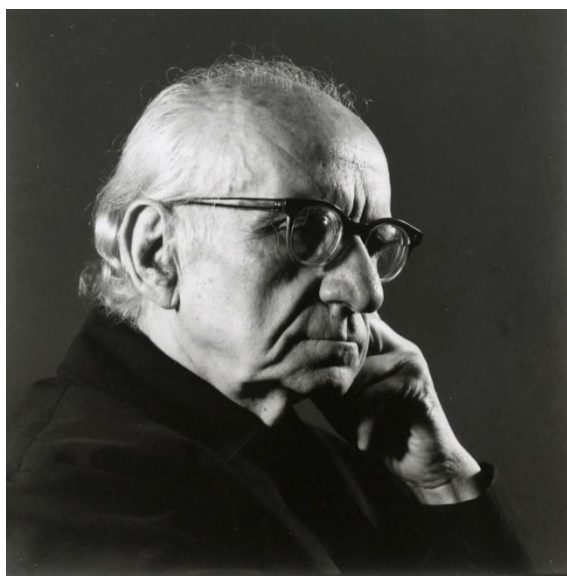


ΕΙΚΟΝΑ 2 : ΤΟ ΚΑΡΑΤΙΚΟΝ ΘΕΑΤΡΟΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ ΕΚΑΜΕ ΤΗΝ ΘΡΙΑΜΒΕΥΤΙΚΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΕΩΝ ΠΟΛΙΣ

Όλα ξεκίνησαν σε μία σύναξη πνευματικών ανθρώπων που έλαβε χώρα το Νοέμβριο του 1960 στο σπίτι του τότε υπουργού Προεδρίας Κυβερνήσεως Κωνσταντίνου Τσάτσου, όπου παρών ήταν και ο Μακεδόνας πρωθυπουργός Κωνσταντίνος Καραμανλής. Όταν ρώτησε ο πρωθυπουργός «Τι μπορεί να κάνει κανείς για την προαγωγή της πνευματικής ζωής του τόπου ;», ο συγγραφέας Γεώργιος

Θεοτοκάς απάντησε : «Να κάνετε θέατρο στη Θεσσαλονίκη». Η πρόταση αυτή εντυπωσίασε τον πρωθυπουργό όπου ζήτησε σχέδιο οργάνωσης και προϋπολογισμό από τον Σωκράτη Καραντινό διευθυντή της δραματικής σχολής του Εθνικού Θεάτρου, ο οποίος μέσα σε 10 μέρες υπέβαλε το σχέδιο και τον προϋπολογισμό. Η επιστολή του Σωκράτη Καραντινού στις 3



ΕΙΚΟΝΑ 3 : ΣΩΚΑΡΑΤΗΣ ΚΑΡΑΝΤΙΝΟΣ

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος

Δεκεμβρίου 1960 στον πρωθυπουργό αποτελεί τη δεύτερη πράξη ίδρυσης του ΚΘΒΕ : « Εις εκπλήρωσιν εκφρασθείσης επιθυμίας υμών λαμβάνω την τιμή να υποβάλλω Υμίν συνημμένως Σχέδιον Ιδρύσεως Θεατρικού Οργανισμού Βορείου Ελλάδος μετά συνοπτικού ετησίου προϋπολογισμού. Το σχέδιον τούτο και ο συνυποβαλλόμενος προϋπολογισμός εξεπονήθησαν εν πνεύματι αυστηράς οικονομίας και σοβαρών καλλιτεχνικών προθέσεων, προβλέπει δε κατά μέγα μέρος την ικανοποίηση του περί θεάτρου αισθήματος της ελληνικής Επαρχίας» (Σωκράτης Καραντινός).



ΕΙΚΟΝΑ 4 : Η οριστική απόφαση ελήφθη από τον τότε Πρωθυπουργό Κ. Καραμανλή στις 16 Δεκεμβρίου 1960

ΠΗΓΗ :Αρχείο Ιδρύματος «Κωνσταντίνος Γ. Καραμανλής»

Στις 16 Δεκεμβρίου του ίδιου έτους ο πρωθυπουργός συναντά τον υπουργό Βορείου Ελλάδος Α. Θεολογίτη και του γνωστοποιεί την οριστική απόφασή του για την ίδρυση εθνικού θεάτρου στη Θεσσαλονίκη. Για το λόγο αυτό ο Σωκράτης Καραντινός μεταβαίνει στη Θεσσαλονίκη για να επιληφθεί των διαδικασιών του εγχειρήματος αυτού σε συνεργασία με τον Α. Θεολογίτη και το συμβούλιο της Εταιρίας Μακεδονικών Σπουδών, αφού κατά πάσα πιθανότητα θα λειτουργούσε το νέο θέατρο στο υπό

ανέγερση μέγαρό της Εταιρίας Μακεδονικών Σπουδών. Το υπουργικό συμβούλιο στις 19 Δεκεμβρίου 1960

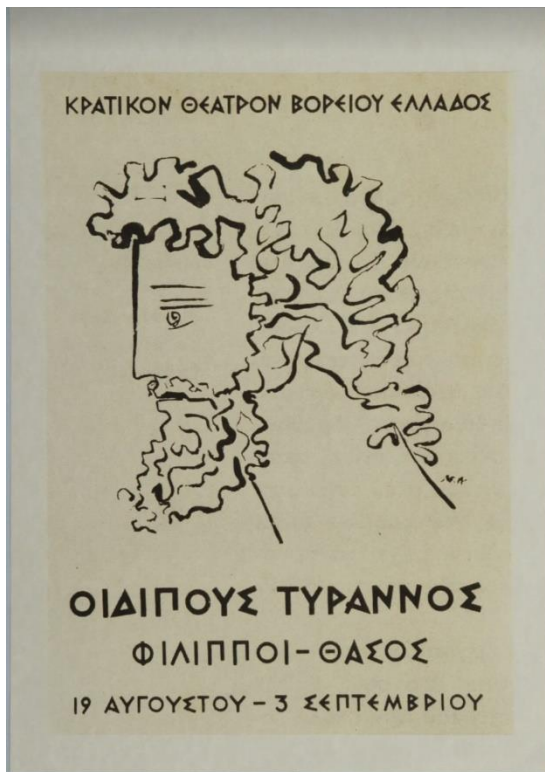
υπογράφει την πράξη για την διοργάνωση του ΚΘΒΕ με την οποία θα προωθούσε τη θεατρική τέχνη στη βόρεια Ελλάδα, όπου περιελάμβανε τα εξής :

- Διδασκαλία κατά βάση ελληνικού δραματολογίου αλλά και ξένου
- Διοργάνωση θεατρικών περιοδειών σε πόλεις της βόρειας Ελλάδας
- Διοργάνωση παραστάσεων αρχαίου δράματος σε αρχαία θέατρα της βορείου Ελλάδος

- Δημιουργία λαϊκών θεατρικών παραστάσεων (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΕΩΝ ΠΟΛΙΣ, (2026). Έτσι γεννήθηκε το Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος).

Στην παραπάνω πράξη οριζόταν ακόμα η σύσταση Καλλιτεχνικής Επιτροπής η οποία θα εισηγούνταν για τον καταρτισμό του δραματολογίου, του θιάσου καθώς και για τις προσλήψεις σκηνοθετών , μουσικών κ.α. στην Επιτροπή Οργάνωσης Θεάτρου Βορείου Ελλάδος. Τέλος οριζόταν ότι η επιτροπή αυτή θα εποπτευόταν από τον υπουργό Βορείου Ελλάδος (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΕΩΝ ΠΟΛΙΣ, (2026). Έτσι γεννήθηκε το Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος).

Σύμφωνα με την από 21 Δεκεμβρίου 1960 ανακοίνωση της Προεδρίας της Κυβερνήσεως, ο Κωνσταντίνος Καραμανλής αποφάσισε την ίδρυση μονίμου κρατικού θεάτρου στη Θεσσαλονίκη ως αυτόνομου οργανισμού, ο οποίος θα λειτουργούσε τουλάχιστον για 5 μήνες ετησίως στη Θεσσαλονίκη και για άλλους 5 μήνες θα έκανε περιοδείες σε πόλεις της βορείου Ελλάδος και θα έδινε παραστάσεις στο Θέατρο των Φιλίππων. Το θέατρο θα στεγαζόταν στο υπό ανέγερση κτίριο της Εταιρίας Μακεδονικών Σπουδών, η οποία το παραχώρησε χωρίς αντάλλαγμα και ο πρόεδρος της Κυβερνήσεως διέθεσε 19.000.000 δραχμές, ώστε το νέο θέατρο να μη υστερούσε σε τίποτα από τα πλέον υψηλής στάθμης θέατρα της εποχής. Η δε επιχορήγηση του ετησίως με το ποσό των 1.500.000 δραχμών θα βάρυνε τον κρατικό προϋπολογισμό και θα απολάμβανε της ίδιες ατέλειες με το Εθνικό Θέατρο (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΕΩΝ ΠΟΛΙΣ, (2026). Έτσι γεννήθηκε το Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος). Στις 13 Ιανουαρίου του 1961 είναι τα «γενέθλια» του ΚΘΒΕ με τη δημοσίευση της πράξης του υπουργικού συμβουλίου για την οργάνωση του.



ΕΙΚΟΝΑ 5 : Αφίσα από την παράσταση ΟΙΔΙΠΟΥΣ ΤΥΡΑΝΝΟΣ από το καλοκαίρι του 1961

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος



ΕΙΚΟΝΑ 6 : Φωτογραφία από το Θέατρο των Φιλίππων που παρουσίασε τον Οιδίποδα Τύραννο το καλοκαίρι του 1961

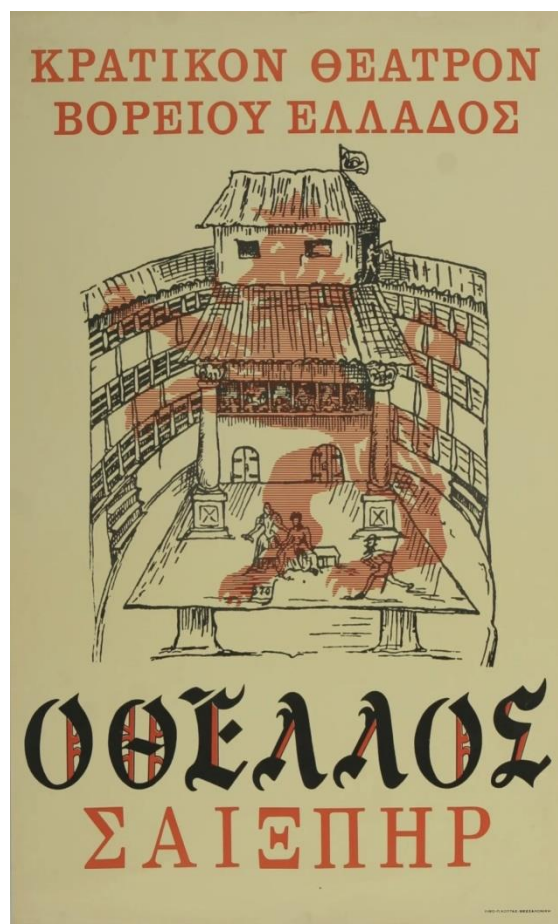
ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος

Το καλοκαίρι της ίδιας χρονιάς εγκαινιάζει τη δραστηριότητά του στο θέατρο των Φιλίππων με παραστάσεις της πασίγνωστης τραγωδίας του Σοφοκλή «Οιδίπους Τύραννος». Ο συγγραφέας Γιώργος Θεοτοκάς υπήρξε ο πρώτος πρόεδρός του και ο σκηνοθέτης Σωκράτης Καραντινός ο πρώτος διευθυντής του. Το Δεκέμβριο του 1961 ξεκινάει τις παραστάσεις του στη Θεσσαλονίκη και συγκεκριμένα στο Βασιλικό Θέατρο, και το φθινόπωρο του ίδιου έτους εγκαθίσταται στο νεοανεγερθέν κτίριο της Εταιρίας Μακεδονικών Σπουδών (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Ιστορικό).



ΕΙΚΟΝΑ 7: Αφίσα ΚΘΒΕ 1961-1962

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος



ΕΙΚΟΝΑ 8 : Αφίσα ΚΘΒΕ 1961-1962

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος

Το 1973 λειτουργεί η Δραματική Σχολή του ΚΘΒΕ παρέχοντας καλλιτεχνική παιδεία σε ανερχόμενους ηθοποιούς δωρεάν. Μέχρι το 1984 λειτούργησαν οι δύο σκηνές του ΚΘΒΕ, η μεν πρώτη το Νοέμβριο του 1977 ως Θέατρο της Θράκης στην Κομοτηνή και η δεύτερη το 1979 ως Θέατρο Ανατολικής Μακεδονίας στις Σέρρες. Το Δεκέμβριο του 1977 το ΚΘΒΕ λειτουργεί την Παιδική Σκηνή του και το 1982 προστίθεται στο καλλιτεχνικό δυναμικό του η χορευτική ομάδα Αέναον Χοροθέατρο του Ντάνιελ Λομέλ. Το 1997 ιδρύεται η Όπερα Θεσσαλονίκης η οποία αποτελεί αυτοτελές τμήμα του ΚΘΒΕ και συγχωνεύτηκε μαζί του με το Ν.4002/2011 (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Ιστορικό).

Σήμερα το ΚΘΒΕ είναι ΝΠΙΔ μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και η διοίκηση της απαρτίζεται από το επταμελές Διοικητικό συμβούλιο και τον Καλλιτεχνικό Διευθυντή. Το ΚΘΒΕ βρίσκεται υπό την επίβλεψη του Υπουργείου Πολιτισμού και

επιχορηγείται από αυτό (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Το ΚΘΒΕ αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους και σημαντικότερους θεατρικούς οργανισμούς στην Ελλάδα και διαθέτει πέντε χειμερινές σκηνές : Βασιλικό Θέατρο, Θέατρο Εταιρείας Μακεδονικών Σπουδών, Φουαγιέ ΕΜΣ, Μονή Λαζαριστών – Σκηνή Σωκράτης Καραντινός και Μικρό Θέατρο. Εκτός από τις πέντε χειμερινές σκηνές το ΚΘΒΕ διαθέτει και δύο υπαίθρια θέατρα : Θέατρο Δάσους και Θέατρο Γης και από το 1961 που ξεκίνησε η λειτουργία του αποτελεί έναν ενεργό πυρήνα πολιτισμού τόσο με τις εγχώριες όσο και με τις διεθνείς του δράσεις (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

3.2 Όραμα του ΚΘΒΕ

Το όραμα του ΚΘΒΕ από την ίδρυση της λειτουργίας του ήταν η παρουσίαση αριστουργημάτων αρχαίου δράματος, κλασσικού ρεπερτορίου όπως και κείμενα τόσο από την ελληνική όσο και από την παγκόσμια δραματουργία με σκοπό την προαγωγή της πνευματικής ζωής (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ). Οι δημόσιοι πολιτιστικοί θεσμοί σε περιόδους συνεχών μεταβολών και αβεβαιότητας δεν μπορεί να είναι απλοί παρατηρητές, αλλά έχουν υποχρέωση να επαναπροσδιορίζονται με κοινωνική ευθύνη απέναντι στις κοινωνικές ανισότητες. Έτσι το ΚΘΒΕ συστήνεται με τη νέα του ταυτότητα η οποία περιλαμβάνει την ανανέωση – συμπερίληψη και εκσυγχρονισμό (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας CNN Greece, (2022). Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος : Μας συστήνεται με τη νέα του ταυτότητα στη ΔΕΘ). Σύμφωνα με δήλωση του τωρινού Καλλιτεχνικού Διευθυντή του ΚΘΒΕ Αστέρη Πελέκη οι δράσεις του θεάτρου που αφορούν την ενίσχυση του κοινωνικού του προφίλ, αποτελούν το θεμέλιο της πολιτιστικής του πολιτικής και όχι μόνο της επικοινωνιακής του πολιτικής. Συνεπώς ο πολιτισμός δε θα πρέπει να θεωρείται απλά ένα καταναλωτικό προϊόν, αλλά θα πρέπει να αποτελεί ένα χώρο συνάντησης, εκπαίδευσης και ενδυνάμωσης. Θεωρεί μελλοντική επένδυση τόσο για την τοπική κοινωνία όσο και για όλη την κοινωνία την επαφή των παιδιών και των νέων με τη θεατρική παιδεία και πιο πολύ αυτών που η πρόσβαση δεν είναι εφικτή. Όραμα του ΚΘΒΕ σύμφωνα με τον Καλλιτεχνικό του Διευθυντή είναι να προσεγγίσει ένα ευρύτερο κοινό ώστε το ΚΘΒΕ να αποτελεί ένα θέατρο για όλους τους πολίτες, ακόμα και γι'αυτούς που δεν είχαν έρθει ποτέ σε επαφή μαζί του

(Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Μακεδονικά Νέα, (2025). Στο ΚΘΒΕ μετασχηματίζουμε την εντροπία σε κοινή εμπειρία). Βασικό μέλημα του ΚΘΒΕ είναι να ενισχύσει την πολιτιστική και κοινωνική ζωή της χώρας μέσα από την ανάπτυξη, προαγωγή και διάδοση της θεατρικής τέχνης σαν παιδαγωγικό, μορφωτικό και ψυχαγωγικό παράγοντα (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ). Το ΚΘΒΕ 65 χρόνια μετά τη ίδρυση του παραμένει πιστό στο όραμα, του για ένα θέατρο που θα είναι ανοιχτό και προσβάσιμο σε όλους προφέροντας παραστάσεις αδιαπραγμάτευτα υψηλής αισθητικής και θεματικής πολυφωνίας για όλες τις ηλικίες όπως αποδεικνύεται και μέσα από τον ιδρυτικό του νόμο : «Σκοπός του Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος είναι η μέσω της θεατρικής τέχνης προαγωγή της πνευματικής καλλιέργειας του λαού και η διαφύλαξη της εθνικής πολιτιστικής ταυτότητας. Για τον σκοπό αυτό αναπτύσσει, προάγει και διδάσκει τη θεατρική τέχνη ως πολιτιστικό, παιδαγωγικό, μορφωτικό και ψυχαγωγικό παράγοντα της κοινωνικής ζωής της Μακεδονίας και της Θράκης αλλά και ολόκληρης της χώρας» (Ν.υπ.Αρ. 2273 Εθνικό Θέατρο, Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος και άλλες διατάξεις, 27/12/1994) (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

3.3 Επικοινωνιακή πολιτική του ΚΘΒΕ

Τα τελευταία χρόνια το ΚΘΒΕ έχει υιοθετήσει στρατηγική εξωστρέφειας που αποτελεί βασικό παράγοντα της επικοινωνιακής του πολιτικής (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας praximag, (χ.χ.). Το ΚΘΒΕ ... στην πρώτη γραμμή). Το ΚΘΒΕ δεδομένου ότι αποτελεί ΝΠΙΔ προάγει τις αρχές του δημοσίου συμφέροντος και η στρατηγική του διαμορφώνεται ως εξής :

- Διαμορφώνει ένα ρεπερτόριο ευρείας γκάμας
- Οι παραστάσεις που ανεβάζει είναι αδιαπραγμάτευτα υψηλής αισθητικής και κύρους για παιδιά και νέους
- Συμβάλει τόσο στη θεατρική εκπαίδευση όσο και στην ανάπτυξη της εκπαιδευτικής δραστηριότητας
- Επιδιώκει την ενίσχυση των δεσμών με φορείς, σχολεία, πανεπιστήμια, ιδρύματα και επιχειρήσεις
- Υλοποιεί ενεργή κοινωνική πολιτική μέσα από το όραμα του ένα «Θέατρο για όλους»

- Πραγματοποιεί κοινωνικές δράσεις έχοντας ως γνώμονα την ευαισθητοποίηση των πολιτών
- Εφαρμόζει χαμηλή τιμολογιακή πολιτική και παροχές διάφορων διαβαθμίσεων
- Ως μέλλος της Ένωσης των Θεάτρων της Ευρώπης συμμετέχει δυναμικά στο ευρωπαϊκό αποτύπωμα της θεατρικής τέχνης
- Το ΚΘΒΕ πειραματίζεται, ερευνά και αναζητά νέες μορφές θεάτρου – σκηνικής έκφρασης
- Δημιουργεί τις προϋποθέσεις και παρέχει ερεθίσματα για την ενίσχυση του θεατρικού δυναμικού της Ελλάδας (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Το ΚΘΒΕ δίνει καθημερινά δυναμικό παρόν στη Θεσσαλονίκη μέσα από ένα πλούσιο πρόγραμμα από παραγωγές του θεάτρου, συμπαραγωγές με άλλους θεατρικούς οργανισμούς, διεθνείς παραγωγές και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Το σπουδαίο εκπαιδευτικό έργο του ΚΘΒΕ είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την αποστολή του (όπως αναφέρεται παραπάνω στον ιδρυτικό του νόμο). Θεωρώντας την θεατρική εκπαίδευση και την προαγωγή της θεατρικής τέχνης μελλοντική επένδυση για όλη την κοινωνία και αναπτύσσει τις παρακάτω δραστηριότητες :

- **Παιδική Σκηνή** : Από το 1977 όπου ιδρύθηκε παρουσιάζει κάθε χρόνο εξαιρετικές παραστάσεις που απευθύνονται σε παιδιά με σκοπό να τους φέρει σε επαφή με σημαντικά κείμενα, ώστε να του ευαισθητοποιήσει και όχι απλά να τους ψυχαγωγήσει, καλλιεργώντας με αυτόν τον τρόπο ώριμους ενήλικες θεατές.
- **Νεανική Σκηνή** : Από το 2008 όπου ιδρύθηκε παρουσιάζει παραστάσεις για εφήβους οι οποίες θίγουν ζητήματα ρατσισμού, προσφυγικό, σχολικό εκφοβισμό κ.α. που αποτελούν θέματα σύγχρονου κοινωνικού προβληματισμού.
- **Βρεφικό Θέατρο** : Ιδρύθηκε το 2017 όπου παρουσιάζονται παραστάσεις μικρής διάρκειας και απευθύνονται σε βρέφη και νήπια. Αξίζει να αναφερθεί ότι στις εν λόγω παραστάσεις πρωταγωνιστούν τα χρώματα, οι ήχοι και οι εικόνες προκειμένου να εντυπωσιαστούν οι μικροί φίλοι του θεάτρου.

- **Εκπαιδευτικά Προγράμματα :** Από το 2002 παρουσιάζονται τακτικά εκπαιδευτικά προγράμματα απευθυνόμενα σε μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσής. Το 2023-2024 ξεκίνησε το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Ταξίδι στο Αρχαίο Θέατρο ... από μηχανής» προκειμένου να εξοικειωθούν οι μαθητές με το αρχαίο δράμα με τη βοήθεια της τεχνολογίας. Ακόμα αναμένεται να συνεχιστεί το εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Το ΚΘΒΕ στην Εκπαίδευση» με χρηματοδότηση του ΕΣΠΑ που απευθύνεται σε μαθητές νηπιαγωγείων, ειδικών σχολείων, διαπολιτισμικών, τμημάτων ένταξης κ.α. και θα λάβει χώρα σε πέντε περιφέρειες της χώρας (Κεντρική Μακεδονία, Ανατολική Μακεδονία, Δυτική Μακεδονία, Ήπειρο και Θεσσαλία) και θα διεξαχθεί με τη βοήθεια ειδικών θεατροπαιδαγωγών και ειδικών ψυχικής υγείας.
- **Θεατρικά Εργαστήρια :** Από το 2015 λειτουργού τα θεατρικά εργαστήρια τα οποία πλαισιώνονται από εξειδικευμένους θεατροπαιδαγωγούς που συγκροτούν τμήματα για παιδιά, νέους, ενήλικες και ΑμεΑ. Ακόμα αξίζει να αναφερθεί ότι την καλοκαιρινή περίοδο λειτουργούν ολόημερα καλλιτεχνικά εργαστήρια για παιδιά.
- **Η γραμμή του εκπαιδευτικού :** Το ΚΘΒΕ παρέχει δωρεάν υποστήριξη στους εκπαιδευτικούς προκειμένου να αξιοποιήσουν θεατρικές μεθόδους στην εκπαίδευση και γι' αυτό καθιέρωσε τη «Γραμμή του Εκπαιδευτικού», ώστε να μπορούν να επικοινωνήσουν τηλεφωνικά οι εκπαιδευτικοί πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με τον οργανισμό.
- **Θεματικές εκδηλώσεις «Big Days» :** Πρόκειται για δωρεάν ολόημερες εκδηλώσεις (διαλέξεις, σεμινάρια, εργαστήρια, θεατρικό παιχνίδι κ.α.) ώστε μικροί και μεγάλοι φίλοι του ΚΘΒΕ να γνωρίσουν σπουδαίους θεατρικούς συγγραφείς (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Το ΚΘΒΕ εκτός από την εκπαιδευτική του δράση διοργανώνει και παράλληλες εκδηλώσεις όπως «ΜεΤα Θεατρικά», Ξεναγήσεις στη σκηνή και τα παρασκήνια, εκθέσεις κοστούμιών και ποικίλες δράσεις και προγράμματα σε συνεργασία με διάφορους φορείς (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Αξίζει να τονισθεί η ιδιαίτερη βαρύτητα που δίνει το ΚΘΒΕ στην προαγωγή της θεατρολογικής έρευνας μέσα από την εκδοτική του δράση. Με τις εκδόσεις του.

δίνονται πληροφορίες για τα έργα και τους συγγραφείς των παραστάσεων. Σημειωτέον ότι τα κείμενα των εκδόσεων είναι πρωτότυπα και μεταφρασμένα στην ελληνική γλώσσα (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Συμβάλλοντας ενεργά στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα το ΚΘΒΕ διαθέτει όλα τα προγράμματα των παραστάσεων με αμοιβή και όλα τα παλιότερα προγράμματα δωρεάν σε ψηφιακή μορφή, αποδεικνύοντας την οικολογική του πολιτική (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Οι πολιτιστικοί διαχειριστές του ΚΘΒΕ στοχεύοντας στον εκσυγχρονισμό της εσωτερικής και εξωτερικής εικόνα του οργανισμού προχώρησαν στη δημιουργία ψηφιακού ιστορικού και καλλιτεχνικού αρχείου όπου μπορεί να έχει πρόσβαση μέσα από τον ιστότοπο του ΚΘΒΕ (ntng.gr) οποιοσδήποτε το επιθυμεί (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Το ΚΘΒΕ πιστό και με συνέπεια στην κοινωνική του πολιτική δίνει τη δυνατότητα με δωρεάν είσοδο σε ομάδες του πληθυσμού που δεν έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στον οργανισμό (ΑμεΑ, ανέργους) όπως και σε επαγγελματίες του θεάτρου. Επίσης παρέχεται μειωμένο ή δωρεάν εισιτήριο σε κοινωνικά ευπαθείς ομάδες. Εκτός από τα παραπάνω η κοινωνική του πολιτική συνεχίζεται με διάφορες δράσεις ευαισθητοποίησης, αλληλεγγύης και ενίσχυσης ευπαθών κοινωνικών ομάδων (ΑμεΑ, ΚΑΠΗ, Σχολείο Δεύτερης Ευκαιρίας του Σωφρονιστικού Ιδρύματος Διαβατών, Make – A- Wish κ.α.) (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Η έντονη διεθνής δραστηριότητα του ΚΘΒΕ στοχεύει στην προώθηση θεατρικών ανταλλαγών, συνεργασιών με άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς του εξωτερικού και τη σύνδεση με τον απόδημο ελληνισμό. Από το 1996 το ΚΘΒΕ είναι μέλος του Διεθνούς Ινστιτούτου Θεάτρου και της Ένωσης των Θεάτρων της Ευρώπης και η διεθνής παρουσία και δραστηριότητά του αφορά τους άξονες Διεθνείς συνεργασίες και φεστιβάλ στους χώρους του ΚΘΒΕ και η συχνή παρουσία τους σε διεθνή φεστιβάλ – περιοδείες. (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

Τέλος είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το ΚΘΒΕ στα πλαίσια της επικοινωνιακής του πολιτικής και ανταποκρινόμενο στις εξελίξεις που επιτάσσει η ψηφιακή εποχή,

διατηρεί ενεργή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ενημερώσει το κοινό του για επερχόμενες παραστάσεις, περιοδείες, νέα αλλά και για να επικοινωνήσει μαζί του. Τα κύρια κανάλια επικοινωνίας του οργανισμού είναι η επίσημη ιστοσελίδα του ΚΘΒΕ, το facebook, το Twitter, το Instagram και YouTube (οπτικοακουστικό υλικό) (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ).

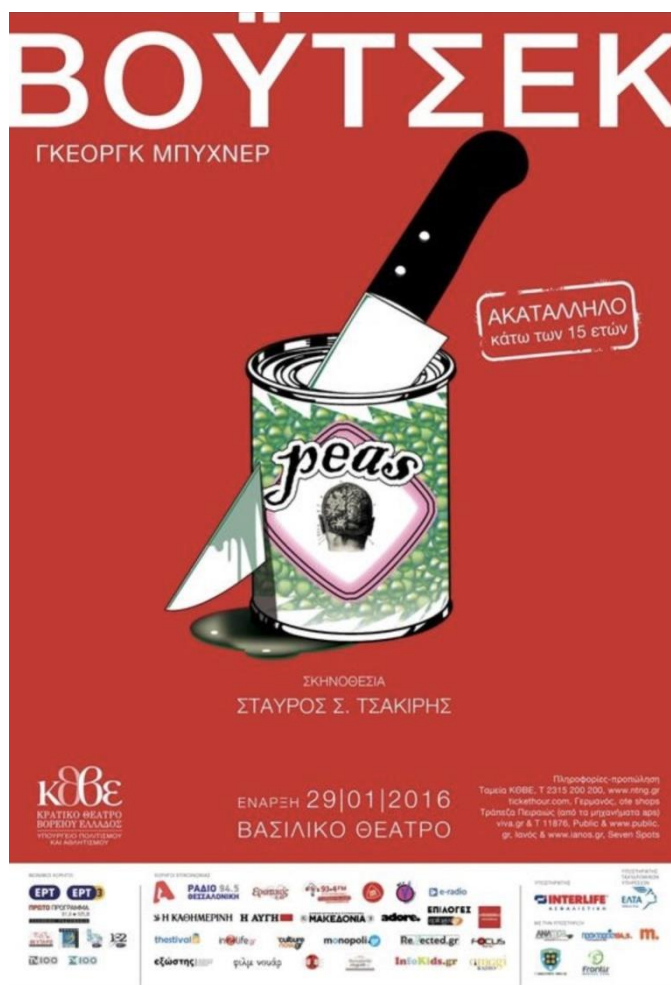
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4. Ανάλυση μηνύματος αφισών του ΚΘΒΕ με τη σημειωτική

Στο αστικό ιστό της Θεσσαλονίκης η παρουσία των διαφημιστικών εντύπων του ΚΘΒΕ αποτελεί ένα σταθερό οπτικό ορόσημο. Κάθε αφίσα του οργανισμού λειτουργεί ως ένα ιστορικό και πολιτισμικό τεκμήριο, αποτυπώνοντας της αισθητική τάση, την ιδεολογική κατεύθυνση και τα επικοινωνιακά μηνύματα της εποχής της. Παράλληλα συνιστά ένα σημειωτικό πεδίο όπου συνυπάρχουν οπτικές, γραφιστικές, νοηματικές, χωρικές και χρονικές αναφορές, επιχειρώντας να συνδέσει τον μυθοπλαστικό χώρο της θεατρικής πλοκής με τον πραγματικό χρόνο διεξαγωγής της παράστασης (Ιστότοπος ηλεκτρονικής εφημερίδας MAKEΔONIA,(2025).

Τη σχεδιαστική επιμέλεια του οπτικού υλικού του ΚΘΒΕ έχουν αναλάβει κατά καιρούς καταξιωμένοι δημιουργοί και γραφιστικά γραφεία, όπως Colibri branding & design, Mike Rafail, Τοκαλατσίδης Γιάννης, Καρανταγλής Σταύρος και Γρηγορούδη Σιμώνη. Ανεξάρτητα από τον εκάστοτε σχεδιαστή, ο αντικειμενικός στόχος παραμένει σταθερός : η οπτική μετουσίωση της παράστασης σε ένα κοινωνικό μήνυμα που αντανακλά τις προθέσεις του συγγραφέα και του σκηνοθέτη (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Εικονικό Μουσείο). Στο πλαίσιο αυτό ακολουθεί η σημειωτική ανάλυση των αφισών της καλλιτεχνικής περιόδου 2015-2025 με βάση το δομικό επικοινωνιακό μοντέλο, επικεντρώνοντας στο θέμα, στο περιεχόμενο, καθώς και στο οπτικό και γλωσσικό τους μήνυμα. Εξετάζεται ο τρόπος σχεδιασμού, το ύφος, τα χρώματα, τα επιμέρους σύμβολα και η συνολική αισθητική τους, προκειμένου να αποτιμηθεί κατά πόσο αναδεικνύεται αποτελεσματικά η ευρύτερη επικοινωνιακή πολιτική του ΚΘΒΕ.

4.1 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2015-2016



ΕΙΚΟΝΑ 9 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2015-2016, «ΒΟΥΤΣΕΚ»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Το έργο «ΒΟΥΤΣΕΚ» το έγραψε ο γερμανός δραματουργός Γκέοργκ Μπύχνερ το 1836 λίγο πριν πεθάνει από τύφο (1837) και το έργο έμεινε ημιτελές. Ο Βούτσεκ ο πρωταγωνιστής της παράστασης είναι ένας φτωχός στρατιώτης ο οποίος έχει αναλάβει να ξυρίζει καθημερινά το λοχαγό του. Έχει ένα παιδί εκτός γάμου με τη σύντροφο του Μαρία και αναγκάζεται να γίνει πειραματόζωο στην έρευνα που περιλαμβάνει αποκλειστική διατροφή με μπιζέλια και συλλογή ούρων σε δοχείο. Η σταδιακή ψυχική του αποδιοργάνωση επιτείνεται όταν η Μαρία, το τελευταίο στήριγμα συντροφικότητας και κατανόησής του, τον απατά. Η κατάσταση αυτή τον

οδηγεί στην παρανόηση, την κτηνωδία και τελικά στη δολοφονία της συντρόφου του. Αξίζει να σημειωθεί ότι το έργο βασίζεται σε πραγματικά γεγονότα και συγκεκριμένα στην ιστορία του στρατιώτη Γιόχαν Κρίστιαν Βοϊτσεκ, ο οποίος δολοφόνησε την ερωμένη του το 1821, καταδικάστηκε και εκτελέστηκε 15 χρόνια αργότερα στη Λειψία (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας artmag, 2014, Η ύπαρξη του Βούτσεκ – Μέρος Α΄, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΘΕΑΤΡΟΜΑΝΙΑ, 2019, Κριτική για την παράσταση «Βούτσεκ»).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «Βοϊτσεκ» του ΚΘΒΕ

Στην αφίσα της παράστασης «Βούτσεκ» του ΚΘΒΕ, την οποία υπογράφει καλλιτεχνικά ο εικαστικός Αλέξανδρος Ψυχούλης, αναπτύσσεται μια συγκροτημένη δομική συνύπαρξη του γλωσσικού και του εικονικού μηνύματος. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης»: αφενός διευκολύνουν τον εννοιακό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα του έργου. Το εικαστικό οικοδόμημα οργανώνεται μορφολογικά σε τρία διακριτά επίπεδα, με φορά από πάνω προς τα κάτω, αναπτυσσόμενο σε ένα κυρίαρχο έντονο κόκκινο υπόβαθρο.

Στο πρώτο επίπεδο αποτυπώνεται ο τίτλος της παράστασης «ΒΟΪΤΣΕΚ» με μεγάλους λευκούς χαρακτήρες σε κεφαλαία γραφή, με χρήση γεωμετρικής γραμματοσειράς σε οριζόντια διάταξη. Η κεντρική αυτή επιλογή πλαισιώνεται από το όνομα του συγγραφέα σε μικρότερη κλίμακα του ίδιου χρωματισμού. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, η έντονη αντίθεση που παράγεται από τη συνύπαρξη του κόκκινου και του λευκού αποβλέπει στην ενίσχυση του οπτικού μηνύματος και στη δημιουργία ενός σημείου υψηλού οπτικού βάρους (Kroeber-Riel, 1998:226-227). Όπως υποστηρίζεται από τον Maxwell (στο Βακαλό, 1988:153), «το χρώμα είναι αίσθηση»· στοιχείο που τεκμηριώνει γιατί το έντονο κόκκινο υπόβαθρο προσελκύει ακαριαία την προσοχή του δέκτη. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η συγκεκριμένη χρωματική επιλογή λειτουργεί ως ένας ισχυρός κώδικας που προδιαθέτει για την εσωτερική ένταση, τη βία και το τραγικό κλίμα της πλοκής. Το οπτικό κέντρο εστιάζει στον τίτλο, ο οποίος προβάλλεται εμφατικά λόγω της χρωματικής του διαφοροποίησης από το υπόβαθρο (Ζώτος, 2000:169). Το ανοιχτό, ζεστό κόκκινο

χρώμα συνιστά ένα έντονο οπτικό ερέθισμα, το οποίο τείνει να δημιουργήσει στον δέκτη συναισθήματα δυναμισμού, ενεργητικότητας και αποφασιστικότητας (Kandinsky, 1981:112-114; Κοζάκου – Τσιάρα, 2006:56; Arntson, 2011:137).

Στο δεύτερο επίπεδο της αφίσας, το εικονικό μήνυμα εισάγει το κεντρικό εικονογραφικό θέμα. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, απεικονίζεται μια μεταλλική κονσέρβα με την αναγραφή της λέξης *peas* (μπιζέλια), όπου μέσα σε ένα τετράγωνο πλαίσιο με κλίση 45 μοιρών εικονίζεται το πίσω μέρος ενός ανδρικού κεφαλιού το οποίο διαπερνούν καρφίτσες, αφήνοντας ορατό το εσωτερικό του εγκεφάλου. Η κονσέρβα αυτή εμφανίζεται να τεμαχίζεται από ένα μεγάλο μαχαίρι, από το οποίο εκρέει ένα γκρι υγρό. Δίπλα από την κεντρική σύνθεση, με μικρή γεωμετρική γραμματοσειρά σε λευκό χρώμα, αποτυπώνεται μέσα σε ορθογώνιο πλαίσιο η σήμανση «ακατάλληλο κάτω των 15 ετών», ενώ ακριβώς από κάτω ακολουθεί το όνομα του σκηνοθέτη.

Από σημειωτική άποψη, η συγκεκριμένη οπτική διάταξη χαρακτηρίζεται από υψηλή εντροπία και χαμηλή προβλεπτικότητα. Αυτό σημαίνει ότι αν ο αποδέκτης δεν διαθέτει πρότερη γνώση της θεατρικής υπόθεσης, η αποκωδικοποίηση περιορίζεται αποκλειστικά στο κυριολεκτικό επίπεδο της καταδήλωσης, δηλαδή στην απλή αναγνώριση των αντικειμένων (Barthes, 2007:44-46). Σύμφωνα με τον Chandler (1994:35), η βαθύτερη κατανάλωση ενός μηνύματος προϋποθέτει γνωστική προετοιμασία, καθώς αναγνωρίζουμε δομικά αυτό που ήδη γνωρίζουμε. Συνεπώς, στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης για τον εξοικειωμένο αναγνώστη, τα στοιχεία αυτά παράγουν βαθύτερα νοήματα: η κονσέρβα μπιζελιών δύναται να συμβολίζει το ιατρικό πείραμα υποσιτισμού, το τεμαχισμό από το μαχαίρι προμηνύει τη βίαιη κατάληξη της δολοφονίας της Μαρίας, ενώ οι καρφίτσες στον εγκέφαλο παραπέμπουν στην ψυχική αποδιοργάνωση και την παρανόηση του ήρωα (Σιαγκίδης & Τροβά, χ.χ.:38).

Στην αφίσα αναγνωρίζεται η καθαρή εφαρμογή του δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από τη σύνθεση των εικονικών στοιχείων (κονσέρβα, μαχαίρι, κεφάλι με καρφίτσες). Αντίστοιχα, ο τίτλος «ΒΟΪΤΣΕΚ» λειτουργεί ως το γλωσσικό σημείο που καθοδηγεί τον δέκτη στο σημααινόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια, το ψυχικό αποτύπωμα και το

υπαρξιακό αδιέξοδο που καλείται να συνειδητοποιήσει. Η σημειωτική αξία του μηνύματος εγγράφεται σε μια άρρητη αφήγηση και στους συναισθηματικούς συνειρμούς που ενεργοποιούνται στον θεατή, οι οποίοι επηρεάζονται άμεσα από το κοινωνικό του υπόβαθρο, τις εμπειρίες και τις προσωπικές του αξίες.

Παράλληλα, βάσει της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο, το οποίο συνδέεται με το αντικείμενό του (το θεατρικό έργο) μέσω εδραιωμένων πολιτισμικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά στην παρούσα σύνθεση: η οπτική αποτύπωση των αντικειμένων (κονσέρβα, μαχαίρι) λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με το αντικείμενο αναφοράς, ενώ τα επιμέρους στοιχεία δύνανται να εκληφθούν ως ενδείκτης που μαρτυρά την ιστορική και θεατρική εποχή του έργου. Τέλος, η σύνδεση συμβόλου και αντικειμένου πραγματώνεται μέσω των καθιερωμένων κοινωνικών συμβάσεων.

Στο ίδιο πλαίσιο, το κεφάλι με τις καρφίτσες και η εμφάνιση του εγκεφάλου μέσα στο πλάγιο τετράγωνο φαίνεται να εκπέμπουν μια αίσθηση εσωτερικής δύναμης, αλλά και βαθιάς απόγνωσης. Η συγκεκριμένη εικονογραφική επιλογή υποδηλώνει σημειωτικά την αδυναμία και την ανημποριά του απλού ανθρώπου να ελέγξει τη μοίρα του, παραπέμποντας ευθέως στην ψυχική αποδιοργάνωση που οδηγεί σταδιακά τον ήρωα στην απώλεια των λογικών του. Παράλληλα, το τετράγωνο με κλίση επάνω στην επιφάνεια της κονσέρβας δύναται να ερμηνευθεί ως ένδειξη για την ασταθή ψυχολογία του πρωταγωνιστή, καθώς και την ένταση στην οποία αυτός βρίσκεται (Σιαπκίδης & Τροβά, χ.χ.:38).

Η ως άνω ερμηνεία δεν αποτελεί μια αυθαίρετη υπόθεση, αλλά προκύπτει δομικά από τη μορφολογική οργάνωση των ίδιων των σημειωτικών στοιχείων της αφίσας. Η επιλογή του εικαστικού να τοποθετήσει το σκίτσο του προσώπου εγκλωβισμένο μέσα σε ένα γεωμετρικό σχήμα (τετράγωνο με κλίση), σε συνδυασμό με την επιθετική διαγώνιο του μαχαιριού που τέμνει την κονσέρβα των μπιζελίων, μεταφράζει οπτικά τη σύγκρουση ανάμεσα στη βιολογική επιβίωση και τη βία. Οι καθαρές γραμμές, τα σχήματα και οι έντονες χρωματικές αντιθέσεις (λευκό-μαύρο-κόκκινο) λειτουργούν ως οπτικοί ενδείκτες που καθοδηγούν το βλέμμα του θεατή, μετατρέποντας τα καθημερινά αντικείμενα σε φορείς συμπαραδήλωσης για την ψυχική κατάρρευση και το τραγικό επιστέγασμα της πλοκής.

Στο τρίτο επίπεδο της αφίσας, αριστερά, αποτυπώνεται σε λευκούς χρωματισμούς το λογότυπο του ΚΘΒΕ, λειτουργώντας ως το επίσημο θεσμικό σήμα αναγνωρισιμότητας. Στο κέντρο της τρίτης ζώνης, με μικρή γεωμετρική γραμματοσειρά, παρατίθενται οι χρηστικές πληροφορίες που αφορούν τον τόπο και την ημερομηνία έναρξης των παραστάσεων, ενώ δεξιά, σε ακόμα μικρότερη κλίμακα, δίνονται τα στοιχεία για την προώληση των εισιτηρίων. Τέλος, στο κατώτερο τμήμα της επιφάνειας αποτυπώνεται οι λογότυποι των χορηγών της παράστασης.

Συνοψίζοντας, βάσει της σημειωτικής ανάλυσης, το λεκτικό στοιχείο του τίτλου «ΒΟΪΤΣΕΚ» λειτουργεί ως το κεντρικό σημαίνον στην επιφάνεια του εντύπου. Σε επίπεδο συμπαραδηλωτικής ερμηνείας, το σημαίνον αυτό παράγει έντονα σημαινόμενα που τείνουν να συσχετιστούν με την απανθρωποποίηση, την κοινωνική καταπίεση, την απώλεια της αξιοπρέπειας, την ψυχική κατάρρευση, τη βία και το υπαρξιακό αδιέξοδο. Συνολικά, το οπτικό και το γλωσσικό αυτό μήνυμα συντίθενται δομικά, συμπυκνώνοντας τον κεντρικό θεματικό πυρήνα του έργου· αναδεικνύεται έτσι η θεωρητική παραδοχή ότι η κοινωνική και οικονομική εκμετάλλευση των αδύναμων ανθρώπων δύναται να οδηγήσει αναπόφευκτα στην ψυχική κατάρρευση και τη βία (Barthes, 1977:36).

