



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών
— ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837 —

Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών
Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΤΙΚ-ΤΟΚ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ MARKETING

ΧΑΛΑΖΩΝΙΤΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ (ΑΜ 9983201800139)

Πτυχιακή εργασία που κατατίθεται ως μέρος των απαιτήσεων του Προγράμματος Προπτυχιακών Σπουδών του Τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης

Αθήνα, Ιούνιος, 2024

Επιβλέπων : Δημήτρης Γκούσκος, Επίκ. Καθηγητής ΤΕΜΜΕ ΕΚΠΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Πρόλογος.....	3
Εισαγωγή.....	4
Μεθοδολογία	8
Μέρος 2: Ανάλυση Πολιτικών Προσώπων στην πλατφόρμα TikTok και σύγκριση με την επικαιρότητα.....	11
2.1 Κυριάκος Μητσοτάκης.....	11
2.1.1 Αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει - like» του Κυριάκου Μητσοτάκη.....	11
2.1.2 Αναρτήσεις με τα λιγότερα «μου αρέσει - like» του Κυριάκου Μητσοτάκη.....	16
2.2 Στέφανος Κασσελάκης.....	22
2.2.1 Αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει - like» του Στέφανου Κασσελάκη.....	23
2.2.2 Αναρτήσεις με τα λιγότερα «μου αρέσει - like» του Στέφανου Κασσελάκη.....	28
2.3 Αλέξης Τσίπρας.....	33
2.3.1 Αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει - like» του Αλέξη Τσίπρα.....	33
2.3.2 Αναρτήσεις με τα λιγότερα «μου αρέσει - like» του Αλέξη Τσίπρα.....	37
2.4 Νίκος Ανδρουλάκης.....	44
2.4.1 Αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει - like» του Νίκου Ανδρουλάκη.....	44
2.4.2 Αναρτήσεις με τα λιγότερα «μου αρέσει - like» του Νίκου Ανδρουλάκη.....	49
Μέρος 3: Στατιστική Ανάλυση.....	55
Συμπεράσματα.....	61
Βιβλιογραφία.....	68

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα αναλυθούν οι πρακτικές πολιτικού μάρκετινγκ στην πλατφόρμα του TikTok. Πιο συγκεκριμένα, η έρευνα θα εστιάσει σε ορισμένα πολιτικά πρόσωπα που είναι αρχηγοί πολιτικών κομμάτων, τα οποία είναι ενεργά και έχουν επικυρωμένους προσωπικούς λογαριασμούς στην εφαρμογή. Θα αναλυθούν οι αναρτήσεις τους, τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά, με ποσοτικό κριτήριο επιλογής την απήχηση σε μορφή «μου αρέσει - like». Τα πολιτικά πρόσωπα, όπως και οι εν λόγω αναρτήσεις, θα συγκρίνονται, όπου αρμόζει, στη διάρκεια συγγραφής της εργασίας. Το χρονικό φάσμα που καλύπτεται αφορά το διάστημα από τον Ιανουάριο του 2023, έως και το τέλος του Απριλίου του 2024.

Το θέμα στο οποίο εστιάζει η εργασία σχετίζεται και συνδέεται άρρηκτα με την επικαιρότητα και τα πολιτικά δρώμενα. Επομένως, ένας από τους κύριους σκοπούς της είναι η παρακολούθηση του τρόπου που γίνεται χρήση της πλατφόρμας σε αληθινό χρόνο σε σχέση με τα βασικά πολιτικά γεγονότα της εκάστοτε περιόδου. Επιπλέον, προσδοκώμενο αποτέλεσμα της έρευνας είναι να δοθεί φως στην καινούργια και ιδιαίτερη αυτή μορφή του πολιτικού μάρκετινγκ. Οι πολιτικοί χρησιμοποιούν συχνά το TikTok και δημιουργούν ένα περιεχόμενο διαφορετικό, άμεσο και εύκολο στην παρακολούθηση. Η πολιτική λαμβάνει μορφή politainment (Cervi et.al, 2023) με δυνατότητα σχολιασμού και αλληλεπίδρασης από όλους τους χρήστες. Διαδίδεται, εξαπλώνεται και καταλήγει στις οθόνες του κοινού, σαν προϊόν έτοιμο για κατανάλωση. Πρόκειται για ένα νέο μέσο άσκησης επιρροής (Karimi, Fox, 2023).