Πίνακας 1. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («Βοΐτσεκ»)

Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Κονσέρβα μπιζελιών (συμπαραδήλωση του ιατρικού πειράματος υποσιτισμού, της εξαθλίωσης και της σταδιακής απανθρωποποίησης του ήρωα). Μαχαίρι (οπτικός ενδείκτης που προμηνύει τη βίαιη κατάληξη της δολοφονίας, λειτουργώντας ως μέσο ισχύος). Εγκλωβισμένη μορφή στο πλάγιο τετράγωνο (υποδήλωση της μοιραίας παγίδευσης της Μαρίας).
Καταδήλωση	Ανδρικό κεφάλι με καρφίτσες μέσα σε πλάγιο τετράγωνο, κονσέρβα με ετικέτα

	«reas» που τεμαχίζεται από μαχαίρι, γκρι υγρό
Σημαίνουν	Το εικαστικό σκίτσο (κεφάλι, κονσέρβα, μαχαίρι) και το λεκτικό «ΒΟΪΤΣΕΚ»
Σημαινόμενο / Ενδείκτης	Η ψυχική κατάρρευση, η κοινωνική εξαθλίωση και το τραγικό πεπρωμένο του ήρωα
Συμπαραδήλωση	Τίτλος (ΒΟΪΤΣΕΚ) ως σύμβολο του κοινωνικά καταπιεσμένου ανθρώπου
Γλωσσικό μήνυμα	Λειτουργεί ενισχυτικά και καθοδηγητικά, επιτελώντας τη λειτουργία της «αγκύρωσης» του νοήματος της εικόνας βάσει της θεωρίας του Barthes
Χρώμα	Έντονο κόκκινο υπόβαθρο (ισχυρός φορέας συμπαραδήλωσης που προδιαθέτει τον θεατή για την εσωτερική ένταση, τη βία και το τραγικό κλίμα της πλοκής). Λευκό (ενίσχυση της χρωματικής αντίθεσης για τη δημιουργία σημείου υψηλού οπτικού βάρους στον τίτλο).
Εντροπία	Χαμηλή προβλεψιμότητα λόγω της σουρεαλιστικής σύνθεσης (κεφάλι – κονσέρβα)
«Μύθος»	Η αντίληψη ότι η κοινωνική εκμετάλλευση και η απώλεια της λογικής οδηγούν αναπόφευκτα στη βία
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο θεατής καλείται να συνδέσει το ιστορικό / πολιτικό πλαίσιο με την

	ψυχολογική αποδόμηση
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Κονσέρβα – Μαχαίρι –Καρφίτσες – Τρέλα- Κάθαρση
Μεταφορά	Η κονσέρβα ως η παγιδευμένη και τυποποιημένη ανθρώπινη ύπαρξη
Μετωνυμία	Το μαχαίρι ως ο φόνος και η τελική ρήξη

4.2 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2016-2017



ΕΙΚΟΝΑ 10 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2016-2017, «Το αγόρι με τη βαλίτσα»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Ο σκηνοθέτης Μιχάλης Σιώνας μετέφερε στη σκηνή το ταξίδι του μικρού Ναζ από τη Μέση Ανατολή προς το Λονδίνο (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, χ.χ.; Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ONLYTHEATER, 2016). Όταν στην πατρίδα του ξεσπά πόλεμος, οι γονείς του, αδυνατώντας να καλύψουν το κόστος του διακινητή για όλη την οικογένεια, τον στέλνουν μόνο του στην Αγγλία για να σωθεί. Στη βαλίτσα του ο Ναζ μεταφέρει ό,τι πολυτιμότερο διαθέτει: τις ιστορίες του πατέρα του και τις αναμνήσεις από το σπίτι τους. Συνοδοιπόρος του γίνεται η μικρή Κρίσια, η οποία ταξιδεύει επίσης μόνη αναζητώντας τον θείο της. Κατά τη διάρκεια της γεμάτης εμπόδια διαδρομής τους, ο Ναζ επιστρατεύει τις ιστορίες του Σεβάχ του Θαλασσινού για να αντλήσουν δύναμη. Σταδιακά, οι εσωτερικές εικόνες ξεθωριάζουν και η βαλίτσα φτάνει τελικά κενή στον προορισμό της (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας parallaxi, (2016). Το αγόρι με τη βαλίτσα : μία παράσταση γεμάτη ιστορίες από την ιστορία, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας in, (2016). «Το αγόρι με τη βαλίτσα» : Η Ξένια Καλογεροπούλου διασκευάζει Μάικ Κένι).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «Το αγόρι με τη βαλίτσα» του ΚΘΒΕ

Στην αφίσα της παράστασης «Το αγόρι με τη βαλίτσα» του ΚΘΒΕ, υπό την καλλιτεχνική επιμέλεια του γραφίστα Σταύρου Καρανταγλή, αναπτύσσεται μια συγκροτημένη δομική συνύπαρξη του γλωσσικού και του εικονικού μηνύματος. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης» : αφενός διευκολύνουν τον εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα. Το εικαστικό οικοδόμημα οργανώνεται μορφολογικά σε τρία διακριτά επίπεδα με φορά από πάνω προς τα κάτω.

Στο πρώτο επίπεδο αποτυπώνεται το γλωσσικό μήνυμα, το οποίο χαρακτηρίζεται από χαμηλή εντροπία και υψηλή προβλεπτικότητα, γεγονός που καθιστά το μήνυμα άμεσα προσβάσιμο στον δέκτη. Από το κέντρο προς τα δεξιά αναγράφεται το όνομα του συγγραφέα του έργου (Μάικ Κένι) με γεωμετρική γραμματοσειρά σε μαύρο χρώμα μεσαίου μεγέθους και πεζά γράμματα. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, η επιλογή των πεζών χαρακτήρων διευκολύνει την απλή ανάγνωση των ονομάτων. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, ωστόσο, η χρήση των πεζών γραμμάτων τείνει να

δημιουργήσει μια σχέση περισσότερο οικεία, ευαίσθητη και άμεση μεταξύ της πηγής και του δέκτη (Κουρδής, 2001:101).

Ακριβώς από κάτω αναπτύσσεται ο τίτλος της παράστασης, ο οποίος εκτείνεται σε τέσσερις σειρές και λειτουργεί ως το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον της ζώνης. Η πρώτη σειρά του τίτλου («Το») είναι σε γεωμετρική γραμματοσειρά μεσαίου μεγέθους και μπλε χρώμα. Στη δεύτερη σειρά η λέξη «αγόρι» διατηρεί την ίδια γραμματοσειρά και χρώμα, αλλά η γραφή γίνεται πιο έντονη (bold) και το μέγεθός της μεγαλύτερο, στοιχείο που αυξάνει το οπτικό της βάρος. Η τρίτη σειρά «με τη» είναι ίδια σε μέγεθος, γραμματοσειρά και χρώμα με την πρώτη σειρά, εξασφαλίζοντας μια ρυθμική ισορροπία στη σύνθεση. Η τελευταία σειρά του τίτλου, «βαλίτσα», διαμορφώνεται με το ίδιο μέγεθος, γραμματοσειρά και χρώμα με τη δεύτερη σειρά («αγόρι»). Κάτω από τον τίτλο αποτυπώνεται το όνομα του σκηνοθέτη της παράστασης με μικρότερη και έντονη γραφή σε σχέση με την αποτύπωση του ονόματος του συγγραφέα.

Κατά την αποκωδικοποίηση του λεκτικού μηνύματος, η συγκεκριμένη τυπογραφική οργάνωση επιτυγχάνει ακαριαία τη λειτουργία της. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, η σαφήνεια των γνωστών λέξεων επιτρέπει στον δέκτη να αναγνωρίσει άμεσα το κυριολεκτικό νόημα του κειμένου. Στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης, η υψηλή προβλεπτικότητα με την οποία σχεδιάζεται η αφίσα μειώνει δραστικά την εντροπία του μηνύματος, καθιστώντας το εύκολα προσβάσιμο από το ευρύ κοινό χωρίς την ανάγκη εξειδικευμένης πρότερης γνώσης (Barthes, 2007:44-46).

Σύμφωνα με τη σημειωτική θεωρία του Ferdinand de Saussure (1916:65-67), η σχέση ανάμεσα στο σημαίνον (την οπτική εικόνα των λέξεων «αγόρι» και «βαλίτσα») και στο σημαινόμενο (την ψυχική αναπαράσταση της παιδικής ηλικίας και του ταξιδιού) είναι άμεση και ισχυρή. Λόγω της χαμηλής εντροπίας και της υψηλής συμβατικότητας του γλωσσικού κώδικα, οι γνώριμες αυτές λέξεις προσλαμβάνονται ενορατικά ως ενιαία νοηματικά σύνολα κατά την οπτική επαφή του δέκτη με το έντυπο.

Στο δεύτερο επίπεδο της αφίσας, το εικονικό μήνυμα εισάγει τα κεντρικά εικονογραφικά στοιχεία της σύνθεσης. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, στο αριστερό τμήμα αποτυπώνεται η σκιά ενός αγοριού μέσα σε μια βάρκα, τοποθετημένη επάνω σε ένα υπόβαθρο που δηλώνει χρώμα, ενώ μπροστά από τη μορφή διακρίνεται μια

βαλίτσα. Επάνω στη βαλίτσα αναγνωρίζεται το λογότυπο του ΚΘΒΕ με λευκούς χαρακτήρες, στοιχείο που επιτελεί ισχυρή θεσμική λειτουργία. Δεξιά στην επιφάνεια, στο ίδιο σχεδιαστικό ύψος, αναγράφονται με μαύρα, έντονα κεφαλαία γράμματα γεωμετρικής γραμματοσειράς ο τόπος διεξαγωγής και η ημερομηνία έναρξης της παράστασης.

Η συγκεκριμένη οπτική διάταξη χαρακτηρίζεται από χαμηλή εντροπία και υψηλή προβλεπτικότητα, καθώς τα εικονικά της σημεία είναι άμεσα αναγνωρίσιμα από τον μέσο αστικό δέκτη χωρίς να απαιτείται απαρέγκλιτα η πρότερη γνώση της θεατρικής πλοκής. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η σκιά του παιδιού, η βάρκα και η βαλίτσα λειτουργούν ως οικεία, παγκόσμια σύμβολα που παραπέμπουν ενορατικά στην έννοια του ταξιδιού, της προσφυγιάς, της αναζήτησης και της παιδικής αθωότητας που δοκιμάζεται.

Κατά τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), τα αντικείμενα του εικονικού μηνύματος θα παρήγαγαν ένα ασαφές εύρος ερμηνειών αν απουσίαζε η λειτουργία της «ακύρωσης» από το γλωσσικό μήνυμα του τίτλου «Το αγόρι με τη βαλίτσα». Η επικούρηση του τίτλου κλειδώνει το νόημα της εικόνας, γεφυρώνοντας τη σχέση ανάμεσα στο σημαίνον (τα εικονικά σχήματα) και στο σημαινόμενο (τις βαθύτερες ιδέες της μετανάστευσης). Δομικά, η επιφάνεια εμφανίζεται οργανωμένη σε έναν άτυπο κάθετο άξονα διαχωρισμού δύο μερών: στο δεξί τμήμα συγκεντρώνονται τα λεκτικά μηνύματα, ενώ στο αριστερό κυριαρχεί η εικονογραφική αφήγηση.

Στην αφίσα αναγνωρίζεται η εφαρμογή του δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από τη σύνθεση των εικονικών στοιχείων (η σκιά του αγοριού, η βάρκα, η βαλίτσα). Αντίστοιχα, η συνδυαστική αυτή εικόνα καθοδηγεί τον δέκτη στο σημαινόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια που εγγράφεται στο συνειδητό του θεατή και δύναται να σχετιστεί σημειωτικά με την προσφυγιά, τον ξεριζωμό, το επικίνδυνο ταξίδι στη θάλασσα και την αναζήτηση μιας νέας πατρίδας. Η σημασία του μηνύματος εγγράφεται σε μια άρρητη αφήγηση και στους συναισθηματικούς συνειρμούς που ενεργοποιούνται στον δέκτη, οι οποίοι επηρεάζονται άμεσα από το κοινωνικό και πολιτισμικό του υπόβαθρο.

Παράλληλα, βάσει της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο, το οποίο συνδέεται με το αντικείμενό του (το θεατρικό έργο) μέσω εδραιωμένων κοινωνικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά στην παρούσα σύνθεση: η οπτική αποτύπωση του σκίτσου (η σκιά της βάρκας με το αγόρι) λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με το αντικείμενο αναφοράς. Ταυτόχρονα, τα επιμέρους στοιχεία δύνανται να εκληφθούν ως ενδείκτης που παραπέμπει στο επικίνδυνο και άγνωστο ταξίδι της μετακίνησης προς την ασφάλεια. Τέλος, η σύνδεση συμβόλου και αντικειμένου πραγματώνεται μέσω των καθιερωμένων πολιτισμικών συμβάσεων.

Η βαλίτσα ανέκαθεν δύναται να εκληφθεί ως ένα διαχρονικό σύμβολο ξεριζωμού. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, το συγκεκριμένο εικονικό στοιχείο μετατρέπεται σε ένα ισχυρό σημαίνον, όπου ο μετακινούμενος πληθυσμός αποθηκεύει αναμνήσεις, πρόσωπα και βιωματικές στιγμές που συγκροτούσαν την καθημερινότητά του πριν από την πολεμική σύρραξη. Υπό αυτό το πρίσμα, το αντικείμενο της βαλίτσας τείνει να λειτουργήσει ως συνώνυμο του αποχωρισμού και της βίαιης αποκοπής από την εστία. Η σημειωτική της αξία δεν περιορίζεται στην καταδηλωτική χρηστικότητα ενός αποθηκευτικού μέσου, αλλά συμπαραδηλώνει την ίδια την ταυτότητα, την προσωπική ιστορία και το πολιτισμικό κεφάλαιο που μεταφέρει ο μετανάστης, το οποίο επαφίεται στην υποδοχή και την ενσωμάτωση από τη νέα κοινωνία (Barthes, 2007:53-55).

Στο ίδιο ερμηνευτικό πλαίσιο, το γεγονός ότι το αγόρι αποτυπώνεται αποκλειστικά ως σκιά στο σκίτσο δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική αναπαράσταση της κοινωνικής αορατότητας. Η επιλογή αυτή του γραφίστα τείνει να οπτικοποιήσει το σημαινόμενο της απώλειας της ατομικής ταυτότητας και της στερεοτυπικής κατηγοριοποίησης που υφίστανται οι πρόσφυγες, οι οποίοι συχνά, ακόμη και αν προσπαθούν να ενταχθούν σε μια νέα κοινωνία, έρχονται αντιμέτωποι με το αίσθημα του αποκλεισμού. Η σκιά φαίνεται να υποδηλώνει παράλληλα το ψυχολογικό βάρος του τραύματος που συνοδεύει διαρκώς τον μετανάστη (Οικονόμου, 2022:11).

Στο πλαίσιο αυτό, το οπτικό στοιχείο της βαλίτσας λειτουργεί ως ένα κεντρικό σημαίνον, το οποίο στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης παράγει πολλαπλά σημαινόμενα, όπως τη θέληση για ζωή, την ελπίδα και την αναζήτηση ασφάλειας.

Συνολικά, το οπτικό αυτό σημείο συμπυκνώνει την υπαρξιακή και την βιωματική εμπειρία της αναγκαστικής μετανάστευσης, αναδεικνύοντας ότι οι μετανάστες μεταφέρουν μαζί τους το βάρος της προσωπικής και ιστορικής τους διαδρομής (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας iefimerida, 2016; Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Liberal, 2023; Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας SLpress, 2024).

Επιπλέον, η τοποθέτηση του λογοτύπου του ΚΘΒΕ επάνω στη βαλίτσα δύναται να εκληφθεί ως μια εσκεμμένη σχεδιαστική επιλογή που ενισχύει σημειωτικά την άποψη του συγγραφέα ότι «δεν υπάρχουν αυτοί. Υπάρχουμε μόνο εμείς, όλοι οι άνθρωποι και όλες οι ιστορίες μας» (Μάικ Κένι), υπογραμμίζοντας την οικουμενικότητα του ανθρώπινου πόνου. Αντίστοιχα, το έδαφος (χώμα) επάνω στο οποίο εδράζεται η βαλίτσα παραπέμπει οπτικά στη γη της απώλειας, αλλά και στη σταθερότητα που επιζητά να βρει ο μετανάστης σε ένα νέο περιβάλλον.

Τα μουντά χρώματα που χρησιμοποιούνται στην αφίσα δύναται να εκληφθούν ως φορείς συμβολικού χαρακτήρα, οι οποίοι επιστρατεύονται προκειμένου να αποδώσουν σημειωτικά την τραγωδία και τη θλίψη του προσφυγικού βιώματος. Παράλληλα, το καφέ χρώμα στη βαλίτσα τείνει να συσχετιστεί με τη γη και τη σταθερότητα, υποδηλώνοντας την έντονη ανάγκη του μετανάστη για ασφάλεια και μόνιμη εγκατάσταση (Kandinsky, 1981:112-114).

Στο τρίτο επίπεδο της αφίσας, με μικρά μαύρα γράμματα γεωμετρικής γραμματοσειράς, παρατίθενται οι χρηστικές πληροφορίες που αφορούν την προώθηση των εισιτηρίων της παράστασης. Τέλος, στο κατώτερο τμήμα της επιφάνειας αποτυπώνονται οι λογότυποι των χορηγών επικοινωνίας, ολοκληρώνοντας τη θεσμική ταυτότητα του εντύπου.

Συνοψίζοντας, βάσει της σημειωτικής ανάλυσης, το οπτικό στοιχείο της βαλίτσας λειτουργεί ως ένα κεντρικό οπτικό σημαίνον, το οποίο στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης παράγει πολλαπλά και πολυεπίπεδα σημαινόμενα που σχετίζονται με την απώλεια, την προσφυγιά, αλλά και την ελπίδα για επιβίωση. Η συνολική σύνθεση χαρακτηρίζεται από χαμηλή εντροπία, καθώς η καθαρότητα των σχημάτων (η βάρκα, η σκιά, η βαλίτσα) σε συνδυασμό με τη λειτουργία της «αγκύρωσης» από τον τίτλο, επιτρέπει στον δέκτη να αποκωδικοποιήσει ακαριαία το επικοινωνιακό μήνυμα, χωρίς να είναι απαραίτητη η πρότερη γνώση της θεατρικής υπόθεσης (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 2. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («Το αγόρι με τη βαλίτσα»)

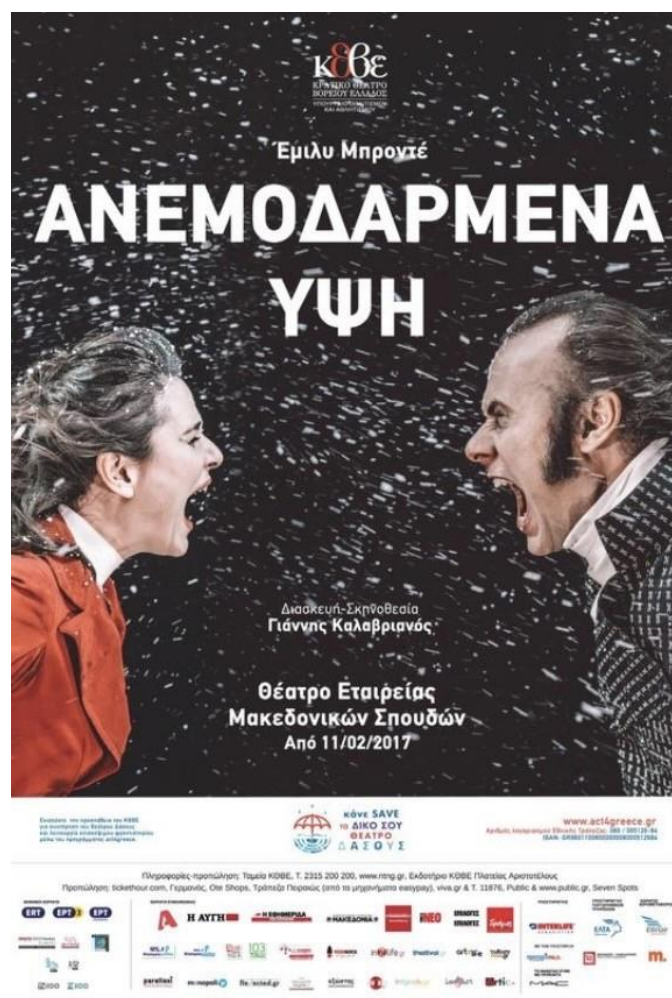
Σημειωτικός άξονας

Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας

Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Βαλίτσα (συμπαραδήλωση της βιωματικής ταυτότητας και της προσωπικής ιστορίας του ήρωα), Βάρκα και Σκιά (οπτική αναπαράσταση της κοινωνικής αορατότητας, του ψυχικού τραύματος και της αναγκαστικής μετακίνησης), Χώμα (παραπομπή στη γη της απώλειας και στην επιζητούμενη σταθερότητα).
Καταδήλωση	Σκιά αγοριού σε βάρκα, βαλίτσα πάνω σε χώμα, λευκό λογότυπο ΚΘΒΕ πάνω στη βαλίτσα, κάθετος διαχωρισμός επιφάνειας.
Σημαίνον	Το εικαστικό σκίτσο (σκιά, βάρκα, βαλίτσα) και ο τίτλος «Το αγόρι με τη βαλίτσα»
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Η παιδική προσφυγιά, ο κίνδυνος του ξεριζωμού, η ανάγκη για ασφάλεια, η θέληση για ζωή και η ελπίδα
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος ως σύμβολο του βίαιου εκτοπισμού και της απώλειας της πατρικής εστίας
Γλωσσικό μήνυμα	Έντονο κόκκινο (ένταση, βία, επανάσταση), Λευκό (αντίθεση έκθεση), Γκρι (αποδιοργάνωση / ρευστότητα)
Χρώμα	Μουντά χρώματα (τραγωδία πρόσφυγα), καφέ (γη / ανάγκη για ασφάλεια), μπλε (θλίψη/μοναξιά/ ανοιχτός ορίζοντας),

	μαύρο (ένταση / σκιά)
Εντροπία	Χαμηλή καθώς η εικόνα είναι άμεσα αναγνωρίσιμη και επικοινωνιακά ξεκάθαρη στον αναγνώστη
«Μύθος»	Η αντίληψη ότι δεν υπάρχουν «αυτοί» και «εμείς» αλλά όλοι οι άνθρωποι είναι ίσοι απέναντι στην προσφυγιά
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο θεατής συνδέει τα οπτικά ερεθίσματα με την ανάγκη αποδοχής του πολιτισμού και των ιστοριών των προσφύγων
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Σκιά – Βάρκα- Καφέ βαλίτσα- Χώμα – Λογότυπο ΚΘΒΕ
Μεταφορά	Η βαλίτσα όχι ως αντικείμενο με ρούχα, αλλά ως η ίδια η ψυχή και η ιστορία του ήρωα
Μετωνυμία	Η βάρκα και η σκιά αντί της κοινωνικής αποξένωσης και της αναγκαστικής μετακίνησης

4.3 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2017-2018



ΕΙΚΟΝΑ 11 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2017-2018, «ANEMODARMENA YPSI»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Το δραματουργικό μυθιστόρημα «ANEMODARMENA YPSI», κλασικό έργο της παγκόσμιας λογοτεχνίας, γράφτηκε από την Αγγλίδα συγγραφέα Έμιλυ Μπροντέ το 1846, έναν χρόνο πριν από τον θάνατό της. Η θυελλώδης ιστορία ξεκινάει όταν ο κύριος Έρνσο, ιδιοκτήτης του κτήματος «Ανεμοδαρμένα Ύψη», υιοθετεί κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού του ένα άστεγο αγόρι, τον Χήθκλιφ, εντάσσοντάς τον στην οικογένεια δίπλα στα δύο του παιδιά, τον Χίντλεϊ και την Κάθριν. Ανάμεσα στον Χήθκλιφ και την Κάθριν αναπτύσσεται ένας βαθύς ερωτικός δεσμός, ο οποίος όμως προκαλεί τη ζήλια και την περιφρόνηση του Χίντλεϊ. Μετά τον θάνατο του κυρίου Έρνσο, ο Χίντλεϊ αναλαμβάνει τη διαχείριση της περιουσίας, αμφισβητεί τη θέση του Χήθκλιφ ως μέλους της οικογένειας και τον υποβιβάζει σε υπηρέτη. Η Κάθριν, παρά

τα αμοιβαία συναισθήματά της για τον Χήθκλιφ, εξομολογείται στην οικονόμο ότι η ταξική τους διαφορά και η έλλειψη μόρφωσής του την εμποδίζουν να τον παντρευτεί. Ακούγοντας κρυφά τη συζήτηση αυτή, ο Χήθκλιφ εξαφανίζεται πληγωμένος. Όταν επιστρέφει χρόνια αργότερα ως εύπορος και μυστηριώδης άνδρας, μαθαίνει ότι η Κάθριν έχει ήδη παντρευτεί τον πλούσιο Έντγκαρ και ξεκινά ένα σχέδιο καταστροφικής εκδίκησης (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας MAXMAG, 2017. Είδαμε τα Ανεμοδαρμένα Ύψη στο ΚΘΒΕ του Γιάννη Καλαβριανού, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 2018. «Ανεμοδαρμένα ύψη» και φουρτουνιασμένη ψυχή).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «Ανεμοδαρμένα Ύψη» (ΚΘΒΕ)

Στην αφίσα της παράστασης «Ανεμοδαρμένα Ύψη» του ΚΘΒΕ, την καλλιτεχνική επιμέλεια της οποίας υπογράφει ο γραφίστας Δημήτριος Σαράκης, συντίθεται δομικά το γλωσσικό και το εικονικό μήνυμα. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης»: αφενός διευκολύνουν τον ενορατικό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα. Το εικαστικό οικοδόμημα οργανώνεται μορφολογικά σε τρία διακριτά επίπεδα, αναπτυσσόμενα σε μία ενιαία επιφάνεια.

Η συνολική οπτική οργάνωση του εντύπου χαρακτηρίζεται από χαμηλή προς μεσαία εντροπία, καθώς το γλωσσικό μήνυμα προσφέρει υψηλή προβλεπτικότητα και άμεση αναγνωσιμότητα, ενώ τα εικονικά στοιχεία απαιτούν μια βαθύτερη επεξεργασία για την πλήρη αποκωδικοποίηση των λανθανόντων συμβολισμών τους.

Στο πρώτο επίπεδο, με τη χρήση αυστηρά γεωμετρικών γραμματοσειρών και συμμετρικών αξόνων διάταξης, αποτυπώνεται στο κέντρο το λογότυπο του ΚΘΒΕ σε κόκκινους και λευκούς χρωματισμούς, στοιχείο που επιτελεί πρωτεύουσα θεσμική λειτουργία. Ακριβώς από κάτω αναγράφεται το όνομα της συγγραφέως με μικρούς πεζούς λευκούς χαρακτήρες. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, η επιλογή αυτή διευκολύνει την απλή ανάγνωση της πατρότητας του έργου. Ακολουθεί ο τίτλος της παράστασης «Ανεμοδαρμένα Ύψη», ο οποίος αποτελεί το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον της ζώνης, αποτυπωμένος με μεγάλα, λευκά κεφαλαία γράμματα. Λόγω της έντονης χρωματικής αντίθεση που δημιουργείται με το συμπαγές μαύρο

υπόβαθρο, ο τίτλος λειτουργεί ως ένα σημείο υψηλού οπτικού βάρους, το οποίο καθοδηγεί πρωτογενώς το βλέμμα του δέκτη. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η τυπογραφική αυτή αυστηρότητα και η βίαιη αντίθεση του λευκού επάνω στο σκοτεινό φόντο δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική προδιαγραφή για το ζοφερό, θυελλώδες και καταστροφικό κλίμα των παθών που διέπουν την πλοκή, ελκύνοντας άμεσα το βλέμμα του αναγνώστη και καθοδηγώντας την πορεία ανάγνωσης (Ζώτος, 2000:173-174).

Στο δεύτερο επίπεδο της αφίσας, το εικονικό μήνυμα εισάγει το κεντρικό εικονογραφικό θέμα. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, απεικονίζεται ένα ανδρικό και ένα γυναικείο πρόσωπο σε κοντινό πλάνο, τοποθετημένα αντικριστά μέσα σε ένα σκοτεινό νυχτερινό περιβάλλον όπου εξελίσσεται μια χιονοθύελλα. Η οπτική αυτή αναπαράσταση λειτουργεί ως εικονικό σημαίνον που παραπέμπει στους δύο κεντρικούς ήρωες, την Κάθριν και τον Χήθκλιφ. Όπως υποστηρίζει ο Roland Barthes (2007:44-46), στο επίπεδο της σημειωτικής ανάλυσης κάθε επιμέρους στοιχείο μιας εικόνας φέρει τη δική του διακριτή σημασία και νοηματική αξία. Κάθε σημείο, συνεπώς, τείνει να παράγει βαθύτερες ερμηνείες πέρα από την κυριολεκτική του υπόσταση· ως εκ τούτου, εάν τα επιμέρους εικονογραφικά στοιχεία δεν αποκωδικοποιηθούν ορθά, υφίσταται ο κίνδυνος αλλοίωσης του συνολικού επικοινωνιακού μηνύματος του εντύπου (Χαλεβελάκη, 2010:120).

Η συγκεκριμένη εικονογραφία επιβεβαιώνει τη χαμηλή προς μεσαία εντροπία της αφίσας. Αν και η παρουσία των δύο προσώπων αναγνωρίζεται άμεσα, η βαθύτερη ερμηνεία των εκφράσεών τους απαιτεί από τον δέκτη μια προσπάθεια σύνδεσης με το κείμενο του έργου. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, το κεφάλι της γυναίκας, τοποθετημένο αριστερά σε στάση προφίλ, με κλειστά μάτια και ορθάνοιχτο στόμα, δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική αποτύπωση μιας κραυγής ή ενός εσωτερικού ουρλιαχτού προς τη μορφή που βρίσκεται απέναντί της, υποδηλώνοντας το σημαινόμενο του ψυχικού πόνου, της απόγνωσης και του ανεξέλεγκτου πάθους. Η μορφή εμφανίζεται με περιποιημένη κόμμωση, ενώ φορά ένα έντονο κόκκινο παλτό, κάτω από το οποίο διακρίνεται λευκό ένδυμα. Η κίνηση και η έκφραση αυτή, σε απόλυτη μορφολογική συνάρτηση με το «ανεμοδαρμένο» φυσικό περιβάλλον και τη δυναμική χρωματική επιλογή του παλτού της, δύναται να ερμηνευθεί ως ένα εικαστικό πλέγμα που υποδηλώνει σημειωτικά την ορμή ενός θυελλώδους έρωτα,

αναδεικνύοντας παράλληλα το σημαινόμενο μιας βαθιάς ψυχικής εξάρτησης και οδύνης.

Αντίστοιχα, η ανδρική μορφή στα δεξιά είναι τοποθετημένη επίσης σε στάση προφίλ, με κλειστά μάτια και ορθάνοιχτο στόμα, αναπαράγοντας μια πανομοιότυπη εκφραστική ένταση. Φέρει ασπρόμαυρο ένδυμα (παλτό), κάτω από το οποίο διακρίνεται λευκό πουλόβερ. Οι συγκεκριμένες ενδυματολογικές επιλογές και των δύο ηρώων λειτουργούν ως οπτικοί κώδικες που παραπέμπουν στον στιλιστικό κώδικα της Βικτωριανής εποχής. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η μορφολογική αυτή οργάνωση του ύφους των προσώπων δύναται να εκληφθεί ως οπτικός ενδείκτης που αντανakλά την εκδικητικότητα και τον εσωτερικό πόνο, υποδηλώνοντας τη μοιραία και καταστροφική φύση της σχέσης τους.

Η έντονη αντίθεση του λευκού, του μαύρου και του κόκκινου χρώματος στην επιφάνεια συνιστά ένα κυρίαρχο σημειωτικό σημαίνον. Αν και μια τέτοια χρωματική συνύπαρξη τείνει παραδοσιακά να προκαλεί οπτική ένταση στον δέκτη, στην προκειμένη σύνθεση λειτουργεί υποστηρικτικά προς το κεντρικό θέμα. Η μορφολογική αυτή επιλογή δύναται να συμπαραδηλώσει το ασυγκράτητο πάθος και μια συναισθηματική κατάσταση που αγγίζει τα όρια της εμμονής. Ο συνδυασμός των τριών αυτών χρωματικών κωδίκων παραπέμπει σημειωτικά στην καθαρότητα και την ένταση της αναπαριστώμενης εικόνας (Κοζάκου – Τσιάρα, 2006:54). Επιπλέον, το κυρίαρχο μαύρο χρώμα του υποβάθρου, βάσει της θεωρίας των χρωμάτων, συνδέεται συμβολικά με το πένθος, τον θάνατο, το σκοτάδι και το τραγικό στοιχείο, προδιαθέτοντας τον θεατή για το δραματικό επιστέγασμα της θεατρικής πλοκής (Kandinsky, 1981:110-111; Κοζάκου – Τσιάρα, 2006:55-56). Υπό αυτό το πρίσμα, το μαύρο υπόβαθρο της αφίσας λειτουργεί συμβολικά, υποδηλώνοντας τη μοιραία κατάληξη του έρωτά τους, ενώ η σκοτεινή ατμόσφαιρα που επικρατεί φαίνεται να εναρμονίζεται απόλυτα με την ταραγμένη ψυχική κατάσταση και την ψυχοσύνθεση των δύο πρωταγωνιστών.

Στην αφίσα αναγνωρίζεται η εφαρμογή του δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από την εικονική σύνθεση των δύο προσώπων σε προφίλ που κραυγάζουν μέσα στη χιονοθύελλα. Αντίστοιχα, η οπτική αυτή διάταξη καθοδηγεί τον δέκτη στο σημαινόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια και την ψυχική

αναπαράσταση που εγγράφεται στο συνειδητό του. Λόγω της μεσαίας εντροπίας του εντύπου, το σημαινόμενο αυτό δύναται να σχετιστεί σημειωτικά με το τυφλό πάθος, την καταστροφή, την εκδίκηση και τον μοιραίο έρωτα. Η σημασιοδοτική αξία του μηνύματος εγγράφεται σε μια άρρητη αφήγηση και στους συναισθηματικούς συνειρμούς που ενεργοποιούνται στον δέκτη, οι οποίοι επηρεάζονται άμεσα από το κοινωνικό και πολιτισμικό του υπόβαθρο.

Παράλληλα, βάσει της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο, το οποίο συνδέεται με το αντικείμενό του (το θεατρικό έργο) μέσω εδραιωμένων πολιτισμικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά στην παρούσα σύνθεση: η φωτογραφική αποτύπωση των ηρώων λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με τα αντικείμενα αναφοράς. Ταυτόχρονα, τα βικτωριανά ενδύματα δύνανται να εκληφθούν ως ενδείκτης που μαρτυρά την ιστορική και θεατρική εποχή του έργου. Τέλος, το κόκκινο παλτό και η εικονιζόμενη χιονοθύελλα λειτουργούν στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης ως σύμβολα, παραπέμποντας σημειωτικά στην έννοια του εσωτερικού διχασμού και της συναισθηματικής θύελλας που βιώνουν οι πρωταγωνιστές.

Στο τρίτο επίπεδο (στο κέντρο και προς το κάτω μέρος), αποτυπώνονται τα χρηστικά γλωσσικά και επικοινωνιακά μηνύματα. Με μικρή γεωμετρική γραμματοσειρά σε λευκό χρώμα αναγράφονται το όνομα του σκηνοθέτη, ο τόπος διεξαγωγής των παραστάσεων, καθώς και η ημερομηνία έναρξής τους. Τέλος, στο κατώτερο τμήμα της επιφάνειας της αφίσας αποτυπώνεται οι λογότυποι των χορηγών της παράστασης, ολοκληρώνοντας τη θεσμική της ταυτότητα.

Συνοψίζοντας, βάσει της σημειωτικής ανάλυσης της αφίσας, η οπτική αναπαράσταση του ζευγαριού λειτουργεί ως το κυρίαρχο εικονογραφικό σημαίνον. Στο επίπεδο της συμπαραδηλωτικής ερμηνείας, η μορφή αυτή παράγει έντονα σημαινόμενα που τείνουν να συσχετιστούν με το πάθος, τον καταστροφικό έρωτα και την ανάγκη για εκδίκηση. Συνολικά, το οπτικό αυτό σημείο, σε συνάρτηση με τη χαμηλή προς μεσαία εντροπία της σύνθεσης, επιτυγχάνει να συμπυκνώσει τον κεντρικό θεματικό πυρήνα του έργου. Μέσα από τη δομική αλληλεπίδραση των σχημάτων και των χρωματικών αντιθέσεων, αναδεικνύεται η θεωρητική παραδοχή ότι η κτητική αγάπη

και η εμμονή δύνανται να μετατραπούν σταδιακά σε μια τυφλή, καταστροφική δύναμη (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 3. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («Ανεμοδαρμένα Ύψη»)

Σημειωτικός άξονας	Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας
Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Κόκκινο παλτό και Χιονοθέλλα (συμπαραδήλωση του εσωτερικού διχασμού, του ανεξέλεγκτου πάθους και της συναισθηματικής θύελλας των ηρώων). Μαύρο υπόβαθρο (παραπομπή στο πένθος, στον θάνατο και στο τραγικό επιστέγασμα της πλοκής)
Καταδήλωση	Δύο πρόσωπα σε προφίλ που ουρλιάζουν αντικριστά, νύχτα, χιονοθύελλα, βικτωριανά ενδύματα
Σημαίνουν	Η οπτική απεικόνιση του ζευγαριού μέσα στο σκοτάδι και ο τίτλος «ANEMODARMENA YPSH»
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Ο στιλιστικός κώδικας της Βικτωριανής εποχής, ο καταστροφικός έρωτας, η εκδίκηση
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος ως σύμβολο μιας αγάπης που ξεπερνά τα ανθρώπινα όρια και αγγίζει την εμμονή
Γλωσσικό μήνυμα	Λειτουργεί ως αγκύρωση εστιάζοντας το βλέμμα μέσω της αντίθεσης λευκών

	γραμμάτων και μαύρου φόντο
Χρώμα	Μαύρο (πένθος, θάνατος, τραγικό), Κόκκινο (ένταση, πάθος, κίνδυνος), Λευκό (καθαρότητα/ αντίθεση)
Εντροπία	Χαμηλή προς μεσαία, καθώς η ένταση των προσώπων προδιαθέτει άμεσα για το δραματικό περιεχόμενο
«Μύθος»	Η ιδεολογική αντίληψη ότι ο απόλυτος, κτητικός έρωτας είναι μία τυφλή δύναμη που οδηγεί στην καταστροφή
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο θεατής καλείται να συνδέσει τη σκοτεινή ατμόσφαιρα με την εσωτερική ψυχική κατάσταση των ηρώων
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Πρόσωπα σε προφίλ – Κραυγή – Κόκκινο/ Μαύρο – Χιονοθύελλα
Μεταφορά	Η χιονοθύελλα ως η συναισθηματική καταγίδα που καταστρέφει τη ζωή των ηρώων
Μετωνυμία	Το ορθάνοιχτο στόμα αντί της εσωτερικής απόγνωσης και του ψυχικού πόνου

4.4 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2018-2019



ΕΙΚΟΝΑ 12 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2018-2019, «ΟΡΦΑΝΑ»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Συγγραφέας του έργου «ΟΡΦΑΝΑ» είναι ο βραβευμένος Ιρλανδός Ντένις Κέλλυ (2009). Η πλοκή εξελίσσεται στο Λονδίνο, όπου η Έλεν και ο Ντάνι γιορτάζουν τη δεύτερη εγκυμοσύνη της γυναίκας. Η ξαφνική επίσκεψη του παραβατικού αδελφού της, Λίαμ, με αιματοβαμμένα ρούχα, ανατρέπει την ηρεμία τους. Ο Λίαμ ομολογεί τελικά ότι διέπραξε μια βίαιη, ρατσιστική επίθεση εναντίον ενός περαστικού, και η Έλεν, προκειμένου να τον προστατεύσει από την αστυνομία, προσπαθεί απεγνωσμένα να συγκρατήσει τον σύζυγό της και να επιβάλει τη σιωπή. Μέσα από αυτή τη διαδρομή αναδεικνύεται η ηθική αποκλήρωση των ηρώων, ενώ τίθεται ο προβληματισμός για το ποια «ορφάνια» είναι βαθύτερη: η συναισθηματική εγκατάλειψη από την οικογένεια ή η προδοσία από ένα κοινωνικό σύστημα που

υπόσχεται φροντίδα αλλά τελικά αφήνει τους ανθρώπους απροδότητους (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας αθηνόραμα, 2023. Ορφανά, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας thessalonikiguide, 2018. «Τα Ορφανά» του Ντέννις Κέλλυ στο ΚΘΒΕ – 2^{ος} Χρόνος).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «ΟΡΦΑΝΑ» (ΚΘΒΕ)

Στην αφίσα της παράστασης «ΟΡΦΑΝΑ» του ΚΘΒΕ, την καλλιτεχνική επιμέλεια της οποίας υπογράφει ο γραφίστας Νικόλαος Λεονταρίδης, συντίθεται δομικά το γλωσσικό και το εικονικό μήνυμα. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης»: αφενός διευκολύνουν τον ενορατικό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα. Το εικαστικό οικοδόμημα οργανώνεται μορφολογικά σε τρία διακριτά επίπεδα, αναπτυσσόμενα σε μία ενιαία επιφάνεια.

Η συνολική οπτική οργάνωση του εντύπου χαρακτηρίζεται από υψηλή εντροπία και χαμηλή προβλεπτικότητα. Αυτό σημαίνει ότι το επικοινωνιακό μήνυμα δεν μεταδίδεται ακαριαία στον μέσο αστικό δέκτη. Εάν ο θεατής δεν διαθέτει πρότερη γνώση της θεατρικής υπόθεσης και του κοινωνικού προβληματισμού του έργου, τεκμαίρεται ότι κατά την πρώτη επαφή θα περιοριστεί αποκλειστικά στο κυριολεκτικό επίπεδο της καταδήλωσης, αδυνατώντας να εισπράξει άμεσα τον λανθάνοντα, σκοτεινό συμβολισμό της σύνθεσης.

Στο πρώτο επίπεδο αποτυπώνεται το γλωσσικό μήνυμα, όπου το σύνολο των λεκτικών αναφορών της αφίσας σχεδιάζεται με καλλιγραφική γραμματοσειρά. Τα λεκτικά μηνύματα αυτής της ζώνης αναπτύσσονται μορφολογικά μετά το άνω τριτημόριο της επιφάνειας και εκτείνονται από το κέντρο προς τα δεξιά, έχοντας ως κυρίαρχο στοιχείο τον τίτλο της παράστασης. Ο τίτλος αποτελεί το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον, το οποίο αποδίδεται με μεγάλα, λευκά κεφαλαία γράμματα, δίνοντας την οπτική εντύπωση της βαθμιαίας εξασθένησης και του ξεθωριάσματος. Η συγκεκριμένη τεχνική επιλογής των ξεβαμμένων καλλιγραφικών χαρακτήρων, σε συνδυασμό με το μέγεθος, παράγει ένα έντονο οπτικό ερέθισμα υψηλού οπτικού βάρους που προσελκύει την προσοχή του δέκτη (Kroeber-Riel, 1998:226-227). Στο επίπεδο της καταδήλωσης, το λευκό χρώμα εξασφαλίζει την αναγνωσιμότητα

των γραμμάτων. Στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης, ωστόσο, ενώ το λευκό τείνει παραδοσιακά να σχετίζεται με έννοιες όπως η αθωότητα, η ειλικρίνεια και η αγνότητα (Κοζάκου–Τσιάρα, 2006:56), η επιλογή της φθοράς και του ξεθωριάσματος επάνω στους χαρακτήρες δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική ένδειξη για τη σταδιακή απώλεια της παιδικής αθωότητας και τη διάβρωση των οικογενειακών δεσμών. Η επιλογή αυτή δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική προδιαγραφή για την αποδόμηση της αθωότητας και της αγνότητας των ηρώων. Τον κεντρικό τίτλο πλαισιώνουν με μικρότερη κλίμακα γραμματοσειράς τα χρηστικά γλωσσικά μηνύματα που αφορούν το όνομα του συγγραφέα, τη μετάφραση και τη σκηνοθεσία.

Στο δεύτερο επίπεδο, το εικονικό μήνυμα εισάγει το κεντρικό εικονογραφικό θέμα της αφίσας. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, στο αριστερό τμήμα της επιφάνειας αναγράφεται με την ίδια καλλιγραφική γραμματοσειρά η ένδειξη για τον δεύτερο χρόνο των παραστάσεων, ενώ ακριβώς από κάτω παρατίθενται οι πληροφορίες για τον χρόνο και τον τόπο διεξαγωγής τους. Στα δεξιά του ίδιου σχεδιαστικού επιπέδου αποτυπώνεται το λογότυπο του ΚΘΒΕ σε κόκκινους και λευκούς χρωματισμούς, ενισχύοντας τη θεσμική αναγνωρισιμότητα του οργανισμού.

Το σύνολο των λεκτικών αυτών μηνυμάτων εμφανίζεται διάσπαρτο επάνω στην επιφάνεια, έχοντας ως φόντο την εικονική αναπαράσταση ενός άνδρα. Η μορφή αυτή αποτελεί ένα ισχυρό οπτικό σημαίνον: ο άνδρας εμφανίζεται γερμένος επάνω σε ένα τραπέζι με κλειστά μάτια, ενώ από τον κρόταφό του εκρέει αίμα, δίνοντας την οπτική εντύπωση της απώλειας των αισθήσεων.

Κατά τη σημειωτική προσέγγιση, τα αντικείμενα του εικονικού μηνύματος θα παρήγαγαν ένα ασαφές εύρος ερμηνειών εάν απουσίαζε η λειτουργία της «αγκύρωσης» από το γλωσσικό μήνυμα, καθώς η εικόνα από μόνη της αδυνατεί να προσδιορίσει επακριβώς το επικοινωνιακό μήνυμα του κειμένου. Οι λέξεις επιτελούν συμπληρωματική λειτουργία, καθοδηγώντας τον δέκτη στην ορθή αποκωδικοποίηση (Χαλεβελάκη, 2010:156). Χωρίς τη γλωσσική επικούρηση του τίτλου «ΟΡΦΑΝΑ», η εικονική αναπαράσταση θα προσλαμβανόταν ως ένα απλό, αδιαφοροποίητο φόντο. Η ανάγνωση του τίτλου ανατρέπει αυτή τη συνθήκη, καθιστά σαφή την αναγκαία συνύπαρξη εικόνας και λόγου. Όπως υποστηρίζεται από τον Roland Barthes (2007:35), το κείμενο λειτουργεί ενισχυτικά προς την εικόνα, έχοντας

ως σκοπό να της «εμφυσήσει» ένα ή περισσότερα σημαινόμενα, προσθέτοντας αρετές και φαντασία στη συνολική πρόσληψη.

Συνεπώς, η αιμόφυρτη ανδρική μορφή επάνω στο τραπέζι παράγει βαθύτερα νοήματα πέρα από την κυριολεκτική της υπόσταση στο επίπεδο της καταδήλωσης. Αυτή η οπτική διάταξη επιβεβαιώνει την υψηλή εντροπία της αφίσας, καθώς αντικείμενα καθημερινής χρήσης, όπως το λευκό τραπέζι, το πιάτο με υπολείμματα φαγητού, το μαχαίρι, το πιρούνι και το ποτήρι του κρασιού, μετατρέπονται σε ισχυρά οπτικά σημαίνοντα. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, το λευκό τραπέζι και τα σκεύη φαγητού τείνουν να λειτουργήσουν ως σύμβολα που παραπέμπουν στην έννοια της οικογενειακής εστίας, της θαλπωρής και της συλλογικής ενότητας (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας LUMBER2LOVE, 2025).

Στην παρούσα σύνθεση, η οπτική αναπαράσταση της έκδηλης κατάρρευσης της ανδρικής μορφής επάνω στην επιφάνεια του τραπεζιού δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως μια βίαιη ανατροπή αυτής της οικιακής γαλήνης. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η εικόνα αυτή παράγει έντονα σημαινόμενα που σχετίζονται με την παραβίαση του ιδιωτικού ασύλου από τη βία και το ψεύδος. Η στάση του σώματος φαίνεται να υποδηλώνει έναν χαρακτήρα συντετριμμένο, ο οποίος αδυνατεί να διαχειριστεί το ηθικό βάρος και τις συνέπειες των πράξεών του.

Υπό αυτό το πρίσμα, η μορφολογική οργάνωση του εικονικού μηνύματος τείνει να αποδώσει οπτικά την ψυχολογική πίεση, την εσωτερική σύγκρουση και την αποδιοργάνωση που βιώνουν οι ήρωες του δράματος. Η εικόνα αντανακλά σημειωτικά τα αδιέξοδα των προσώπων: την αδυναμία του Λίαμ να αντιμετωπίσει την αλήθεια για τη βίαιη πράξη του, την απροθυμία του Ντάνι να αποδεχθεί τη συνειδητοποίηση της δικής του ηθικής συνενοχής, καθώς και την εσωτερική μεταβολή της Έλεν, η οποία από προστατευτική αδελφή μετατρέπεται σταδιακά σε συνεργό μιας απάνθρωπης πράξης. Συνολικά, η σύνθεση αναδεικνύει την αδυναμία αντίδρασης των χαρακτήρων απέναντι στο κακό, υποδηλώνοντας μια κατάσταση πνευματικής και ηθικής «ορφάνιας» από αξίες και προσανατολισμό.

Στην αφίσα αναγνωρίζεται η εφαρμογή του δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από τη σύνθεση των εικονικών στοιχείων (ο αιματοβαμμένος άνδρας στο τραπέζι με τα υπολείμματα φαγητού). Αντίστοιχα, η

συνδυαστική αυτή εικόνα καθοδηγεί τον δέκτη στο σημαινόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια και την ψυχική αναπαράσταση που εγγράφεται στο συνειδητό του. Το σημαινόμενο αυτό δύναται να σχετιστεί σημειωτικά με την ηθική ορφάνια, την κατάρρευση του οικογενειακού ασύλου, την ενοχή και τη βία. Η σημασιοδοτική αξία του μηνύματος εγγράφεται σε μια άρρητη αφήγηση και στους συναισθηματικούς συνειρμούς που ενεργοποιούνται στον δέκτη, οι οποίοι επηρεάζονται άμεσα από το κοινωνικό και πολιτισμικό του υπόβαθρο.

Παράλληλα, βάσει της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο, το οποίο συνδέεται με το αντικείμενό του (το θεατρικό έργο) μέσω εδραιωμένων πολιτισμικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά στην παρούσα σύνθεση: η φωτογραφική αποτύπωση του άνδρα λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με το αντικείμενο αναφοράς. Ταυτόχρονα, το αίμα στον κρόταφο δύναται να εκληφθεί ως ενδείκτης που μαρτυρά τη βίαιη πράξη και το έγκλημα. Τέλος, το τραπέζι και τα υπολείμματα φαγητού λειτουργούν στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης ως σύμβολα, παραπέμποντας σημειωτικά στην έννοια της παραβιασμένης οικογενειακής θαλπωρής.

Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται φέρουν συμβολικό φορτίο, προκειμένου να αποδώσουν τη λεπτή ψυχολογική κατάσταση των ηρώων και να διεγείρουν ανάλογα συναισθήματα στον δέκτη (Σκαρπέλος, 2000:70). Μέσα από τη συγκεκριμένη ανάλυση τεκμαίρεται ότι το επικοινωνιακό μήνυμα της αφίσας παρουσιάζει υψηλή εντροπία, καθώς δεν μεταδίδεται ακαριαία, αλλά προϋποθέτει εξειδικευμένους αναγνώστες ή απαιτεί προσπάθεια για να αποκωδικοποιηθεί, καθώς εμφανίζει χαμηλή προβλεπτικότητα και απευθύνεται σε ένα κοινό ικανό να προσλάβει τη σημειωτική πολυπλοκότητα της σύνθεσης.

Στο τρίτο επίπεδο, στο κάτω μέρος της επιφάνειας της αφίσας, αποτυπώνονται οι χορηγοί της παράστασης, ολοκληρώνοντας τη θεσμική της ταυτότητα.

Συνοψίζοντας, βάσει της σημειωτικής ανάλυσης, η οπτική μορφή του άνδρα με το γερμένο κεφάλι αποτελεί ένα κυρίαρχο εικονογραφικό σημαίνον στην επιφάνεια του εντύπου. Στο συμπαραδηλωτικό επίπεδο, η στάση αυτή φαίνεται να παράγει πολλαπλά σημαινόμενα, τα οποία τείνουν να σχετίζονται με την ηθική αποδιοργάνωση, τον φόβο, την ορφάνια και την πλήρη έλλειψη κοινωνικού

στηρίγματος. Συνολικά, το οπτικό αυτό σημείο, σε συνάρτηση με την υψηλή εντροπία της σύνθεσης, επιτυγχάνει να αναδείξει τη δραματική εσωτερική σύγκρουση του ήρωα. Μέσα από τη δομική αλληλεπίδραση των σχημάτων, αναδεικνύεται η θεωρητική παραδοχή ότι στην απεγνωσμένη προσπάθεια προάσπισης των προσωπικών ορίων και προστασίας των οικείων προσώπων, η ανθρώπινη συμπεριφορά δύναται τελικά να μετατραπεί από θύμα σε θύτη (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 4. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («ΟΡΦΑΝΑ»)

Σημειωτικός άξονας	Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας
Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Λευκό τραπέζι και Σκεύη φαγητού (επίπεδο συμπαραδήλωσης που παραπέμπει στην οικογενειακή εστία, τη θαλπωρή και τη συλλογική ενότητα). Κατάρρευση της αντρικής μορφής (υποδήλωση της βίαιης παραβίασης του ασύλου, της ενοχής και της εσωτερικής αποδιοργάνωσης των ηρώων.
Καταδήλωση	Άνδρας γερμένος σε λευκό τραπέζι, κλειστά μάτια, αίμα στον κρόταφο, πιάτο με υπολείμματα φαγητού, ποτήρι καρσιού
Σημαίνον	Η οπτική αναπαράσταση του πεσμένου άνδρα στο τραπέζι και ο τίτλος «ΟΡΦΑΝΑ»
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Το αίμα ως δείκτης εγκλήματος, η παραβίαση του οικιακού ασύλου, η ηθική αποδιοργάνωση
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος ως σύμβολο των ανθρώπων που μένουν «ορφανοί» από ηθικές αξίες και προσανατολισμό
Γλωσσικό μήνυμα	Επιτελεί λειτουργία αγκύρωσης και συμπλήρωσης, μετατρέποντας το κοινό

	φόντο σε συγκεκριμένη αφήγηση
Χρώμα	Λευκό ξεβαμμένο (αποδόμηση αθωότητας/ αγνότητας), Κόκκινο αίματος (βία / κτηνωδία), Φυσικοί μουντοί τόνοι
Εντροπία	Υψηλή εντροπία / χαμηλή προβλεψιμότητα, απαιτεί προσπάθεια αποκωδικοποίησης από εξειδικευμένο κοινό
«Μύθος»	Η ιδεολογική αντίληψη ότι η τυφλή προσπάθεια προστασίας των οικείων μπορεί να μετατρέψει το θύμα σε θύτη
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο θεατής καλείται να συνδέσει τα ρεαλιστικά αντικείμενα του δείπνου με την ψυχολογική πίεση των ηρώων
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Άνδρας – Τραπέζι – Υπολείμματα φαγητού- Αίμα – Ξεβαμμένα γράμματα
Μεταφορά	Το ξεβαμμένο λευκό χρώμα των γραμμάτων ως η σταδιακή απώλεια και φθορά της ηθικής καθαρότητας
Μετωνυμία	Το τραπέζι με τα υπολείμματα αντί της διαλυμένης και μολυσμένης οικογενειακής γαλήνης

4.5 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2019-2020



ΕΙΚΟΝΑ 13 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2019-2020, «ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Το θεατρικό έργο «ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ» γράφτηκε το 1877 από τον Νορβηγό συγγραφέα Χένρικ Ίψεν, ενώ τη διασκευή και σκηνοθεσία της παράστασης υπογράφει ο Γιάννης Μόσχος. Η υπόθεση διαδραματίζεται σε μια παραθαλάσσια επαρχιακή πόλη της Νορβηγίας, όπου ο μεγαλοεπιχειρηματίας Κάρστεν Μπέρνικ αντιμετωπίζεται από την τοπική κοινότητα ως ένας άνδρας αμέμπτου ηθικής και μεγάλος ευεργέτης. Οι κάτοικοι θεωρούν τον ίδιο και τους υπόλοιπους θεσμικούς εκπροσώπους (δικαστή, πάστορα, συμβολαιογράφο, γιατρό) ως τα πραγματικά στηρίγματα της κοινωνίας τους. Στην πραγματικότητα, ωστόσο, η ομάδα αυτή των ισχυρών προσώπων λειτουργεί ιδιοτελώς. Ενόψει της κατασκευής

ενός νέου αυτοκινητοδρόμου, ο Μπέρνικ προβαίνει σε δωροδοκίες και κερδοσκοπικές αγορές εκτάσεων για προσωπικό όφελος. Το σχέδιο αυτό ανατρέπεται με την ξαφνική άφιξη δύο συγγενικών προσώπων, τα οποία αποκαλύπτουν μυστικά από το παρελθόν, εκθέτοντας την οικογένεια Μπέρνικ (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Πάλκο, (2020). «Οι Στυλοβάτες της κοινωνίας» στο Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΘΕΑΤΡΟΜΑΝΙΑ, (χ.χ.). Οι Στυλοβάτες της κοινωνίας, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας cityculture, (2020). ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟ ΚΘΒΕ, ΚΡΙΤΙΚΗ ΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ» του ΚΘΒΕ

Στην αφίσα της παράστασης «ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ» του ΚΘΒΕ, την καλλιτεχνική επιμέλεια της οποίας υπογράφουν ο φωτογράφος Τάσος Θώμογλου και ο σχεδιαστής Θάνος Παππάς, αναπτύσσεται μια συγκροτημένη δομική συνύπαρξη του γλωσσικού και του εικονικού μηνύματος. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης» : αφενός διευκολύνουν τον ενορατικό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα του έργου. Το εικαστικό οικοδόμημα οργανώνεται μορφολογικά σε δύο κύρια επίπεδα, αναπτυσσόμενα με φορά από πάνω προς τα κάτω.

Η συνολική οπτική οργάνωση του εντύπου χαρακτηρίζεται από χαμηλή προς μεσαία εντροπία. Η καθαρή γεωμετρική δομή και οι συμμετρίες των λεκτικών στοιχείων προσφέρουν υψηλή προβλεπτικότητα κατά την πρώτη επαφή, μειώνοντας τον πληροφοριακό θόρυβο. Ωστόσο, η βαθύτερη ερμηνεία του εικονικού μηνύματος προϋποθέτει από τον δέκτη μια γνωστική επεξεργασία για την αποκωδικοποίηση της κοινωνικής κριτικής του Ίνγκεν. Όλα τα λεκτικά στοιχεία αποτυπώνεται με σαφείς γεωμετρικές γραμμές, στοιχείο που ενισχύει την οπτική ισορροπία της σύνθεσης και περιορίζει τις περιττές πληροφορίες, επιτυγχάνοντας τον επικοινωνιακό στόχο του εντύπου (Kroeber–Riel, 1998:226-227).

Στο πρώτο επίπεδο της αφίσας, στο πάνω και αριστερό τμήμα, αποτυπώνεται στο επίπεδο της καταδήλωσης το λογότυπο του ΚΘΒΕ σε λευκό χρωματισμό, ενώ ακριβώς από κάτω παρατίθεται η ένδειξη για τα 60 χρόνια λειτουργίας του

οργανισμού, επιτελώντας ισχυρή θεσμική λειτουργία. Δεξιά στο ίδιο σχεδιαστικό ύψος, με μικρή γεωμετρική γραμματοσειρά επίσης λευκού χρώματος, αναγράφεται η θεατρική καλλιτεχνική περίοδος.

Στο δεύτερο επίπεδο της αφίσας, το εικονικό μήνυμα οργανώνεται μορφολογικά κάτω από το μέσο της συνολικής επιφάνειας. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, παρουσιάζεται ένα λευκό πλαίσιο, το οποίο διαχωρίζεται δομικά σε οριζόντια, ορθογώνια παραλληλόγραμμα σχήματα με γαλάζιο περίγραμμα. Τα γεωμετρικά αυτά σχήματα λειτουργούν ως ένα κυρίαρχο οπτικό σημαίνον, το οποίο τείνει να καθοδηγεί ενορατικά την πορεία ανάγνωσης του δέκτη, επηρεάζοντας την αισθητηριακή του πρόσληψη.

Η συγκεκριμένη επιλογή εναρμονίζεται με τη θεωρητική προσέγγιση του κονστρουκτιβιστή καλλιτεχνικού δημιουργού Gabo, σύμφωνα με τον οποίο «η συναισθηματική δύναμη ενός απόλυτου σχήματος είναι μοναδική και αναντικατάστατη... Τα σχήματα προκαλούν αγαλλίαση και τα σχήματα προκαλούν θλίψη, ενθουσιάζουν και απελπίζουν» (Jaffe, 1967:54-55). Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η χρήση των τετραγώνων και των γεωμετρικών πλαισίων δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική αναπαράσταση της σταθερότητας, της σοβαρότητας και της κοινωνικής αυστηρότητας. Στην προκειμένη περίπτωση, τα ορθογώνια οριζόντια παραλληλόγραμμα (σχήματα που προκύπτουν από την επιμήκυνση των τετραγώνων οριζόντια) χρησιμοποιούνται δομικά προκειμένου να πλαισιώνουν τα λεκτικά μηνύματα. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η επιμήκυνση αυτή τείνει να αποδώσει οπτικά το σοβαρό και στιβαρό ύφος της παράστασης, εναρμονιζόμενη με το κοινωνικό δράμα του Ίψεν (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας 99designs, 2020).

Ως προς τα λεκτικά μηνύματα του δεύτερου επιπέδου, πάνω αριστερά αποτυπώνεται η ημερομηνία έναρξης των παραστάσεων, ενώ δεξιά αναγράφεται ο τόπος διεξαγωγής με μικρή γεωμετρική γραμματοσειρά σε μαύρο χρώμα. Ακριβώς από κάτω αναπτύσσεται ο τίτλος του έργου «ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ» σε οριζόντια διάταξη, ο οποίος αποτελεί το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον της ζώνης, σχεδιασμένος με μεσαίου μεγέθους γεωμετρική γραμματοσειρά σε μαύρη, έντονη γραφή (bold) και κεφαλαίους χαρακτήρες. Ο τίτλος πλαισιώνεται από χρηστικές

πληροφορίες που διαφοροποιούνται σε μέγεθος και αφορούν το όνομα του συγγραφέα, τη μετάφραση, τη σκηνοθεσία και την προώληση των εισιτηρίων.

Η μορφολογική αυτή οργάνωση επιβεβαιώνει τη χαμηλή προς μεσαία εντροπία του μηνύματος. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, η χρήση καθαρών γραμματοσειρών και η γεωμετρική στοίχιση των λεκτικών στοιχείων εξασφαλίζουν υψηλή προβλεπτικότητα, διευκολύνοντας την άμεση αναγνωσιμότητα και μειώνοντας τις πιθανότητες νοηματικής ασάφειας (Χαλεβελάκη, 2010:146). Παράλληλα, η έντονη χρωματική αντίθεση ανάμεσα στους μαύρους χαρακτήρες και το λευκό υπόβαθρο λειτουργεί ως οπτικός ενδείκτης που ενισχύει την οπτική ένταση της εικόνας, καθοδηγώντας το βλέμμα του δέκτη στα κεντρικά νοηματικά σημεία της σύνθεσης (Ζώτος, 2000:173-174).

Κατά τη σημειωτική προσέγγιση, τα αντικείμενα του εικονικού μηνύματος θα παρήγαγαν ένα ασαφές εύρος ερμηνειών εάν απουσίαζε η λειτουργία της «αγκύρωσης» από το γλωσσικό μήνυμα. Σύμφωνα με τη θεωρία του Roland Barthes (2007:41-43), η αγκύρωση μέσω του τίτλου περιορίζει την πολυσημία της εικόνας και καθοδηγεί τον θεατή στο επιδιωκόμενο νόημα.

Στο συγκεκριμένο εικονικό μήνυμα αναγνωρίζονται σαφώς τα στοιχεία στο επίπεδο της καταδήλωσης, όπου αποτυπώνονται άνθρωποι στο λιμάνι με την πλάτη γυρισμένη στον θεατή, οι οποίοι παρακολουθούν ένα τεράστιο πλοίο να βουλιάζει μέσα στη θάλασσα. Η οπτική αυτή διάταξη συνιστά ένα ισχυρό εικονογραφικό σημαίνον, το οποίο επιβεβαιώνει τη χαμηλή προς μεσαία εντροπία της αφίσας. Ενώ η κυριολεκτική αναγνώριση των αντικειμένων επιτυγχάνεται ακαριαία, η ανάδυση των βαθύτερων εννοιών προϋποθέτει τη μετάβαση στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης (Barthes, 2007:44-46).

Υπό αυτό το πρίσμα, ο συμβολισμός των μουντών χρωμάτων στην εικόνα, σε μορφολογική συνάρτηση με το εικονιζόμενο καράβι που βουλιάζει, δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτικός ενδείκτης που παραπέμπει στο σημαινόμενο της ηθικής κατάπτωσης, της κοινωνικής διάβρωσης και της κατάρρευσης των υποκριτικών δομών της άρχουσας τάξης. Η σύνθεση αυτή παράγει βαθύτερους συναισθηματικούς συνειρμούς, οι οποίοι σχετίζονται άμεσα με το επικοινωνιακό μήνυμα του συγγραφέα με το έργο του, το οποίο τείνει να αποδώσει σημειωτικά τη «βύθιση» και την κατάρρευση της διεφθαρμένης τοπικής εξουσίας.

Στην αφίσα αναγνωρίζεται η εφαρμογή του δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από την εικονογραφική σύνθεση των ανθρώπων στο λιμάνι που παρακολουθούν το πλοίο να βουλιάζει. Αντίστοιχα, η οπτική αυτή διάταξη καθοδηγεί τον δέκτη στο σημαινόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια και την ψυχική αναπαράσταση που εγγράφεται στο συνειδητό του. Λόγω της μεσαίας εντροπίας του εντύπου, το σημαινόμενο αυτό δύναται να συσχετιστεί σημειωτικά με την κατάρρευση, τη σήψη, την πτώση της διεφθαρμένης εξουσίας και την κοινωνική υποκρισία. Η σημασιοδοτική αξία του μηνύματος εγγράφεται σε μια άρρητη αφήγηση και στους συναισθηματικούς συνειρμούς που ενεργοποιούνται στον δέκτη, οι οποίοι επηρεάζονται άμεσα από το κοινωνικό και πολιτισμικό του υπόβαθρο.

Παράλληλα, βάσει της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο, το οποίο συνδέεται με το αντικείμενό του (το θεατρικό έργο) μέσω εδραιωμένων πολιτισμικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά στην παρούσα σύνθεση: η οπτική αποτύπωση των ανθρώπων και του πλοίου λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με τα αντικείμενα αναφοράς. Ταυτόχρονα, η κλίση του πλοίου που βυθίζεται δύναται να εκληφθεί ως ενδείκτης που μαρτυρά την επικείμενη καταστροφή. Τέλος, τα οριζόντια ορθογώνια παραλληλόγραμμα πλαίσια λειτουργούν στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης ως σύμβολα, παραπέμποντας σημειωτικά στην έννοια της αυστηρότητας, της σοβαρότητας και της κοινωνικής δομής.

Στο τρίτο επίπεδο, στο κάτω μέρος της επιφάνειας της αφίσας, μέσα σε ορθογώνιο οριζόντιο παραλληλόγραμμο πλαίσιο, αποτυπώνονται οι χορηγοί της παράστασης, ολοκληρώνοντας τη θεσμική ταυτότητα του εντύπου.

Συνοψίζοντας, στο πλαίσιο αυτό, το λεκτικό στοιχείο του τίτλου «ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ» λειτουργεί ως το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον της αφίσας. Σε επίπεδο συμπαραδηλωτικής ανάλυσης, το σημαίνον αυτό παράγει έντονα σημαινόμενα, τα οποία τείνουν να συσχετιστούν με τη διαφθορά των τοπικών αρχόντων, την υποκρισία της εξουσίας που προσποιείται ότι προστατεύει το κοινωνικό σύνολο, καθώς και την αποκάλυπτη εκμετάλλευση των πολιτών. Συνολικά, το οπτικό και το γλωσσικό αυτό μήνυμα, σε συνάρτηση με τη χαμηλή

προς μεσαία εντροπία της σύνθεσης, τείνει να αποδώσει την αποδόμηση των υποτιθέμενων «στυλοβατών» της κοινωνίας. Μέσα από τη δομική οργάνωση των γεωμετρικών σχημάτων και των χρωματικών αντιθέσεων, αναδεικνύεται η θεωρητική παραδοχή ότι τα πρόσωπα εξουσίας δύνανται να εργαλειοποιήσουν τις ηθικές αξίες με αποκλειστικό σκοπό να καλύψουν το ατομικό τους συμφέρον (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 5. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ (ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ»)

Σημειωτικός άξονας	Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας
Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Πλοίο που βυθίζεται και Μουντά χρώματα (επίπεδο συμπαραδήλωσης που παραπέμπει στην ηθική κατάπτωση, την κοινωνική διάβρωση και την κατάρρευση της διεφθαρμένης εξουσίας). Οριζόντια παραλληλόγραμμα πλαίσια (υποδήλωση της κοινωνικής αυστηρότητας, της σταθερότητας και της σοβαρότητας των θεσμικών δομών).
Καταδήλωση	Άνθρωποι στο λιμάνι γυρισμένοι με την πλάτη, τεράστιο πλοίο που βυθίζεται στη θάλασσα, οριζόντια ορθογώνια παραλληλόγραμμα με γαλάζιο περίγραμμα
Σημαίνον	Το εικαστικό φόντο (άνθρωποι, λιμάνι, βυθιζόμενο πλοίο) και ο τίτλος «ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ»
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Η βύθιση και η πτώση της διεφθαρμένης τοπικής εξουσίας, το σοβαρό ύφος του κοινωνικού δράματος
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος ως σύμβολο της υποκρισίας των

	αρχόντων που εργαλειοποιούν τις αξίες για ατομικά συμφέροντα
Γλωσσικό μήνυμα	Επιτελεί λειτουργία αγκύρωσης στοιχισμένο γεωμετρικά για άμεση πρόσληψη χωρίς παρερμηνείες
Χρώμα	Μουντά χρώματα (τραγικότητα/κοινωνική σήψη), Λευκό φόντο & Μαύρα γράμματα (έντονη αντίθεση/ μαγνητισμός προσοχής), Γαλάζιο περίγραμμα
Εντροπία	Χαμηλή προς μεσαία, η καθαρή γεωμετρική διάταξη προσφέρει άμεση επικοινωνιακή ροή
«Μύθος»	Η ιδεολογική αποδόμηση των «προστατών» της κοινωνίας αποκαλύπτοντας την εκμετάλλευση πίσω από την εξουσία
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο θεατής συνδέει το ναυάγιο του πλοίου με την ηθική και πολιτική χρεοκοπία των ηρώων
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Άνθρωποι –Λιμάνι – Πλάτη – Πλοίο σε κλίση – Βύθιση- Γεωμετρικά πλαίσια
Μεταφορά	Η βύθιση του τεράστιου πλοίου ως η ολοκληρωτική κατάρρευση του συστήματος της διαφθοράς
Μετωνυμία	Η γυρισμένη πλάτη των ανθρώπων , αντί της παθητικής στάσης ή της αδυναμίας αντίδρασης της κοινωνίας

4.6 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2020-2021



ΕΙΚΟΝΑ 14 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2020-2021, «ΤΑΞΙΔΙ ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Η καλλιτεχνική περίοδος 2020-2021 χαρακτηρίστηκε από τους περιορισμούς της πανδημίας, αναγκάζοντας το ΚΘΒΕ να παραμείνει κλειστό από τα τέλη Οκτωβρίου του 2020 έως τον Απρίλιο του 2021, παρουσιάζοντας κατά το διάστημα αυτό πέντε ψηφιακές παραστάσεις (Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, 2021; Καλλιτεχνικός Διευθυντής του ΚΘΒΕ Νίκος Κολοβός στο Real FM, χ.χ.). Σε αυτό το πλαίσιο παρουσιάστηκε το έντονα αυτοβιογραφικό έργο του Ευγένιου Ο'Νηλ «ΤΑΞΙΔΙ ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ» (1941), το οποίο ανέβηκε μετά τον θάνατό του το 1956, αποσπώντας το βραβείο Πούλitzer (1957). Το δράμα αποτυπώνει την αποσύνθεση της οικογένειας Τάιρον κατά τη διάρκεια μιας ημέρας στο παραθαλάσσιο σπίτι της. Παραδομένοι στην οργή και τις ενοχές, οι

ήρωες βιώνουν σοβαρές καταχρήσεις και ασθένειες: η μητέρα είναι εθισμένη στη μορφίνη, ο πατέρας και ο μεγαλύτερος γιος είναι αλκοολικοί, ενώ ο μικρότερος πάσχει από φυματίωση. Παγιδευμένοι σε ανεκπλήρωτες προσδοκίες, οι τέσσερις χαρακτήρες επιρρίπτουν ευθύνες ο ένας στον άλλο, προσκολλημένοι στο παρελθόν ως μέσο διαφυγής από τη σκληρή πραγματικότητα (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ONLYTHEATER, (2022). «ΤΑΞΙΔΙ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ» ΚΡΙΤΙΚΗ, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Fractal, (2026). “Ταξίδι Μεγάλης Μέρας Μέσα στη Νύχτα”. Οικογένεια στο ημίφως : αγάπη, μίσος και ενοχή σε μία μέρα που δεν τελειώνει ποτέ).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «ΤΑΞΙΔΙ ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ» (ΚΘΒΕ)

Στην εικαστική σύνθεση για την παράσταση «ΤΑΞΙΔΙ ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ» του ΚΘΒΕ, την καλλιτεχνική επιμέλεια της οποίας υπογράφει η σχεδιάστρια Γρηγορούδη Σιμώνη για την καλοκαιρινή περίοδο 2021, συνυφαίνονται οργανικά το γλωσσικό κείμενο και η εικονιστική αναπαράσταση. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης» : αφενός διευκολύνουν τον ενορατικό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα του δράματος. Το επικοινωνιακό έντυπο διαρθρώνεται σε τέσσερα διακριτά επίπεδα, αναπτυσσόμενα με κατεύθυνση από πάνω προς τα κάτω.

Η συνολική οπτική οργάνωση του εντύπου χαρακτηρίζεται από χαμηλή προς μεσαία εντροπία. Η καθαρή γεωμετρική δομή και οι συμμετρίες των λεκτικών στοιχείων προσφέρουν υψηλή προβλεπτικότητα κατά την πρώτη επαφή, μειώνοντας τον πληροφοριακό θόρυβο. Στο ανώτερο τμήμα, το οποίο συνιστά το πρώτο επίπεδο, εγγράφεται στην αριστερή πλευρά το λογότυπο του ΚΘΒΕ σε λευκή απόχρωση, ενώ δεξιά σημειώνεται η χρονική ένδειξη «καλοκαίρι 2021».

Στο δεύτερο επίπεδο, το οποίο καταλαμβάνει περισσότερο από το μισό της συνολικής επιφάνειας, εκδιπλώνεται η διάταξη των γλωσσικών μηνυμάτων. Αυτά εμφανίζονται τοποθετημένα στο κέντρο της ζώνης, οργανωμένα σε δύο κάθετες στήλες με ένα μικρό διάκενο ανάμεσά τους. Στην αριστερή στήλη αναγράφεται πρωτογενώς το όνομα του συγγραφέα (ΕΥΓΕΝΙΟΣ Ο΄ΝΗΛ) με γεωμετρική γραμματοσειρά μεσαίου

μεγέθους σε λευκό χρώμα. Ακολουθεί, με μικρότερη αντίστοιχη τυπογραφία και στην ίδια απόχρωση, το όνομα του Νίκου Γκάτσου, ο οποίος είναι υπεύθυνος για την απόδοση του κειμένου. Στη συνέχεια μορφοποιείται το όνομα του σκηνοθέτη της παράστασης, Θανάση Σαράντου, και η στήλη ολοκληρώνεται με την καταγραφή των ονομάτων των ηθοποιών του θιάσου. Στη δεξιά στήλη εκτείνεται ο τίτλος του έργου, ο οποίος αναπτύσσεται σε πέντε σειρές.

Το γλωσσικό αυτό μήνυμα καταλαμβάνει σημαντικό τμήμα της σύνθεσης, αποτελώντας ένα σημείο υψηλού οπτικού βάρους στην επιφάνεια του εντύπου. Η συγκεκριμένη σχεδιαστική οργάνωση επιβεβαιώνει τη χαμηλή προς μεσαία εντροπία και την υψηλή προβλεπτικότητα της αφίσας. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, η καθαρή γεωμετρική στοίχιση σε δύο διακριτές στήλες και η χρωματική επιλογή των λευκών χαρακτήρων εξασφαλίζουν τη βέλτιστη αναγνωσιμότητα των πληροφοριών. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η αυστηρή και ισορροπημένη αυτή τυπογραφική διάταξη λειτουργεί ως οπτικός κώδικας που προδιαθέτει τον δέκτη για τη δομημένη, κλασική δομή του δράματος. Η επιλογή μιας μεγάλης, έντονης γραμματοσειράς τύπου «στένσιλ» μετατρέπει τον τίτλο σε κυρίαρχο σημείο εστίασης για τους αποκωδικοποιητές, αυξάνοντας το οπτικό του βάρος (Ζώτος, 2000:172). Ο τρόπος με τον οποίο έχει αποτυπωθεί ο τίτλος υποδηλώνει σημειωτικά ότι προβάλλεται ως ο κεντρικός πυρήνας της πληροφορίας, καθιστώντας όλα τα υπόλοιπα στοιχεία, κατά μία έννοια, επικουρικά και συμπληρωματικά (Kress & Van Leeuwen, 2010:303).

Στο δεύτερο επίπεδο, το εικονικό μήνυμα εισάγει το κεντρικό εικονογραφικό θέμα της σύνθεσης, το οποίο χαρακτηρίζεται από χαμηλή προς μεσαία εντροπία και υψηλή συμβατικότητα, καθώς τα οπτικά του σημεία είναι παγκοσμίως αναγνωρίσιμα. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, απεικονίζεται ένα ερημωμένο σπίτι, κτισμένο επάνω στην άμμο δίπλα στη θάλασσα, και ένας φάρος που εκπέμπει φως μέσα στη νύχτα. Τα αντικείμενα αυτά λειτουργούν ως ισχυρά εικονογραφικά σημαίνοντα.

Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η επιλογή της οικίας επάνω στην άμμο δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική αναπαράσταση μιας κατάστασης ασταθούς, στερούμενης στέρεων βάσεων, η οποία τείνει να παραπέμψει μεταφορικά στην επικείμενη κατάρρευση του οικογενειακού ιστού. Η εικόνα του φθαρμένου κτίσματος λειτουργεί ως φορέας του σημαινόμενου της ψυχικής φθοράς των ηρώων, οι οποίοι εμφανίζονται εγκλωβισμένοι στις πληγές του παρελθόντος τους. Αντίθετα, ο φάρος

μέσα στο νυχτερινό περιβάλλον παράγει σημανόμενα που σχετίζονται με την προσδοκία για ασφάλεια, προσανατολισμό και λύτρωση της οικογένειας Τάιρον από το υπαρξιακό της αδιέξοδο (Barthes, 2007:44-46). Κατά τη σημειωτική προσέγγιση, τα αντικείμενα του εικονικού μηνύματος θα παρήγαγαν ένα ασαφές εύρος ερμηνειών εάν απουσίαζε η λειτουργία της «αγκύρωσης» από το γλωσσικό μήνυμα. Σύμφωνα με τη θεωρία του Roland Barthes (2007:41-43), η αγκύρωση μέσω του τίτλου περιορίζει την πολυσημία της εικόνας και καθοδηγεί τον θεατή στο επιδιωκόμενο νόημα. Στο επικοινωνιακό έντυπο αναγνωρίζονται τα στοιχεία στο επίπεδο της καταδήλωσης (σπίτι στην άμμο, θάλασσα, φάρος, σκοτάδι) και στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης, δηλαδή οι βαθύτερες έννοιες που προκύπτουν δομικά από τα οπτικά αντικείμενα (Barthes, 2007:44-46).

Στην εικαστική σύνθεση εφαρμόζεται παράλληλα το δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από τη σύνθεση των εικονικών στοιχείων του ερμωμένου σπιτιού στην άμμο και του φάρου μέσα στη νύχτα. Αντίστοιχα, η συνδυαστική αυτή εικόνα καθοδηγεί τον δέκτη στο σημανόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια και την ψυχική αναπαράσταση που εγγράφεται στο συνειδητό του. Λόγω της χαμηλής εντροπίας του εντύπου, το σημανόμενο αυτό δύναται να σχετιστεί σημειωτικά με την οικογενειακή αποσύνθεση, την ψυχική αστάθεια, την αποξένωση και τον αγώνα για εσωτερική σωτηρία. Η σημασιοδοτική αξία του μηνύματος εγγράφεται σε μια άρρητη αφήγηση και στους συναισθηματικούς συνειρμούς που ενεργοποιούνται στον δέκτη, οι οποίοι επηρεάζονται άμεσα από το κοινωνικό και πολιτισμικό του υπόβαθρο.

Παράλληλα, βάσει της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο, το οποίο συνδέεται με το αντικείμενό του (το θεατρικό έργο) μέσω εδραιωμένων πολιτισμικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά στην παρούσα σύνθεση: η φωτογραφική αποτύπωση της οικίας και του φάρου λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με τα αντικείμενα αναφοράς. Ταυτόχρονα, το φως του φάρου που διαπερνά το σκοτάδι δύναται να εκληφθεί ως ενδείκτης που παραπέμπει στην αναζήτηση καθοδήγησης. Τέλος, η γραμματοσειρά τύπου «στένσιλ» λειτουργεί στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης ως σύμβολο,

υποδηλώνοντας σημειωτικά τη σκληρότητα, τον κατακερματισμό και την αუსτηρότητα που διέπει τις σχέσεις των ηρώων.

Το κυρίαρχο μαύρο χρώμα του υποβάθρου, βάσει της θεωρίας των χρωμάτων, συνδέεται συμβολικά με το πένθος, τον θάνατο, το σκοτάδι και το τραγικό στοιχείο, προδιαθέτοντας τον θεατή για το δραματικό κλίμα της θεατρικής πλοκής (Kandinsky, 1981:110-111). Η συγκεκριμένη χρωματική επιλογή τείνει να συρρικνώνεται στον εαυτό της, εκπέμποντας μια ιδιαίτερη σοβαρότητα που ενισχύει την οπτική ένταση της εικόνας. Συνεπώς, το μαύρο χρώμα της νύχτας στην επιφάνεια δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτικός ενδείκτης που υποδηλώνει πως, αν και ολόκληρη η υπόθεση διαδραματίζεται σε μία μόνο ημέρα, αυτή τείνει να μετατραπεί εικαστικά σε μια βασανιστική νύχτα, όπου οι χαρακτήρες μάχονται για τις χαμένες ελπίδες τους (Kandinsky, 1981:110-111; Κοζάκου – Τσιάρα, 2006:55-56; Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ONLYTHEATER, 2022; Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας MAXMAG, 2019).

Στο τρίτο επίπεδο αναγράφεται, με μεσαίου μεγέθους γεωμετρική γραμματοσειρά σε μαύρο χρώμα, ο τόπος και η ημερομηνίες διεξαγωγής των παραστάσεων. Ακολουθώς στο τέταρτο επίπεδο, με πολύ μικρή αντίστοιχη τυπογραφία, παρέχονται οι πληροφορίες για την προπώληση των εισιτηρίων. Τέλος, στο κατώτερο τμήμα της επιφάνειας αποτυπώνονται οι χορηγοί της παράστασης, ολοκληρώνοντας τη θεσμική της ταυτότητα.

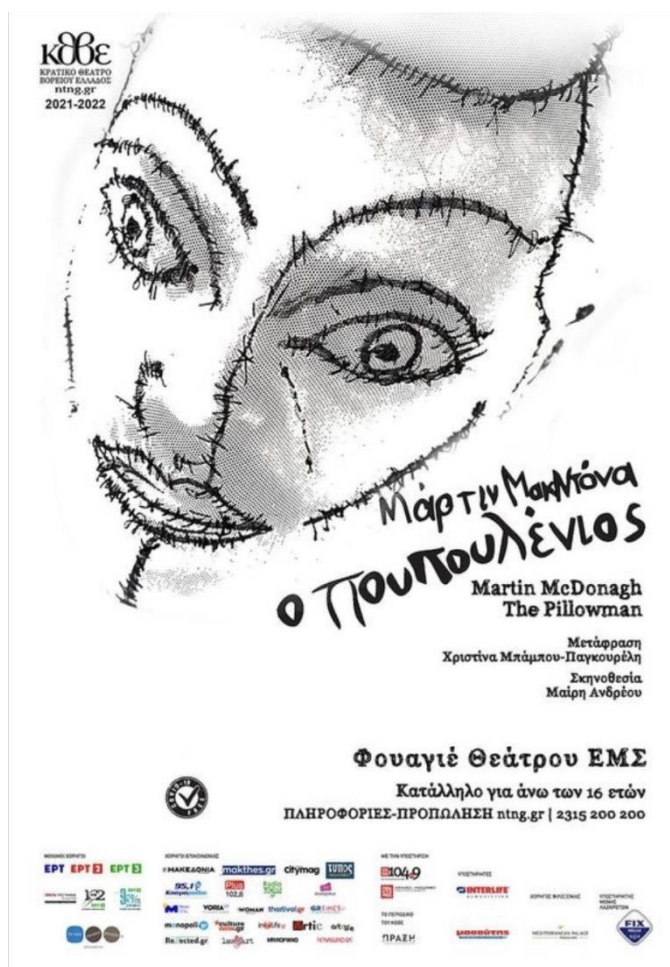
Συνοψίζοντας με βάση τη σημειωτική ανάλυση, η οπτική αναπαράσταση του σπιτιού-«φυλακή» λειτουργεί ως το κυρίαρχο εικονογραφικό σημαίνον στην επιφάνεια. Στο επίπεδο της συμπαραδηλωτικής ερμηνείας, το σημαίνον αυτό παράγει πολλαπλά σημαινόμενα που σχετίζονται με τον εθισμό, τις καταχρήσεις, τις ενοχές, την έλλειψη αγάπης, τον φόβο για τον θάνατο και την πλήρη αποδόμηση του οικογενειακού ιστού. Συνολικά, η σύνθεση χαρακτηρίζεται από χαμηλή προς μεσαία εντροπία, καθώς η καθαρότητα των οικείων εικονογραφικών συμβόλων (το σπίτι, ο φάρος), σε συνάρτηση με τη λειτουργία της «αγκύρωσης» του τίτλου, επιτρέπει στον δέκτη να αποκωδικοποιήσει άμεσα το επικοινωνιακό μήνυμα, αναδεικνύοντας τη θεωρητική παραδοχή ότι πίσω από τις κλειστές πόρτες της ιδιωτικής σφαίρας δύνανται να αναπτύσσονται συχνά οι μεγαλύτερες και πιο οδυνηρές ανθρώπινες μάχες (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 6. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («ΤΑΞΙΔΙ ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ»)

Σημειωτικός άξονας	Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας
Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Ερημωμένο σπίτι στην άμμο (επίπεδο συμπαραδήλωσης που παραπέμπει στην ψυχική φθορά, την αστάθεια και την επικείμενη κατάρρευση του οικογενειακού ιστού). Φάρος μέσα στη νύχτα (υποδήλωση της προσδοκίας για ασφάλεια, προσανατολισμό και υπαρξιακή λύτρωση των ηρώων)
Καταδήλωση	Ερημωμένο σπίτι δίπλα στη θάλασσα, φάρος που εκπέμπει φως, μαύρο φόντο νύχτας, δύο κάθετες στήλες κειμένου
Σημαίνον	Το εικαστικό φόντο (σπίτι, θάλασσα, φάρος) και ο εκτενής τίτλος σε γραμματοσειρά στένσιλ
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Η αναζήτηση καθοδήγησης (φως φάρου), η ψυχική αποσύνθεση της οικογένειας Τάιρον
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος ως πυρήνας της πληροφορίας που υποδηλώνει τη μετατροπή τη ημέρας σε ψυχικό σκοτάδι
Γλωσσικό μήνυμα	Λειτουργεί ως αγκύρωση, οργανωμένο σε δύο στήλες για γεωμετρική ισορροπία και άμεση πρόσληψη
Χρώμα	Μαύρο (πένθος, θάνατος, τραγικό, φόβος), Λευκό (αντίθεση/ καθαρότητα), Φυσικοί τόνοι εικόνας
Εντροπία	Χαμηλή προς μεσαία, η γραμματοσειρά

	στένσιλ και το ερημωμένο σπίτι προδιαθέτουν για το κοινωνικό δράμα
«Μύθος»	Η ιδεολογική παραδοχή ότι οι πιο οδυνηρές και καταστροφικές μάχες δίνονται στην κλειστή ιδιωτική σφαίρα της οικογένειας
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο χρήστης του μηνύματος συνδέει το ασταθές σπίτι στην άμμο με το βάρος των πληγών του παρελθόντος
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Σπίτι-Άμμος – Θάλασσα- Φάρος – Σκοτάδι – Γραμματοσειρά Στένσιλ
Μεταφορά	Το ερημωμένο σπίτι ως νεκροταφείο «ζωντανών νεκρών» και η αποδόμηση του οικογενειακού θεσμού
Μετωνυμία	Το φως του φάρου αντί της εσωτερικής ελπίδας και της επιθυμίας για οριστική φυγή από το παρόν

4.7 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2021-2022



ΕΙΚΟΝΑ 15 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2021-2022, «Ο ΠΟΥΠΟΥΛΕΝΙΟΣ»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Λόγω των περιορισμών της πανδημίας, η πρεμιέρα του έργου «Ο ΠΟΥΠΟΥΛΕΝΙΟΣ» του Μάρτιν Μακ Ντόνα πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά τον Μάιο του 2021, ενώ τον Οκτώβριο του ίδιου έτους η παράσταση παρουσιάστηκε στο Φουαγιέ της Εταιρείας Μακεδονικών Σπουδών (ΕΜΣ). Η πλοκή συνιστά έναν συνδυασμό αστυνομικού θρίλερ και μαύρης κωμωδίας, έχοντας αποσπάσει σημαντικά βραβεία (Oliver, Tony). Το έργο πραγματεύεται τη βία και την κακοποίηση παιδιών, των οποίων τα όνειρα μετατρέπονται σε εφιάλτες, και επικεντρώνεται στη ζωή δύο αδελφών (του Κατούριαν και του Μίσαλ) που μεγάλωσαν με βίαιους γονείς σε ένα αυταρχικό καθεστώς. Η αστυνομία συλλαμβάνει και ανακρίνει τα αδέλφια, καθώς οι φρικτές ιστορίες παιδοκτονιών που συνέγραψε ο

Κατούριαν αρχίζουν να πραγματώνονται στην πόλη τους. Ο «Πουπουλένιος» αποτελεί μια από τις ιστορίες του και αφορά ένα φανταστικό ον από μαξιλάρια, το οποίο επισκέπτεται βασανισμένα παιδιά και τα θέτει προ του διλήμματος της «λύτρωσης» από τα μελλοντικά χρόνια δυστυχίας (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας We Love Theater, (2025). Review: «Ο Πουπουλένιος» Μια πολύ αβάσταχτα όμορφη, αβάσταχτα δύσκολη παράσταση, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας θεατρο.gr, (2024). Είδαμε τον Πουπουλένιο στο Σύγχρονο Θέατρο).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «Ο Πουπουλένιος» (ΚΘΒΕ)

Στην εικαστική σύνθεση για την παράσταση «Ο Πουπουλένιος» του ΚΘΒΕ, η επιλεγμένη αφίσα διαρθρώνεται με απόλυτη γεωμετρική ισορροπία, συνδυάζοντας το γλωσσικό και το εικονικό μήνυμα. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης» : αφενός διευκολύνουν τον ενορατικό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα του έργου. Το επικοινωνιακό έντυπο δομείται σε τρία διακριτά επίπεδα, αναπτυσσόμενα σε μία ενιαία επιφάνεια.