Έτσι προκύπτουν τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

A) Χρησιμοποιούν το TikTok οι πολιτικοί για θετικά μόνο μηνύματα ή και για αρνητικά; B) Τα θέματα που θίγουν είναι ευχάριστα/ελαφρά, ή αναφέρονται και στα τραγικά; Γ) Πρόκειται για θέματα που ενδιαφέρουν το νεανικό μονάχα κοινό; Δ) Ποιο είναι το κριτήριο που κάνει μια ανάρτηση δημοφιλή; E) Γιατί κάποιες αναρτήσεις δεν έχουν καθόλου αντίκτυπο στο κοινό; ΣΤ) Σε τι υστερούν και ποιες οι διαφορές με τις αναρτήσεις που συγκεντρώνουν υπέρογκο αριθμό “μου αρέσει - like”;

Η συγκεκριμένη εργασία αποσκοπεί στην κατανόηση των πολιτικών πρακτικών στο TikTok και στην απάντηση των ερωτημάτων που τέθηκαν παραπάνω, καθώς και στο να οδηγήσει με τεκμήρια σε λογικά συμπεράσματα, κατόπιν διεξοδικής έρευνας και μελέτης.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πλατφόρμα με την ονομασία “TikTok” δημιουργήθηκε το 2016 στην Κίνα, και γνώρισε μεγάλη άνθηση στις ΗΠΑ το 2018 και στην Ευρώπη το 2019, με αποκορύφωμα την περίοδο της έξαρσης του COVID-19. Αποτελεί μια από τις δημοφιλέστερες εφαρμογές του αιώνα, καθώς διατηρεί περισσότερους από 1 δισεκατομμύριο (1.000.000.000) ενεργούς χρήστες ανά τον κόσμο. Πρόκειται για μια πλατφόρμα στην οποία μπορεί ο καθένας να δημιουργήσει οπτικοακουστικό περιεχόμενο σε βίντεο μικρής διάρκειας. Ο αλγόριθμος του TikTok δύναται να εξαπλώσει μεταξύ των χρηστών ραγδαία έναν χρήστη, χωρίς απαραίτητα ο χρήστης αυτός να είναι ήδη γνωστός (Guinaudeau et.al, 2022). Για τον λόγο αυτό, και ως αντικείμενο υπέρμετρης δωρεάν διαφήμισης, ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις και επιχειρηματίες φροντίζουν για την ενεργή παρουσία τους στο μέσο.

Όπως και κάθε άλλη πλατφόρμα που παρέχει δωρεάν και πολύπλευρη ενημέρωση, η κατανάλωση αυτής είναι στην κρίση του κάθε υποκειμένου ανάλογα με το μορφωτικό και κοινωνικό επίπεδο, τον περίγυρό του και τα δικά του «πιστεύω». Θα ήταν μεγάλο ψέμα εάν υποστήριζε μονόπλευρα κανείς ότι η προβολή βλάπτει. Πόσο μάλλον η δωρεάν προβολή, η οποία μπορεί μέσα σε μια νύχτα να κάνει το γύρο της Γης και να επιστρέψει την ερχόμενη μέρα με νέους πελάτες, υποστηρικτές, θαυμαστές, ψηφοφόρους... Το TikTok συνδυάζει τη διασκέδαση με τη γρήγορη και χωρίς δεσμεύσεις παρακολούθηση, ενώ ταυτόχρονα καθηλώνει και γι' αυτό το λόγο βρίσκεται στο επίκεντρο του μοντέλου των χρήσεων και ικανοποιήσεων (Abdel-Aziz et.al, 2022)

Έτσι, πρώτα στο εξωτερικό, και αργότερα στην Ελλάδα, γοργά εντάχθηκε στην πλατφόρμα και το πολιτικό μάρκετινγκ. Αν χωριστεί σε δυο μέρη και αναλυθεί πρώτα ο δεύτερος όρος «μάρκετινγκ», τότε μπορούν να γίνουν γρήγορα κατανοητοί οι λόγοι για τους οποίους οι πολιτικοί έσπευσαν να έχουν αισθητή παρουσία στο TikTok. Το μάρκετινγκ είναι παντού και πάντα, δεν διαχωρίζει ούτε ιεραρχεί. Από την άλλη πλευρά, ως αναπόσπαστο κομμάτι της επικαιρότητας, η όποια τάση έχει καθιερωθεί και καθορισθεί από το καταναλωτικό κοινό αποκτά τη δυνατότητα λειτουργίας χωρίς δεσμεύσεις. Στην προκειμένη περίπτωση, από τις πιο σύγχρονες και αποτελεσματικές τάσεις αυτού του είδους είναι η πλατφόρμα του TikTok. (Pitre, Jake 2023).