Η συνολική οπτική οργάνωση του εντύπου χαρακτηρίζεται από μεσαία προς υψηλή εντροπία. Το έντονο χρωματικό υπόβαθρο σε συνάρτηση με την κεντρική εικονογραφία τείνουν να παραπλανήσουν πρωτογενώς τον δέκτη, δημιουργώντας την ψευδαίσθηση ενός παιδικού θεάματος. Εάν ο θεατής στον αστικό ιστό δεν διαθέτει πρότερη γνώση της σκληρής αστυνομικής υπόθεσης και του θρίλερ, τεκμαίρεται ότι κατά την πρώτη επαφή θα αδυνατεί να εισπράξει ακαριαία τον λανθάνοντα, σκοτεινό συμβολισμό της σύνθεσης, περιοριζόμενος σε μια συμβατική ανάγνωση.

Το πρώτο επίπεδο καταλαμβάνει τα τρία τέταρτα της συνολικής έκτασης της επιφάνειας. Ξεκινώντας από το ανώτερο τμήμα και αριστερά, εγγράφεται στο επίπεδο της καταδήλωσης το λογότυπο του ΚΘΒΕ σε μαύρη απόχρωση, το οποίο επιτελεί θεσμική λειτουργία αναγνωρισιμότητας του φορέα. Ακριβώς δίπλα από το λογότυπο και προς τα κάτω εκτείνεται η φιγούρα του Πουπουλένιου, η οποία αποτελεί ένα κυρίαρχο οπτικό σημαίνον υψηλού οπτικού βάρους που καθοδηγεί το βλέμμα του δέκτη, εξαιτίας της έντονης αντίθεσης που δημιουργείται με το ανοιχτόχρωμο φόντο και τα μαύρα στοιχεία (Ζώτος, 2000:173-174). Ο Πουπουλένιος, ο οποίος αποτελεί

μια φανταστική οπτική αναπαράσταση κατασκευασμένη από μαξιλάρια, δύναται να εκληφθεί ως φορέας ενός ιδιαίτερα σκοτεινού συμβολισμού. Στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης, το συγκεκριμένο εικονογραφικό σημαίνον τείνει να συνδέει εννοιακά τους κεντρικούς ήρωες με τα τραύματα της παιδικής ηλικίας, τον θάνατο και τη βίαιη λύτρωση από τον πόνο. Οι έντονες σχεδιαστικές ραφές που αποτυπώνονται σε ολόκληρο το πρόσωπό του δύνανται να ερμηνευθούν σημειωτικά ως οπτικοί ενδείκτες που αντανακλούν το σημανόμενο των ανεξίτηλων ψυχικών πληγών από τα πρώτα χρόνια της ζωής των χαρακτήρων. Πρόκειται για τραύματα τα οποία, αν και φαινομενικά εμφανίζονται επουλωμένα, κρύβουν μια επώδυνη εσωτερική ιστορία. Το πλέον αξιοσημείωτο μορφολογικό στοιχείο εντοπίζεται στο γεγονός ότι οι ραφές εκτείνονται σε ολόκληρη τη δομή της μορφής, προκαλώντας τον εικαστικό αποκλεισμό του στόματός της. Η συγκεκριμένη επιλογή υποδηλώνει σημειωτικά την επιβεβλημένη σιωπή και την αδυναμία έκφρασης του παιδικού τραύματος απέναντι σε ένα αυταρχικό περιβάλλον.

Η μορφολογική οργάνωση του εντύπου καθοδηγεί το βλέμμα κάτω από τη δεξιά πλευρά της φιγούρας του Πουπουλένιου, όπου αναπτυσσόταν η διάταξη των γλωσσικών μηνυμάτων, στοιχείο που επιβεβαιώνει την μεσαία προς υψηλή εντροπία της σύνθεσης λόγω της ανομοιογενούς κατανομής του οπτικού βάρους. Το όνομα του συγγραφέα (Μάρτιν Μακ Ντόνα) οπτικοποιείται με χειρόγραφη γραφή στην ελληνική γλώσσα, με μικρούς, πεζούς και ευδιάκριτους μαύρους χαρακτήρες. Ακριβώς από κάτω αναγράφεται ο τίτλος της παράστασης «Ο Πουπουλένιος» με ελαφρώς μεγαλύτερους πεζούς χαρακτήρες στην ίδια απόχρωση. Στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης, η χειρόγραφη αυτή απόδοση των λεκτικών συμβόλων τείνει να προσδώσει στο μήνυμα έναν χαρακτήρα περισσότερο άμεσο, εγκαθιδρύοντας μια σχέση οικειότητας μεταξύ της πηγής και του δέκτη (Κουρδής, 2001:101). Ακριβώς από κάτω εγγράφεται εκ νέου το όνομα του συγγραφέα και ο πρωτότυπος τίτλος του έργου στην αγγλική γλώσσα, με γεωμετρική γραμματοσειρά μικρού μεγέθους και μαύρου χρώματος. Ακολουθεί, με την ίδια τυπογραφία αλλά σε μικρότερη κλίμακα, η αναφορά στα ονόματα των υπευθύνων για τη μετάφραση και τη σκηνοθεσία.

Το γεγονός ότι τα λεκτικά στοιχεία εκδιπλώνονται λιτά και χρησιμοποιούνται περιορισμένα γλωσσικά σημεία προσδίδει ιδιαίτερο οπτικό βάρος στο μήνυμα. Η επιλογή αυτή επιβεβαιώνει την μεσαία προς υψηλή εντροπία της αφίσας, καθώς η απουσία πλεοναζουσών πληροφοριών αναγκάζει τον δέκτη να επικεντρωθεί

αποκλειστικά στη σχέση της γραφής με την κεντρική μορφή, διευκολύνοντας τη νοηματική επεξεργασία (Kroeber–Riel, 1998:226-227). Η έλλειψη περιττών διακοσμητικών στοιχείων καθιστά τη σύνθεση περιεκτική, ενώ η τοποθέτησή τους επάνω στο συγκεκριμένο χρωματικό υπόβαθρο δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως μια προσπάθεια ενίσχυσης του συγκινησιακού και συναισθηματικού φορτίου που μεταδίδεται στον δέκτη.

Στο σημείο αυτό αναγνωρίζεται η εφαρμογή της δομικής προσέγγισης του Ferdinand de Saussure (1916:164-166). Σύμφωνα με τη θεωρία του, η γλώσσα λειτουργεί ως ένα σύστημα καθαρών διαφορών, όπου κάθε λέξη αποκτά την ιδιαίτερη φυσιογνωμία της μόνο μέσα από τη σχέση της με τις υπόλοιπες λέξεις στο εσωτερικό του συστήματος, φορτίζεται νοηματικά και αποκτά το ιδιαίτερο σημειωτικό της βάρος. Σε διαφορετικά περιβάλλοντα, η ίδια λέξη θα έχει αναμφισβήτητα και διαφορετική αξία (Χαλεβελάκη, 2010:40). Επομένως, εάν ο τίτλος της παράστασης τοποθετούνταν σε ένα διαφοροποιημένο χρωματικό υπόβαθρο, τεκμαίρεται ότι θα μεταβαλλόταν η συνολική πρόσληψη του νοήματος. Το γλωσσικό μήνυμα, σε απόλυτο μορφολογικό συνδυασμό με το συγκεκριμένο οπτικό περιβάλλον, τείνει να παράγει ένα εξειδικευμένο περιεχόμενο. Μέσα από το δυαδικό σύστημα του Ferdinand de Saussure (1916:65-67), το υλικό οπτικό σημαίνει συγκροτείται από τη μορφή από μαξιλάρια με τις σχεδιαστικές ραφές. Αντίστοιχα, το σημαινόμενο (η αφηρημένη έννοια και η ψυχική αναπαράσταση) δύναται να σχετιστεί σημειωτικά με τα παιδικά τραύματα, τον ψυχικό εγκλωβισμό και την κακοποίηση.

Επιπροσθέτως, στην εικαστική επιφάνεια ανιχνεύεται η εφαρμογή της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρρα, 2006: 42-45), σύμφωνα με την οποία το οπτικό σημείο μετουσιώνεται σε σημείο-σύμβολο που συνδέεται με το αντικείμενό του (το θεατρικό έργο) βάσει καθιερωμένων κοινωνικών και πολιτισμικών συμβάσεων. Τα δομικά στοιχεία εκδιπλώνονται με μεθοδολογική σαφήνεια: η φωτογραφική αποτύπωση του προσώπου λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με το αντικείμενο αναφοράς. Ταυτόχρονα, τα γράμματα-ραφές επάνω στο στόμα και το πρόσωπο δύνανται να εκληφθούν ως ενδείκτης που μαρτυρά τη βίαιη πράξη και την επιβεβλημένη σιωπή, ενώ στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης λειτουργούν και ως σύμβολα, παραπέμποντας σημειωτικά στην έννοια του εσωτερικού διχασμού.

Στο ίδιο πλαίσιο, καθοριστική αναγνωρίζεται η θεωρητική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43) αναφορικά με τη λειτουργία της «αγκύρωσης». Το γλωσσικό μήνυμα του τίτλου έρχεται να περιορίσει την πολυσημία της εικόνας, καθοδηγώντας τον αναγνώστη ανάμεσα στα διάφορα πιθανά νοήματα. Με τον τρόπο αυτό, σταθεροποιείται η σχέση ανάμεσα στο επίπεδο της καταδήλωσης (η κυριολεκτική μορφή από μαξιλάρια με τις σχεδιαστικές ραφές) και στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης (το βαθύτερο ψυχολογικό και κοινωνικό τραύμα της κακοποίησης), προδιαθέτοντας τον δέκτη για το επικοινωνιακό μήνυμα της παράστασης.

Στο επόμενο επίπεδο (δεύτερη διακριτή ζώνη πληροφοριών) παρατίθενται τα χρηστικά επικοινωνιακά μηνύματα που αφορούν τον χρόνο, τον τόπο διεξαγωγής των παραστάσεων, τα όρια ηλικιακής καταλληλότητας των θεατών, καθώς και τις πληροφορίες για την προώληση των εισιτηρίων. Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται είναι γεωμετρική, πολύ μικρού μεγέθους και μαύρου χρώματος, εξασφαλίζοντας την αναγνωσιμότητα. Τέλος, στο τρίτο επίπεδο, στο κατώτερο τμήμα της επιφάνειας, αποτυπώνονται οι χορηγοί της παράστασης, ολοκληρώνοντας τη θεσμική της ταυτότητα.

Συνοψίζοντας, βάσει της σημειωτικής ανάλυσης, η οπτική αναπαράσταση της φιγούρας του Πουπουλένιου λειτουργεί ως το κυρίαρχο εικονογραφικό σημαίνον στην επιφάνεια του εντύπου. Στο επίπεδο της συμπαράδηλωτικής ερμηνείας, το σημαίνον αυτό παράγει πολλαπλά σημαινόμενα, τα οποία τείνουν να συσχετιστούν με τη βία, τα παιδικά τραύματα και την πρόωρη απώλεια της παιδικής αθωότητας. Συνολικά, το οπτικό αυτό σημείο, σε άμεση συνάρτηση με την μεσαία προς υψηλή εντροπία της σύνθεσης, επιτυγχάνει να συμπυκνώσει τη θεματική του έργου. Μέσα από τη δομική αλληλεπίδραση των σχημάτων και των τυπογραφικών επιλογών, αναδεικνύεται η θεωρητική παραδοχή ότι ο κύκλος της βίας τροφοδοτείται συνεχώς, καθώς η βίαιη συμπεριφορά δύναται να λειτουργήσει ανατροφοδοτικά, παράγοντας νέες μορφές βίας στο κοινωνικό πεδίο (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 7. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («Ο Πουπουλένιος»)

Σημειωτικός άξονας

Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας

Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Φιγούρα Πουπουλένιου από μαξιλάρια (επίπεδο συμπαραδήλωσης που συνδέει τους χαρακτήρες με τα παιδικά τραύματα, τον θάνατο και τη βίαιη λύτρωση). Ραφές και κλειστό στόμα (υποδήλωση της επιβεβλημένης σιωπής, της κακοποίησης και της αδυναμίας έκφρασης του τραύματος). Χειρόγραφη γραφή (παραπομπή στην παιδική ηλικία και την προσωπική εξομολόγηση των ηρώων).
Καταδήλωση	Φανταστική φιγούρα από μαξιλάρια με μαύρα ράμματα σε όλο το πρόσωπο και το στόμα, λευκό φόντο, μαύρα γράμματα
Σημαίνον	Η οπτική απεικόνιση του Πουπουλένιου και ο τίτλος με τη χειρόγραφη ελληνική γραφή
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Τα ράμματα ως δείκτης κακοποίησης και βίας, η απώλεια της παιδικής αγνότητας, ο ψυχικός πόνος
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος σε συνδυασμό με το λευκό φόντο υποδηλώνει τη φθορά και την αποδόμηση της ειλικρίνειας
Γλωσσικό μήνυμα	Εμφανίζεται εξαιρετικά λιτό για να διευκολύνει την άμεση πρόσληψη χωρίς πλεονάζουσες πληροφορίες
Χρώμα	Λευκό φόντο (αθωότητα/ αγνότητα που καταστρέφεται), Μαύρο (σοβαρότητα, τραγικότητα, βία)
Εντροπία	Μεσαία προς υψηλή, η ανατριχιαστική

	μορφή με τα ράμματα προκαλεί έντονη ανάγκη για ερμηνεία
«Μύθος»	Η ιδεολογική παραδοχή ότι τα ανεπούλωτα τραύματα της παιδικής ηλικίας εγκλωβίζουν το άτομο σε ένα κύκλο βίας
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο αποκωδικοποιητής καλείται να συνδέσει το μαξιλάρι (θαλπωρή) με τα ράμματα (πόνος/ κακοποίηση)
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Φιγούρα μαξιλαριών – Ράμματα – Κλειστό στόμα – Χειρόγραφη γραφή – Λευκό φόντο
Μεταφορά	Τα ράμματα ως οι βαθιές ψυχικές πληγές που φαινομενικά έκλεισαν αλλά κρύβουν μία τραγική ιστορία
Μετωνυμία	Το κλεισμένο με ραφές στόμα αντί της αδυναμίας των θυμάτων να μιλήσουν και να λυτρωθούν

4.8 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2022-2023



ΕΙΚΟΝΑ 16 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2022-2023, «Η ΝΥΧΤΑ ΤΗΣ ΙΓΚΟΥΑΝΑΣ»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Το θεατρικό έργο «Η ΝΥΧΤΑ ΤΗΣ ΙΓΚΟΥΑΝΑ» γράφτηκε το 1961 από τον Τενεσί Ουίλιαμς και αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα έργα του. Η υπόθεση εξελίσσεται σε ένα παραθαλάσσιο ξενοδοχείο στο Μεξικό, το οποίο διαχειρίζεται η Μαξίν και μετατρέπεται σε τόπο συνάντησης περιπλανώμενων ανθρώπων. Ανάμεσα στους επισκέπτες είναι ο Σάνον, ένας καθαιρεμένος ιερέας που εργάζεται ως ξεναγός, και η Χάνα, μια ζωγράφος που συνοδεύει τον ηλικιωμένο ποιητή παππού της. Ολόκληρη η ιστορία διαρκεί λιγότερο από ένα εικοσιτετράωρο, κατά το οποίο οι ήρωες παλεύουν με τις ενοχές και τον πουριτανισμό. Παράλληλα, μια αιχμαλωτισμένη ιγκουάνα στο ξενοδοχείο είναι προγραμματισμένο να θανατωθεί, με τον θρήνο της να σημαδεύει τους χαρακτήρες. Το επόμενο πρωί, ο Σάνον απελευθερώνει το ζώο και επιλέγει να παραμείνει στο ξενοδοχείο με τη Μαξίν, ενώ η Χάνα, μετά τον θάνατο του παππού

της, συνεχίζει την πορεία της αυτόνομη (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας αθηνόραμα, 2021. Η νύχτα της Ιγκουάνα, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας fractal, 2022. «Η νύχτα της Ιγκουάνα»: Το κύκνειο άσμα του Tennessee Williams και πάλι στο Κ.Θ.Β.Ε.).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «Η NYXTA ΤΗΣ ΙΓΚΟΥΑΝΑ» (ΚΘΒΕ)

Στην εικαστική σύνθεση για την παράσταση του έργου «Η NYXTA ΤΗΣ ΙΓΚΟΥΑΝΑ» του ΚΘΒΕ, την καλλιτεχνική επιμέλεια της οποίας υπογράφει ο γραφίστας Mike Rafail, συνυφαίνονται οργανικά το γλωσσικό κείμενο και η εικονιστική αναπαράσταση. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης» : αφενός διευκολύνουν τον ενορατικό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα του έργου. Ο σχεδιασμός του συγκεκριμένου επικοινωνιακού εντύπου εκφεύγει από την κλασική εικονογράφηση, καθώς έχει επιλεγεί μια πιο αφηρημένη και ατμοσφαιρική απόδοση των σημείων. Το οπτικό δοκίμιο διαρθρώνεται μορφολογικά σε τρία οριζόντια επίπεδα, αναπτυσσόμενα σε μία ενιαία επιφάνεια, ενώ τα λεκτικά μηνύματα εγγράφονται πάνω σε ένα έντονο κίτρινο φόντο, στο κέντρο του οποίου μορφοποιείται ένας άνδρας μέσα σε έναν γεωμετρικό κύκλο.

Η συνολική οπτική οργάνωση του εντύπου χαρακτηρίζεται από μεσαία προς υψηλή εντροπία. Η καθαρή γεωμετρική κατανομή των επιπέδων και του κεντρικού κύκλου προσφέρει υψηλή προβλεπτικότητα κατά την πρώτη επαφή. Ωστόσο, η αφηρημένη φύση της εικονογραφίας προϋποθέτει από τον δέκτη μια βαθύτερη επεξεργασία στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης προκειμένου να αποκωδικοποιηθούν οι εσωτερικές συγκρούσεις των ηρώων.

Το κίτρινο χρώμα του υποβάθρου συνιστά ένα κυρίαρχο σημειωτικό σημαίνον, το οποίο δεν λειτουργεί αυτόνομα, αλλά συνδυάζεται δομικά με τα υπόλοιπα στοιχεία της σύνθεσης. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, η επιλογή αυτή ανήκει στην κατηγορία των θερμών τόνων. Στο επίπεδο της συμπαράδηλωσης, η συγκεκριμένη απόχρωση τείνει παραδοσιακά να συσχετίζεται με τον ήλιο, το φως και την ένταση. Ωστόσο, βάσει της θεωρίας των χρωμάτων, το κίτρινο χρώμα δύναται να εκληφθεί παράλληλα ως το κατεξοχήν γήινο χρώμα, το οποίο, όταν συσχετίζεται σημειωτικά με ορισμένες

εσωτερικές καταστάσεις της ανθρώπινης φύσης, δύναται να υποδηλώσει το σημαινόμενο της παραφοράς, της πνευματικής αναστάτωσης ή της τρέλας (Kandinsky, 1981:110-111). Επομένως, το κίτρινο χρώμα που έχει επιλεγεί ως φόντο, σε απόλυτη συνάρτηση με τα υπόλοιπα συστατικά της σύνθεσης, εκπέμπει ποικίλα συναισθηματικά και νοηματικά φορτία, προκαλώντας την αισθητηριακή αντίδραση του δέκτη (Kandinsky, 1981:104-105; Κοζάκου – Τσιάρα, 2006:56; Arntson, 2011:139; Poulin, 2011:72-73).

Στο πρώτο επίπεδο της εικαστικής σύνθεσης αναπτυσσόταν η δομική συνύπαρξη του τίτλου, του λογοτύπου του ΚΘΒΕ, του ονόματος του συγγραφέα, των ονομάτων των υπευθύνων για τη μετάφραση και τη σκηνοθεσία, καθώς και του ιστοτόπου του φορέα. Κατά την αποκωδικοποίηση των λεκτικών μηνυμάτων του πρώτου επιπέδου, για την αποτύπωση του τίτλου της παράστασης έχουν χρησιμοποιηθεί έντονα και μεγάλα τρέμοντα κεφαλαία γράμματα (*trembling modern alphabet*) σε μαύρο χρώμα. Το γλωσσικό αυτό σημείο εκτείνεται σε όλο το μήκος της επιφάνειας στο πάνω μέρος και λειτουργεί ως το κεντρικό γλωσσικό σημαίο της ζώνης. Ακολουθεί κάτω και αριστερά το λογότυπο του ΚΘΒΕ με την ίδια γραφή και απόχρωση, ενισχύοντας τη θεσμική ταυτότητα του εντύπου. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, η έντονη αντίθεση του μαύρου επάνω στο κίτρινο υπόβαθρο εξασφαλίζει την άμεση αναγνωσιμότητα των πληροφοριών. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η επιλογή της συγκεκριμένης τρέμουσας γραμματοσειράς, σε συνάρτηση με τη μεσαία εντροπία της αφίσας, δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική προδιαγραφή για την εσωτερική αστάθεια, τον φόβο και τον ψυχικό κλονισμό που διέπει τις σχέσεις των ηρώων. Στο κέντρο και κάτω από τον τίτλο οπτικοποιείται το όνομα του συγγραφέα με έντονα και μικρότερα σε μέγεθος γράμματα με την ίδια τυπογραφία. Κάτω ακριβώς αναγράφονται σε γεωμετρική γραμματοσειρά μικρότερου μεγέθους τα ονόματα των υπευθύνων της μετάφρασης και της σκηνοθεσίας, ενώ δεξιά στο τέλος του πρώτου επιπέδου εμφανίζεται ο ιστότοπος του ΚΘΒΕ.

Στο δεύτερο επίπεδο εκδιπλώνεται το εικονικό μήνυμα της αφίσας. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, παρουσιάζεται η μορφή ενός άνδρα σε όρθια στάση, με τα χέρια σε έκταση. Φέρει μαύρο παντελόνι, εμφανίζεται γυμνός από τη μέση και πάνω, ενώ από τον λαιμό του κρέμεται ένας σταυρός. Η οπτική αυτή αναπαράσταση συνιστά ένα κεντρικό εικονογραφικό σημαίνον, το οποίο εγγράφεται μέσα σε έναν γεωμετρικό κύκλο. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η συγκεκριμένη διάταξη δύναται να

ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική αποτύπωση της έννοιας του εγκλωβισμού που διέπει το έργο. Η στάση του σώματος τείνει να λειτουργήσει ως παραλληλισμός με την αιχμάλωτη ιγκουάνα της πλοκής, υποδηλώνοντας το σημαινόμενο της παγίδευσης των ηρώων στα αδιέξοδα και τις ενοχές του παρελθόντος.

Παράλληλα, η αποτύπωση των έντονων σκιών και η βίαιη χρωματική αντίθεση ανάμεσα στο κίτρινο και το μαύρο λειτουργούν ως οπτικοί ενδείκτες. Μορφολογικά, οι επιλογές αυτές δύνανται να μεταφέρουν σημειωτικά την αποπνικτική ατμόσφαιρα του τροπικού κλίματος του Μεξικού, παραπέμποντας έμμεσα στην εσωτερική «κόλαση» που βιώνουν οι χαρακτήρες μέχρι να οδηγηθούν στη λύτρωση. Τέλος, το γεγονός ότι η μορφή περικλείεται από έναν γεωμετρικό κύκλο, σε συνάρτηση με τη μεσαία προς υψηλή εντροπία της σύνθεσης, τείνει να αναδείξει την ψυχολογική αστάθεια των ηρώων. Ο κύκλος στην προκειμένη επιφάνεια δύναται να εκληφθεί ως σύμβολο μεταβολής και εσωτερικής αναστάτωσης, δίνοντας ωστόσο τη σημειωτική εντύπωση ότι, παρά την υπαρξιακή του κρίση, ο χαρακτήρας αναζητά σταθερά θεμέλια (Κοζάκου – Τσιάρα, 2006:42-45). Στην προκειμένη περίπτωση, το εικονικό μήνυμα επιδρά με άμεσο τρόπο στον δέκτη (Kroeber – Riel, 1998:206-207), συμβάλλοντας στην ενίσχυση της επικοινωνιακής αποτελεσματικότητας του εντύπου.

Βάσει της θεωρητικής προσέγγισης του Daniel Chandler (1994:35), η κατανόηση του επικοινωνιακού μηνύματος από τον δέκτη προϋποθέτει την ύπαρξη «πρότερης γνώσης». Η παραδοχή αυτή συνδέεται άμεσα με τη μεσαία προς υψηλή εντροπία της αφίσας. Αν και η δομή της επιφάνειας προσφέρει υψηλή προβλεπτικότητα, εάν ο αποκωδικοποιητής δεν διαθέτει ορισμένες γνώσεις για τη θεατρική υπόθεση του Τενεσί Ουίλιαμς, τεκμαίρεται ότι θα περιοριστεί αποκλειστικά στο κυριολεκτικό επίπεδο της καταδήλωσης, αδυνατώντας να προσλάβει άμεσα τον βαθύτερο σημειωτικό συμβολισμό της σύνθεσης.

Στο σημείο αυτό αναγνωρίζεται η εφαρμογή του δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από τη σύνθεση της ημίγυμνης ανδρικής μορφής με τον σταυρό εντός του γεωμετρικού κύκλου. Αντίστοιχα, η οπτική αυτή διάταξη καθοδηγεί τον δέκτη στο σημαινόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια και την ψυχική αναπαράσταση που εγγράφεται στο συνειδητό του. Λόγω της μεσαίας εντροπίας του εντύπου, το σημαινόμενο αυτό δύναται να σχετιστεί σημειωτικά με τον ψυχικό

εγκλωβισμό, τα πάθη και την εσωτερική σύγκρουση των ηρώων. Επιπλέον, ανιχνεύεται η εφαρμογή της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), σύμφωνα με την οποία η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο που συνδέεται με το αντικείμενό της μέσω εδραιωμένων πολιτισμικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά στην παρούσα σύνθεση: η αποτύπωση του άνδρα λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με το αντικείμενο αναφοράς. Ταυτόχρονα, ο σταυρός στον λαιμό δύναται να εκληφθεί ως ενδείκτης που μαρτυρά την ιδιότητα του ιερέα, την πίστη ή το μαρτύριο, ενώ στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης ο γεωμετρικός κύκλος λειτουργεί ως σύμβολο, παραπέμποντας σημειωτικά στην έννοια της ψυχικής και υπαρξιακής αστάθειας.

Καθοριστική για την αποκωδικοποίηση της σύνθεσης αναγνωρίζεται παράλληλα η θεωρητική συμβολή του Roland Barthes (2007:41-43), ιδιαίτερα μέσω της λειτουργίας της «αγκύρωσης». Το γλωσσικό μήνυμα του τίτλου «Η ΝΥΧΤΑ ΤΗΣ ΠΓΚΟΥΑΝΑ» παρεμβαίνει δομικά προκειμένου να περιορίσει την πολυσημία της εικόνας, καθοδηγώντας τον δέκτη ανάμεσα στα διάφορα πιθανά νοήματα. Με τον τρόπο αυτό, σταθεροποιείται η σχέση ανάμεσα στο επίπεδο της καταδήλωσης (ο δεμένος άνδρας εντός του κύκλου) και στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης (το βαθύτερο υπαρξιακό και ψυχολογικό μαρτύριο των ηρώων), προδιαθέτοντας τον θεατή για το επικοινωνιακό μήνυμα της παράστασης.

Στο τρίτο επίπεδο, αριστερά, σημειώνεται η ένδειξη ηλικιακής καταλληλότητας της παράστασης για άτομα άνω των 16 ετών, ενώ ακριβώς από κάτω παρατίθενται οι πληροφορίες για την ημερομηνία έναρξης και τον τρόπο πραγματοποίησης των παραστάσεων. Δεξιά στο ίδιο σχεδιαστικό επίπεδο παρέχονται οι απαραίτητες λεπτομέρειες για την προπώληση των εισιτηρίων. Τέλος, στο κατώτερο τμήμα της επιφάνειας αποτυπώνονται οι χορηγοί της παράστασης, ολοκληρώνοντας τη θεσμική της ταυτότητα.

Συνοψίζοντας, βάσει της σημειωτικής ανάλυσης, η οπτική αναπαράσταση του άνδρα που εμφανίζεται σε στάση εγκλωβισμού λειτουργεί ως το κυρίαρχο εικονογραφικό σημαίνον στην επιφάνεια του εντύπου. Στο επίπεδο της συμπαραδηλωτικής ερμηνείας, το σημαίνον αυτό παράγει πολλαπλά σημαινόμενα, τα οποία τείνουν να συσχετιστούν με τον εγκλωβισμό, τη

λύτρωση, τα πάθη, τις ενοχές, καθώς και την αποδοχή της σκοτεινής πλευράς του εαυτού. Συνολικά, το οπτικό αυτό σημείο, σε άμεση συνάρτηση με τη μεσαία προς υψηλή εντροπία της σύνθεσης, επιτυγχάνει να αναδείξει τη φιλοσοφική διάσταση του έργου. Μέσα από τη δομική αλληλεπίδραση των σχημάτων, αναδεικνύεται η θεωρητική παραδοχή ότι οι άνθρωποι, ακόμη και όταν εμφανίζονται δέσμιοι των παθών τους, δύνανται να πορευθούν με αξιοπρέπεια μέσα από την ουσιαστική ανθρώπινη επικοινωνία και την αποδοχή της μοίρας τους (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 8. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («Η NYXTA ΤΗΣ ΠΓΛΟΥΑΝΑ»)

Σημειωτικός άξονας	Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας
Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Ημίγυμνη αντρική μορφή με χέρια σε έκταση (επίπεδο συμπαραδήλωσης που παραπέμπει στον ψυχικό εγκλωβισμό, στα πάθη και στον παραλληλισμό με την αιχμάλωτη ιγκουάνα). Σταυρός στο λαιμό (ενδείκτης που μαρτυρά την ιδιότητα του ιερέα, την πίστη ή το μαρτύριο). Γεωμετρικός κύκλος (σύμβολο ψυχικής και υπαρξιακής αστάθειας αλλά και αναζήτησης σταθερών θεμελίων).
Καταδήλωση	Άνδρας σε όρθια στάση εντός του κύκλου, γυμνός από τη μέση και πάνω, σταυρός στο λαιμό, έντονο κίτρινο φόντο, μαύρες σκιές
Σημαίνον	Η οπτική απεικόνιση του άνδρα στον κύκλο και ο τίτλος με τα τρέμοντα κεφαλαία γράμματα
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Ο σταυρός ως δείκτης πίστης / μαρτυρίου, η αποπνικτική ατμόσφαιρα, η

	εσωτερική «τροπική κόλαση»
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος σε συνδυασμό με το κίτρινο φόντο υποδηλώνει τη διολίσθηση στην τρέλα και τα αδιέξοδα του παρελθόντος
Γλωσσικό μήνυμα	Επιτελεί λειτουργία αγκύρωσης, περιορίζοντας τη πολυσημία της εικόνας και απαιτώντας πρότερη γνώση
Χρώμα	Κίτρινο (ήλιος / χαρά, αλλά και γήινο χρώμα τρέλας), Μαύρο (σοβαρότητα, τραγικότητα, ένταση σκιών)
Εντροπία	Μεσαία προς υψηλή, η αφηρημένη εικονογράφηση του άντρα στον κύκλο προκαλεί έντονη ανάγκη για ερμηνεία
«Μύθος»	Η ιδεολογική παραδοχή ότι οι άνθρωποι μπορούν να βρουν τη λύτρωση και την αξιοπρέπεια αποδεχόμενοι τη μοίρα τους
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο αποκωδικοποιητής καλείται να συνδέσει τον παραλληλισμό της αιχμάλωτης ιγκουάνας με τα πάθη των ηρώων
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Άνδρας – Κύκλος – Σταυρός – Έκταση χεριών – Κίτρινο / Μαύρο – Τρέμοντα γράμματα
Μεταφορά	Οι έντονες σκιές και η αντίθεση φως - σκοτάδι ως η εσωτερική κόλαση των ηρώων προς τη λύτρωση
Μετωνυμία	Ο κύκλος που δεν πατάει γερά πάνω στη γη αντί της ψυχικής και συναισθηματικής αστάθειας των χαρακτήρων

4.9 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2023-2024



ΕΙΚΟΝΑ 17 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2023-2024, «ΛΥΣΣΑΣΜΕΝΗ ΓΑΤΑ»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Η «ΛΥΣΣΑΣΜΕΝΗ ΓΑΤΑ» (1954) αποτελεί ένα από τα εμβληματικότερα έργα του Τενεσί Ουίλιαμς και έχει τιμηθεί με το βραβείο Πούλιτζερ. Η υπόθεση εστιάζει στην οικογένεια Πόλιτ, η οποία συγκεντρώνεται στην πλούσια αγροικία της για τα 65α γενέθλια του πατέρα, ο οποίος αγνοεί ότι είναι βαριά άρρωστος. Ο μεγαλύτερος γιος, Γκούπερ, και η σύζυγός του, Μεί, διεκδικούν το μερίδιο της περιουσίας που τους αναλογεί, ενώ ο μικρός γιος, Μπρικ, παραμένει βυθισμένος στο πένθος και το αλκοόλ. Η σύζυγός του, Μάγκι, παλεύει απεγνωσμένα να αναστήσει τα συναισθήματά του και να εδραιώσει τη θέση της, διεκδικώντας παράλληλα την κληρονομιά. Μέσα από αυτή τη διαδρομή αναδύεται η «λύσσα» των μελών για

εξουσία, χρήματα και έρωτα . (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Literature, 2023. Λυσσασμένη γάτα, του Τένεσι Ουίλιαμς σε Σκηνοθεσία Σύλλα Τζουμέρκα στο Βασιλικό Θέατρο, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Fractal, 2023. «Λυσσασμένη γάτα» του Τένεσι Ουίλιαμς στο «Βασιλικό Θέατρο» από το Κ.Θ.Β.Ε.).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «ΛΥΣΣΑΣΜΕΝΗ ΓΑΤΑ» (ΚΘΒΕ)

Στην εικαστική σύνθεση για την παράσταση «ΛΥΣΣΑΣΜΕΝΗ ΓΑΤΑ» του ΚΘΒΕ, την καλλιτεχνική επιμέλεια της οποίας υπογράφει ο γραφίστας Mike Rafail, αναπτύσσεται μια συγκροτημένη δομική συνύπαρξη του γλωσσικού και του εικονικού μηνύματος. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης» : αφενός διευκολύνουν τον ενορατικό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα του έργου. Η επιφάνεια του επικοινωνιακού εντύπου εκφράζει μια σύγχρονη εκδοχή, αποκλίνοντας αισθητά από την κλασική εικονογραφία, προκειμένου να υποστηρίξει τη σκηνοθετική προσέγγιση της παράστασης. Το οπτικό δοκίμιο διαρθρώνεται μορφολογικά σε τρία διακριτά επίπεδα, αναπτυσσόμενα με κατεύθυνση από πάνω προς τα κάτω.

Η συνολική οπτική οργάνωση του εντύπου χαρακτηρίζεται από μεσαία προς υψηλή εντροπία. Η καθαρή γεωμετρική κατανομή των επιπέδων προσφέρει υψηλή προβλεπτικότητα κατά την πρώτη επαφή, μειώνοντας τον επικοινωνιακό θόρυβο. Ωστόσο, η ιδιαίτερη μορφολογία των λεκτικών στοιχείων προϋποθέτει από τον δέκτη μια βαθύτερη επεξεργασία στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης για την πλήρη πρόσληψη της συναισθηματικής έντασης των ηρώων.

Στο πρώτο επίπεδο αποτυπώνεται το γλωσσικό μήνυμα, όπου ο τίτλος της παράστασης μορφοποιείται με έντονη χειρόγραφη γραμματοσειρά σε κεφαλαία γράμματα, δίνοντας την οπτική εντύπωση μιας γρήγορης και νευρικής σχεδιαστικής εκτέλεσης. Ο τίτλος συνιστά το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον της ζώνης, φέροντας υψηλό οπτικό βάρος στην επιφάνεια. Ακριβώς δίπλα εκδιπλώνεται το όνομα του συγγραφέα με την ίδια τυπογραφία αλλά σε μικρότερο μέγεθος, ενώ το σύνολο πλαισιώνεται από τις υπόλοιπες χρηστικές πληροφορίες. Κάτω αριστερά εγγράφεται στο επίπεδο της καταδήλωσης το λογότυπο του ΚΘΒΕ και ο τρόπος πραγματοποίησης των παραστάσεων, επιτελώντας θεσμική λειτουργία. Στο κέντρο, με γεωμετρική

γραμματοσειρά μικρού μεγέθους, σημειώνεται το όνομα του υπευθύνου μετάφρασης και σκηνοθεσίας, ενώ στα δεξιά αναγράφονται η καλλιτεχνική περίοδος, ο ιστότοπος του ΚΘΒΕ, η σήμανση καταλληλότητας (άνω των 16 ετών), η ημερομηνία έναρξης καθώς και οι λεπτομέρειες για την προώληση των εισιτηρίων.

Το σύνολο των λεκτικών μηνυμάτων της εικαστικής σύνθεσης αποδίδεται με κόκκινο χρώμα πάνω σε ένα έντονο ροζ φόντο. Στο πεδίο της οπτικής επικοινωνίας, η συγκεκριμένη χρωματική αντίθεση συνιστά ένα ισχυρό δομικό εργαλείο, μέσω του οποίου δύναται να ενισχυθεί η πρόσληψη του περιεχομένου και να καθοδηγηθεί η προσοχή του δέκτη. Στην οπτική διαδικασία, η βίαιη αυτή αντίθεση διαταράσσει, διεγείρει και προσελκύει το ενδιαφέρον των αποκωδικοποιητών (Dondis, 2002:97-98). Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η μορφολογία των χαρακτήρων, οι οποίοι φέρουν σχεδιαστικά σημάδια που παραπέμπουν σε αμυχές ή γρατζουνιές, λειτουργεί ως οπτικός ενδείκτης. Η επιλογή αυτή τείνει να υποδηλώσει το σημαινόμενο της επιθετικότητας, της έντασης και της απειλής που κυριαρχεί στο δραματουργικό έργο. Ο τρόπος οργάνωσης της επιφάνειας αποκλίνει αισθητά από την κλασική δομή των θεατρικών εντύπων, εισάγοντας μια σύγχρονη αισθητική προσέγγιση.

Στο δεύτερο επίπεδο, το εικονικό μήνυμα εισάγει το κεντρικό εικονογραφικό θέμα της αφίσας. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, απεικονίζονται οι πρωταγωνιστές της παράστασης τοποθετημένοι επάνω σε έναν κήπο με πράσινο γκαζόν. Η οπτική αυτή διάταξη συνιστά ένα ισχυρό εικονογραφικό σημαίνον, το οποίο επιβεβαιώνει τη μεσαία προς υψηλή εντροπία της σύνθεσης. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η αποτύπωση της σωματικής έντασης των χαρακτήρων δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική αναπαράσταση της ωμής αλήθειας και των εσωτερικών συγκρούσεων των ηρώων, παραπέμποντας έμμεσα στις σκοτεινές πτυχές της πλοκής. Η Μάγκι, η οποία φορά ένα εμπριμέ φόρεμα σε κόκκινες αποχρώσεις, εμφανίζεται στην επιφάνεια τέσσερις φορές επάνω στην επιφάνεια του εντύπου. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η πολλαπλή αυτή οπτική αναπαράσταση δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική μεταφορά που παραπέμπει στον τίτλο του έργου και στην εσωτερική κατάσταση μιας «λυσσασμένης γάτας». Η επιλογή αυτή τείνει να αποδώσει τη σφοδρή επιθυμία και την απόγνωση που βιώνει ο χαρακτήρας προκειμένου να επανακτήσει τον σύζυγό της, να εκπληρώσει την ανάγκη της για μητρότητα, καθώς και να διεκδικήσει δυναμικά τη θέση της και το μερίδιο της οικογενειακής περιουσίας.

Αντίστοιχα, ο Μπρικ οπτικοποιείται στο επίπεδο της καταδήλωσης με κλειστά μάτια, φορώντας κίτρινο, ξεκούμπωτο πουκάμισο και μπλε παντελόνι τζιν, ενώ κρατά το φουλάρι της Μάγκι χωρίς να την αγγίζει άμεσα. Η συγκεκριμένη στάση και η χαλαρότητα του σώματος λειτουργούν ως οπτικοί ενδείκτες που συμπαραδηλώνουν τη βαθιά μελαγχολία, την παραίτηση και την πλήρη συναισθηματική αδιαφορία προς τη σύζυγό του. Ο πατέρας αποτυπώνεται με γκρι ανοιχτό σακάκι, μπεζ παντελόνι και λευκό πουκάμισο· ενώ η ενδυματολογική αυτή επιλογή υποδηλώνει σημειωτικά μια ηγετική φυσιογνωμία που σχετίζεται με την εξουσία και τον πλούτο, η σωματική του στάση τείνει να μεταφέρει το σημανόμενο μιας φθαρμένης και καταπονημένης υπόστασης. Ο Γκούπερ απεικονίζεται με πανομοιότυπο ενδυματολογικό κώδικα με εκείνον του πατέρα του. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η μορφολογική αυτή επιλογή δύναται να εκληφθεί ως οπτικός δείκτης που μαρτυρά την προσπάθειά του να ευθυγραμμιστεί με τους πατρικούς κανόνες, υποδηλώνοντας έμμεσα μια λανθάνουσα επιθυμία για επικράτηση και έλεγχο της κληρονομιάς. Τέλος, η Μεί εμφανίζεται με πορτοκαλί ένδυμα, σε κατάσταση εγκυμοσύνης. Η οπτική αυτή αναπαράσταση παράγει σημανόμενα που σχετίζονται με την εργαλειοποίηση της γονιμότητας ως μέσου ισχύος για την κατοχύρωση των δικαιωμάτων της στην περιουσία. Η μητέρα εμφανίζεται στο επίπεδο της καταδήλωσης με λευκό ένδυμα, κρατώντας τα υποδήματά της στο χέρι. Η οπτική αυτή διάταξη, στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως ένδειξη για την άρνηση αποδοχής της πραγματικότητας, υποδηλώνοντας μια εσωτερική ψευδαίσθηση ευτυχίας που καταρρέει.