Στον ευρύτερο χώρο των social media που εισήσθησαν στη καθημερινότητα των ανθρώπων κατά τον 21^ο αιώνα, δημιουργήθηκε μια νέα μορφή μάρκετινγκ, το influencer marketing. Πρόκειται για μια βιομηχανία παραγωγής περιεχομένου στα νεότερα social media, όπως το Facebook, το Instagram, το Twitter και το TikTok.

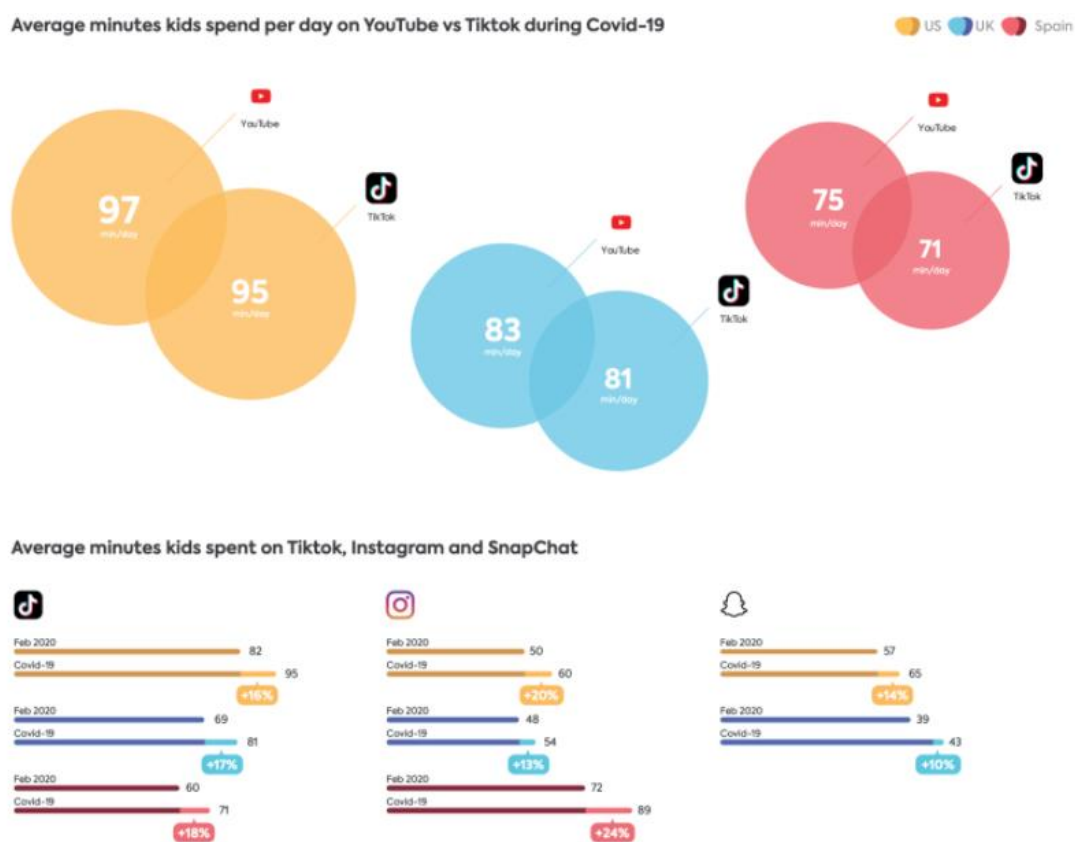
Κατά συνέπεια, δημιουργήθηκαν και καινοτόμα επαγγέλματα όπως social media manager, social media copywriter, account manager και content creator. Σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις, ακόμη και οι πιο παραδοσιακές, προσλαμβάνουν τις παραπάνω ειδικότητες προκειμένου να ενταχθούν και αυτές στην πληθωρική μιντιακή αγορά και να βρίσκονται ενεργά στο προσκήνιο και τον ανταγωνισμό.

Η “generation Z” γνωστή και ως “gen Z” αποτελεί το νεότερο ηλικιακά καταναλωτικό κοινό και χρήζει διαφορετικής προσέγγισης στη διαδικασία της προσέλκυσης και ικανοποίησης. Για παράδειγμα, η νέα αυτή γενιά αντί να παρακολουθεί τηλεόραση, βλέπει Netflix, αντί να ακούει ραδιόφωνο χρησιμοποιεί το Spotify, αντί να διαβάζει περιοδικά, βασίζεται στο Reddit. Επομένως, γίνεται αναφορά σε μια εντελώς νέα μορφή χρηστών και καταναλωτών, η οποία έχει εγείρει την ανάγκη και για καινοτόμες πρακτικές διαφήμισης σε άγνωστα και νέα μέσα για τις μεγαλύτερες γενιές. Οι marketers επιδιώκουν κατά συνέπεια την τοποθέτηση διαφημιστικού περιεχομένου σε δυο κανάλια: εξωτερικά (όπως banners, αφίσες) και εσωτερικά σε πλατφόρμες social media όπως το Instagram και το TikTok. Μάλιστα, έρευνες έδειξαν ότι στην Αμερική το 60% των χρηστών του Instagram είναι μικρότεροι των τριαντατεσσάρων (34) ετών και στο TikTok το 40% των χρηστών είναι έφηβοι μεταξύ δέκα (10) και δεκαεννέα (19) ετών (Haenlein et.al 2020).

Η ίδια η φύση των social media επιτρέπει στις εταιρείες να επικοινωνούν καλύτερα με τον πελάτη, και να είναι περισσότερο προσεκτικές στις κινήσεις τους. Περιμένουν τα σχόλια και τις απαντήσεις των πελατών αποφεύγοντας έτσι επικείμενες κακοτοπιές και εντάσεις. Δημιουργείται έτσι ένα κανάλι επικοινωνίας των εταιρειών με το κοινό τους, σύμφωνα με το οποίο οικοδομούν την αξία της μάρκας τους, ενισχύουν την πιστότητα των πελατών τους και προωθούν άμεσα και ενεργά τα προϊόντα τους. Οι δυσαρεστημένοι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να εκφράσουν την γνώμη και την κριτική τους δυνατά (Dr.Saravanakumar, Dr.SuganthaLakshmi 2012). Στην περίπτωση του πολιτικού μάρκετινγκ το προϊόν είναι ο ίδιος ο πολιτικός, και ο στόχος είναι η ενίσχυση και προώθηση του εαυτού του.

Όπως αναφέρεται παραπάνω, η ιδιαίτερη φύση του COVID-19 δημιούργησε νέα δεδομένα στον χώρο της τεχνολογίας, και ιδιαίτερα στα social media, καθώς αυτά αποτελούσαν τον μοναδικό δίαυλο επικοινωνίας. Πρόχειρα στοιχεία δηλώνουν ότι η χρήση του TikTok, συγκεκριμένα, εκτοξεύθηκε κατά την περίοδο της καραντίνας λόγω του COVID-19. Το διαδικτυακό λιανεμπόριο γνώρισε ιδιαίτερη έξαρση και οι περισσότερες εταιρείες έχουν μετατοπίσει σημαντικό μερίδιο του προϋπολογισμού τους στις διαδικτυακές διαφημίσεις, γεγονός που θα μπορούσε να αναδείξει το influencer marketing ως το πιο σημαντικό.

Σύμφωνα με την Kale Sirin 2020, στο Ηνωμένο Βασίλειο την πρώτη εβδομάδα της καραντίνας το ποσοστό των downloads της εφαρμογής του TikTok αυξήθηκε κατά 32%. Αντίστοιχα, στην Αμερική οι πρώτες τρεις εβδομάδες του Μαρτίου συγκριτικά με τις τρεις πρώτες εβδομάδες του Φεβρουαρίου στις Ηνωμένες Πολιτείες είχαν 27% αύξηση (Stassen 2020). Καταγράφεται επίσης ότι το μέσο ημερήσιο όριο παρακολούθησης TikTok στα παιδιά στην Αμερική κατά την περίοδο της καραντίνας είχε απόκλιση μόλις δύο λεπτών, από τον μέσο όρο ημερήσιας παρακολούθησης YouTube, το οποίο αποτελεί την πιο διαδεδομένη πλατφόρμα ανάμεσα στις ηλικίες 4 – 15 (Perez 2020).