Η συνολική εικόνα της επιφάνειας προβάλλεται ως μια συμβατική οικογενειακή φωτογραφία, η οποία όμως συμπαραδηλώνει ένα πεδίο έντονης εσωτερικής σύγκρουσης. Ο τρόπος με τον οποίο ο δέκτης αποκωδικοποιεί τα οπτικά σήματα συναρτάται άμεσα με τις προσωπικές του εμπειρίες, το μορφωτικό του υπόβαθρο, καθώς και τις ηθικές και κοινωνικές αξίες που διαθέτει, σε απόλυτη συνάρτηση με τα σημεία και τα σημαίνοντα της εικόνας (Littlejohn & Karen, 2012:165). Λόγω της μεσαίας προς υψηλής εντροπίας του εντύπου, η έντονη χρωματική αντίθεση που αναπτύσσεται ανάμεσα στο ροζ, το κόκκινο και το πράσινο λειτουργεί ως οπτικός ενδείκτης που καθοδηγεί το βλέμμα, μετατρέποντας τη ζώνη σε σημείο υψηλού οπτικού βάρους (Ζώτος, 2000:173-174).

Στο σημείο αυτό αναγνωρίζεται η εφαρμογή του δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από τη σύνθεση της οικογενειακής φωτογραφίας επάνω στο γκαζόν. Αντίστοιχα, η οπτική αυτή διάταξη καθοδηγεί τον δέκτη στο σημαινόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια και την ψυχική αναπαράσταση που εγγράφεται στο συνειδητό του. Το σημαινόμενο αυτό δύναται να σχετιστεί σημειωτικά με την οικογενειακή σήψη, την υποκρισία, τα κρυμμένα μυστικά και τα αδιέξοδα των ηρώων. Παράλληλα, βάσει της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο, το οποίο συνδέεται με το αντικείμενό του (το θεατρικό έργο) μέσω εδραιωμένων πολιτισμικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά: η φωτογραφική αποτύπωση των χαρακτήρων λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με τα αντικείμενα αναφοράς. Ταυτόχρονα, το φουλάρι της Μάγκι που κρατά ο Μπρικ χωρίς να την αγγίζει άμεσα δύναται να εκληφθεί ως ενδείκτης που μαρτυρά τη συναισθηματική αποξένωση και την απόσταση, ενώ στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης οι γρατζουνιές και οι αμυχές επάνω στα γράμματα λειτουργούν ως σύμβολα, παραπέμποντας σημειωτικά στην έννοια της επιθετικότητας.

Καθοριστική για την αποκωδικοποίηση της σύνθεσης αναγνωρίζεται παράλληλα η θεωρητική συμβολή του Roland Barthes (2007:41-43), ιδιαίτερα μέσω της λειτουργίας της «αγκύρωσης». Το γλωσσικό μήνυμα του τίτλου παρεμβαίνει δομικά προκειμένου να περιορίσει την πολυσημία της εικόνας, καθοδηγώντας τον δέκτη ανάμεσα στα διάφορα πιθανά νοήματα. Με τον τρόπο αυτό, σταθεροποιείται η σχέση ανάμεσα στο επίπεδο της καταδήλωσης (η κυριολεκτική αναπαράσταση της οικογένειας επάνω στο γκαζόν) και στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης (η υπαρξιακή πάλη και η σήψη πίσω από την απατηλή βιτρίνα), προδιαθέτοντας τον θεατή για το επικοινωνιακό μήνυμα της παράστασης.

Στο τρίτο επίπεδο, στο κάτω μέρος της επιφάνειας, αποτυπώνονται οι χορηγοί της παράστασης, ολοκληρώνοντας τη θεσμική ταυτότητα του επικοινωνιακού εντύπου.

Συνοψίζοντας, βάσει της σημειωτικής ανάλυσης, το λεκτικό στοιχείο του τίτλου «ΛΥΣΣΑΣΜΕΝΗ ΓΑΤΑ» λειτουργεί ως το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον της αφίσας. Σε επίπεδο συμπαραδηλωτικής ερμηνείας, το σημαίνον αυτό παράγει

έντονα σημαινόμενα, τα οποία τείνουν να συσχετιστούν με την υποκρισία, την αγωνιώδη αναζήτηση της αλήθειας, την απελπισία, την επιβίωση, την οικογενειακή σήψη και την καταπίεση. Συνολικά, το οπτικό και το γλωσσικό αυτό μήνυμα, σε άμεση συνάρτηση με τη μεσαία προς υψηλή εντροπία της σύνθεσης, συμπυκνώνει τον κεντρικό θεματικό πυρήνα του έργου. Μέσα από τη δομική αλληλεπίδραση των σχημάτων, αναδεικνύεται η θεωρητική παραδοχή ότι η επιθυμία για ζωή και η υπαρξιακή πάλη των χαρακτήρων διεξάγονται συχνά πίσω από μια απατηλή κοινωνική βιτρίνα (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 9. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («ΛΥΣΣΑΣΜΕΝΗ ΓΑΤΑ»)

Σημειωτικός άξονας	Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας
Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Τετραπλή εμφάνιση Μάγκι (επίπεδο συμπαράδηλωσης που λειτουργεί ως οπτική μεταφορά για την απόγνωση, την εμμονή και την επιθυμία επαναδιεκδίκησης του συζύγου). Γρατζουνιές και αμυχές στα γράμματα (ενδείκτης που υποδηλώνει την επιθετικότητα, την ένταση και την απειλή στο οικογενειακό περιβάλλον).
Καταδήλωση	Οι πρωταγωνιστές σε κήπο με πράσινο γκαζόν. Μάγκι με κόκκινο εμπριμέ φόρεμα (4 φορές). Μπρικ με κλειστά μάτια, κίτρινο πουκάμισο , μπλε τζιν, να κρατάει το φουλάρι. Πατέρας με γκρι σακάκι, μπεζ παντελόνι, άσπρο πουκάμισο. Γκούπερ με ίδια ρούχα με τον πατέρα. Μεί έγκυος με πορτοκαλί φόρεμα. Μητέρα με άσπρο φόρεμα,

	κρατώντας παπούτσια. Έντονο ροζ φόντο με κόκκινα γράμματα
Σημαίνον	Η οπτική διάταξη των χαρακτήρων στον κήπο και ο τίτλος με τα νευρικά χειρόγραφα γράμματα
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Το φουλάρι ως δείκτης αποξένωσης, η εγκυμοσύνη της Μεί ως όπλο διεκδίκησης, η φθαρμένη μορφή του πατέρα
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος υποδηλώνει την υπαρξιακή πάλη, τη λύσσα για επιβίωση και τη διεκδίκησή της εντός του οικογενειακού ιστού
Γλωσσικό μήνυμα	Επιτελεί λειτουργία αγκύρωσης, μετατρέποντας την οικογενειακή φωτογραφία σε ένα πεδίο επικείμενης μάχης
Χρώμα	Κόκκινο και Ροζ (έντονη αντίθεση / διέγερση προσοχής / πάθος), Πράσινο γκαζόν (αντίθεση φόντου και χαρακτήρων)
Εντροπία	Μεσαία προς υψηλή, η μοντέρνα αισθητική και η επανάληψη της φιγούρας της Μάγκι απαιτούν προσπάθεια αποκωδικοποίησης
«Μύθος»	Η ιδεολογική αποδόμηση της αστικής οικογένειας, αποκαλύπτοντας τη σήψη πίσω από την απατηλή κοινωνική βιτρίνα
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο δέκτης καλείται να συνδέσει τις προσωπικές του εμπειρίες και αξίες με τις σκοτεινές πτυχές των ηρώων
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Χαρακτήρες – Κήπος – Πράσινο γκαζόν – Τετραπλή Μάγκι – Ροζ/ Κόκκινο –

	Νευρικά γράμματα
Μεταφορά	Η διάταξη των ηρώων ως μια οικογενειακή φωτογραφία που κρύβει ένα πεδίο μάχης
Μετωνυμία	Τα κλειστά μάτια του Μπρικ αντι της πλήρους συναισθηματικής αδιαφορίας και άρνησης της πραγματικότητας

4.10 Ανάλυση επιλεγμένης αφίσας για την καλλιτεχνική περίοδο 2024-2025



ΕΙΚΟΝΑ 18 : Επιλεγόμενη αφίσα για την καλλιτεχνική περίοδο 2024-2025, «ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΑΝΝΕΤΑ»

ΠΗΓΗ : Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, εικονικό μουσείο

Λίγα λόγια για την παράσταση

Το ρομαντικό δράμα «ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΑΝΝΕΤΑ» (1945) του Ζαν Ανούιγ εστιάζει στον Ρωμαίο, έναν ευγενή νέο, ο οποίος επισκέπτεται με τη μητέρα του το πατρικό σπίτι της αρραβωνιαστικιάς του, Τζούλιας. Εκεί έρχεται σε επαφή με ένα δυσλειτουργικό περιβάλλον: τον εγωκεντρικό πατέρα, τον αλκοολικό αδελφό Λουκιανό και τη μικρότερη αδελφή, Αννέτα, η οποία ζει ως ελεύθερο πνεύμα μακριά από κοινωνικές συμβάσεις. Παρά την αντιπάθεια των οικογενειών, ο Ρωμαίος και η Αννέτα ερωτεύονται παράφορα και, αρνούμενοι να ζήσουν μια συμβατική και δυστυχημένη ζωή, επιλέγουν τελικά να πεθάνουν μαζί (Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Κουλτουρόσουπα, 2024. «Ρωμαίος και Ανέττα» Ένα ρομαντικό δράμα που μας άγγιξε αλλά δεν μας συγκίνησε. Είδαμε & σχολιάζουμε, Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Fractal, 2024. «Ρωμαίος και Αννέτα» του Ζαν Ανούιγ στο «Μικρό» της Μονής Λαζαριστών, από το Κ.Θ.Β.Ε. σε σκηνοθεσία της Άννας Φόνσου).

Σημειολογική ανάλυση μηνύματος «ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΑΝΝΕΤΑ» (ΚΘΒΕ)

Στην εικαστική σύνθεση για την παράσταση του έργου «ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΑΝΝΕΤΑ» του ΚΘΒΕ, την καλλιτεχνική επιμέλεια της οποίας υπογράφει ο γραφίστας Mike Rafail, αναπτύσσεται μια συγκροτημένη δομική συνύπαρξη του γλωσσικού και του εικονικού μηνύματος. Τα γλωσσικά μηνύματα επιτελούν διττή λειτουργία, καθώς, σύμφωνα με τη σημειωτική προσέγγιση του Roland Barthes (2007:41-43), εισάγουν τη λειτουργία της «αγκύρωσης»: αφενός διευκολύνουν τον ενορατικό εντοπισμό του συμβολισμού της εικόνας, αφετέρου συμβάλλουν στην αναγνώριση και διασάφηση του κεντρικού νοηματικού άξονα του δράματος. Μέσα από τη μορφολογική οργάνωση της επιφάνειας, το επικοινωνιακό έντυπο δύναται να καθηλώσει την προσοχή του δέκτη, επηρεάζοντας τον χρόνο επεξεργασίας του μηνύματος. Συνεπώς, ο τρόπος με τον οποίο δομείται η σύνθεση τείνει να καθιστά το μήνυμα κατανοητό και τα επιμέρους στοιχεία ευανάγνωστα (University of Liverpool, 2012:3). Το οπτικό δοκίμιο διαρθρώνεται σε δύο κύρια επίπεδα με φόντο το μπλε της θάλασσας, τα οποία λειτουργούν συμπληρωματικά προκειμένου να αποδοθεί η κεντρική ιδέα του δράματος.

Η συνολική οπτική οργάνωση του εντύπου χαρακτηρίζεται από μεσαία προς υψηλή εντροπία και χαμηλή προβλεπτικότητα. Η αφηρημένη και ιδιαίτερη διάταξη των

επιπέδων, σε συνάρτηση με την πλήρη έλλειψη βλεμματικής επαφής μεταξύ των χαρακτήρων, αυξάνει τον πληροφοριακό θόρυβο κατά την πρώτη επαφή. Εάν ο θεατής δεν διαθέτει πρότερη γνώση της θεατρικής υπόθεσης και του κοινωνικού προβληματισμού του έργου του Ζαν Ανούιγ, τεκμαίρεται ότι θα περιοριστεί αποκλειστικά στο κυριολεκτικό επίπεδο της καταδήλωσης, αδυνατώντας να εισπράξει άμεσα τον λανθάνοντα, σκοτεινό συμβολισμό της σύνθεσης.

Στο πρώτο επίπεδο αποτυπώνεται το γλωσσικό μήνυμα, όπου ο τίτλος της παράστασης μορφοποιείται με έντονη χειρόγραφη γραμματοσειρά σε κεφαλαία γράμματα. Ο τίτλος συνιστά το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον της ζώνης, φέροντας υψηλό οπτικό βάρος στην επιφάνεια. Ακολουθεί στα αριστερά το όνομα του σκηνοθέτη με μικρή γραμματοσειρά, ενώ στο κέντρο ακριβώς εκδιπλώνεται το όνομα του συγγραφέα με μεγάλα άτονα γράμματα. Δεξιά εγγράφεται το λογότυπο του ΚΘΒΕ, επιτελώντας θεσμική λειτουργία, και κάτω ακριβώς δίνονται πληροφορίες για τον τόπο και την ημερομηνία πραγματοποίησης των παραστάσεων. Όλα τα λεκτικά μηνύματα του πρώτου επιπέδου παρουσιάζονται με λευκό χρώμα και φέρουν σχεδιαστικά σπασίματα. Τεκμαίρεται ότι η υφή της γραμματοσειράς με τις εν λόγω ρωγμές αναδεικνύει μια τραχύτητα, τα χαρακτηριστικά της οποίας εναρμονίζονται με το δραματικό περιεχόμενο του έργου. Η υφή των γραμμάτων στην εικαστική σύνθεση, σε οργανικό συνδυασμό με τα υπόλοιπα συστατικά της, δύναται να μεταφέρει ποικίλα συναισθήματα και νοηματικά φορτία. Συνεπώς, η επιλογή αυτή ενισχύει τη σημειωτική δυναμική των λεκτικών στοιχείων, ενδυναμώνοντας το επικοινωνιακό μήνυμα και προκαλώντας τη συγκινησιακή ανταπόκριση του δέκτη (Poulin, 2011:72-73).

Στο δεύτερο επίπεδο εκδιπλώνεται το εικονικό μήνυμα της αφίσας με τις μορφές των ηθοποιών, οι οποίοι ενσαρκώνουν τους κεντρικούς ήρωες. Στο επίπεδο της καταδήλωσης, οι χαρακτήρες εμφανίζονται τοποθετημένοι επάνω σε μια προβλήτα στη θάλασσα. Η οπτική αυτή διάταξη συνιστά ένα ισχυρό εικονογραφικό σημαίνον, το οποίο επιβεβαιώνει τη μεσαία προς υψηλή εντροπία της σύνθεσης. Η Αννέτα αποτυπώνεται με λευκό νυφικό ένδυμα και εκτείνει το χέρι της προς τον πατέρα της. Ενώ το νυφικό παραδοσιακά σχετίζεται με την έννοια της αγνότητας και της συζυγικής ένωσης, στην προκειμένη επιφάνεια, στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η επιλογή του λευκού ενδύματος δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική αναπαράσταση της ένωσης των εραστών μετά τον θάνατο, δεδομένου ότι η ένωσή

τους στη ζωή καθίσταται αδύνατη. Ο πατέρας, φορώντας γκρι κοστούμι με μπλε πουκάμισο, αποστρέφει το βλέμμα του. Η συγκεκριμένη σωματική στάση λειτουργεί ως οπτικός ενδείκτης που συμπαραδηλώνει τη συναισθηματική αποστασιοποίηση, την αδιαφορία και την εγκατάλειψη της Αννέτας στη μοίρα της. Ο Ρωμαίος, ενδεδυμένος με λευκά ρούχα, στέκεται μπροστά από την Αννέτα. Η οπτική αυτή διάταξη τείνει να αποδώσει μια τραγική ηρεμία, η οποία στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως αποδοχή της θυσίας ως μοναδικού τρόπου πραγμάτωσης του έρωτά τους.

Αριστερά από την κεντρική μορφή της Αννέτας μορφοποιείται η Τζούλια, φέροντας κομψό μπλε φόρεμα με μαντήλι στον λαιμό. Ο ενδυματολογικός αυτός κώδικας μεταφέρει σημειωτικά την έννοια της κοινωνικής ευπρέπειας και της σταθερής, συμβατικής ζωής την οποία απορρίπτει ο Ρωμαίος. Αριστερά από την Τζούλια τοποθετείται ο Φρέντερικ, ο οποίος φέρει κοστούμι σε μπλε απόχρωση. Η σωματική του στάση λειτουργεί ως οπτικός ενδείκτης που υποδηλώνει μια κατάσταση απόστασης και απομάκρυνσης, παρά τη φυσική του παρουσία στον χώρο. Η μητέρα του Ρωμαίου στέκεται ακριβώς πίσω από τον πατέρα της Αννέτας, έχοντας γυρισμένη την πλάτη και φορώντας μπλε φόρεμα. Η μορφολογική αυτή οργάνωση παράγει σημαινόμενα που σχετίζονται με την αστική τάξη, την τυπική ευπρέπεια, αλλά και την άκαμπτη ηθική που επιχειρεί να επιβάλει.

Στην εικαστική σύνθεση διαπιστώνεται στο επίπεδο της καταδήλωσης η πλήρης απουσία βλεμματικής επαφής μεταξύ των προσώπων. Σε συνάρτηση με τη μεσαία προς υψηλή εντροπία του μηνύματος, η συγκεκριμένη επιλογή λειτουργεί ως ισχυρός οπτικός κώδικας που συμπαραδηλώνει το βαθύ ψυχολογικό χάσμα, την έλλειψη ουσιαστικής επικοινωνίας και την αποξένωση ανάμεσα στους ήρωες, οι οποίοι εμφανίζονται μόνοι τους, ακόμη και αν βρίσκονται στον ίδιο χώρο. Το γεγονός ότι το ερωτευμένο ζευγάρι, αντί να κοιτάζει ο ένας τον άλλο, στρέφει το βλέμμα προς το άπειρο, δύναται να ερμηνευθεί σημειωτικά ως οπτική αναπαράσταση της προσωπικής απόγνωσης και μιας κοινής πορείας προς την αυτοκαταστροφή. Το μπλε χρώμα της θάλασσας κυριαρχεί και στα δύο επίπεδα. Στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης, η επιλογή αυτή παράγει σημαινόμενα που σχετίζονται με τη θάλασσα, τον ουρανό και το άπειρο (Kandinsky, 1981:105-106; Κοζάκου – Τσιάρα, 2006:56; Arntson, 2011:137). Η ήρεμη θάλασσα υποδηλώνει σημειωτικά το άπειρο και την ελευθερία. Το γεγονός ότι η πλειονότητα των χαρακτήρων φέρει ενδύματα σε μπλε αποχρώσεις

συνιστά έναν ενιαίο οπτικό κώδικα, ο οποίος τείνει να υποδηλώσει ότι οι ήρωες εμφανίζονται ήδη «βυθισμένοι» στο στοιχείο εκείνο που πρόκειται να οδηγήσει στον υπαρξιακό τους αφανισμό.

Στο σημείο αυτό αναγνωρίζεται η εφαρμογή του δυαδικού συστήματος του Ferdinand de Saussure (1916:65-67). Το σημαίνον, δηλαδή το υλικό οπτικό σημείο στο επίπεδο της καταδήλωσης, συγκροτείται από τη σύνθεση των ηρώων επάνω στην προβλήτα. Αντίστοιχα, η οπτική αυτή διάταξη καθοδηγεί τον δέκτη στο σημαινόμενο, την αφηρημένη δηλαδή έννοια και την ψυχική αναπαράσταση που εγγράφεται στο συνειδητό του. Λόγω της μεσαίας προς υψηλής εντροπίας του εντύπου, το σημαινόμενο αυτό δύναται να σχετιστεί σημειωτικά με το κοινωνικό χάσμα, την υπαρξιακή απομόνωση και το τραγικό πεπρωμένο. Παράλληλα, βάσει της τριαδικής θεωρίας του Charles Sanders Peirce (όπως αναφέρεται στο Κοζάκου – Τσιάρα, 2006: 42-45), η εικόνα μετουσιώνεται σε σημείο, το οποίο συνδέεται με το αντικείμενό του μέσω εδραιωμένων πολιτισμικών συμβάσεων. Τα σημειωτικά στοιχεία αναγνωρίζονται δομικά: η φωτογραφική αποτύπωση των ηθοποιών λειτουργεί ως εικόνα λόγω της φυσικής της ομοιότητας με τα αντικείμενα αναφοράς. Ταυτόχρονα, η αποστροφή του βλέμματος του πατέρα ορίζεται ως ενδείκτης που μαρτυρά την αδιαφορία και την εγκατάλειψη, ενώ τα σχεδιαστικά σπασίματα στα γράμματα λειτουργούν στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης ως σύμβολα της εσωτερικής τραχύτητας και του επικείμενου ψυχικού θρυμματισμού.

Καθοριστική για την αποκωδικοποίηση της σύνθεσης αναγνωρίζεται παράλληλα η θεωρητική συμβολή του Roland Barthes (2007:41-43), ιδιαίτερα μέσω της λειτουργίας της «αγκύρωσης». Το γλωσσικό μήνυμα του τίτλου παρεμβαίνει δομικά προκειμένου να περιορίσει την πολυσημία της εικόνας, καθοδηγώντας τον δέκτη ανάμεσα στα διάφορα πιθανά νοήματα. Με τον τρόπο αυτό, σταθεροποιείται η σχέση ανάμεσα στο επίπεδο της καταδήλωσης (η κυριολεκτική αναπαράσταση των προσώπων επάνω στην προβλήτα) και στο επίπεδο της συμπαραδήλωσης (η κοινή πορεία προς την αυτοκαταστροφή), προδιαθέτοντας τον θεατή για το επικοινωνιακό μήνυμα της παράστασης.

Στο τρίτο επίπεδο (κατώτερη ζώνη πληροφοριών), αριστερά δίνονται πληροφορίες για την προπώληση των εισιτηρίων και δεξιά αναγράφεται ο ιστότοπος του ΚΘΒΕ

και η καλλιτεχνική περίοδος. Στο κάτω μέρος της επιφάνειας αποτυπώνονται οι χορηγοί της παράστασης, ολοκληρώνοντας τη θεσμική της ταυτότητα.

Συνοψίζοντας, βάσει της σημειωτικής ανάλυσης, το λεκτικό στοιχείο του τίτλου «ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΑΝΝΕΤΑ» λειτουργεί ως το κεντρικό γλωσσικό σημαίνον στην επιφάνεια της αφίσας. Σε επίπεδο συμπαραδηλωτικής ερμηνείας, το σημαίνον αυτό παράγει έντονα σημαινόμενα, τα οποία τείνουν να συσχετιστούν με τον απόλυτο έρωτα, την τραγικότητα, το υπαρξιακό αδιέξοδο, την υπέρβαση και την κατηγορηματική άρνηση κάθε κοινωνικού συμβιβασμού. Συνολικά, το οπτικό και το γλωσσικό αυτό μήνυμα, σε άμεση συνάρτηση με τη μεσαία προς υψηλή εντροπία της σύνθεσης, συμπυκνώνει τον κεντρικό θεματικό πυρήνα του έργου. Μέσα από τη δομική αλληλεπίδραση των σχημάτων, αναδεικνύεται η θεωρητική παραδοχή ότι η επιδίωξη της απόλυτης ελευθερίας στον έρωτα δύναται να λειτουργήσει συγκρουσιακά απέναντι σε ένα κοινωνικό περιβάλλον που απαιτεί ψυχρή λογική και μετριότητα (Barthes, 2007:36).

Πίνακας 10. Συνοπτική σημειολογική ανάλυση μηνύματος ΚΘΒΕ («ΡΩΜΑΙΟΣ ΚΑΙ ΑΝΝΕΤΑ»)

Σημειωτικός άξονας	Ανάλυση Στοιχείων Αφίσας
Κώδικας	Εικονικός, λεκτικός, χρωματικός
Σύμβολο	Λευκό νυφικό ένδυμα (επίπεδο συμπαραδήλωσης που παραπέμπει στην ένωση των εραστών μετά τον θάνατο και την απόρριψη των κοινωνικών συμβάσεων). Αποστροφή βλέμματος του πατέρα (ενδείκτης που μαρτυρά τη συναισθηματική αποστασιοποίηση, την αδιαφορία και την εγκατάλειψη). Σχεδιαστικά σπασίματα στα γράμματα (σύμβολο της εσωτερικής τραχύτητας, του φόβου και του ψυχικού κλονισμού).
Καταδήλωση	Οι ηθοποιοί πάνω σε προβλήτα στη θάλασσα. Αννέτα με άσπρο νυφικό να

	απλώνει το χέρι. Πατέρας με γκρι κουστούμι και μπλε πουκάμισο με αποστρεμμένο βλέμμα. Ρωμαίος ντυμένος στα λευκά. Τζούλια με μπλε φόρεμα με μαντήλι. Φρέντερικ με μπλε κουστούμι. Μητέρα με μπλε φόρεμα και γυρισμένη πλάτη. Μπλε φόντο θάλασσας με λευκά σπασμένα γράμματα
Σημαίνον	Η οπτική διάταξη των χαρακτήρων στην προβλήτα και ο τίτλος με τα έντονα λευκά χειρόγραφα γράμματα
Σημαινόμενο /Ενδείκτης	Η αποστροφή του βλέμματος του πατέρα ως ενδείκτης αδιαφορίας, το ντύσιμο της Τζούλιας ως ενδείκτης κοινωνικής ευπρέπειας, η ήρεμη θάλασσα ως οπτικό σημείο που παραπέμπει στο σημαινόμενο της ελευθερίας και του απείρου
Συμπαραδήλωση	Ο τίτλος και η μορφολογία της σύνθεσης τείνουν να συμπαραδηλώσουν τον απόλυτο έρωτα, την τραγικότητα της θυσίας και την άρνηση κάθε κοινωνικού συμβιβασμού
Γλωσσικό μήνυμα	Επιτελεί λειτουργία αγκύρωσης, συμπληρώνοντας την εικόνα και καθοδηγώντας τον δέκτη μακριά από την πολυσημία
Χρώμα	Μπλε (θάλασσα/ ουρανός αλλά και σύμβολο μελαγχολίας/ αφανισμού), Λευκό (αγνότητα / τραγική ηρεμία), Γκρι (σοβαρότητα / απάθεια)
Εντροπία	Μεσαία προς υψηλή, η έλλειψη επικοινωνίας των προσώπων και τα σπασμένα γράμματα απαιτούν

	προσπάθεια αποκωδικοποίησης
«Μύθος»	Η ιδεολογική παραδοχή ότι ο απόλυτος έρωτας συνιστά μια κραυγή ελευθερίας που συγκρούεται θανάσιμα με την αστική μετριότητα
Κωδικοποίηση «υψηλής ανάλυσης»	Ο δέκτης καλείται να συνδέσει τα ομοιόμορφα μπλε ενδύματα με το τραγικό πεπρωμένο της βύθισης των ηρώων
Σύνταγμα οπτικών σημαινόντων	Χαρακτήρες – Προβλήτα – Θάλασσα-Λευκό Νυφικό – Μπλε Ρούχα – Αποστροφή Βλέμματος – Σπασμένα Γράμματα
Μεταφορά	Η ήρεμη θάλασσα που περιβάλλει την προβλήτα ως το άπειρο και η απόλυτη ελευθερία των εραστών
Μετωνυμία	Η γυρισμένη πλάτη της μητέρας αντί της άκαμπτης ηθικής και της επιβολής των κανόνων της αστικής τάξης

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι αφίσες ως μέσο επικοινωνίας στις πολιτισμικές μονάδες : ανάλυση μηνύματος των αφισών για τις δράσεις του Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος (ΚΘΒΕ) για τα έτη 2015-2025

(N=100 άτομα)

Περιγραφική Ανάλυση

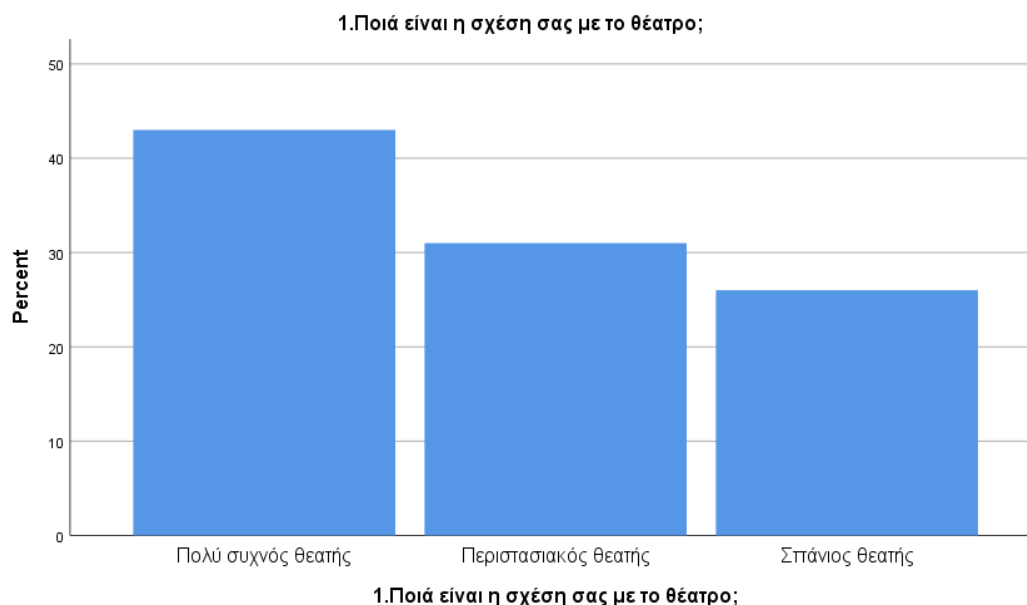
Ενότητα Α : Συνήθειες

Ερώτηση 1 Ποια είναι η σχέση σας με το θέατρο;

Η πρωτογενής διερεύνηση του προφίλ των συμμετεχόντων εστιάζει στην αποτύπωση της πολιτιστικής του εγκύτητας με το θεατρικό θεσμό. Σύμφωνα με τα συγκεντρωτικά δεδομένα το 43% του δείγματος αυτοπροσδιορίζεται ως «πολύ συχνός θεατής», παρακολουθώντας συστηματικά παραστάσεις παράλληλα το 31% δηλώνει περιστασιακή επαφή, ενώ το υπόλοιπο 26% αναφέρει σπάνια επίσκεψη σε θεατρικές σκηνές. Τα συγκεκριμένα ευρήματα αποδεικνύουν ότι η πλειονότητα των ανταποκρινομένων διατηρεί μία ενεργή και θετική προδιάθεση απέναντι στο θέατρο. Η υψηλή αυτή εξοικείωση κρίνεται μεθοδολογικά κρίσιμη για την αξιοπιστία της έρευνας, καθώς το δείγμα συγκροτείται από άτομα που διαθέτουν τα απαραίτητα αισθητικά φίλτρα για την αποκωδικοποίηση οπτικών μηνυμάτων. Στοιχείο που συνδέεται άμεσα με τη διερεύνηση του ΕΕ1 αναφορικά με την ικανότητα αναγνώρισης των σημειωτικών κωδίκων.

1. Ποιά είναι η σχέση σας με το θέατρο;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολύ συχνός θεατής	43	43,0	43,0	43,0
	Περιστασιακός θεατής	31	31,0	31,0	74,0
	Σπάνιος θεατής	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



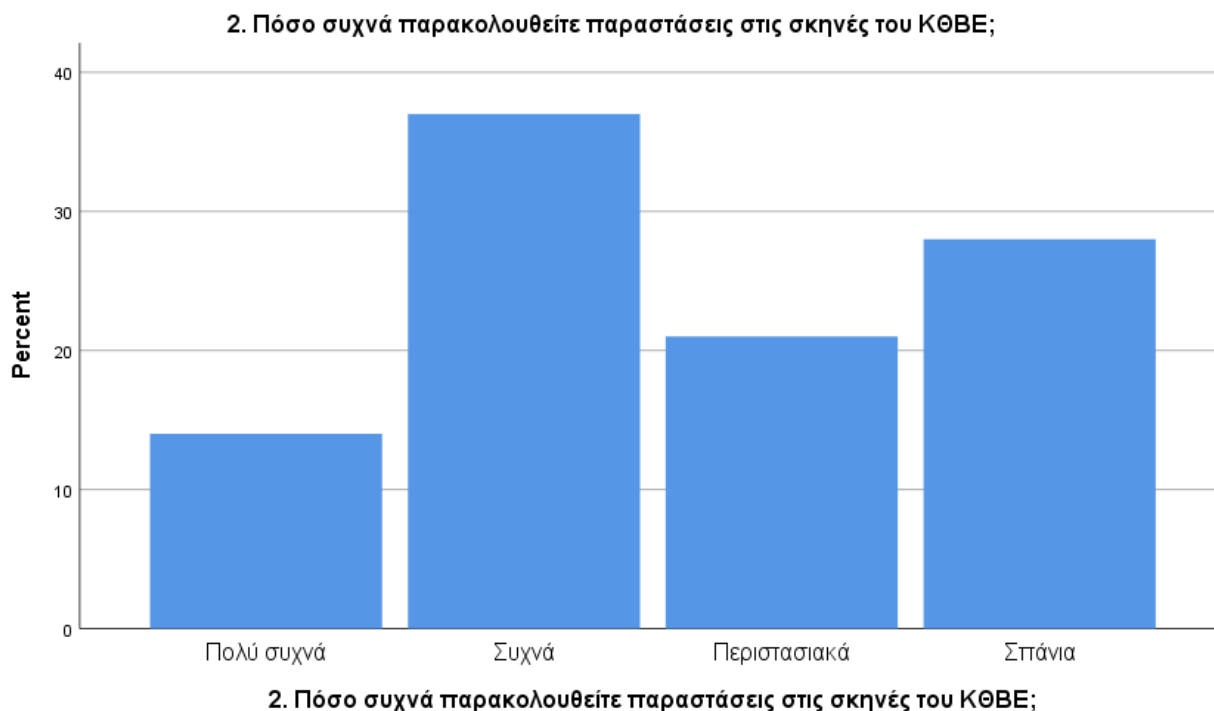
Ερώτηση 2 Πόσο συχνά παρακολουθείτε παραστάσεις στις σκηνές του ΚΘΒΕ;

Εξειδικεύοντας την έρευνα στο υπό εξέταση οργανισμό, επιχειρείται η χαρτογράφηση της πιστότητας του κοινού ειδικά απέναντι στο ΚΘΒΕ. Η στατιστική κατανομή αναδεικνύει ότι το 37% των συμμετεχόντων παρακολουθεί «συχνά» τις παραγωγές του ιδρύματος, ενώ ένα επιπλέον 14% εμφανίζει μέγιστη συχνότητα («πολύ συχνά»). Στον αντίποδα το 21% χαρακτηρίζεται από περιστασιακή προσέλευση και το 28% δηλώνει σπάνια επαφή. Το γεγονός ότι πάνω από το ήμισυ του δείγματος (51% αθροιστικά) διατηρεί τακτική και στενή επαφή με τις σκηνές του ΚΘΒΕ τεκμηριώνει την ισχυρή τοπική εμβέλεια του οργανισμού. Από σημειωτική άποψη η διαχρονική έκθεση των πολιτών στα επικοινωνιακά έντυπα του θεάτρου διευκολύνει την ανάπτυξη «οπτικών συνηθειών», ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα της εταιρικής εικόνας, στοιχείο που εισφέρει ουσιαστικά δεδομένα στην επίλυση του ΕΕ3 (Aaker, 2014:12).

2. Πόσο συχνά παρακολουθείτε παραστάσεις στις σκηνές του ΚΘΒΕ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολύ συχνά	14	14,0	14,0	14,0
	Συχνά	37	37,0	37,0	51,0
	Περιστασιακά	21	21,0	21,0	72,0

Σπάνια	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



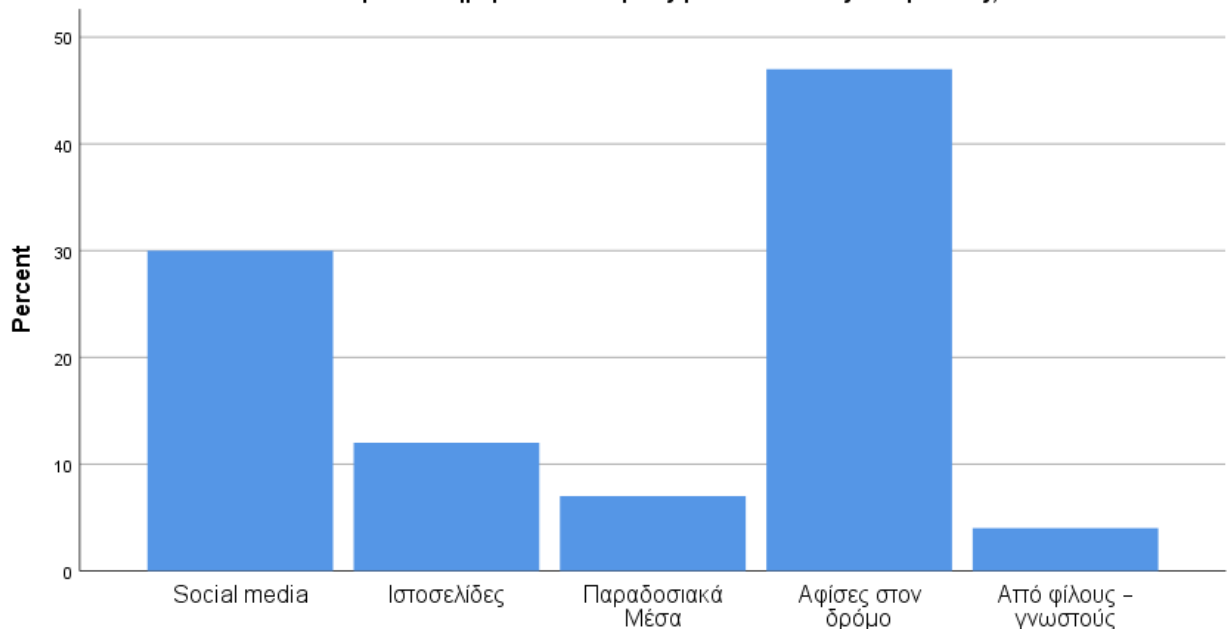
Ερώτηση 3 Από ποια μέσα ενημερώνεστε κυρίως για πολιτιστικές εκδηλώσεις;

Η χαρτογράφηση των καναλιών επικοινωνίας αναδεικνύει τον κυρίαρχο ρόλο της υπαίθριας διαφήμισης στην αστική καθημερινότητα. Το 47% των ερωτηθέντων δηλώνει ως κύριο μέσο ενημέρωσης τις αφίσες του δρόμου, εύρημα που επιβεβαιώνει τη διαχρονική δυναμική των έντυπων μέσων στον αστικό ιστό. Τα ψηφιακά περιβάλλοντα ακολουθούν με τα social media να συγκεντρώνουν το 30% και τις εξειδικευμένες ιστοσελίδες το 12%. Τα παραδοσιακά μέσα (έντυπος τύπος, ραδιόφωνο) περιορίζονται στο 7%, ενώ οι διαπροσωπικές σχέσεις (φίλοι/ γνωστοί) αγγίζουν το 4%. Η πρωτοκαθεδρία της αφίσας στο δρόμο δικαιολογεί απόλυτα τον μεθοδολογικό σχεδιασμό της διατριβής και προσφέρει ισχυρή απάντηση στο ΕΕ2, αποδεικνύοντας ότι ο σχεδιασμός της αφίσας αποτελεί την αιχμή του δόρατος για την επικοινωνιακή πολιτική του ΚΘΒΕ, καθώς λειτουργεί ως το βασικότερο σημείο επαφής μεταξύ του οργανισμού και των δυνητικών θεατών.

3. Από ποια μέσα ενημερώνεστε κυρίως για πολιτιστικές εκδηλώσεις;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Social media	30	30,0	30,0	30,0
	Ιστοσελίδες	12	12,0	12,0	42,0
	Παραδοσιακά Μέσα	7	7,0	7,0	49,0
	Αφίσες στον δρόμο	47	47,0	47,0	96,0
	Από φίλους – γνωστούς	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

3. Από ποια μέσα ενημερώνεστε κυρίως για πολιτιστικές εκδηλώσεις;



3. Από ποια μέσα ενημερώνεστε κυρίως για πολιτιστικές εκδηλώσεις;

Ενότητα Β : Αισθητική Αξιολόγηση Αφισών

Ερώτηση 4 Πόσο ελκυστικές σας φαίνονται οι αφίσες του ΚΘΒΕ;

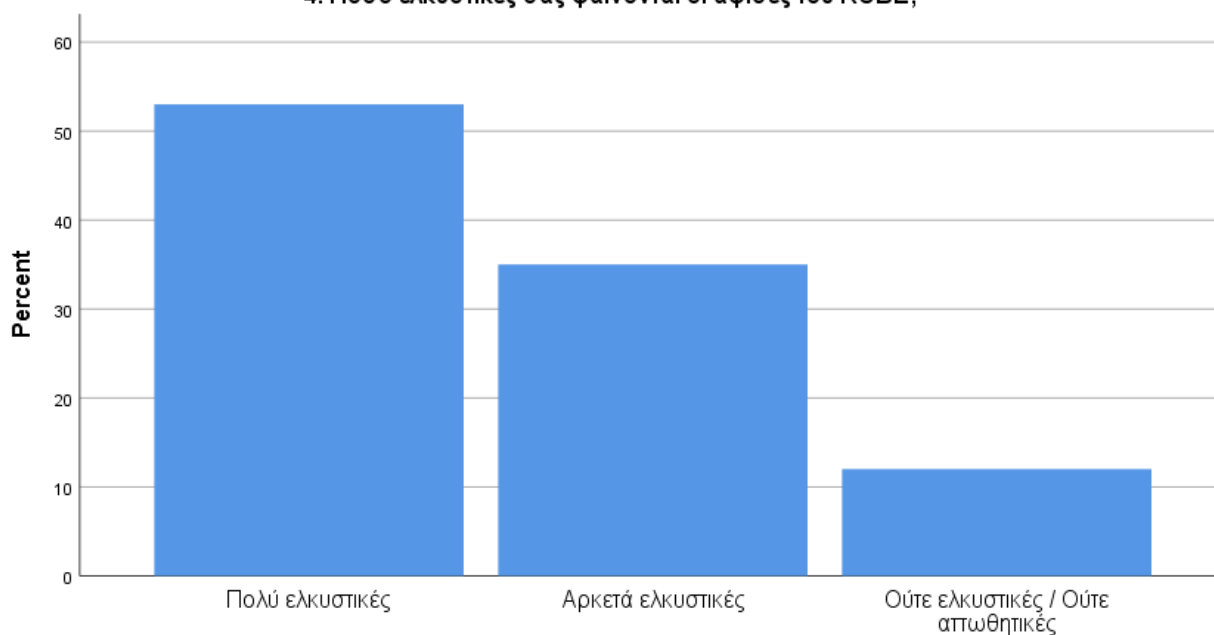
Η αισθητική πρόσληψη αποτελεί τον πρώτο πυλώνα της επικοινωνιακής αποτελεσματικότητας. Η πλειονότητα των συμμετεχόντων αξιολογεί θετικά το εικαστικό αποτέλεσμα, με το 53% να χαρακτηρίζει τις αφίσες «πολύ ελκυστικές» και το 35% «αρκετά ελκυστικές». Μόλις ένα 12% διατηρεί ουδέτερη ή αδιάφορη στάση. Η ευρεία αυτή αποδοχή (88% θετικές γνώμες) καταδεικνύει ότι ο γραφιστικός σχεδιασμός του ΚΘΒΕ επιτυγχάνει να ενεργοποιήσει το ενδιαφέρον του δέκτη. Σύμφωνα με τη θεωρία του Roland

Barthes (1977:36), η αισθητική εξέλιξη λειτουργεί ως ένας μηχανισμός «συμπαραδήλωσης», ο οποίος προδιαθέτει θετικά τον θεατή και τον προσκαλεί να εμβαθύνει στο περιεχόμενο του μηνύματος. Το εύρημα αυτό συνδέεται άμεσα με το ΕΕ1 καθώς η αισθητική ελκυστικότητα αποτελεί το πρώτο βήμα για την αναγνωρισιμότητα των οπτικών σημείων.