Thecrunch (June 4, 2020)

Στη περίπτωση της Ελλάδας, ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης, κατά τη διάρκεια του COVID-19 υπήρξε ιδιαίτερα ενεργός στις social media πλατφόρμες, τις οποίες χρησιμοποιούσε προκειμένου να ενημερώνει για τις εξελίξεις και να γνωστοποιεί στους πολίτες τα συνεχώς μεταβαλλόμενα μέτρα προστασίας. Κατόπιν ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη σε δημόσιες ομιλίες διαφόρων χωρών και με τη χρήση πολλαπλών θεωριών των μέσων, της προπαγάνδας και τεχνικών πολιτικής νομιμοποίησης, προέκυψαν σημαντικά ευρήματα. Τα ευρήματα αυτά δηλώνουν ότι ο Κ. Μητσοτάκης χρησιμοποιεί οπτικές και λεκτικές αναφορές στην ελληνικότητα και εστιάζει σε θετικά συναισθήματα και εκλογίκευση για να

ευθυγραμμίσει τη διαχείριση της πανδημίας με την εθνικιστική ατζέντα της ελληνικής κυβέρνησης για πολιτικό όφελος. Ο μεσάζοντας σε αυτές τις επιδιώξεις, ήταν τα social media (Poulakidakos 2021).

Στο πολιτικό προσκήνιο, και ιδιαίτερα στην Αμερική, συχνά γίνεται λόγος για τις λειτουργίες του TikTok αλλά και την νομική υπόσταση της εφαρμογής. Πιο συγκεκριμένα, τον Αύγουστο του 2020, ο πρόεδρος των ΗΠΑ Ντόναλντ Τραμπ εξέδωσε εκτελεστικό διάταγμα με το οποίο έδωσε εντολή στο Υπουργείο Εμπορίου να απαγορεύσει τις συναλλαγές που αφορούν την εφαρμογή TikTok. Η κίνηση αυτή οδήγησε στην αντίληψη ότι το TikTok απαγορεύεται, με τον Τραμπ να ισχυρίζεται ότι το TikTok συλλέγει και πωλεί δεδομένα χρηστών στην κινεζική κυβέρνηση. Η ByteDance, η πολυεθνική εταιρεία στην οποία ανήκει το TikTok, αρνήθηκε τους ισχυρισμούς αυτούς και ετοιμάστηκε να μηνύσει την κυβέρνηση Trump. Ωστόσο, η συγκεκριμένη έρευνα καταδεικνύει την ύπαρξη του κινεζικού νόμου περί εθνικών μυστικών υπηρεσιών, ο οποίος υποχρεώνει τις εταιρείες να συνεργάζονται με τις εθνικές υπηρεσίες πληροφοριών (Indrayani, Maharani 2022).

Αντίστοιχες κινήσεις κατά του TikTok πραγματοποιήθηκαν και από τον πρόεδρο Ηνωμένων Πολιτειών Joe Biden τον Μάρτιο του 2024 σύμφωνα με το CNN. Το Κογκρέσο ψήφισε νομοσχέδιο ως μέρος ενός πακέτου εξωτερικής βοήθειας για τη στήριξη του Ισραήλ και της Ουκρανίας, το οποίο αποτελεί σημαντική απειλή για το TikTok. Η νομοθεσία που εγκρίθηκε από τη Βουλή των Αντιπροσώπων, απαιτεί από την κινεζική μητρική εταιρεία του TikTok, ByteDance, να πουλήσει την εφαρμογή εντός 270 ημερών ή να αντιμετωπίσει απαγόρευση στις Η.Π.Α. Αυτό θα μπλοκάρει το TikTok από τα καταστήματα εφαρμογών και τις υπηρεσίες φιλοξενίας, περιορίζοντας τις νέες λήψεις και την αλληλεπίδραση περιεχομένου. Ο πρόεδρος Biden υπέγραψε το νομοσχέδιο, θέτοντας ως προθεσμία την 19η Ιανουαρίου 2025, αλλά μπορεί να την παρατείνει κατά 90 ημέρες, εάν σημειωθεί πρόοδος προς την κατεύθυνση της πώλησης. Η TikTok σχεδιάζει να προσβάλει το νόμο στο δικαστήριο, χαρακτηρίζοντάς τον αντισυνταγματικό και επιζήμιο για τους χρήστες και τις επιχειρήσεις της στις ΗΠΑ (Fung 2024).