4. Πόσο ελκυστικές σας φαίνονται οι αφίσες του ΚΘΒΕ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολύ ελκυστικές	53	53,0	53,0	53,0
	Αρκετά ελκυστικές	35	35,0	35,0	88,0
	Ούτε ελκυστικές / Ούτε απωθητικές	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

4. Πόσο ελκυστικές σας φαίνονται οι αφίσες του ΚΘΒΕ;



4. Πόσο ελκυστικές σας φαίνονται οι αφίσες του ΚΘΒΕ;

Ενότητα Γ : Ταυτότητα και αναγνωρισιμότητα του ΚΘΒΕ

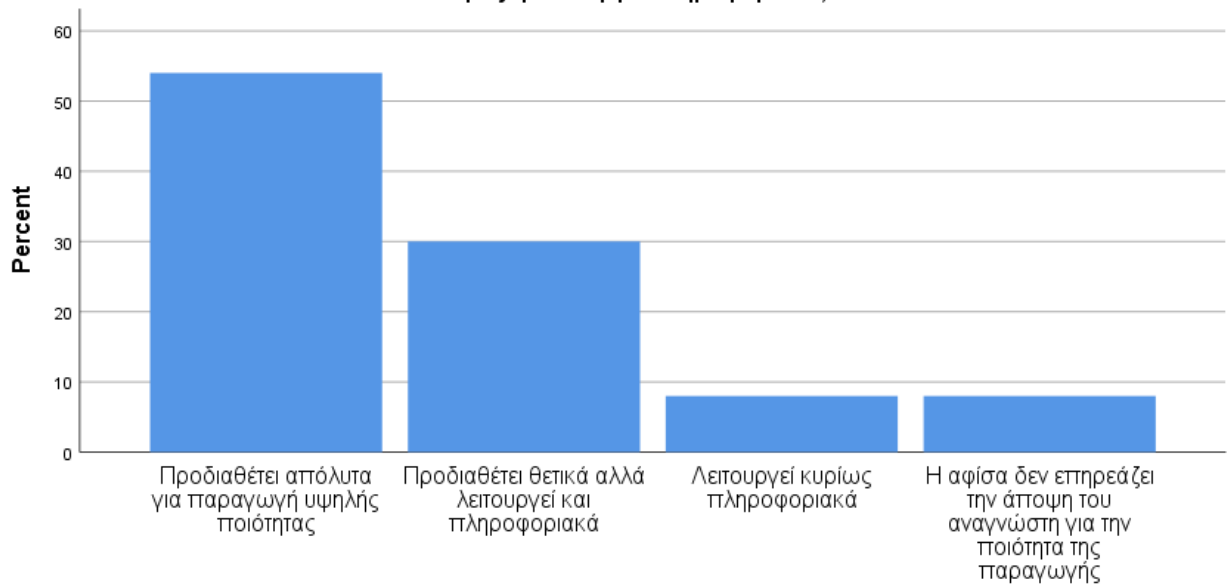
Ερώτηση 5 Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, η αισθητική τους σας προδιαθέτει για μία παραγωγή υψηλής ποιότητας ή λειτουργεί απλώς πληροφοριακά;

Η συγκεκριμένη ερώτηση εμβαθύνει στη σημειωτική λειτουργία της αφίσας, εξετάζοντας αν το έντυπο παράγει καλλιτεχνικό νόημα ή αν αναλώνεται σε μία χρηστική παράθεση στοιχείων. Το 54% δηλώνει ότι η αισθητική των εντύπων τους προδιαθέτει «απόλυτα» για μία παραγωγή υψηλής ποιότητας, ενώ το 30% απαντά «θετικά» και παράλληλα ότι λειτουργούν ως μέσο πληροφόρησης. Μόλις το 8% περιορίζει τη λειτουργία της αφίσας στο καθαρά πληροφοριακό επίπεδο, ενώ ένα αντίστοιχο 8% δηλώνει ότι δεν επηρεάζεται. Τα ευρήματα αυτά συνδέονται άμεσα με το ΕΕ2 και επιβεβαιώνουν τη θεωρία του Eco(1976:7) σχετικά με την αισθητική λειτουργία των σημείων. Η αφίσα του ΚΘΒΕ δεν αποτελεί ένα απλό πληροφοριακό εργαλείο, αλλά λειτουργεί ως ένα «αισθητικό κείμενο» που επικοινωνεί την καλλιτεχνική αξία και το κύρος του ίδιου του οργανισμού πριν από την έναρξη της παράστασης.

5. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, η αισθητική τους σας προδιαθέτει για παραγωγή υψηλής ποιότητας ή λειτουργεί πληροφοριακά;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Προδιαθέτει απόλυτα για παραγωγή υψηλής ποιότητας	54	54,0	54,0	54,0
	Προδιαθέτει θετικά αλλά λειτουργεί και πληροφοριακά	30	30,0	30,0	84,0
	Λειτουργεί κυρίως πληροφοριακά	8	8,0	8,0	92,0
	Η αφίσα δεν επηρεάζει την άποψη του αναγνώστη για την ποιότητα της παραγωγής	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

5. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, η αισθητική τους σας προδιαθέτει για παραγωγή υψηλής ποιότητας ή λειτουργεί πληροφοριακά;



5. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, η αισθητική τους σας προδιαθέτει για παραγωγή υψηλής ποιότητας ή λειτουργεί πληροφοριακά;

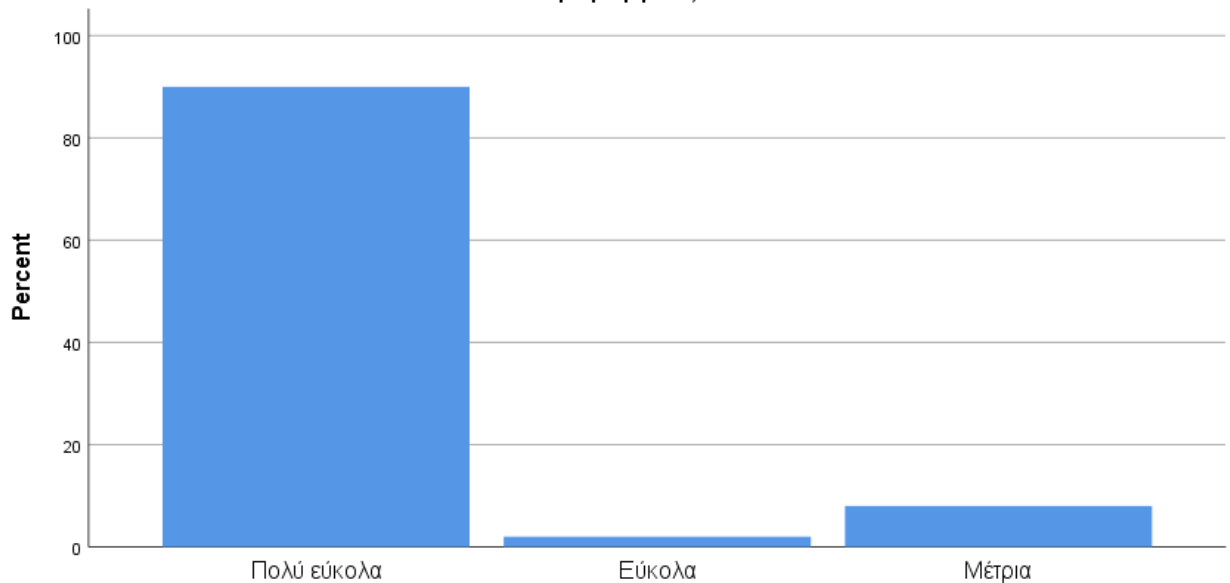
Ερώτηση 6 Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο εύκολο σας είναι να αναγνωρίσετε ότι πρόκειται για παραγωγή του;

Η ικανότητα άμεσης ταυτοποίησης αποτελεί το απόλυτο κριτήριο επιτυχίας μιας στρατηγικής branding. Η συντριπτική πλειονότητα του δείγματος, σε ποσοστό 90%, δηλώνει ότι είναι «πάρα πολύ εύκολο» να αναγνωρίσει την πατρότητα της αφίσας, επιβεβαιώνοντας την ύπαρξη μιας εξαιρετικά ισχυρής και αναγνωρίσιμης οπτικής ταυτότητας. Το εύρημα αυτό προσφέρει μια ξεκάθαρη θετική απάντηση στο ΕΕ1 και στο ΕΕ3. Όπως επισημαίνει ο Chandler (2017:5), η σταθερή επανάληψη συγκεκριμένων οπτικών κωδίκων δημιουργεί ένα συμπαγές σημειωτικό σύστημα. Το ΚΘΒΕ έχει επιτύχει να εγγράψει στο υποσυνείδητο του κοινού μια συγκεκριμένη σχεδιαστική φιλοσοφία, επιτρέποντας την ακαριαία ταυτοποίηση του οργανισμού μέσα στο πολυδιάσπαστο οπτικό περιβάλλον της πόλης.

6. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο εύκολο σας είναι να αναγνωρίσετε ότι πρόκειται για παραγωγή του;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολύ εύκολα	90	90,0	90,0	90,0
	Εύκολα	2	2,0	2,0	92,0
	Μέτρια	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

6. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο εύκολο σας είναι να αναγνωρίσετε ότι πρόκειται για παραγωγή του;



6. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο εύκολο σας είναι να αναγνωρίσετε ότι πρόκειται για παραγωγή του;

Ενότητα Δ : Στρατηγική επικοινωνίας και Branding

Ερώτηση 7 Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι έχουν μία ενιαία οπτική ταυτότητα που τις κάνει να ξεχωρίζουν;

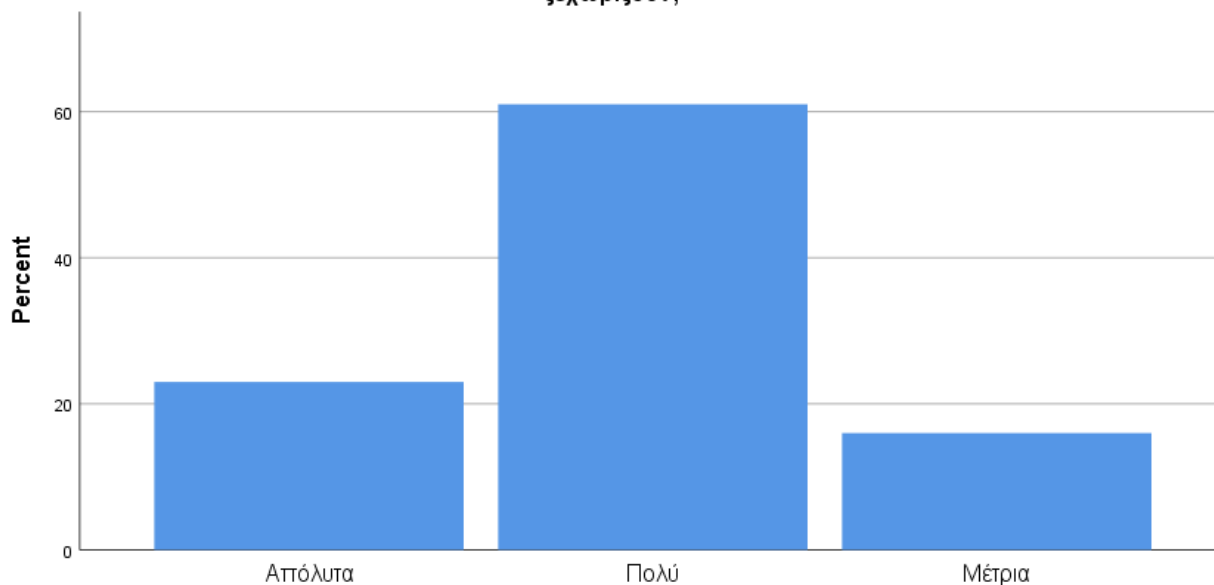
Η διερεύνηση της ομοιογένειας του σχεδιασμού επιβεβαιώνει τη συνοχή της εταιρικής εικόνας. Το 61% των συμμετεχόντων θεωρεί «σε πολύ μεγάλο βαθμό» ότι οι αφίσες διαθέτουν ενιαία οπτική ταυτότητα που τις διαφοροποιεί, ενώ το 23% το πιστεύει «απόλυτα». Μόλις το 16% τηρεί ουδέτερη στάση. Η

καθολική αυτή αναγνώριση (84% αθροιστικά) απαντά ευθέως στο ΕΕ3. Σύμφωνα με το μοντέλο του Karferer(2012:151) για το «πρίσμα της ταυτότητας του brand, η ύπαρξη μιας συνεπούς οπτικής γλώσσας αποτελεί την εξωτερική εκδήλωση της προσωπικότητας του οργανισμού. Το ΚΘΒΕ διαφοροποιείται επιτυχώς από τα υπόλοιπα θεατρικά σχήματα της Θεσσαλονίκης, καθιστώντας το branding του έναν ισχυρό παράγοντα πολιτιστικής ανωτερότητας.

7. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι έχουν μία ενιαία οπτική ταυτότητα, που τις κάνει να ξεχωρίζουν;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απόλυτα	23	23,0	23,0	23,0
	Πολύ	61	61,0	61,0	84,0
	Μέτρια	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

7. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι έχουν μία ενιαία οπτική ταυτότητα, που τις κάνει να ξεχωρίζουν;



7. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι έχουν μία ενιαία οπτική ταυτότητα, που τις κάνει να ξεχωρίζουν;

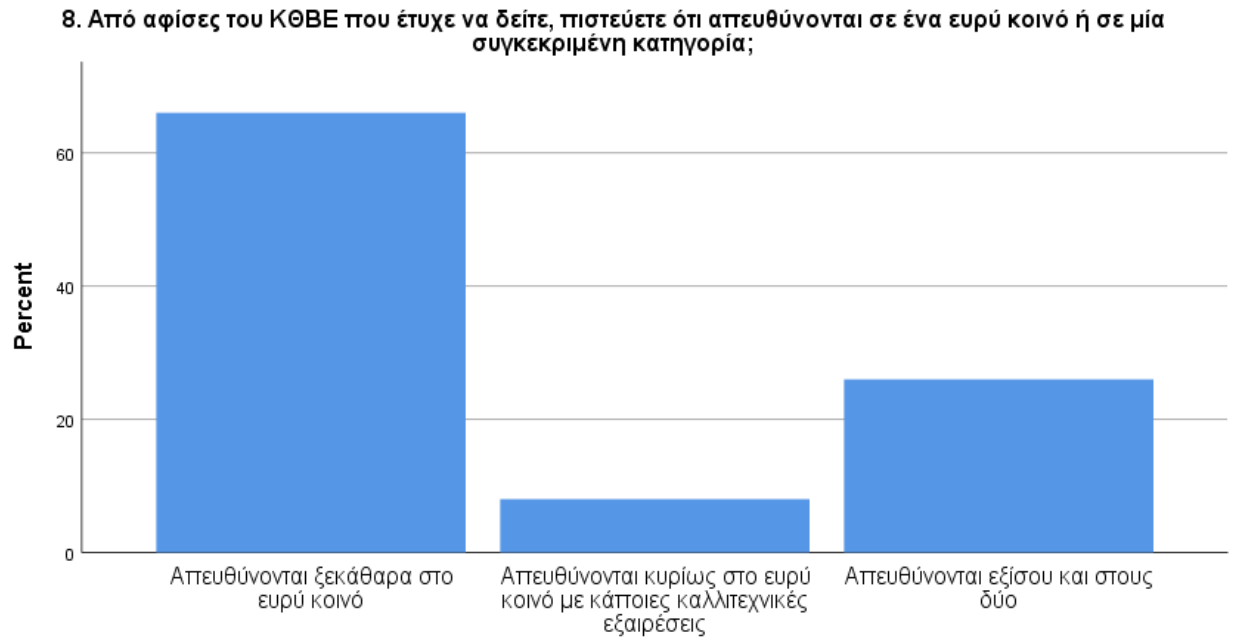
Ενότητα Ε : Στόχευση κοινού και Στρατηγική επικοινωνίας

Ερώτηση 8 Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό ή σε μία συγκεκριμένη κατηγορία;

Η ισορροπία μεταξύ της καλλιτεχνικής ελιτίστικης φύσης του θεάτρου και της ανάγκης για μαζική προσέλκυση αποτελεί κεντρικό ζητούμενο της επικοινωνίας. Το 66% των ερωτηθέντων απαντά ότι οι αφίσες του ΚΘΒΕ απευθύνονται «ξεκάθαρα στο ευρύ κοινό», ενώ το 26% θεωρεί πως οι αφίσες στοχεύουν και στους δύο (δηλαδή τόσο στο ευρύ κοινό όσο και σε ένα πιο εξειδικευμένο/ καλλιτεχνικό κοινό). Μόλις το 8% θεωρεί ότι απευθύνονται κυρίως στο ευρύ κοινό με κάποιες εξαιρέσεις. Τα δεδομένα αυτά συνδέονται άμεσα με το ΕΕ2 και αποδεικνύουν ότι η στρατηγική του οργανισμού είναι επιτυχώς πολυσυλλεκτική. Παρά τη χρήση σύγχρονων, αφηρημένων και σημειωτικά σύνθετων εικαστικών κωδίκων, ο σχεδιασμός αποφεύγει τον ελιτισμό και παραμένει προσβάσιμος και ελκυστικός για τη μάζα, εξυπηρετώντας ιδανικά τον κοινωνικό και εκδημοκρατικό ρόλο ενός κρατικού πολιτιστικού φορέα.

8. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό ή σε μία συγκεκριμένη κατηγορία;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απευθύνονται ξεκάθαρα στο ευρύ κοινό	66	66,0	66,0	66,0
	Απευθύνονται κυρίως στο ευρύ κοινό με κάποιες καλλιτεχνικές εξαιρέσεις	8	8,0	8,0	74,0
	Απευθύνονται εξίσου και στους δύο	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



8. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό ή σε μία συγκεκριμένη κατηγορία;

Ενότητα ΣΤ : Ανάλυση μηνύματος και Σημειολογία

Ερώτηση 9 Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι αυτές είναι «εύκολα» αναγνώσιμες από το ευρύ κοινό;

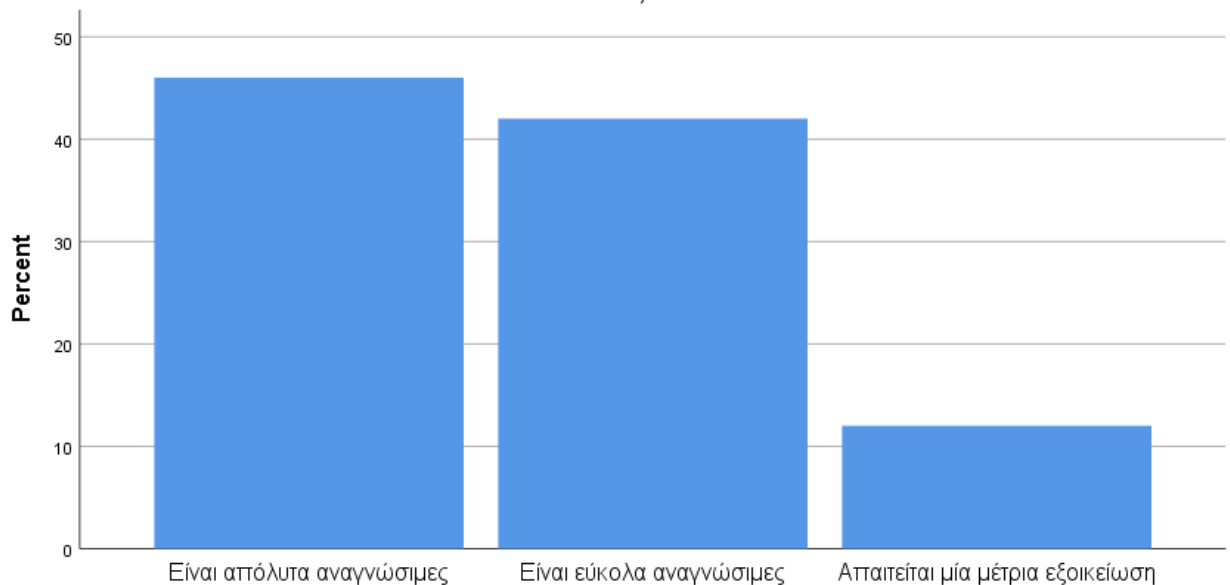
Η αποκωδικοποίηση των οπτικών μηνυμάτων αποτελεί βαρόμετρο για την επικοινωνιακή επιτυχία των εντύπων. Το 46% του δείγματος θεωρεί ότι οι αφίσες είναι «απόλυτα αναγνώσιμες» από το ευρύ κοινό, ενώ το 42% τις χαρακτηρίζει «εύκολα αναγνώσιμες». Αντίθετα, μόλις ένα 12% επισημαίνει ότι απαιτείται μια μέτρια εξοικείωση. Τα αποτελέσματα αυτά (88% θετικές αποκρίσεις) συνδέονται άμεσα με το ΕΕ1, αποδεικνύοντας ότι η σημειωτική δομή των αφισών του ΚΘΒΕ διαθέτει υψηλή αναγνωσιμότητα. Όπως αναφέρει ο Chandler (2017:5), ένα επιτυχημένο σύστημα σημείων εξισορροπεί την καλλιτεχνική πρωτοτυπία με τη σαφήνεια, επιτρέποντας στο μέσο δέκτη να προσλάβει το κεντρικό νόημα χωρίς να αποθαρρύνεται από την αφηρημένη εικαστική γλώσσα

9. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι αυτές είναι «εύκολα» αναγνώσιμες από το ευρύ κοινό;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Είναι απόλυτα αναγνώσιμες	46	46,0	46,0	46,0
	Είναι εύκολα αναγνώσιμες	42	42,0	42,0	88,0

Απαιτείται μία μέτρια εξοικείωση	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

9. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι αυτές είναι «εύκολα» αναγνώσιμες από το ευρύ κοινό;



9. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι αυτές είναι «εύκολα» αναγνώσιμες από το ευρύ κοινό;

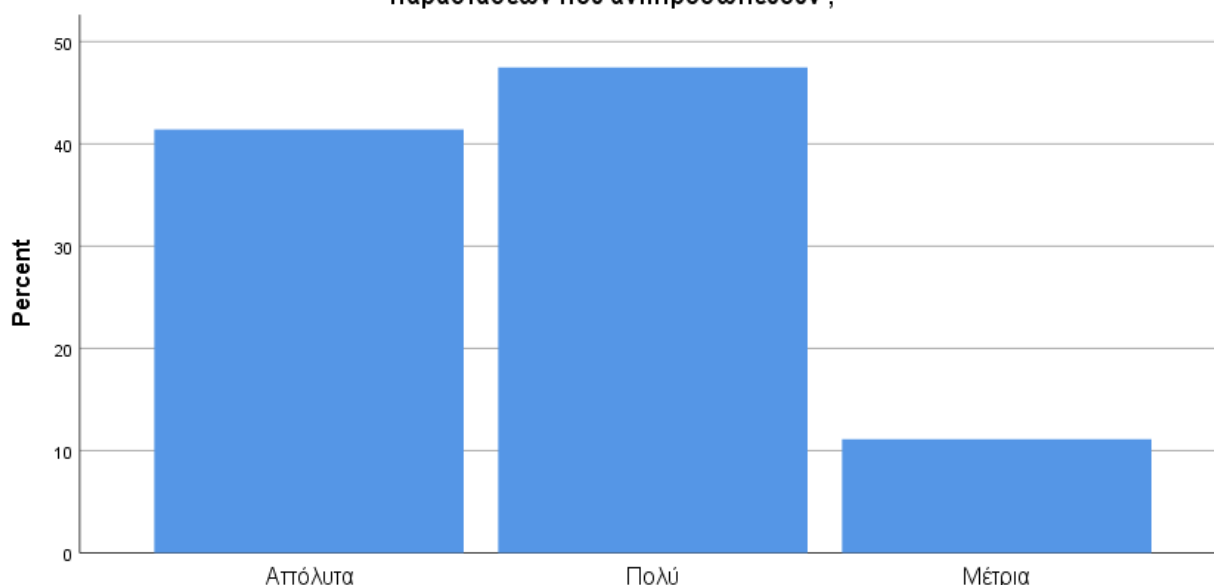
Ερώτηση 10 Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο πιστεύετε ότι αντικατοπτρίζεται σε αυτές το ύφος των παραστάσεων που αντιπροσωπεύουν ;

Η σημειωτική σχέση μεταξύ της αφίσας και της θεατρικής παράστασης εξετάζει τη λειτουργία της «αγκύρωσης» του νοήματος. Το 47,5% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι το ύφος αντικατοπτρίζεται «σε πολύ μεγάλο βαθμό» και το 41,4% «σε απόλυτο βαθμό», ενώ το υπόλοιπο 11,1% απαντά «σε μέτριο βαθμό». Η ισχυρή αυτή συμφωνία (88,9% αθροιστικά) προσφέρει απάντηση στο ΕΕ2. Σύμφωνα με τη σημειολογία του Barthes (1977:36), η αφίσα λειτουργεί ως οπτικός προάγγελος του έργου. Το ΚΘΒΕ επιτυγχάνει να μεταφέρει την ατμόσφαιρα, το συναίσθημα και την αισθητική της σκηνης επάνω στη στατιστική επιφάνεια του χαρτιού, καθιστώντας την αφίσα έναν αξιόπιστο καθρέφτη της καλλιτεχνικής παραγωγής.

10. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο πιστεύετε ότι αντικατοπτρίζεται σε αυτές το ύφος των παραστάσεων που αντιπροσωπεύουν ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απόλυτα	41	41,0	41,4	41,4
	Πολύ	47	47,0	47,5	88,9
	Μέτρια	11	11,0	11,1	100,0
	Total	99	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		100	100,0		

10. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο πιστεύετε ότι αντικατοπτρίζεται σε αυτές το ύφος των παραστάσεων που αντιπροσωπεύουν ;



10. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο πιστεύετε ότι αντικατοπτρίζεται σε αυτές το ύφος των παραστάσεων που αντιπροσωπεύουν ;

Ενότητα Ζ : Συμπερίληψη και Καλλιτεχνική ποικιλομορφία

Ερώτηση 11 Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο καλά θεωρείτε ότι επικοινωνούν την πολυφωνία του ΚΘΒΕ;

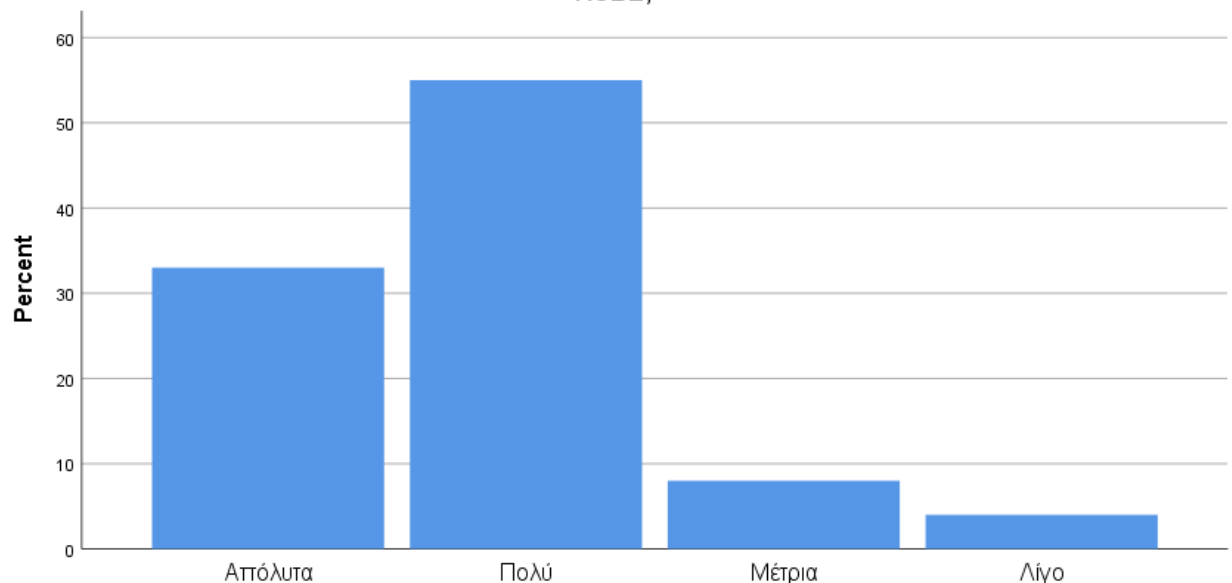
Ένας μεγάλος κρατικός οργανισμός οφείλει να αναδεικνύει την ποικιλομορφία των δράσεών του. Το 55% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι οι αφίσες επικοινωνούν την πολυφωνία του οργανισμού «σε πολύ μεγάλο βαθμό», το 33% «σε απόλυτο βαθμό», το 8% «σε μέτριο βαθμό», ενώ μόλις το 4% απαντά «λίγο». Η ευρεία αποδοχή (88%) αποδεικνύει ότι η οπτική στρατηγική του ιδρύματος καθρεφτίζει επιτυχώς τη συνύπαρξη διαφορετικών θεατρικών ειδών και σκηνών (παιδική σκηνή, χοροθέατρο, κλασσικό και σύγχρονο

ρεπερτόριο). Στο πλαίσιο της θεωρίας του Eco (1976:7), η αφίσα λειτουργεί ως ένα ανοικτό σημειωτικό σύστημα που καταφέρει να διατηρεί μία ενιαία εταιρική υπογραφή (branding), ενώ ταυτόχρονα διαφοροποιείται εικαστικά ανάλογα με το είδος της παράστασης, υπηρετώντας το ΕΕ2.

11. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο καλά θεωρείτε ότι επικοινωνούν την πολυφωνία του ΚΘΒΕ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απόλυτα	33	33,0	33,0	33,0
	Πολύ	55	55,0	55,0	88,0
	Μέτρια	8	8,0	8,0	96,0
	Λίγο	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

11. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο καλά θεωρείτε ότι επικοινωνούν την πολυφωνία του ΚΘΒΕ;



11. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο καλά θεωρείτε ότι επικοινωνούν την πολυφωνία του ΚΘΒΕ;

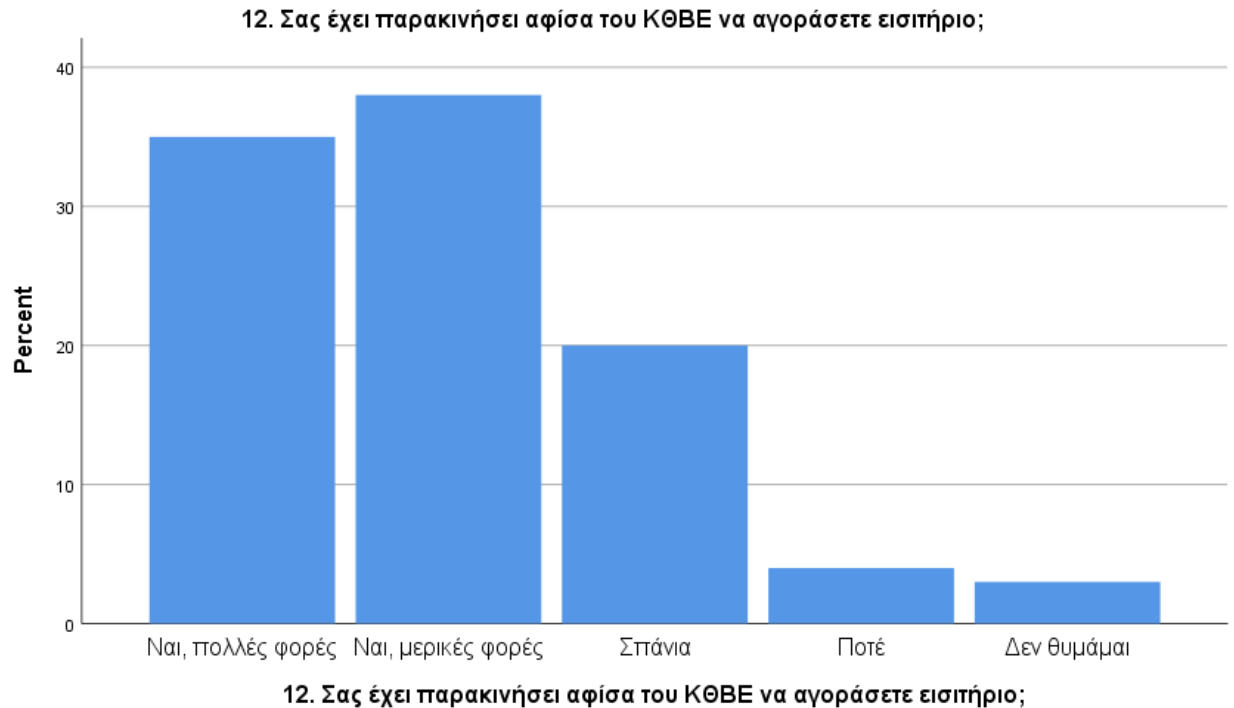
Ενότητα Η : Αποτελεσματικότητα

Ερώτηση 12 Σας έχει παρακινήσει αφίσα του ΚΘΒΕ να αγοράσετε εισιτήριο;

Η μέτρηση της συμπεριφορικής επίδρασης αποτελεί τον τελικό δείκτη επιτυχίας μιας επικοινωνιακής εκστρατείας. Σύμφωνα με τις απαντήσεις, το 38% του δείγματος δηλώνει ότι έχει παρακινηθεί «μερικές φορές» από κάποια αφίσα του οργανισμού για την αγορά εισιτηρίου, ενώ το 35% αναφέρει αντίστοιχη παρακίνηση «πολλές φορές». Παράλληλα το 20% δηλώνει σπάνια επίδραση και το υπόλοιπο 7% εμφανίζεται εντελώς ανεπηρέαστο («ποτέ»). Τα συγκεκριμένα ευρήματα (73% αθροιστική θετική επίδραση) συνδέονται άμεσα με το ΕΕ3 και επιβεβαιώνουν του Keller (2016:344) για την ανταποδοτική αξία του Brand Equity (εμπορική αξία του εμπορικού σήματος). Η οπτική στρατηγική του ΚΘΒΕ δεν περιορίζεται στην καλλιτεχνική τέρψη, αλλά μεταφράζεται σε άμεση καταναλωτική συμπεριφορά, αποδεικνύοντας ότι η αφίσα λειτουργεί ως ένας αποτελεσματικός μοχλός προσέλκυσης και ανάπτυξης κοινού.

12. Σας έχει παρακινήσει αφίσα του ΚΘΒΕ να αγοράσετε εισιτήριο;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι, πολλές φορές	35	35,0	35,0	35,0
	Ναι, μερικές φορές	38	38,0	38,0	73,0
	Σπάνια	20	20,0	20,0	93,0
	Ποτέ	4	4,0	4,0	97,0
	Δεν θυμάμαι	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Ενότητα Θ : Ικανοποίηση και Πιστότητα Κοινού

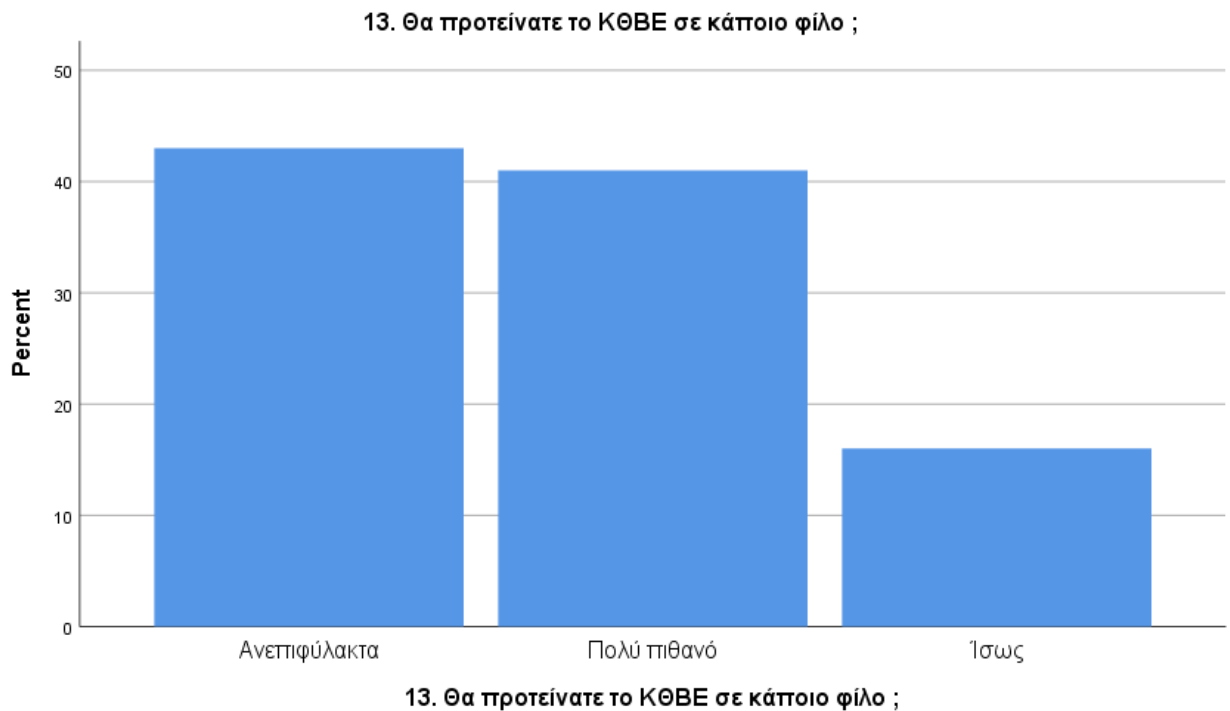
Ερώτηση 13 Θα προτείνετε το ΚΘΒΕ σε κάποιο φίλο;

Η πρόθεση σύστασης αποτελεί τον πιο αξιόπιστο δείκτη για τη μέτρησή της συναισθηματικής δέσμευσης και της ικανοποίησης του κοινού. Το 43% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι θα πρότεινε τον οργανισμό ανεπιφύλακτα, το 41% θεωρεί «πολύ πιθανό» να το πράξει, ενώ το υπόλοιπο 16% απάντα «ίσως». Η καθολική αυτή θετική προδιάθεση (84% ισχυρή πρόταση σύστασης) προσφέρει μια συμπερασματική απάντηση στο ΕΕ3. Όπως επισημαίνει ο Aaker (2014:12), διάθεση του καταναλωτή/ θεατή να λειτουργήσει ως πρεσβευτής του brand τεκμηριώνει την επιτυχή εμπέδωση μιας ισχυρής εταιρικής φήμης. Η οπτική και επικοινωνιακή ταυτότητα του ΚΘΒΕ έχει παγιωθεί στη συνείδηση των πολιτών ως ένα σύμβολο πολιτιστικής ποιότητας και αξιοπιστίας.

13. Θα προτείνετε το ΚΘΒΕ σε κάποιο φίλο;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ανεπιφύλακτα	43	43,0	43,0	43,0

Πολύ πιθανό	41	41,0	41,0	84,0
Ίσως	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



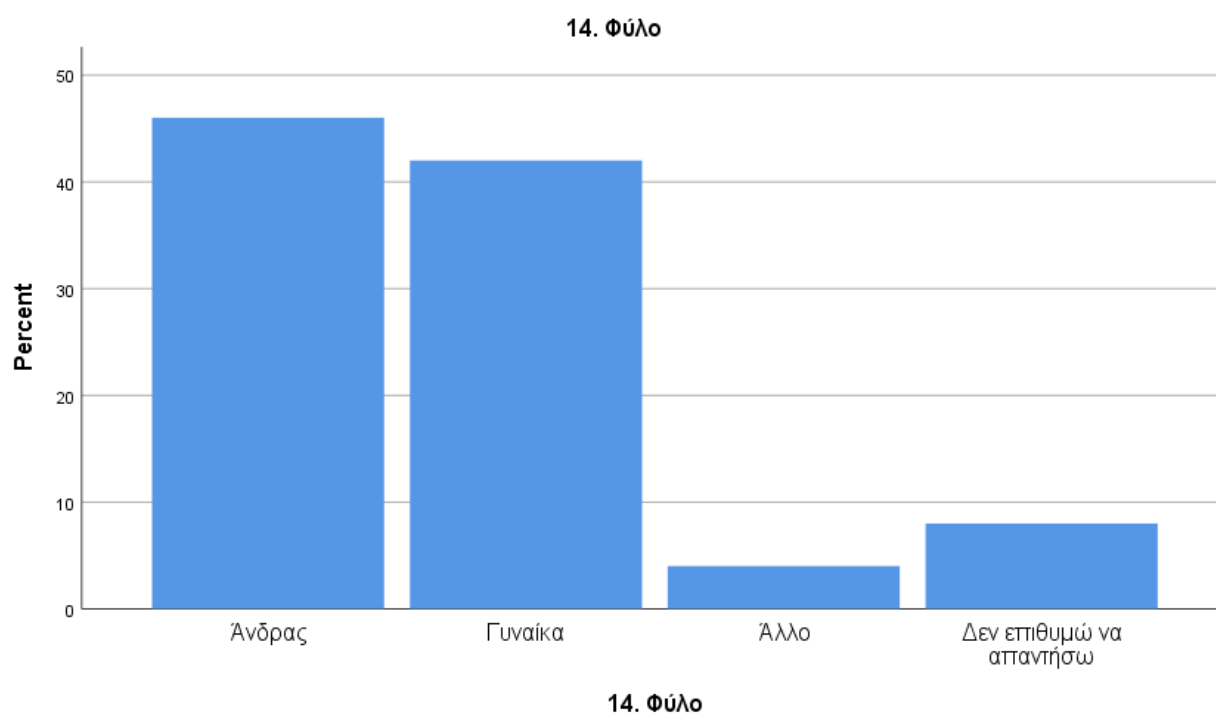
Ενότητα Ι : Δημογραφικά στοιχεία

Ερώτηση 14 Φύλο

Η κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο εμφανίζει μια αξιοσημείωτη ισορροπία, αντανακλώντας τη διείσδυση της επικοινωνιακής στρατηγικής του οργανισμού σε όλα τα στρώματα. Ειδικότερα το 46% των ερωτηθέντων είναι άντρες και το 42% γυναίκες, ενώ ένα 4% επέλεξε τον αυτοπροσδιορισμό «Άλλο» και το 8% προτίμησε να μην απαντήσει. Η ισομερής αυτή εκπροσώπηση διασφαλίζει ότι τα συμπεράσματα της έρευνας γύρω από την αισθητική και την αναγνωρισιμότητα του brand δεν εμπεριέχουν έμφυλες προκαταλήψεις. Στο πλαίσιο του ΕΕ3, το εύρημα αυτό αποδεικνύει ότι branding του ΚΘΒΕ αναπτύσσει μια οικουμενική οπτική γλώσσα, η οποία ξεπερνά τα έμφυλα στερεότυπα και συνομιλεί ισότιμα με ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο της πόλης.

14. Φύλο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρας	46	46,0	46,0	46,0
	Γυναίκα	42	42,0	42,0	88,0
	Άλλο	4	4,0	4,0	92,0
	Δεν επιθυμώ να απαντήσω	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

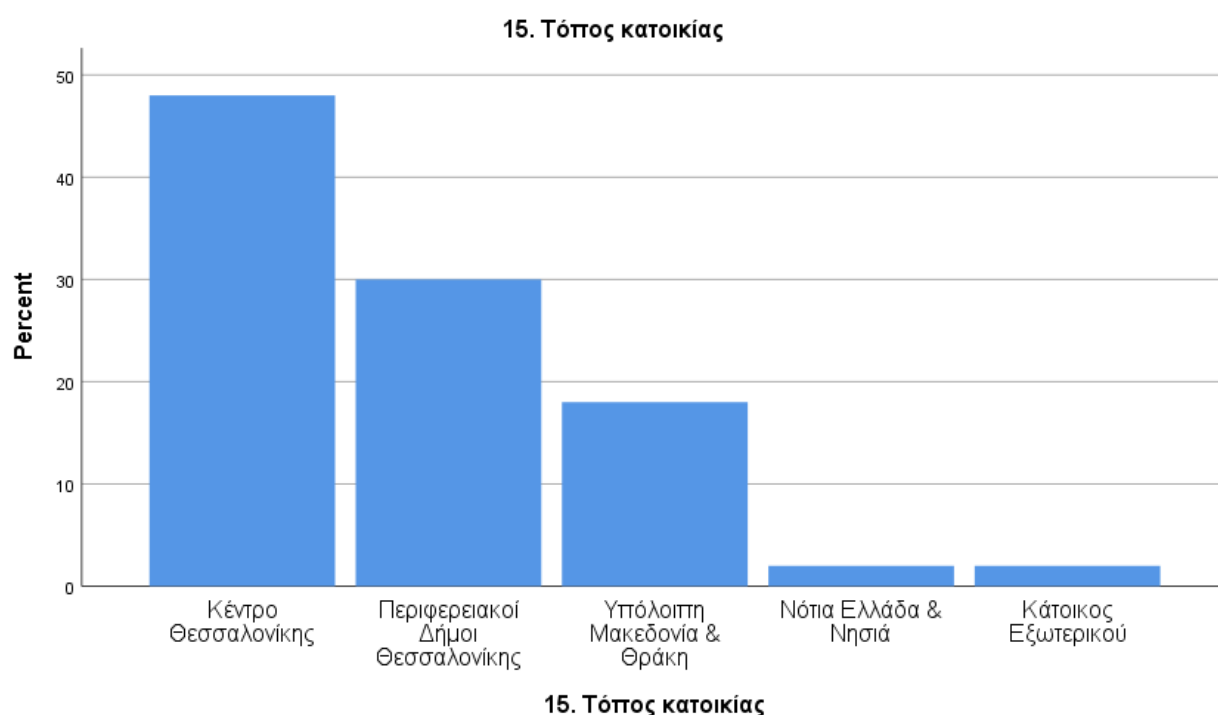


Ερώτηση 15 Τόπος κατοικίας

Η γεωγραφική προέλευση των συμμετεχόντων επιβεβαιώνει το ρόλο του ΚΘΒΕ ως κεντρικού πολιτιστικού πνεύμονα της Θεσσαλονίκης, αναδεικνύοντας παράλληλα την περιφερειακή του εμβέλεια. Το 48% του δείγματος διαμένει στο κέντρο της Θεσσαλονίκης, ενώ το 30% κατοικεί στους περιφερειακούς δήμους του πολεοδομικού συγκροτήματος. Επιπλέον το 18% προέρχεται από την υπόλοιπη Μακεδονία και Θράκη, ενώ το υπόλοιπο 4% κατανέμεται στη Νότια Ελλάδα, τα νησιά και το εξωτερικό. Η συγκέντρωση του 78% εντός του νομού Θεσσαλονίκης δικαιολογεί την ένταση της υπαίθριας διαφήμισης στον αστικό ιστό. Αναφορικά με το ΕΕ3 η γεωγραφική διασπορά αποδεικνύει ότι η οπτική ταυτότητα του οργανισμού λειτουργεί ως ισχυρό τοπικό «brand» που προσελκύει και μετακινεί κοινό από την περιφέρεια προς τις κεντρικές θεατρικές σκηνές.