Σε ό,τι αφορά την πολιτική επικοινωνία και τα Social Media, πρέπει να σημειωθεί αρχικά ότι αυτά δεν αποτελούν εκ φύσεως πλατφόρμες μετάδοσης πολιτικών διαφημίσεων, αλλά κατέχουν σημαντικό ρόλο στην εξάπλωση των πολιτικών μηνυμάτων. Η εφαρμογή TikTok αναφέρει ότι δεν διατηρεί πολιτικές διαφημίσεις στην βιβλιοθήκη της, καθώς «η φύση των πληρωμένων πολιτικών διαφημίσεων δεν είναι κάτι που πιστεύουμε ότι ταιριάζει στην εμπειρία της πλατφόρμας TikTok». Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι στην πλατφόρμα είναι δημόσιες οι κατευθυντήριες γραμμές κοινότητας, δεν είναι ξεκάθαρος ο τρόπος με τον οποίο γίνεται διαμοιρασμός του πολιτικού περιεχομένου. Ο αλγόριθμος, έχει σίγουρα σημαντική θέση στην διαδικασία.

Για τους παραπάνω λόγους, η πολιτική σκηνή έχει κάνει το τελευταίο διάστημα μια έντονη προσπάθεια ένταξης και εγκαθίδρυσης στην πλατφόρμα. Οι ακόλουθοι, οι προβολές, τα σχόλια, οι αποθηκεύσεις και οι κοινοποιήσεις είναι ο τρόπος μέτρησης της επιτυχίας, οι αριθμοί που δείχνουν εάν μια ανάρτηση ενός προσώπου έχει εξαπλωθεί αρκετά. (Cheng, Li 2023). Όλα αυτά τα αριθμητικά στοιχεία διατίθενται ελεύθερα και στο κοινό. Υπάρχει λοιπόν διαφάνεια ως προς την επιτυχία ή την αποτυχία ενός υποκειμένου στην εφαρμογή. Το γεγονός αυτό «γεννά» την ανάγκη για ακόμα μεγαλύτερη προσπάθεια προσέλκυσης κοινού και επιτυχίας, και ειδικά στον έντονα ανταγωνιστικό χώρο της πολιτικής σκηνής.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μεθοδολογία επιλογής των προσώπων που θα μελετηθούν πραγματοποιήθηκε ως ακολούθως : Αρχικά, αλληλένδετο κομμάτι της πολιτικής επικαιρότητας αποτελούν τα οκτώ (8) κόμματα της βουλής. Η μελέτη εστιάζει στους προέδρους των κομμάτων αυτών, οι οποίοι αναζητήθηκαν στην πλατφόρμα “TikTok”. Σημαντικό παράγοντα αποτελεί η κατοχή του μπλε σήματος “verified” που σημαίνει ότι ο χρήστης και ο λογαριασμός αντιστοιχεί στο εκατό τοις εκατό (100%) στο φυσικό πρόσωπο. Επομένως, από τους οκτώ (8) πολιτικούς αρχηγούς, θα αναλυθούν μόνο οι λογαριασμοί αυτών που κατέχουν το σήμα “verified”.