15. Τόπος κατοικίας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κέντρο Θεσσαλονίκης	48	48,0	48,0	48,0
	Περιφερειακοί Δήμοι Θεσσαλονίκης	30	30,0	30,0	78,0
	Υπόλοιπη Μακεδονία & Θράκη	18	18,0	18,0	96,0
	Νότια Ελλάδα & Νησιά	2	2,0	2,0	98,0
	Κάτοικος Εξωτερικού	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



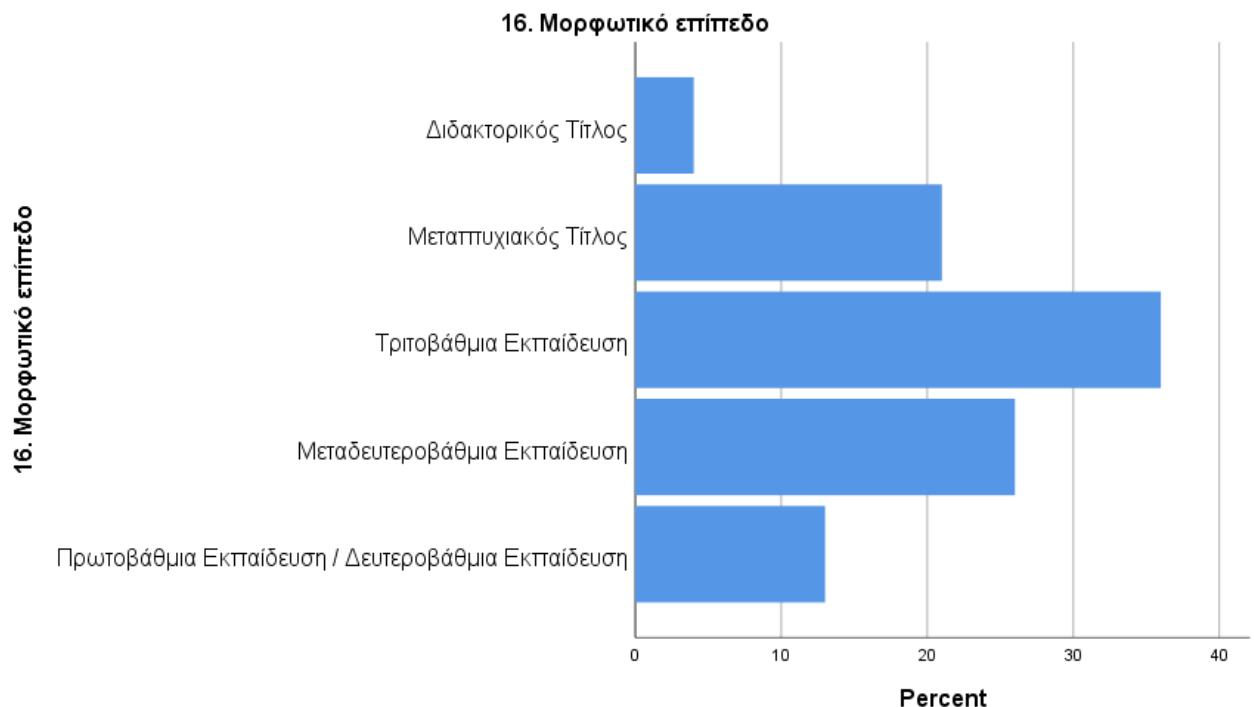
Ερώτηση 16 Μορφωτικό επίπεδο

Το εκπαιδευτικό υπόβαθρο του κοινού αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την πρόσληψη σύνθετων οπτικών μηνυμάτων. Τα αποτελέσματα δείχνουν ένα ιδιαίτερα υψηλό μορφωτικό επίπεδο, καθώς το 36% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 21% κατείχε μεταπτυχιακό τίτλο και το 4% διδακτορικό. Παράλληλα το 26% έχει ολοκληρώσει τη Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση και το 13% την Πρωτοβάθμια /Δευτεροβάθμια. Το γεγονός ότι το 61% του δείγματος διαθέτει πτυχίο ανώτατης σχολής ή μεταπτυχιακές σπουδές συνδέεται άμεσα με το ΕΕ3. Η υψηλή αυτή πνευματική εξοικείωση

των ερωτηθέντων εξηγεί τη μεγάλη τους δεκτικότητα απέναντι στις σύγχρονες, αφηρημένες και μινιμαλιστικές γραφιστικές τάσεις που υιοθετεί το ΚΘΒΕ την τελευταία δεκαετία. Ένα ακαδημαϊκά αναβαθμισμένο κοινό είναι σε θέση να αντιληφθεί και να αποκωδικοποιήσει ευκολότερα τα σύνθετα οπτικά μηνύματα, γεγονός που συμβάλλει καθοριστικά στην εμπέδωση και την επιτυχία της εταιρικής ταυτότητας του οργανισμού.

16. Μορφωτικό επίπεδο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση / Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	13	13,0	13,0	13,0
	Μεταδευτεροβάθμια Εκπαίδευση	26	26,0	26,0	39,0
	Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	36	36,0	36,0	75,0
	Μεταπτυχιακός Τίτλος	21	21,0	21,0	96,0
	Διδακτορικός Τίτλος	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Ερώτηση 17 Επαγγελματική κατάσταση

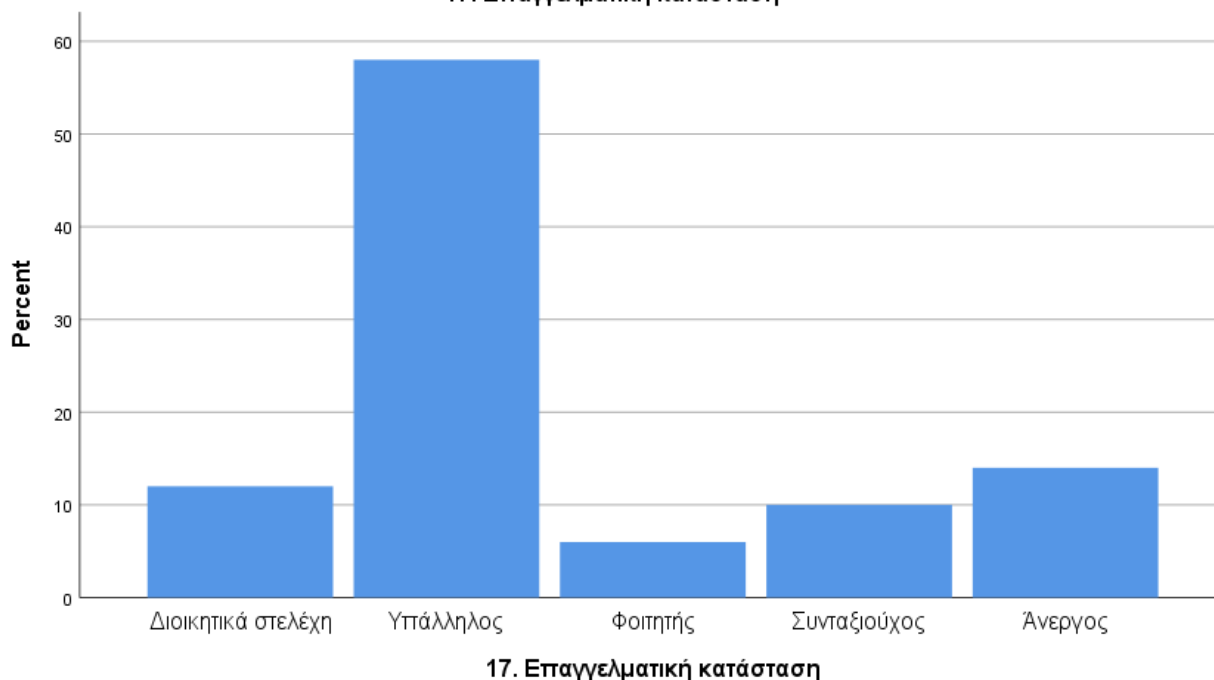
Η επαγγελματική ταυτότητα των ερωτηθέντων αποτυπώνει την κοινωνική πολυσυλλεκτικότητα του θεατρικού κοινού. Η συντριπτική πλειονότητα σε

ποσοστό 58%, είναι ιδιωτικοί ή δημόσιοι υπάλληλοι, ενώ το 12% στελεχώνει διοικητικές θέσεις ευθύνης. Οι άνεργοι αγγίζουν το 14%, οι συνταξιούχοι το 10% και οι φοιτητές το 6%. Η κυριαρχία των ενεργών εργαζομένων (70% αθροιστικά) υπογραμμίζει ότι το κοινό του θεάτρου διαθέτει οικονομική αυτονομία. Στο πλαίσιο του ΕΕ3, η παρουσία κοινωνικών ομάδων με περιορισμένους οικονομικούς πόρους (άνεργοι, συνταξιούχοι, φοιτητές) σε συνολικό ποσοστό 30% αποδεικνύει ότι η επικοινωνιακή στρατηγική και η οπτική ταυτότητα του ΚΘΒΕ δεν εκλαμβάνονται ως ελιτίστικες. Αντίθετα ο οργανισμός καταφέρνει να προσελκύει ένα κοινωνικά διευρυμένο ακροατήριο, αποδεικνύοντας τη διεύθυνση του brand του σε ολόκληρο το κοινωνικό φάσμα.

17. Επαγγελματική κατάσταση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διοικητικά στελέχη	12	12,0	12,0	12,0
	Υπάλληλος	58	58,0	58,0	70,0
	Φοιτητής	6	6,0	6,0	76,0
	Συνταξιούχος	10	10,0	10,0	86,0
	Άνεργος	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

17. Επαγγελματική κατάσταση

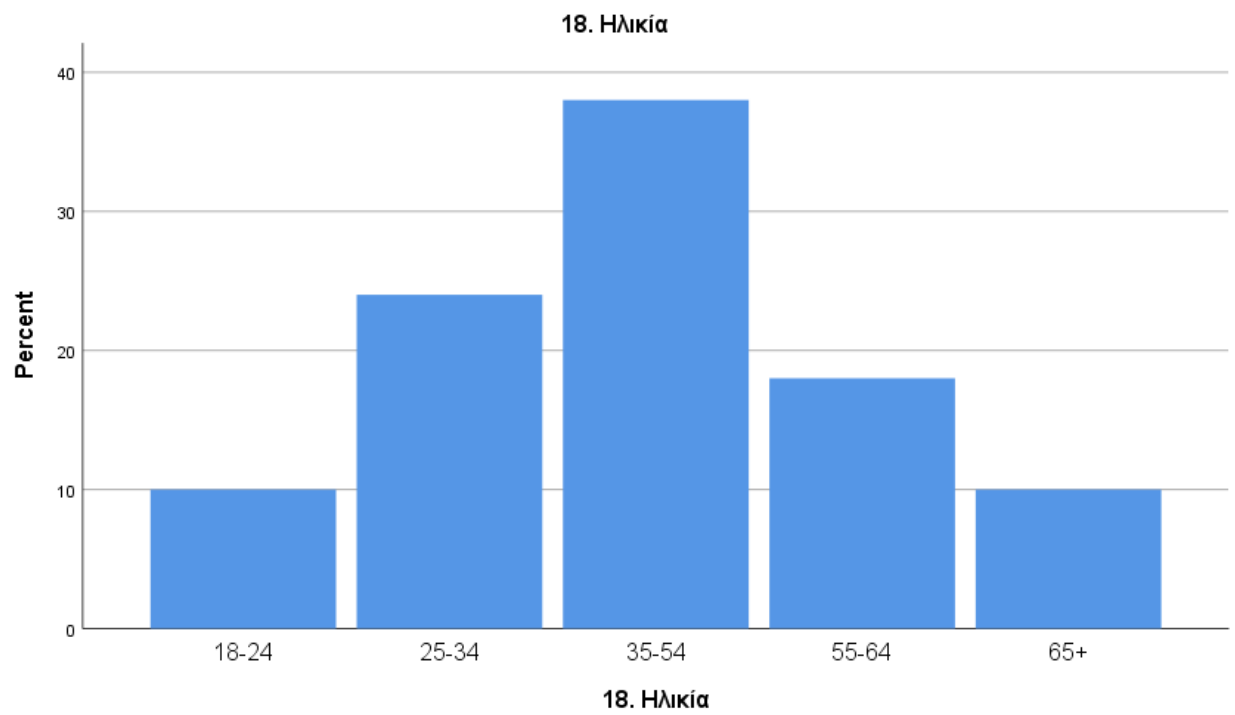


Ερώτηση 18 Ηλικία

Η ηλικιακή διάρθρωση του δείγματος προσφέρει πολύτιμα συμπεράσματα για τη διαχρονική ανανέωση του κοινού του οργανισμού. Η πολυπληθέστερη ομάδα εντοπίζεται στις παραγωγικές ηλικίες 35-54 ετών με ποσοστό 38%, ακολουθούμενη από τη νεανική κατηγορία 25-34 ετών με 24%. Οι μεγαλύτερες ηλικίες (55-64 ετών και 65+) συγκεντρώνουν από 18% και 10% αντίστοιχα, ενώ οι νεαρότεροι ενήλικες (18-24 ετών) αγγίζουν το 10%. Το γεγονός ότι η συντριπτική πλειονότητα του κοινού (72% αθροιστικά) είναι κάτω των 54 ετών αποδεικνύει τη δυναμική διεύρυνση του οργανισμού στις πιο ενεργές γενιές. Συνδέοντας το εύρημα με το ΕΕ3, γίνεται σαφές ότι η σύγχρονη οπτική ταυτότητα και ο καινοτόμος σχεδιασμός των εντύπων του ΚΘΒΕ την τελευταία δεκαετία έχουν καταφέρει να «ανανεώσουν» τη θεσμική του εικόνα. Το brand του θεάτρου εμφανίζεται εξαιρετικά ελκυστικό και επίκαιρο, επιτυγχάνοντας τον στόχο της σταδιακής προσέλκυσης και σταθεροποίησης ενός νεανικότερου και μεσαίου ηλικιακά ακροατηρίου, το οποίο εξασφαλίζει τη μελλοντική βιωσιμότητα του πολιτιστικού φορέα.

18. Ηλικία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24	10	10,0	10,0	10,0
	25-34	24	24,0	24,0	34,0
	35-54	38	38,0	38,0	72,0
	55-64	18	18,0	18,0	90,0
	65+	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Συμπεράσματα

Η παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία έθεσε ως κεντρικό ερευνητικό της πυρήνα την αποκωδικοποίηση και την αξιολόγηση της οπτικής επικοινωνίας του ΚΘΒΕ κατά την χρονική περίοδο 2015 – 2025. Ειδικότερα ο σκοπός της εργασίας εξειδικεύτηκε στη διαπίστωση τριών θεμελιωδών αξόνων :

- α) Εάν οι αφίσες του οργανισμού είναι άμεσα αναγνωρίσιμες και προσλήψιμες από το ευρύ κοινό
- β) Εάν αντανακλάται συγκροτημένα μέσα από αυτές η ευρύτερη επικοινωνιακή πολιτική του θεάτρου και
- γ) Εάν αναδεικνύεται αποτελεσματικά η ταυτότητα του ΚΘΒΕ μέσα από το οπτικό υλικό των επιμέρους καλλιτεχνικών του δράσεων

Για την ολιστική προσέγγιση του αντικειμένου επιστρατεύτηκε ένα μεικτό μεθοδολογικό μοντέλο, το οποίο επέτρεψε τη διασταύρωση της θεωρητικής – δομικής ανάλυσης με την εμπειρική κοινωνική πραγματικότητα. Στο πρώτο στάδιο πραγματοποιήθηκε από τον ερευνητή ποιοτική σημειωτική ανάλυση σε ένα σώμα 10 επιλεγμένων αφισών που αφορούσαν παραστάσεις ξένου δράματος της τελευταίας δεκαετίας, με στόχο την αποδόμηση των λανθανόντων μηνυμάτων και των κωδίκων τους. Στο δεύτερο στάδιο η έρευνα μετατοπίστηκε στο πεδίο της κοινωνικής πρόσληψης, μέσω της διανομής δομημένου ερωτηματολογίου 18 ερωτήσεων σε δείγμα 100 ατόμων.

Μία ιδιαίτερα κρίσιμη μεθοδολογική ιδιομορφία της παρούσας μελέτης έγκειται στο γεγονός ότι οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν χωρίς προηγούμενη έκθεση στις 10 συγκεκριμένες αφίσες της σημειωτικής ανάλυσης. Η επιλογή αυτή έγινε σκόπιμα προκειμένου να καταγραφεί η αυθόρμητη ανάκληση μνήμης και οι παγιωμένες αναπαραστάσεις που έχει διαμορφώσει το ευρύ κοινό για το ΚΘΒΕ βασιζόμενο αποκλειστικά στο οπτικό υλικό που έχει συναντήσει βιωματικά και τυχαία στον αστικό ιστό και στην καθημερινότητά τους. Στις ενότητες που ακολουθούν επιχειρείται η θεωρητική σύνθεση των ευρημάτων των δύο μεθοδολογικών εργαλείων, προσφέροντας μία σφαιρική απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα.

Αναγνωρισιμότητα, Αναγνωσιμότητα και Μορφολογική Οργάνωση

Ο πρώτος βασικός στόχος της εργασίας ήταν η διερεύνηση της αναγνωρισιμότητας και της μορφολογικής επάρκειας του οπτικού υλικού. Η ποιοτική σημειωτική ανάλυση που διεξήχθη από τον ερευνητή στις 10 αφίσες του ξένου δράματος αποκάλυψε ότι ο σχεδιασμός τους υπακούει σε αυστηρούς κανόνες οπτικής γραμματικής. Διαπιστώθηκε ότι ο οργανισμός επενδύει σε μία καθαρή οργάνωση των γραπτών μηνυμάτων, αποφεύγοντας τον πλεονασμό και τον οπτικό κορεσμό. Η τυπογραφική διάταξη ακολουθεί μία λογική οπτικής κλιμάκωσης όπου τα πρωτεύοντα στοιχεία (τίτλος, συγγραφέας) κατέχουν κυρίαρχη θέση, ενώ οι δευτερεύουσες πληροφορίες (συντελεστές, χώρος, χρόνος) εντάσσονται αρμονικά στο σύνολο. Επιπλέον η σημειωτική εξέταση ανέδειξε την συστηματική χρήση έντονων οπτικών διαφοροποιήσεων ανάμεσα στα κεντρικά εικονογραφικά στοιχεία και το φόντο, δημιουργώντας καθαρά σημεία εστίασης για το βλέμμα του δέκτη.

Η παραπάνω διαπίστωση της σημειωτικής ανάλυσης συνδέθηκε με τρόπο εντυπωσιακό με τα ποσοτικά δεδομένα του ερωτηματολογίου. Οι 100 συμμετέχοντες ανατρέχοντας αποκλειστικά στις εικόνες που έχουν συγκρατήσει από τη φευγαλέα έκθεσή τους σε αφίσες του ΚΘΒΕ στο δρόμο, επιβεβαίωσαν την υψηλή αναγνωρισιμότητα του υλικού. Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος αξιολόγησε το οπτικό στίγμα του θεάτρου ως εξαιρετικά καθαρό και λειτουργικό, δηλώνοντας ότι οι βασικές πληροφορίες μιας παράστασης εντοπίζονται και συγκρατούνται με μεγάλη ευκολία.

Το εύρημα αυτό έχει βαρύνουσα ακαδημαϊκή σημασία στο πλαίσιο της θεωρίας της οπτικής επικοινωνίας, αποδεικνύοντας ότι ο καλλιτεχνικός προσανατολισμός και η αισθητική αναζήτηση του ΚΘΒΕ δεν λειτουργούν εις βάρος της πληροφοριακής χρησιμότητας της αφίσας. Η σωστή διαχείριση του οπτικού βάρους όπως εντοπίστηκε στα 10 δείγματα επιτρέπει στο μήνυμα να παραμείνει εύληπτο και διακριτό ακόμα και μέσα στο χαοτικό και κορεσμένο περιβάλλον της σύγχρονης πόλης. Η αφίσα του ΚΘΒΕ λειτουργεί αποτελεσματικά ως «σήμα» που διαπερνά τον αστικό θόρυβο.

Η διαπιστωμένη ικανότητα του κοινού να αναγνωρίζει ακαριαία την πατρότητα των εντύπων του ΚΘΒΕ (90%), παρά τη φευγαλέα έκθεση στο δρόμο, έρχεται σε ευθεία αντίθεση με παλαιότερες διεθνείς μελέτες για την πολιτιστική επικοινωνία (Healy, 2011:56), οι οποίες επεσήμαιναν ότι οι αφίσες των κρατικών θεάτρων συχνά

«χάνονται» μέσα στο αστικό θόρυβο λόγω πληροφοριακού φόρτου. Το εύρημα της παρούσας διατριβής εισφέρει νέα γνώση, αποδεικνύοντας ότι όταν ένας οργανισμός εφαρμόζει αυστηρούς κανόνες οπτικής ιεράρχησης και σωστή διαχείριση του οπτικού βάρους (όπως αποδείχτηκε στη σημειωτική ανάλυση της αφίσας του «Βοϊτσεκ» με την καθαρή τυπογραφική κλιμάκωση, του «Ρωμαίος και Αννέτα» με τα καθαρά σημεία εστίασης, καθώς και των παραστάσεων «Οι Στυλοβάτες της Κοινωνίας» και «Η Νύχτα της Ιγκουάνα» με την γεωμετρική ισορροπία των στοιχείων τους) η αφίσα μπορεί να λειτουργήσει ως αυτόνομο, ισχυρό «σήμα» στον αστικό ιστό.

Η Αντανάκλαση της Επικοινωνιακής Πολιτικής και του Καλλιτεχνικού Ύφους

Όσον αφορά το δεύτερο άξονα η έρευνα επιδίωξε να εξετάσει κατά πόσο οι αφίσες λειτουργούν ως φορείς της ευρύτερης επικοινωνιακής πολιτικής του οργανισμού. Η σημειωτική ανάλυση των 10 αφισών του ξένου δράματος έφερε στο φως ένα συγκροτημένο και διαχρονικά σταθερό σύστημα κωδίκων και συμβόλων. Ο ερευνητής εντόπισε τη συστηματική χρήση σκοτεινών και υποβλητικών χρωματικών παλετών, δραματικών φωτισμών με έντονες αντιθέσεις, κοντινών πλάνων σε ανθρώπινα πρόσωπα με υψηλή συναισθηματική φόρτιση καθώς και την εισαγωγή αντικειμένων με έντονο μεταφορικό χαρακτήρα. Στο επίπεδο της σημείωσης αυτοί οι οπτικοί κώδικες λειτουργούν ως σαφή σημαινόμενα που προοικονόμησαν το περιεχόμενο των έργων παραπέμποντας άμεσα στο υπαρξιακό βάθος, τις ψυχολογικές συγκρούσεις και τη σοβαρότητα που χαρακτηρίζει το ξένο δραματολόγιο.

Το κρίσιμο ερώτημα ήταν αν αυτή η θεωρητική πρόθεση της επικοινωνιακής πολιτικής προσλαμβάνεται αυτούσια από το κοινό χωρίς την καθοδήγηση μιας άμεσης προβολής. Τα αποτελέσματα των 18 ερωτήσεων του ερωτηματολογίου προσέφεραν μία ξεκάθαρη καταφατική απάντηση. Οι ερωτώμενοι βασιζόμενοι στην εδραιωμένη εικόνα που έχουν για το θέατρο από το αστικό περιβάλλον, δήλωσαν ότι οι αφίσες του ΚΘΒΕ μεταδίδουν με απόλυτη σαφήνεια το καλλιτεχνικό και θεματικό του στίγμα. Το κοινό συνδέει αυθόρμητα τη γενικότερη αισθητική των αφισών που συναντά στην πόλη με το αντίστοιχο ύφος της θεατρικής εμπειρίας που πρόκειται να παρακολουθήσει.

Υπάρχει επομένως μία πλήρης ευθυγράμμιση, δηλαδή η σημειωτική στρατηγική του οργανισμού να αποδώσει οπτικά το δραματικό στοιχείο έχει εγγραφεί με επιτυχία στη συνείδηση των πολιτών. Η επικοινωνιακή πολιτική του ΚΘΒΕ κρίνεται απόλυτα

επιτυχής καθώς καταφέρει να λειτουργήσει προπαρασκευαστικά, διαμορφώνοντας τις κατάλληλες προσδοκίες και προετοιμάζοντας ψυχολογικά τον εν δυνάμει θεατή πριν και αν αυτός αναζητήσει περαιτέρω πληροφορίες για το έργο.

Η πλήρης ευθυγράμμιση (88,9%) μεταξύ των προθέσεων των σχεδιαστών και της ψυχολογικής προετοιμασίας του κοινού, αναδεικνύει μία μοναδική ιδιομορφία του ΚΘΒΕ. Ενώ στη διεθνή βιβλιογραφία για το πολιτιστικό μάρκετινγκ (Colbert, 2014:23) καταγράφεται συχνά ένα «επικοινωνιακό χάσμα» (όπου το ευρύ κοινό δυσκολεύεται να αποκωδικοποιήσει τα αφηρημένα καλλιτεχνικά μηνύματα), τα ευρήματα της παρούσας έρευνας δείχνουν ότι η σταθερή και συστηματική χρήση συγκεκριμένων σημειωτικών κωδίκων σε βάθος δεκαετίας έχει «εκπαιδεύσει» επιτυχώς το κοινό. Η επικοινωνιακή αυτή πολιτική υιοθετεί είτε τη χρήση σκοτεινών χρωματικών παλετών και δραματικών φωτισμών, όπως αναλύθηκε διεξοδικά στις αφίσες για τα «Ανεμοδαρμένα Ύψη» και το «Ταξίδι μεγάλης μέρας μέσα στη νύχτα», είτε την τεχνική της οπτικής αντίθεσης, όπως στην αφίσα της «Λυσσασμένης Γάτας» όπου ολόκληρη η οικογένεια παρουσιάζεται σε μία φαινομενικά ειδυλλιακή πόζα επάνω στο γκαζόν, δημιουργώντας μια σημειωτική ανατροπή που υπογραμμίζει τις λανθάνουσες οικογενειακές συγκρούσεις του έργου. Αυτές οι στρατηγικές επιλογές προσλαμβάνονται αυτούσιες από τους πολίτες μετατρέποντας την αφίσα σε έναν «προπαρασκευαστικό κώδικα» που προδιαθέτει με ακρίβεια τον θεατή για το καλλιτεχνικό ύφος του ξένου δράματος.

Ανάδειξη της Ταυτότητας του ΚΘΒΕ και Κοινωνική Συμπερίληψη

Ο τρίτος και πιο σύνθετος άξονας της έρευνας αφορούσε την ανάδειξη της ταυτότητας του ΚΘΒΕ μέσα από τις επιμέρους δράσεις του και το κατά πόσο αυτές οι δράσεις αφορούν το ευρύ κοινό. Η σημειωτική ανάλυση των 10 αφισών υπέδειξε ότι, παρά τις αναπόφευκτες αισθητικές και υφολογικές διαφοροποιήσεις που επιβάλλονται από τη διαφορετικότητα των κειμένων των σκηνοθετικών προσεγγίσεων ή των εκάστοτε γραφιστικών υπογραφών, διατηρείται ένας αρραγής, κοινός σχεδιαστικός πυρήνας. Αυτός ο πυρήνας εντοπίζεται στη σταθερή φιλοσοφία διαχείρισης της εικόνας, στην ποιοτική υπεροχή του εικαστικού αποτελέσματος και στη θεσμική τοποθέτηση των συμβόλων του θεάτρου.

Η δύναμη της ταυτότητας του ΚΘΒΕ αποδείχθηκε με τον πλέον περίτρανο τρόπο από το ποσοτικό σκέλος της έρευνας. Το γεγονός ότι οι 100 συμμετέχοντες ήταν σε

θέση να αναγνωρίσουν άμεσα και να αξιολογήσουν το brand και το ιδιαίτερο ύφος του ΚΘΒΕ χωρίς να έχουν τις αφίσες μπροστά τους, αποτελεί την ισχυρότερη απόδειξη ότι ο οργανισμός έχει επιτύχει υψηλότερα ποσοστά εδραιωμένης μνήμης.

Το συμπέρασμα αυτό αποκτά ακόμα μεγαλύτερη επιστημονική εγκυρότητα αν αναλογιστεί κανείς τη δημογραφική σύνθεση του δείγματος. Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από άτομα όλων των ηλικιακών ομάδων και όλων των μορφωτικών επιπέδων. Η δημογραφική αυτή ποικιλομορφία αποδεικνύει ότι η οπτική υπογραφή του ΚΘΒΕ διαθέτει μία πανανθρώπινη οικουμενική δυναμική. Καταφέρνει να γεφυρώσει αποτελεσματικά τις γενεαλογικές, κοινωνικές και εκπαιδευτικές διαφορές των δεκτών επιτρέποντας στον οργανισμό να συνομιλεί ισότιμα με ολόκληρο τον κοινωνικό ιστό.

Το πλέον ενδιαφέρον εύρημα της έρευνας εντοπίζεται στο γεγονός ότι το 66% του δείγματος αντιλαμβάνεται αυθόρμητα τις αφίσες ως ένα μέσο επικοινωνίας που απευθύνεται στο ευρύ κοινό, γεγονός που συνδέεται πιθανώς με την εξοικείωση των δεκτών με την παρουσία τους στον αστικό ιστό. Το εύρημα αυτό παρουσιάζει ενδιαφέρον σε σχέση με τη θεωρητική προσέγγιση του Bourdieu (1984: 114) αναφορικά με τη λειτουργία της πολιτιστικής κατανάλωσης ως μηχανισμού κοινωνικής διάκρισης. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, ορισμένες μορφές πολιτιστικής και αισθητικής έκφρασης δύνανται να λειτουργούν ως μηχανισμοί συμβολικής διαφοροποίησης μεταξύ κοινωνικών ομάδων.

Ωστόσο, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν ότι, στην περίπτωση των αφισών του ΚΘΒΕ, η αισθητικά επεξεργασμένη και αναγνωρίσιμη οπτική ταυτότητα δεν φαίνεται να λειτουργεί κατ' ανάγκη αποκλειστικά. Αντίθετα, παρά τον καλλιτεχνικό και σχεδιαστικό χαρακτήρα των αφισών, όπως διαπιστώθηκε μέσα από την ανάλυση του σταθερού σχεδιαστικού πυρήνα και της θεσμικής αξιοποίησης των συμβόλων σε έργα όπως «Το αγόρι με τη βαλίτσα», «Τα Ορφανά» και «Ο Πουπουλένιος», η πρόσληψή τους από την πλειονότητα των συμμετεχόντων συνδέεται με την αντίληψη ότι απευθύνονται σε ένα ευρύ και όχι σε ένα περιορισμένο κοινό.

Το εύρημα αυτό δεν αναιρεί τη θεωρητική θέση του Bourdieu, αλλά υποδεικνύει ότι η υψηλή αισθητική και η οργανωμένη οπτική ταυτότητα ενός πολιτιστικού οργανισμού δεν οδηγούν αναγκαστικά σε κοινωνικό αποκλεισμό. Στην εξεταζόμενη

περίπτωση, η οπτική ταυτότητα του ΚΘΒΕ φαίνεται να μπορεί να λειτουργήσει ως μέσο διευκόλυνσης της επικοινωνίας με διαφορετικές κατηγορίες δεκτών, ανεξάρτητα από εκπαιδευτικό ή ηλικιακό υπόβαθρο. Υπό αυτή την έννοια, το εύρημα αναδεικνύει τη δυνατότητα του πολιτιστικού branding να λειτουργεί όχι μόνο ως εργαλείο αισθητικής διαφοροποίησης, αλλά και ως μέσο διεύρυνσης της επικοινωνίας και της πρόσβασης στο πολιτιστικό προϊόν.

Επιστημονική Συνεισφορά και Πρωτοτυπία των Ευρημάτων στη Βιβλιογραφία

Η θεωρητική και εμπειρική σύνθεση των αποτελεσμάτων της παρούσας διατριβής δεν περιορίζεται στην απλή επιβεβαίωση των υπαρχουσών θεωριών, αλλά εισφέρει νέα δεδομένα γεφυρώνοντας σημαντικά κενά στη διεθνή βιβλιογραφία του πολιτιστικού μάρκετινγκ και της κοινωνιολογίας της τέχνης. Η πρωτότυπη συνεισφορά της έρευνας εντοπίζεται σε τρεις κεντρικούς άξονες:

Αρχικά τα ευρήματα προσφέρουν μια ουσιαστική εξειδίκευση της κλασσικής κοινωνιολογικής θεωρίας του Bourdieu (1984:114) σχετικά με την κοινωνική διάκριση μέσω της κατανάλωσης τέχνης. Ενώ η παραδοσιακή προσέγγιση υπογράμμιζε ότι η υψηλή αισθητική, η σημειωτική πολυπλοκότητα και ο μινιμαλιστικός σχεδιασμός τείνουν να λειτουργούν ως «εκπαιδευτικός φραγμός» για το ευρύ κοινό, τα δεδομένα της παρούσας μελέτης αναδεικνύουν μία διαφορετική, σύγχρονη τάση. Αποδεικνύεται εμπειρικά ότι η οπτική ταυτότητα του ΚΘΒΕ, παρόλο που είναι καλλιτεχνικά αναβαθμισμένη (όπως τεκμηριώθηκε με τον αρραγή σχεδιαστικό πυρήνα στις αφίσες «Το αγόρι με τη βαλίτσα», «Τα Ορφανά» και «Ο Πουπουλένιος») προσλαμβάνεται αυθόρμητα (βασίζόμενοι στην παγιωμένη μνήμη του από τον αστικό ιστό) από το 66% του δείγματος ως ένα μέσο που απευθύνεται ξεκάθαρα στο ευρύ κοινό, γεφυρώνοντας ηλικιακές και εκπαιδευτικές διαφορές. Το γεγονός αυτό εμπλουτίζει τη βιβλιογραφία με ένα σύγχρονο παράδειγμα συμπεριληπτικής οπτικής επικοινωνίας, δείχνοντας ότι η αισθητική φροντίδα, μπορεί υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, να αποτελέσει όχημα για τον εκδημοκρατισμό της τέχνης.

Επιπλέον η έρευνα επιτυγχάνει να συμπληρώσει με νέα εμπειρικά δεδομένα τη συζήτηση γύρω από το λεγόμενο «επικοινωνιακό χάσμα» στο πεδίο του πολιτιστικού

μάρκετινγκ (Colbert, 2014:23). Η διεθνής θεωρία αναγνωρίζει συχνά μία απόκλιση ανάμεσα στην πρόθεση του γραφίστα και την τελική πρόσληψη του μηνύματος από τον μέσο πολίτη. Αντίθετα η παρούσα διατριβή κατέγραψε μια εντυπωσιακή ευθυγράμμιση της τάξης του 88,9% ανάμεσα στο καλλιτεχνικό ύφος και την πρόσληψη του κοινού. Η συνεισφορά των ευρημάτων έγκειται στη διαπίστωση ότι η συστηματική και συνεπής επανάληψη συγκεκριμένων οπτικών κωδίκων σε βάθος μιας δεκαετίας (είτε μέσω των σκοτεινών παλετών και των δραματικών φωτισμών στα «Ανεμοδαρμένα Ύψη» και στο «Ταξίδι μεγάλης μέρας μέσα στη νύχτα», είτε μέσω της οπτικής αντίθεσης στην αφίσα της «Λυσσασμένης Γάτας» με την οικογενειακή πόζα επάνω στο γκαζόν) λειτουργεί ως ένας «άτυπος μηχανισμό οπτικής εξοικείωσης» των πολιτών, προετοιμάζοντας ψυχολογικά τον θεατή για το υπαρξιακό βάθος του έργου.

Τέλος η διατριβή συμβάλει στην ανάδειξη της συνεχιζόμενης ισχύος των εντύπων μέσω στην ψηφιακή εποχή. Ενώ ορισμένες σύγχρονες μελέτες γύρω από τα μέσα επικοινωνίας (Healy, 2011:56) επισημαίνουν τον κίνδυνο να «εξουδετερωθεί» η αποτελεσματικότητα της έντυπης υπαίθριας διαφήμισης από τον χαοτικό οπτικό κορεσμό των σύγχρονων πόλεων, τα δικά μας ευρήματα προσφέρουν μία πιο αισιόδοξη αποτίμηση. Αποδεικνύουν ότι το 47% των πολιτών ενημερώνεται πρωτογενώς από την αφίσα στον δόμο (υπερέχοντας των social media) και το 90% αναγνωρίζει ακαριαία τη πατρότητα των εντύπων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο σχεδιασμός τους υπακούει σε αυστηρούς κανόνες οπτικής γραμματικής και έντονων αντιθέσεων (όπως αποδείχτηκε στον «Βοϊτσεκ», στους «Στυλοβάτες της Κοινωνίας», στη «Νύχτα της Ιγκουάνα» και στο «Ρωμαίος και Αννέτα») τεκμηριώνοντας εμπειρικά ότι τα έντυπα μέσα παραμένουν μια ισχυρά «επικοινωνιακή ναυαρχίδα».

Συνθετική Αποτίμηση Σύγκλισης και Διαφοροποίησης Ποιοτικής και Ποσοτικής Προσέγγισης

Ερευνητικό Ερώτημα (ΕΕ)	Ευρήματα Ποιοτικής Προσέγγισης (Σημειωτική Ανάλυση Αφισών)	Ευρήματα Ποσοτικής Προσέγγισης (Ερωτηματολόγιο 100 Συμμετεχόντων)	Τελική Ερμηνευτική Σύνθεση (Συμπεράσματα)
	10	100	

ΕΕ1: Ικανότητα Αναγνώρισης	Αυστηρή οπτική ιεράρχηση, καθαρή τυπογραφική κλιμάκωση.	Το 90% δηλώνει ότι αναγνωρίζει ακαριαία την πατρότητα των εντύπων.	Απόλυτη Σύγκλιση: Η ορθή διαχείριση του οπτικού βάρους καθιστά την αφίσα αυτόνομο «σήμα» στον αστικό ιστό
ΕΕ2: Καλλιτεχνικό Ύφος	Διαβάθμιση εντροπίας : Υψηλή («Τα Ορφανά», «Βοϊτσεκ»), Μεσαία προς Υψηλή («Ο Πουπουλένιος», «Η Νύχτα της Ιγκουάνα», «Λυσσασμένη Γάτα», «Ρωμαίος και Αννέτα»), Χαμηλή προς Μεσαία («Ανεμοδαρμένα Ύψη», «Οι Στυλοβάτες», «Ταξίδι μεγάλης μέρας μέσα στη νύχτα») και Χαμηλή («Το αγόρι με τη βαλίτσα»).	Το 88,9% επιβεβαιώνει ότι το ύφος των παραστάσεων αντικατοπτρίζεται ιδανικά επάνω στις αφίσες.	Μερική Διαφοροποίηση : Το κοινό προσλαμβάνει άμεσα το γενικό αισθητικό κώδικα. Ωστόσο η βαθύτερη αποκωδικοποίηση των έργων με υψηλή ή μεσαία προς υψηλή εντροπία διαφοροποιείται από την ποσοτική ευκολία, καθώς προϋποθέτει πρότερη γνώση της υπόθεσης.
ΕΕ3: Θεσμική Ταυτότητα	Αρραγής σχεδιαστικός πυρήνας σε	Το 84% αναγνωρίζει ενιαία ταυτότητα και το	Απόλυτη Σύγκλιση : Το branding του

	εμπορικές παραγωγές με καθαρά σύμβολα.	66% δηλώνει ότι οι αφίσες απευθύνονται στο ευρύ κοινό.	οργανισμού γεφυρώνει δημογραφικές διαφορές λειτουργώντας συμπεριληπτικά.
--	--	---	---

Όπως προκύπτει από τη συνθετική αποτίμηση του παραπάνω πίνακα, έρευνα αποδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο τα ποιοτικά ευρήματα της σημειωτικής ανάλυσης διασταυρώνονται κριτικά με τα ποσοτικά δεδομένα της κοινωνικής πρόσληψης στον άξονα του καλλιτεχνικού ύφους (EE2). Ενώ η ποιοτική προσέγγιση τεκμηριώνει μια σαφή διαβάθμιση εντροπίας (από τη χαμηλή εντροπία στο «Αγόρι με τη βαλίτσα» έως την υψηλή εντροπία στα «Ορφανά» και τον «Βοϊτσεκ»), η ποσοτική έρευνα καταγράφει μια καθολική επικοινωνιακή ετοιμότητα, με το 88,9% του δείγματος να δηλώνει ότι το ύφος των παραστάσεων αντικατοπτρίζεται ιδανικά επάνω στις αφίσες.

Η σύνδεση των δύο μεθόδων αποκαλύπτει μια **ενδιαφέρουσα απόκλιση** : η θεωρητική δυσκολία αποκωδικοποίησης που συνεπάγεται η μεσαία και η υψηλή εντροπία των εικαστικών μηνυμάτων εξουδετερώνεται στην πράξη από την υψηλή θεσμική αναγνωρισιμότητα του οργανισμού (90%). Η συστηματική επανάληψη της σχεδιαστικής φιλοσοφίας του ΚΘΒΕ σε βάθος δεκαετίας έχει δημιουργήσει έναν «άτυπο μηχανισμό αισθητικής εξοικείωσης» του κοινού. Συνεπώς τα ευρήματα συγκλίνουν στο ότι ο μέσος δείκτης προσλαμβάνει άμεσα και με ακρίβεια τον γενικό καλλιτεχνικό κώδικα (ύφος), ακόμα και αν η αποκωδικοποίηση των βαθύτερων αφηρημένων συμβολισμών προϋποθέτει απαρέγκλιτα την ύπαρξη πρότερης γνώσης της θεατρικής υπόθεσης.

Περιορισμοί της Έρευνας και Προτάσεις για Μελλοντική Μελέτη

Κλείνοντας την παρούσα τη διπλωματική μεταπτυχιακή διατριβή είναι απαραίτητα να επισημανθούν οι περιορισμοί που τη διέπουν, οι οποίοι ωστόσο δεν μειώνουν την αξία των ευρημάτων, αλλά ορίζουν το πλαίσιο για μελλοντικές ερευνητικές προσπάθειες.

- Ο πρώτος περιορισμός αφορά το ποσοτικό δείγμα των 100 ατόμων, το οποίο αν και επαρκές για τη διεξαγωγή ασφαλών τάσεων, θα μπορούσε να διευρυνθεί σε μελλοντικές μελέτες για μεγαλύτερη στατιστική γενίκευση.
- Ο δεύτερος και πιο ουσιώδης περιορισμός πηγάζει από τη μεθοδολογική φύση της ποσοτικής έρευνας, η οποία βασίστηκε στην ανάκληση μνήμης των πολιτών για τις αφίσες που βλέπουν γενικά στο δρόμο και όχι στην άμεση ελεγχόμενη έκθεσή τους στις 10 συγκεκριμένες αφίσες του ξένου δράματος που αναλύθηκαν σημειωτικά.

Με βάση αυτούς τους περιορισμούς προκύπτουν εξαιρετικά ενδιαφέρουσες προτάσεις για μελλοντική επιστημονική έρευνα. Προτείνεται η διεξαγωγή μιας πειραματικής μελέτης σε ελεγχόμενο περιβάλλον, όπου το κοινό θα εκτίθεται άμεσα σε συγκεκριμένο οπτικό υλικό προκειμένου να συγκριθεί η άμεση αντίδραση με την ήδη εδραιωμένη εικόνα που έχει για το brand.