Στη συνέχεια, αφού θα έχει πραγματοποιηθεί η διαδικασία επιβεβαίωσης της εγκυρότητας των λογαριασμών των επιλεγμένων προσώπων, και ο αποκλεισμός των μη επιβεβαιωμένων, θα γίνει μια ανάλυση των αναρτήσεών τους. Θα επιλεγούν έξι (6) στο σύνολο αναρτήσεις από το κάθε πρόσωπο, με κριτήριο επιλογής τον αριθμό «μου αρέσει - like» που διατηρούν. Από αυτές τις δημοσιεύσεις, τρεις (3) θα έχουν κερδίσει τους μεγαλύτερους αριθμούς έως την ορισμένη χρονική περίοδο σε «μου αρέσει - like», και άλλες τρεις θα έχουν κερδίσει τους μικρότερους αριθμούς. Ο λόγος για τον οποίο κριτήριο επιλογής έχει ορισθεί ο αριθμός των «μου αρέσει - like», είναι ότι το κριτήριο αυτό αποτελεί την πιο αντικειμενική μέθοδο ανάλυσης, και αποφεύγεται με αυτόν τον τρόπο η επιλογή κάποιας ανάρτησης που έχει προωθηθεί έναντι χρηματικού ποσού για την κατάκτηση προβολών.

ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της ανάλυσης των επιλεγμένων δημοσιεύσεων, είναι η κατανόηση της επιτυχίας ή αποτυχίας αυτών, καθώς και η τοποθέτησή τους στην εκάστοτε χρονική περίοδο της επικαιρότητας. Προκειμένου να γίνει κατανοητή η παραπάνω προβληματική, θα ακολουθήσει μελέτη ως προς το ύφος των προσώπων που παρουσιάζονται στις αναρτήσεις, την επεξεργασία “edit” που έχει εφαρμοσθεί, καθώς και το αν και κατά πόσον προκλητικές δύνανται να είναι οι αναρτήσεις. Σημαντικός παράγοντας στην προσέλκυση μεγάλης απήχησης στην πλατφόρμα του

“TikTok”, όπως συμβαίνει και με τα υπόλοιπα social media, είναι η αλληλεπίδραση του κοινού με οποιαδήποτε μορφή (shares, saves, comments) (Kalsnes 2016).

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Από τα οκτώ (8) κόμματα της σύνθεσης της Βουλής, προκύπτει ότι είναι τρεις (3) οι πολιτικοί αρχηγοί που διατηρούν ενεργό και επικυρωμένο λογαριασμό στην πλατφόρμα. Πρόκειται για τον Κυριάκο Μητσοτάκη, τον Στέφανο Κασσελάκη, και τον Νίκο Ανδρουλάκη. Βέβαια, στην λίστα αυτή θα εντάξουμε και τον Αλέξη Τσίπρα, καθώς το κόμμα του Σύριζα υπήρξε το μοναδικό που άλλαξε πολιτικό αρχηγό στις εκλογές του Σεπτεμβρίου 2023, και η εργασία αυτή έχει ως χρονική αφετηρία τον Ιανουάριο του 2023 (όσο ο Α. Τσίπρας ήταν ακόμη πρόεδρος δηλαδή). Από τα υπόλοιπα κόμματα υπάρχουν ενεργοί λογαριασμοί, ωστόσο μη επικυρωμένοι, και κατά συνέπεια δεν μπορούν να ληφθούν υπ’ όψη στα πλαίσια της παρούσας εργασίας.

Αναλυτικά τα κόμματα, οι Αρχηγοί και η κατάσταση ύπαρξής τους στο “TikTok”.

ΚΟΜΜΑΤΑ ΒΟΥΛΗΣ	ΑΡΧΗΓΟΙ ΚΟΜΜΑΤΩΝ	ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ
ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ	Κυριάκος Μητσοτάκης	Ενεργή & Επικυρωμένη
ΣΥΡΙΖΑ	Στέφανος Κασσελάκης	Ενεργή & Επικυρωμένη
ΣΥΡΙΖΑ	Αλέξης Τσίπρας	Ενεργή & Επικυρωμένη
ΠΑΣΟΚ	Νίκος Ανδρουλάκης	Ενεργή & Επικυρωμένη
ΚΚΕ	Δημήτρης Κουτσούμπας	Μη Ενεργή
ΣΠΑΡΤΙΑΤΕΣ	Βασίλης Στίγκας	Ίσως Ενεργή, μη Επικυρωμένη
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΛΥΣΗ	Κυριάκος Βελόπουλος	Ίσως Ενεργή, μη Επικυρωμένη
ΝΙΚΗ	Δημήτρης Νάτσιος	Μη Ενεργή
ΠΛΕΥΣΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ	Ζωή Κωνσταντοπούλου	Μη Ενεργή