Παράλληλα κρίνεται σκόπιμη η επέκταση της έρευνας και σε άλλες θεατρικές σκηνές του οργανισμού, όπως είναι το αρχαίο δράμα ή η παιδική σκηνή. Μία τέτοια συγκριτική μελέτη θα προσέφερε μία ακόμα πιο ολοκληρωμένη και σφαιρική εικόνα για τη διαχρονική εξέλιξη της πολιτιστικής, κοινωνικής και επικοινωνιακής ταυτότητας του μεγαλύτερου θεατρικού οργανισμού της Βόρειας Ελλάδας.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

α. Ελληνόγλωσσες

1. Αθανασοπούλου, Α., Γλύτση, Ε., & Χαμπούρη – Ιωαννίδου, Α. (2002). Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων (Τόμ. Πολιτιστικό Πλαίσιο). Πάτρα : ΕΑΠ.
2. Αθανασοπούλου, Α., Δάλλας, Κ., Μακρή, Α. & Χαμπούρη – Ιωαννίδου, Α. (2003). Πολιτιστική Επικοινωνία (Τομ. Μέσα Επικοινωνίας). Πάτρα : ΕΑΠ.
3. Arntson, A.E. (2011). Graphic Design Basics, 6^η αναθ. Εκδ.,Wadsworth. Cengage Learning, Boston
4. Βακαλό, Ε. (1998). Οπτική Σύνταξη : Λειτουργία και παραγωγή μορφών. Αθήνα : Νεφέλη
5. Barthes, R. (2007). Ρητορική της Εικόνας. Στο Εικόνα – Μουσική – Κείμενο, 3^η έκδοση. Αθήνα : Πλέθρον.
6. Βινιεράτου, Μ., Γεωργίου, Α., Γλύτση, Ε., Κιούκας, Α., Κοσκινά, Α., Μπουσουλέγκα, Χ., Οικονόμου, Μ., Σκούρα, Β., Ταξοπούλου, Ι., Χαμπούρη – Ιωαννίδου, Α. (2003). Πολιτιστική Πολιτική και Διοίκηση (Τομ. Πολιτιστική Διαχείριση). Πάτρα : ΕΑΠ.
7. Chandler, D.(1994). Σημειωτική για αρχάριους. Ανακτήθηκε στις 17/02/2026 από : www.visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/greek/sem0a.html
8. Creswell, J. W. (2011). Η Έρευνα στην Εκπαίδευση : Σχεδιασμός, Διεξαγωγή και Αξιολόγηση Ποσοτικής και Ποιοτικής Έρευνας. Αθήνα : Έλλην
9. Γκαντζιάς, Γ., (2020). Πολιτιστική Πολιτική , Χορηγία & Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Αθήνα : Εκδόσεις Παπασωτηρίου
10. Γουλιάμος, Κ., (1998). Θεωρίες Μαζικής Επικοινωνίας. Νομική – Κοινωνική και Πολιτιστική Λειτουργία στη Δημόσια Σφαίρα, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτιστικών Επιστημών
11. Δερζιώτης, Χ., (2006). Επιχειρησιακή επικοινωνία : Από τη θεωρία στην πράξη. Συλλογικό έργο, Εκδόσεις Σοφία Α.Ε.

12. Dondis, D.A., (2002). Βασικές αρχές οπτικής παιδείας, μτφ. Μαρία Διακοδημητρίου, Πάτρα : ΕΑΠ
13. Fiske, J. (1989). Εισαγωγή στην Επικοινωνία. Αθήνα, Εκδόσεις Αιγόκερος
14. Fiske, J., (1992). Εισαγωγή στην επικοινωνία. Σειρά Επικοινωνία και Κουλτούρα. Αθήνα, Εκδόσεις Πατάκη
15. Ζώτος, Γ., (2000). Διαφήμιση – Σχεδιασμός και Λειτουργία στα Πλαίσια της Επιχείρησης και του Διαφημιστικού Γραφείου. Θεσσαλονίκη, University Studio Press
16. Kandinsky, W., (1981) Για το πνευματικό στη τέχνη, μτφ. Μηνάς Παράσχης, Αθήνα, Νεφέλη
17. Κανδυλάκη, Α., (2001), Η Συμβουλευτική στην Κοινωνική Εργασία : Δεξιότητες και Τεχνικές, Αθήνας , Σύγχρονες Ακαδημαϊκές και Επιστημονικές Εκδόσεις
18. Καστόρας, Σ. (2002). Αρχές και Μέθοδοι Επικοινωνίας. Τόμος Α'. Πάτρα : ΕΑΠ
19. Κοζάκου – Τσιάρα, Ο. (2006). Εισαγωγή στην Εικαστική Γλώσσα. Αθήνα : Gutenberg
20. Κολόκα, Μ. (2020). Το μήνυμα ως εργαλείο ανάλυσης και ερμηνείας της επικοινωνιακής στρατηγικής για την ανάπτυξη κοινού στους πολιτιστικούς οργανισμούς (Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία). Πάτρα : ΕΑΠ. Διαθέσιμο από το Ψηφιακό Αποθετήριο ΕΑΠ στο : eap.gr
21. Κοντάκος, Α. & Πολεμικός, Ν., (2000). Η μη Λεκτική Επικοινωνία στο Νηπιαγωγείο, Αθήνα, Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα
22. Κορρές, Γ., (2002). Οικονομία του Πολιτισμού: Οικονομική Διαχείριση. Τόμος Α'. Πάτρα : ΕΑΠ
23. Κοτζαΐβαζόγλου, Ι. & Πασχαλούδης, Δ. (2003), Οργανωσιακή Επικοινωνία, Αθήνα, Εκδόσεις Πατάκη
24. Κούρτη, Ε. (1995). Διαπροσωπική επικοινωνία : θεωρητικές προσεγγίσεις. Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Μάγια

25. Κουρδής, Ε. (2001). Σημειωτική και Διαφήμιση : Η Σημειωτική Ανάλυση Δύο Διαφημιστικών Αφισών της Assos International, Δημοσιευμένο στο Πασχαλίδης, Γ.& Χοντολίδου, Ε. (επιμέλεια), (2001). Σημειωτική και Πολιτισμός. Τόμος 1. Θεσσαλονίκη : Παρατηρητής
26. Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2010). Η Ανάγνωση των Εικόνων : Η Γραμματική του Οπτικού Σχεδιασμού. Αθήνα : Επίκεντρο
27. Kroeber – Riel, W. (1998). Ζέρβας, Κ (μετάφραση), Στρατηγική και Τεχνική της Διαφήμισης. Αθήνα : Ελληνικά Γράμματα
28. Κωνσταντοπούλου, Χ. (2009). Κοινωνιολογία της «καθημερινότητας» (Εισαγωγή στην Κοινωνιολογία της Καθημερινής Ζωής). Αθήνα, Εκδόσεις Πατάκη
29. Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. (2012). Θεωρίες ανθρώπινης επικοινωνίας. Αθήνα, Εκδόσεις Πεδίο
30. Lasswell, H., (1948). «Η δομή και η λειτουργία της επικοινωνίας στην κοινωνία». Στο Λιβιεράτος, Κ., & Φραγκούλης, Τ., (Επ.), 1991. Το μήνυμα του μέσου. Η έκρηξη της μαζικής επικοινωνίας. Αθήνα, Εκδόσεις Αλεξάνδρεια
31. Λαγόπουλος. Α. – Φ. & Μποκλουντ – Λαγοπούλου, Κ., (2016). Θεωρία της σημειωτικής: Η παράδοση του Ferdinand de Saussure. Αθήνα : Πατάκη
32. McQuail, D., Windahl, S., (1991). Μοντέλα Επικοινωνίας. Για τη μελέτη των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Αθήνα, Εκδόσεις Καστανιώτη
33. Μικρός, Γ., (2001 α). Εισαγωγή στη γλωσσική επιστήμη. Στο Γ. Μικρός, R. Fay, M. Rodriguez, I. Σπινθουράκης, Κατανόηση της Γλώσσας και του Πολιτισμού : Από τα Λατινικά στη Σύγχρονη Ισπανική Γλώσσα. Πάτρα, ΕΑΠ
34. Μπακιρτζής, Κ. Ν. (2003). Επικοινωνία και Αγωγή. Αθήνα : Gutenberg Παιδαγωγική Σειρά
35. Μπαλτζής, Α. (2014). Οπτική Επικοινωνία και Σημειωτική της Εικόνα. Αθήνα : Κριτική
36. Μπαμπινιώτης, Γ., (2002). Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας (2^η έκδ.). Αθήνα, Κέντρο Λεξικολογίας Ε.Π.Ε.

37. Μπαμπινιώτης, Γ. Δ. (2010). Ετυμολογικό Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας . Κηφισιά : Κέντρο Λεξικολογίας Ε.Π.Ε.
38. Μπαντιμαρούδης, Φ., (2011). Πολιτιστική επικοινωνία, Οργανισμοί, θεωρίες, μέσα. Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική
39. Μπασέτας, Κ. Χ., (2007). Παιδαγωγική Αλληλεπίδραση στο Σχολείο. Αθήνα, Εκδόσεις Ατροπός
40. Μπουραντάς, Δ., (1999). Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων και Υπηρεσιών. Αθήνα , ΟΕΔΒ
41. Ρήγου, Μ., (2014), Από την ψηφιακή επανάσταση στην ψηφιακή επιτηρηση. Νέα μέσα, δημοσιότητα και πολιτική. Αθήνα, Εκδόσεις Σιδέρης Ι..
42. Σηφάκη, Ε., (2015). «Οπτική επικοινωνία και τέχνες : Ένα παράδειγμα ανάλυσης οπτικού σχεδιασμού» στο Πουρκός Μ.Α. (επιμ), Βίωμα και βασισμένες στην τέχνη ποιοτικές μέθοδοι έρευνας (σς 228-244), Αθήνα, Εκδόσεις Νησίδες
43. Σιαπκίδης, Ν. & Τροβά, Β., (χ.χ.). Αρχές Σύνθεσης, Αθήνα, Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων
44. Σκαρπέλος, Γ., (2000). Ιστορική μνήμη κι ελληνικότητα στα κόμικς, Αθήνα, Κριτική
45. Σκούρα, Β., & Γλύτση, Ε. (2003). Στο Μ. Βινιεράτου, Α. Γεωργίου, Ε. Γλύτση, Α. Κιούκας, Α. Κοσκινά, Χ. Μπουσουλεγκα, Α. Χαμπούρη – Ιωαννίδου, Πολιτιστική Πολιτική και Διοίκηση. Πάτρα, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
46. Σταμάτης, Π. Ι. (2013). Επικοινωνία στην Εκπαίδευση. Αθήνα : Εκδόσεις Διάδραση
47. Φραγκόπουλος, Μ. (2006). Εισαγωγή στην Ιστορία και τη Θεωρία του Graphic Design
48. Χαλεβελάκη, Μ., (2010), Μια Εισαγωγή στη Σημειολογία : Θεωρία και Εφαρμογές (1^η εκδ.). Αθήνα : Εκδόσεις Καστανιώτη

49. Ψύλλα, Μ. (1991). Η επικοινωνία σαν κοινωνική διεργασία. Στο Επιστημονική Επετηρίδα Χαροκόπειου Ανωτάτης Σχολής Οικιακής Οικονομίας. Αθήνα : Χαροκόπειος Ανώτατη Σχολή Οικιακής

50. Ψύλλα, Μ. (1998). Το μήνυμα ως αντικείμενο ερμηνείας και ανάλυσης στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πράξης. Στο Παπαγεωργίου Γ. (επιμ), Μέθοδοι στην κοινωνιολογική έρευνα. Αθήνα, Εκδόσεις Τυπωθήτω

β. Ξενόγλωσσες

1. Aaker, D. A. (2014). Aaker on Branding : 20 Principles That Drive Success. Morgan James Publishing

2. Amborse, G. & Hrris, P. (2006). Layout. Athens : Dart Books.

3. Anholt, S. (2007). Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Houndmills, Basinstone, Hampshire : Palgrave Macmillan.

4. Argyle, M., (2013), Bodily communication, New York : Routledge

5. Ausburn, L. J.& Ausburn, F. B.(1978). Visual Literacy : Background, Theory and Practice. Programmed Learning and Educational Technology, 15 (4), 291 – 297. Ανακτήθηκε στις 26/12/2025 από : <https://doi.org/10.1080/0033039780150405>

6. Barnicoat, J. (1972). A concise history of posters (Reprinted), London :Thames and Hudson

7. Barthes, R. (1977). Image, Music, Text, London : Fontana

8. Bourdieu, P. (1984). Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste. Harvard University Press.

9. Bryant, J. F. (1995), Henri de Toulouse – Lautrec. New York :Chelsea House Publishers

10. Chandler, D. (2017). : The Basics (3rd .). London :Routledge

11. Colbert, F. (2014). The Arts Sector : A Marketing Definition. Psychology & Marketing, 31(8), 566-575

12. Cooley, C.H. (1909). *Social Organization*. New York, NY: Charles Scribner's Sons
13. Cooper, D. (1988). *Henri de Toulouse- Lautrec*. London : Thames & Hudson Ltd
14. Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*, Indiana University Press
15. Fill, C. & Turnbull, S. (2019). *Marketing Communications : Brands, Experiences and Participation*. Pearson
16. Fillis, I. (2011). The Progressive Play of Arts Marketing : A retro – prospective perspective. *Journal of Marketing Management*
17. Fiske, J. (2010). *Introduction to Communication Studies*, Routledge
18. Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.). New York, NY : McGraw – Hill Companies, Inc.
19. Healy, S. (2011). Visual Pollution and Cultural Communication : The Fate of Public, Posters in the Urban Landscape. *Journal of Communication and Cultural Studies*, 14(2), 45-62
20. Hooper - Greenhil, E. (1994). *Museums and their visitors*. London : Routledge.
21. Jaffé, H.L.C.(1967). *De Stijl :1917-1931. Vision of Utopia*, Οξφόρδη, Phaidon
22. Keller, K. L. (2016). *Strategic Brand Management : Building, Measuring , and Managing Brand Equity*. Pearson.
23. Kepferer, J. N. (2012). *The New Strategic Brand Management : Advanced insights and Strategic Thinking* . Kogan Page
24. Koloka, M. & Papadaki, E. (2023). Performing Arts Organizations Communication Through Posters in Greece : A Semiotic Approach, *International Journal of Semiotics and Visual Rhetoric*. Διαθέσιμο στο <https://orcid.org/0000-0001-6971-5619>
25. Moilanen, T. & Rainisto, S. (2009). *How to Brand Nations, Cities and Destinations. A Planning Book for Place Branding*. Pargrave : Macmillan.

26. Nelson, D. (2015). The posters that Won the War : The Production, Recruitment and War Bond Posters of WWII. Crestline Books
27. Neumeier, M. (2005). The Brand Gap. How to Bridge the Distance between Business Strategy and Design. Berkeley : New Riders Press.
28. Pearson, J. C., Nelson, P. E., Titsworth, S. & Hosek, A. M. (2017). Human Communication (6th ed.). New York, NY : McGraw – Hill Education
29. Poulin, R., (2011). The Language of Graphic Design. An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles, Rockport, Μπέβερλι Μασαχουσέτης
30. Russo,A., Watkins, J., Kelly,L. & Chan, S., (2008), «Participatory Communication with Social Media» :Curator : The Mouseum Journal Vol51, Issue 1
31. Saussure, F.de (1916).Course in General Linguistics. New York: Philosophical Library
32. Shen, L. & Bigsby, E.(2013), The effects of message features : Content, structure and style in The SAGE Hanbook of Persuasion Developments in Theory and Practice, SAGE Publictations Inc
33. Satir, V. (1988). The New Peoplemaking. Palo Alto, CA : Science and Behavior Books
34. Shaleph, O. (2008). Interactive Media : The Semiotics of Embodied Interaction. London : Springer
35. Sifaki, E. & Papadopoulou, M. (2015). Advertising modern art : a semiotic analysis of posters used to communicate about the Turner Prize award. Visual Communication, 14 (4), 457-484
36. Simoes, C., Dibb, S. & Fisk, R. P. (2005). Managing corporate identity : an internal perspective. Journal of the Academy of Marketing Science, 33(2), (p.p.153-168).
37. Simonds, B. K., Hunt, S. K. & Simonds, C. J. (2018). Engaging Communication. Southlake, TX : Fountainhead Press.

38. Slack, J. D. (2006). Communication as Articulation. In G. J. Shepherd, J. St. John & T. Striphas (Eds.), Communication as ... : Perspectives on theory (p.p.223- 231). New York, NY : Sage Publications Inc.
39. Stenberg, D. (2007). “ Neuroanatomy and neurochemistry of sleep.”, Cell Moll Life Sci.
40. Timmers, M. (1998). The power of the poster. London :V. & A. Publications.
41. University of Liverpool, (2012).Making an Impact with your Poster. Computing Services. Ανακτήθηκε στις 18/02/2026 από : <https://www.liverpool.ac.uk/media/livacuk/computingservices/printing/making-an-impact-with-your-poster.pdf>
42. Urbanke, R. (2000). Map Design : Graphic Design Basics. Kommission Ausund Weiterbildung, Deutsche Gesellschaft fur Krtographie e. V.
43. Van Dalen, J., Gubbels, H., Engel, C. & Mfenyana, K. (2002). Effective Poster Design. Education for Health. Velders, de Vries & Vaicaityte, n.d., p.p. 79-83.

γ. Διαδικτυακές πηγές

1. Frank, S. B. (2008) Brand identity ... for Non – Prof Organizations? Synthesis Partnership. Ανακτήθηκε στις 01/ 02/2026 από : https://www.synthesispartnership.com/pdfs/b2_identity.brand_identity.pdf
2. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας αθηνόραμα, 2021. Η νύχτα της Ιγκουάνα. Ανακτήθηκε στις 27/02/2026 από : https://www.athinorama.gr/theatre/theatre-reviews/2552111/i_nuxta_tis_igkousns/
3. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας αθηνόραμα, 2023. Ορφανά. Ανακτήθηκε στις 26/02/2026 από : <https://www.athinarama.gr/theatre/theatre-review/3015898/3015898-orfana/>

4. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας artmag, (2014), Η ύπαρξη του Βούτσεκ – Μέρος Α΄. ανακτήθηκε στις 25/02/2025 από : <https://www.artmag.gr/articles/articles/about-art/item/6095-the-existence-of-woyzeck-part-a>
5. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας cityculture, (2020). ΟΙ ΣΤΥΛΟΒΑΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟ ΚΘΒΕ, ΚΡΙΤΙΚΗ ΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ. Ανακτήθηκε στις 15/02/2026 από : <https://cityculture.gr/stilovates-koinonias-k-th-v-e-kritiki-raftopoulos/>
6. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας CNN Greece, (2022). Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος : Μας συστήνεται με τη νέα του ταυτότητα στη ΔΕΘ. Ανακτήθηκε στις 05/02/2026 από : <https://www.cnn.gr/style/politismos/story/328151/kratiko-theatro-voreoy-ellados-mas-systinetai-me-ti-nea-toy-taytotita-sti-deth>
7. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας fractal, 2022. «Η νύχτα της Ιγκουάνα»: Το κύκναιο άσμα του Tennessee Williams και πάλι στο Κ.Θ.Β.Ε.. Ανακτήθηκε στις 27/02/2026 από : <https://www.fractalart.gr/i-nychta-tis-igoyana/>
8. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Fractal, 2023. «Λυσσασμένη γάτα» του Τένεσι Ουίλιαμς στο «Βασιλικό Θέατρο» από το Κ.Θ.Β.Ε.. Ανακτήθηκε στις 28/02/2026 από : <https://www.fractalart.gr/lyssasmeni-gata-k-th-v-e/>
9. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Fractal, 2024. « Ρωμαίος και Αννέτα» του Ζαν Ανούιγ στο «Μικρό» της Μονής Λαζαριστών, από το Κ.Θ.Β.Ε. σε σκηνοθεσία της Άννας Φόνσου. Ανακτήθηκε στις 01/03/2026 από : <https://www.fractalart.gr/romaios-kai-anneta/>
10. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Fractal, (2026). “Ταξίδι Μεγάλης Μέρας Μέσα στη Νύχτα”. Οικογένεια στο ημίφως : αγάπη, μίσος και ενοχή σε μία μέρα που δεν τελειώνει ποτέ. Ανακτήθηκε στις 15/02/2026 από : <https://www.fractalart.gr/taxidi-megalis-meras-mesa-sti-nychta/>
11. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, (2018). «Ανεμοδαρμένα ύψη» και φουρτουνιασμένη ψυχή. Ανακτήθηκε στις 26/02/2026 από : <https://www.kathimerini.gr/culture/theater/951549/anemodarmena-ypsi-kai-foyrtoyniasmeni-anthropini-psychi/>

12. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας teatro.gr, (2024). Είδαμε τον Πουπουλένιο στο Σύγχρονο Θέατρο. Ανακτήθηκε στις 16/02/2026 από : <https://xn--mxahi4ajr.gr/eidame/item/4275-eidame-poupoulenio-sigxrono-theatro.html>
13. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΘΕΑΤΡΟΜΑΝΙΑ, 2019, Κριτική για την παράσταση «Βούτσεκ». Ανακτήθηκε στις 25/02/2026 από : <https://www.theatromania.gr/kritiki-gia-tin-parastasi-quot-voytsek-quot/>
14. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΘΕΑΤΡΟΜΑΝΙΑ, (χ.χ.). Οι Στυλοβάτες της κοινωνίας. Ανακτήθηκε στις 15/02/2026 από : <https://www.theatromania.gr/parastasi/oi-stylovates-tis-koinonias-2/>
15. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας iefimerida,(2016). Προσφυγιά και μετανάστευση: «Το Αγόρι με τη βαλίτσα» του Μάικ Κένι έρχεται στο ΚΘΒΕ [εικόνες]. Ανακτήθηκε στις 13/02/2026 από : <https://www.iefimerida.gr/news/259409/prosfygia-kai-metanasteysi-agori-me-ti-valitsa-toy-maik-keni-erhetai-sto-kthve-eikones?amp>
16. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας in, (2016). «Το αγόρι με τη βαλίτσα» : Η Ξένια Καλογεροπούλου διασκεύαζει Μάικ Κένι. Ανακτήθηκε στις 12/02/2026 από : <https://www.in.gr/2016/12/09/plus/kid/to-agori-me-ti-balitsa-i-ksenia-kalogeropoyloy-diaskeyazei-maik-kein/#:~:text=Το%20αγόρι%20με%20τη%20βαλίτσα%20είναι%20ένα,έργο%20του%20βρετανού%20θεατρικού%20συγγραφέα%20Μάικ%20Κένι.>
17. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Κουλτουρόσουπα, 2024. «Ρωμαίος και Ανέττα» Ένα ρομαντικό δράμα που μας άγγιξε αλλά δεν μας συγκίνησε. Είδαμε & σχολιάζουμε. Ανακτήθηκε στις 01/03/2026 από : <https://kulturosupa.gr/theatromania/eidame-kai-sxoliazoume/romaios-kai-anneta-ena-romantiko-drama-pou-mas-angixe-alla-den-mas-sygkinise-eidame-scholiazoume/>
18. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Liberal, (2023). Η βαλίτσα, σύμβολο των ξεριζωμένων. Ανακτήθηκε στις 13/02/2026 από : <https://www.liberal.gr/politismos/epeteios-polemoy-stin-oykrania-afinontas-tin-patrida>

19. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Lifo, 2022. Ο Αστέριος Πελτέκης νέος καλλιτεχνικός διευθυντής του ΚΘΒΕ. Ανακτήθηκε στις 04/03/2026 : <https://www.lifo.gr/now/entertainment/o-asterios-peltekis-neos-kallitehnikos-dieythyn-tis-toy-kthbe?amp>
20. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Literature, 2023. Λυσσασμένη γάτα, του Τένεσι Ουίλιαμς σε Σκηνοθεσία Σύλλα Τζουμέρκα στο Βασιλικό Θέατρο. Ανακτήθηκε στις 28/02/2026 από : <https://www.literature.gr/lyssasmeni-gata-toy-tenesi-oyiliams-se-skinotheria-sylla-tzoumerka-sto-vasiliko-theatro/>
21. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας LUMBER2LOVE, (2025). What does the dining table symbolize. Ανακτήθηκε στις 14/02/2026 από : <https://www.lumber2love.com/what-does-the-dining-table-symbolize/>
22. Ιστότοπος ηλεκτρονικής εφημερίδας MAKEΔONIA,(2025). Μία έκθεση με ιστορικές αφίσες του ΚΘΒΕ. Ανακτήθηκε στις 09/02/2026 από : <https://origin.emakedonia.gr/mia-ekthesi-me-afises-toy-kthve-deite-fotografies>
23. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας MAXMAG,(2017). Είδαμε τα Ανεμοδαρμένα Ύψη στο ΚΘΒΕ του Γιάννη Καλαβριανού. Ανακτήθηκε στις 25/02/2026 από : <https://maxmag.gr/theatro/kritikes-theatrikon-parastaseon/anemodarmena-ypsi/>
24. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας MAXMAG, (2019). Οι φάροι στη ζωή μας. Ανακτήθηκε στις 16/02/2026 από : <https://maxmag.gr/apscychologita/oi-faroi-sti-zoi-mas/#:~:text=0%20μας%20μπορεί%20να%20είναι%20ένας,που%20αγαπάμε%20%20ένας%20δάσκαλος%20ή%20ένας%20φίλος&text=0%20φάρος%20συμβολίζει%20την%20ελπίδα%20και%20την%20ασφάλεια%20τόσο%20για%20τους>
25. Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Εικονικό Μουσείο. Ανακτήθηκε στις 09/02/2026 από : <https://www.ntng.gr/el/discover/digital-museum?categories=11899>
26. Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Ιστορικό. Ανακτήθηκε στις 05/02/2026 από : <https://www.ntng.gr/el/σχετικά/18/ιστορικο>
27. Ιστότοπος Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος, (χ.χ.). Προφίλ. Ανακτήθηκε στις 05/02/2026 από : <https://ntng.gr/el/σχετικά/17/προφιλ>

28. Ιστότοπος ΚΘΒΕ, (2021). Ο ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΚΘΒΕ ΝΙΚΟΣ ΚΟΛΟΒΟΣ ΣΤΟ REAL FM. Ανακτήθηκε στις 15/02/2026 από : <https://ntng.gr/el/nea/24/1-δελτια-τυπου/12575/o-καλλιτεχνικος-διευθυντης-του-κθβε-νικος-κολοβος-στο-real-fm-3>
29. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Μακεδονικά Νέα, (2025). Στο ΚΘΒΕ μετασχηματίζουμε την εντροπία σε κοινή εμπειρία. Ανακτήθηκε στις 05/02/2026 από : <https://www.makedonikanea.gr/arthografia/sto-kthbe-metashimatizoyme-tin-entropia-se-koini-empeiria>
30. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Μακεδονικά Νέα, 2025. Η Θεσσαλονίκη και το ΚΘΒΕ επίκεντρο του Πολιτισμού των Βαλκανίων : Η σημασία του Διαβαλκανικού Δικτύου Παραστατικών Τεχνών. Ανακτήθηκε στις 04/03/2026 από : <https://www.makedonikanea.gr/arthografia/i-thessaloniki-kai-kthbe-epikentro-toy-politismoy-ton-balkanion-i-simasia-toy>
31. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ONLYTHEATER, (2016). ‘ΤΟ ΑΓΟΡΙ ΜΕ ΤΗ ΒΑΛΙΤΣΑ’ ΣΤΗ ΝΕΑΝΙΚΉ ΣΚΗΝΗ ΤΟΥ ΚΘΒΕ. Ανακτήθηκε στις 12/02/2026 από : <https://www.onlytheater.gr/buzz/news/item/to-agori-me-ti-valitsa-sti-neaniki-skini-tou-kthve>
32. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ONLYTHEATER, (2022). «ΤΑΞΙΔΙ ΜΕΓΑΛΗΣ ΜΕΡΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΝΥΧΤΑ» ΚΡΙΤΙΚΗ. Ανακτήθηκε στις 15/02/2026 από : <https://www.onlytheater.gr/buzz/onlytheaterreview/item/«taksidi-megalis-meras-mesa-sti-nixta»-kritiki>
33. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας Πάλκο, (2020). «Οι Στυλοβάτες της κοινωνίας» στο Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος. Ανακτήθηκε στις 15/02/2026 από : <https://palko.gr/oi-stylovates-tis-koinonias-sto-kratiko-theatro-voreiyo-ellados>
34. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας paspartou,(2022). Ο Αυτόχειρ!. Ανακτήθηκε στις 09/02/2026 από : <https://paspartou.gr/nikos-prassos/o-aytoheir>
35. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας parallaxi, (2016). Το αγόρι με τη βαλίτσα : μία παράσταση γεμάτη ιστορίες από την ιστορία. Ανακτήθηκε στις 12/02/2026 από : <https://parallaximag.gr/agenda-parallaxi/ektheseis/maik-keni-to-agori-me-ti-valitsa-mia-parastasi-gemati-istories-apo-tin-istoria>

36. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας parallaxi, 2019. Αυτός είναι ο απολογισμός της απερχόμενης διοίκησης του ΚΘΒΕ. Ανακτήθηκε στις 04/03/2026 από : <https://parallaximag.gr/thessaloniki-news/aftos-einai-apologismos-tis-aperchomenis-dioikisis-tou-kthve>
37. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΕΩΝ ΠΟΛΙΣ (26/01/2026). Έτσι γεννήθηκε το Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος . Ανακτήθηκε στις 04/02/2026 από : <https://thessalonikeonpolis.gr/etsi-gennithike-to-kratiko-theatro-voreiou-ellados/>
38. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας praximag, (χ.χ.). Το ΚΘΒΕ ... στην πρώτη γραμμή. Ανακτήθηκε στις 06/02/2026 από : <https://praximag.gr/kthve-stin-proti-grammi/>
39. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας SLpress, (2024). Πως επιδρά στη ψυχολογία το καφέ χρώμα. Ανακτήθηκε στις 15/02/2026 από : <https://slpress.gr/ef-zin/pos-epidra-stinpsixologia-to-kafe-xroma/?amp>
40. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας thessalonikiguide, 2018. «Τα Ορφανά» του Ντέννις Κέλλυ στο ΚΘΒΕ – 2^{ος} Χρόνος. Ανακτήθηκε στις 26/02/2026 από : <https://www.thessalonikiguide.gr/event/ta-orfana-tou-ntenis-keli-deuterh-xronia-kratiko-theatro/>
41. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας thessalonikiguide, 2022. Νέα εποχή στο ΚΘΒΕ – Καλλιτεχνικός Προγραμματισμός 2022 -2023 «Θέατρο Ξανά». Ανακτήθηκε στις 04/03/2026 από : <https://www.thessalonikiguide.gr/event/kthve-kallitexnikos-programmatismos/>
42. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας We Love Theater, (2025). Review: « Ο Πουπουλένιος» Μια πολύ αβάσταχτα όμορφη, αβάσταχτα δύσκολη παράσταση. Ανακτήθηκε στις 16/02/2026 από : <https://www.welovetheater.gr/post/review-poupoulenios-omorfi-dyskoli-parastasi>
43. Ιστότοπος ηλεκτρονικής πλατφόρμας 99designs, (2020). The meaning of shapes in design. Ανακτήθηκε στις 24/02/2026 από : <https://99designs.com/blog/tips/meaning-of-shapes/>

44. Οικονόμου, Μ. (2022). ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΚΔΟΧΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΟΥ ΖΗΤΗΜΑΤΟΣ Όψεις και Απόψεις. Ανακτήθηκε στις 13/02/2026 από : <https://www.epapsy.gr/wp-content/uploads/2023/06/ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ-ΕΚΔΟΧΕΣ-ΤΟΥ-ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΟΥ-ΖΗΤΗΜΑΤΟΣ-Όψεις-και-Απόψεις.pdf>
45. RICHES Resources (2014). Cultural institutions. Ανακτήθηκε στις 30/01/2026 από : <https://resources.riches-project.eu/glossary/cultural-institutions/>
46. Σηφάκη, Ε., Κυπραίου, Ε., «Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης και προσέλκυση νεανικού κοινού στους πολιτιστικούς οργανισμούς», Επιστήμες Αγωγής, τ3/2021. Ανακτήθηκε στις 02/02/2026 από : [https://www.researchgate.net/publication/345805801_Mesa_koinonikes_diktyoses_kai_i_proselkyse_tou_neanikou_koinou-stous_politistikous_organismous](https://www.researchgate.net/publication/345805801_Mesa_koinonikes_diktyoses_kai_i_proselkyse_tou_neanikou_koinou_stous_politistikous_organismous)
47. Σηφάκη, Ε., & Σηφάκης, Γ. (2007). Πολιτιστικό Μάρκετινγκ και νέες τεχνολογίες στην υπηρεσία των πολιτιστικών οργανισμών. Πρακτικά του Πανελλήνιου Συνεδρίου «Νέες Τεχνολογίες και Μάρκετινγκ», Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης, ΤΕΙ Κρήτης, Ιεράπετρα. Ανακτήθηκε στις 04/02/2026 από : https://www.researchgate.net/publication/338336475_Politistiko_marketin'nk_kai_nees_technologies_sten_yperesia_ton_politistikon_organismon
48. UNESCO (2002). What do we Mean by the Cultural and Creative Industries? Ανακτήθηκε στις 30/01/2026 από : <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/What%20Do%20%We%20Mean%20by%20CCI.PDF>

Παραρτήματα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το παρόν ερωτηματολόγιο καταρτίστηκε και διανέμεται στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας της μεταπτυχιακής φοιτήτριας Μαρίας Αγγελικής Πανέρη με τίτλο "Οι αφίσες ως μέσο επικοινωνίας στις πολιτισμικές μονάδες : ανάλυση μηνύματος των αφισών για τις δράσεις του Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος (ΚΘΒΕ) για τα έτη 2015-2025". Η συμμετοχή σας είναι εθελοντική και το ερωτηματολόγιο είναι απολύτως ανώνυμο. Οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους ερευνητικούς σκοπούς της παρούσας μελέτης. Για τη συμπλήρωση του θα χρειαστείτε περίπου 5-8 λεπτά. Έχετε το δικαίωμα να σταματήσετε τη συμπλήρωση ή να αποχωρήσετε από την έρευνα ανά πάσα στιγμή, εάν επιλέξετε να μην την ολοκληρώσετε. Για την απάντηση των ερωτήσεων παρακαλείσθε να σημειώσετε με [✓] ή [X] την επιλογή σας.

Ενότητα Α : Συνήθειες

1. Ποιά είναι η σχέση σας με το θέατρο (Παρακαλούμε επιλέξτε την απάντηση που σας αντιπροσωπεύει καλύτερα) ;

- ☐ Πολύ συχνός θεατής (Παρακολουθείτε περισσότερες από 4 παραστάσεις ανά θεατρική σεζόν)
- ☐ Περιστασιακός θεατής (Παρακολουθείτε 2 έως 3 παραστάσεις ανά θεατρική σεζόν)
- ☐ Σπάνιος θεατής (Παρακολουθείτε 1 παράσταση ή και καμία ανά θεατρική σεζόν)

2. Πόσο συχνά παρακολουθείτε παραστάσεις στις σκηνές του ΚΘΒΕ ;

- ☐ Πολύ συχνά (Σχεδόν κάθε παραγωγή της σεζόν)
- ☐ Συχνά (3-4 φορές το χρόνο)
- ☐ Περιστασιακά (1-2 φορές το χρόνο)
- ☐ Σπάνια (Μία φορά στα δύο χρόνια ή λιγότερο)
- ☐ Ποτέ (Σε περίπτωση που επιλέξετε αυτή την απάντηση, η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ολοκληρώνεται εδώ. Σας ευχαριστούμε για τον χρόνο σας)

3. Από ποια μέσα ενημερώνεστε κυρίως για πολιτιστικές εκδηλώσεις ;

- ☐ Social media (Facebook, Instagram, Tik Tok κ.α.)
- ☐ Ιστοσελίδες (ιστοσελίδα του ΚΘΒΕ, πολιτιστικά portals κ.α.)

- ☐ Παραδοσιακά Μέσα (Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Εφημερίδες)
- ☐ Αφίσες στον δρόμο
- ☐ Από φίλους – γνωστούς

Ενότητα Β : Αισθητική Αξιολόγηση Αφισών

4. Πόσο ελκυστικές σας φαίνονται οι αφίσες του ΚΘΒΕ;

- ☐ Πολύ ελκυστικές (Η αισθητική υπερέχει και το οπτικό μήνυμα επιτυγχάνει πλήρως τον σκοπό του να εντυπωσιάσει)
- ☐ Αρκετά ελκυστικές (Η αφίσα διαθέτει ενδιαφέροντα στοιχεία που προσελκύουν το βλέμμα)
- ☐ Ούτε ελκυστικές / Ούτε απωθητικές (Η αισθητική των αφισών κρίνεται ως ουδέτερη χωρίς να προκαλεί θετική ή αρνητική αντίδραση)
- ☐ Λίγο ελκυστικές (Τα οπτικά στοιχεία είναι αδύναμα και δεν προκαλούν ιδιαίτερη εντύπωση)
- ☐ Καθόλου ελκυστικές (Η οπτική σύνθεση αποτυγχάνει να κεντρίσει το ενδιαφέρον του θεατή)

Ενότητα Γ : Ταυτότητα και αναγνωρισιμότητα του ΚΘΒΕ

5. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, η αισθητική τους σας προδιαθέτει για μία παραγωγή υψηλής ποιότητας ή λειτουργεί απλώς πληροφοριακά ;

- ☐ Προδιαθέτει απόλυτα για παραγωγή υψηλής ποιότητας (Η αισθητική υπερέχει και προσδίδει καλλιτεχνικό κύρος)
- ☐ Προδιαθέτει θετικά αλλά λειτουργεί και πληροφοριακά (Υπάρχει ισορροπία μεταξύ αισθητικής και ενημέρωσης)
- ☐ Λειτουργεί κυρίως πληροφοριακά (Οι πληροφορίες που αναγράφονται στην αφίσα για την παράσταση υπερισχύουν της αισθητικής)
- ☐ Η αφίσα δεν επηρεάζει την άποψη του αναγνώστη για την ποιότητα της παραγωγής (Η ποιότητα της παράστασης κρίνεται επί σκηνής)
- ☐ Λειτουργεί αρνητικά (Η αισθητική τους δεν εμπνέει εμπιστοσύνη για το καλλιτεχνικό αποτέλεσμα)

6. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο εύκολο σας είναι να αναγνωρίσετε ότι πρόκειται για παραγωγή του ;

- ☐ Πολύ εύκολα (Το αναγνωρίζω αμέσως από το στυλ και το λογότυπο)
- ☐ Εύκολα (Συνήθως το καταλαβαίνω, ακόμα και αν δεν δω το όνομα)
- ☐ Μέτρια (Πρέπει να κοιτάξω προσεκτικά για να βεβαιωθώ)
- ☐ Δύσκολα (Συχνά μπερδεύεται με αφίσες άλλων θεατρικών σχημάτων)
- ☐ Καθόλου (Δεν υπάρχει κάποιο χαρακτηριστικό που να μου θυμίζει ΚΘΒΕ)

Ενότητα Δ : Στρατηγική επικοινωνίας και Branding

7. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι έχουν μία ενιαία οπτική ταυτότητα, που τις κάνει να ξεχωρίζουν από άλλα θέατρα της Θεσσαλονίκης ;

- ☐ Απόλυτα (Έχουν ένα μοναδικό στυλ που τις κάνει να ξεχωρίζουν αμέσως)
- ☐ Πολύ (Υπάρχει μία αισθητική συνοχή που παραπέμπει στο ΚΘΒΕ)
- ☐ Μέτρια (Κάποιες παραγωγές ξεχωρίζουν, άλλες μοιάζουν με τις υπόλοιπες της πόλης)
- ☐ Λίγο (Δεν βλέπω κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό που να τις διαφοροποιεί)
- ☐ Καθόλου (Η αισθητική τους είναι ίδια με αυτή των περισσότερων θεάτρων)

Ενότητα Ε : Στόχευση κοινού και Στρατηγική επικοινωνίας

8. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό ή σε μία συγκεκριμένη κατηγορία ;

- ☐ Απευθύνονται ξεκάθαρα στο ευρύ κοινό (Είναι κατανοητές και ελκυστικές για όλους τους πολίτες)
- ☐ Απευθύνονται κυρίως στο ευρύ κοινό με κάποιες καλλιτεχνικές εξαιρέσεις
- ☐ Απευθύνονται εξίσου και στους δύο (Ισορροπούν ανάμεσα στη λαϊκή βάση και στο εξειδικευμένο κοινό)
- ☐ Απευθύνονται κυρίως σε ένα πιο καλλιτεχνικό κοινό (Απαιτείται μία προηγούμενη επαφή με το θέατρο)
- ☐ Απευθύνονται σε ένα πολύ συγκεκριμένο κοινό (Είναι πολύ δύσκολες για το μέσο θεατή)

Ενότητα ΣΤ : Ανάλυση μηνύματος και Σημειολογία

9. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πιστεύετε ότι αυτές είναι «εύκολα» αναγνώσιμες από το ευρύ κοινό ή απαιτούν μία πιο καλλιτεχνική ματιά για να κατανοηθεί το μήνυμά τους ;

- ☐ Είναι απόλυτα αναγνώσιμες (Οι πληροφορίες και το θέμα είναι αμέσως κατανοητά από όλους)
- ☐ Είναι εύκολα αναγνώσιμες (Αν και έχει καλλιτεχνικό ύφος η πληροφορία γίνεται αντιληπτή)
- ☐ Απαιτείται μία μέτρια εξοικείωση (Χρειάζεται λίγη προσοχή παραπάνω για να καταλάβεις το θέμα)
- ☐ Απαιτείται μία πιο καλλιτεχνική ματιά (Είναι κυρίως εικαστικές και λιγότερο επικοινωνιακές)
- ☐ Είναι δυσνόητες (Είναι δύσκολο για το ευρύ κοινό να καταλάβει την παράσταση μέσα από την αφίσα)

10. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο πιστεύετε ότι αντικατοπτρίζεται σε αυτές το ύφος των παραστάσεων που αντιπροσωπεύουν ;

- ☐ Απόλυτα (Η αφίσα μεταφέρει ακριβώς την ατμόσφαιρα της παράστασης)
- ☐ Πολύ (Υπάρχει σαφής σύνδεση ανάμεσα στο εικαστικό και το έργο)
- ☐ Μέτρια (Κάποιοι αφίσες ταιριάζουν με το ύφος της παράστασης ενώ άλλες είναι άσχετες)
- ☐ Λίγο (Η σύνδεση είναι ασαφής)
- ☐ Καθόλου (Η αφίσα δεν έχει καμία σχέση με το ύφος της παράστασης)

Ενότητα Ζ : Συμπερίληψη και Καλλιτεχνική ποικιλομορφία

11. Από αφίσες του ΚΘΒΕ που έτυχε να δείτε, πόσο καλά θεωρείτε ότι επικοινωνούν την πολυφωνία του ΚΘΒΕ (παιδική σκηνή, κλασικό ρεπερτόριο, χοροθέατρο) ;

- ☐ Απόλυτα (Κάθε αφίσα δείχνει την ιδιαιτερότητα του είδους που εκπροσωπεί)
- ☐ Πολύ (Υπάρχει ποικιλία στα εικαστικά που δηλώνει το διαφορετικό ύφος των παραστάσεων)

- ☐ Μέτρια (Κάποιες αφίσες μοιάζουν πολύ μεταξύ τους, παρά την διαφορετικότητα των έργων)
- ☐ Λίγο (Η αισθητική είναι κάπως ομοιόμορφη και δεν αναδεικνύεται η ποικιλία του ρεπερτορίου)
- ☐ Καθόλου (Όλες οι αφίσες ακολουθούν την ίδια γραμμή χωρίς να επικοινωνούν την πολυφωνία του οργανισμού)

Ενότητα Η : Αποτελεσματικότητα

12. Σας έχει παρακινήσει αφίσα του ΚΘΒΕ να αγοράσετε εισιτήριο ;

- ☐ Ναι, πολλές φορές (Η αφίσα είναι ο κύριος λόγος που αποφασίζω να πάω)
- ☐ Ναι, μερικές φορές (Λειτουργεί θετικά μαζί με άλλους παράγοντες)
- ☐ Σπάνια (Συνήθως αποφασίζω με βάση το έργο ή τους ηθοποιούς)
- ☐ Ποτέ (Η αφίσα δεν επηρεάζει την απόφαση μου για αγορά εισιτηρίου)
- ☐ Δεν θυμάμαι

Ενότητα Θ : Ικανοποίηση και Πιστότητα Κοινού

13. Θα προτείνατε το ΚΘΒΕ σε κάποιο φίλο ;

- ☐ Ανεπιφύλακτα (Είμαι απόλυτα ικανοποιημένος)
- ☐ Πολύ πιθανό (Θεωρώ ότι προσφέρει ποιοτικό θέαμα)
- ☐ Ίσως (Προτείνω όποια παράσταση μου αρέσει)
- ☐ Δύσκολα (Δεν ανταποκρίνεται συχνά στις προσδοκίες μου)
- ☐ Καθόλου (Δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες μου)

Ενότητα Ι : Δημογραφικά στοιχεία

14. Φύλο

- ☐ Άνδρας
- ☐ Γυναίκα

- ☐ Μη δυαδικό ((Non – binary)
- ☐ Άλλο
- ☐ Δεν επιθυμώ να απαντήσω

15. Τόπος κατοικίας

- ☐ Κέντρο Θεσσαλονίκης
- ☐ Περιφερειακοί Δήμοι Θεσσαλονίκης
- ☐ Υπόλοιπη Μακεδονία & Θράκη
- ☐ Νότια Ελλάδα & Νησιά
- ☐ Κάτοικος Εξωτερικού

16. Μορφωτικό επίπεδο

- ☐ Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση / Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Δημοτικό / Γυμνάσιο / Λύκειο)
- ☐ Μεταδευτεροβάθμια Εκπαίδευση (IEK / Τεχνικές Σχολές)
- ☐ Τριτοβάθμια Εκπαίδευση (Πτυχίο ΑΕΙ / ΤΕΙ)
- ☐ Μεταπτυχιακός Τίτλος
- ☐ Διδακτορικός Τίτλος

17. Επαγγελματική κατάσταση

- ☐ Διοικητικά στελέχη
- ☐ Υπάλληλος
- ☐ Φοιτητής
- ☐ Συνταξιούχος
- ☐ Άνεργος

18. Ηλικία

- ☐ 18 - 24
- ☐ 25 - 34
- ☐ 35 - 54
- ☐ 55 - 64
- ☐ 65+