Όπως αναφέρθηκε, τρεις (3) θα είναι οι δημοσιεύσεις με την μεγαλύτερη απήχηση (σε μετρήσιμο ποσό των «μου αρέσει – like») και τρεις (3) με τη μικρότερη. Ο λόγος για τον οποίο θα αναλυθούν τα δυο αυτά άκρα, είναι ότι έτσι μπορεί να αναδειχθεί καθαρότερη εικόνα της ειδοποιού διαφοράς ανάμεσα στο περιεχόμενο των

πετυχημένων και μη πετυχημένων δημοσιεύσεων, και δύναται έτσι να προκύψει μια εύλογη απάντηση ως προς τις πρακτικές πολιτικού μάρκετινγκ στην πλατφόρμα και κατ' επέκταση η ανταπόκριση του κοινού στα προβαλλόμενα ερεθίσματα.

Η εργασία μελετά το διάστημα από τον Ιανουάριο του 2023, έως και τον Απρίλιο του 2024. Αυτό συμβαίνει, καθώς προέκυψε η ανάγκη για ύπαρξη χρονικού περιθωρίου ανάμεσα στην ημερομηνία παράδοσης της εργασίας και των τελευταίων δειγμάτων των αναρτήσεων. Δηλαδή, η ευμετάβλητη φύση του αλγορίθμου, η γρήγορη επιτυχία μιας δημοσίευσης αλλά και η συνέχεια στο «ανέβασμα» θα μπορούσαν να μεταλλάξουν τους αριθμούς και κατά συνέπεια τα συμπεράσματα την τελευταία στιγμή. Έτσι, δόθηκε ένα ασφαλές περιθώριο δυο μηνών στο οποίο οι όποιες διαφορές μπορούν να αναλυθούν.

Αντιθέτως, μια ακόμη προσέγγιση που θα μπορούσε υπάρξει, αντί της ισχύουσας, θα ήταν η μελέτη των δυο πιο «δυνατών» στην πλατφόρμα προσώπων (στο μετρήσιμο ποσό των ακολούθων) και στο χρονικό πλαίσιο του ενός μήνα. Επομένως, θα γινόταν έρευνα σε όλες τις αναρτήσεις που έχουν προκύψει στις 30 ημέρες και θα συγκρίνονταν μεταξύ τους ως προς την ομοιότητα, την μεθοδολογία, το budget, την σκηνοθεσία, την ποιότητα και την απήχηση. Βέβαια, μια τέτοια προσέγγιση θα περιόριζε την δυνατότητα ανάλυσης της επικαιρότητας και θα επικέντρωνε την προσοχή περισσότερο στην άσκηση πολιτικής και χρήση του πολιτικού μάρκετινγκ, χωρίς όμως να εξηγεί φαινομενικά αν επηρέασαν και αν επηρεάζονται οι αναρτήσεις από τις συνθήκες. Ουσιαστικά πρόκειται για μια βαθιά ανάλυση των αναρτήσεων αυτών καθ' αυτών, χωρίς όμως να δίδεται η εξήγηση ως προς τους εξωτερικούς παράγοντες και την σημασία τους, ούτε είναι εφικτό να εντοπίσει κανείς τα μειονεκτήματα που οδηγούν στην μη απήχηση.

Όταν το ενδιαφέρον στρέφεται και στα πρόσωπα τα οποία δεν σημειώνουν τόση απήχηση και αυτά συγκρίνονται με τα αντίθετα (στην μεθοδολογία που έχει επιλεχθεί για την εργασία), προσδίδεται επίσης η δυνατότητα αντίληψης των μειονεκτημάτων που οδηγούν στην μη επιτυχία. Η ειδοποιός διαφορά, δηλαδή, είναι ευκολότερο να βρεθεί και να παρουσιαστεί. Έτσι, προωθείται η εμβάθυνση στο «γιατί;», στο «πώς;» και στο «αν όμως». Αντίστοιχα, ο χρόνος που καλύπτει η εργασία, προάγει την σε βάθος ανάλυση ορισμένων (συγκλονιστικών και μη) συμβάντων, και παρατηρεί την αντίδραση (αν υπάρχει) των πολιτικών αρχηγών και τον τρόπο που θα χρησιμοποιήσουν είτε προς δικό τους όφελος είτε ως απλό δίαυλο επικοινωνίας του TikTok.

ΜΕΡΟΣ 2: Ανάλυση Πολιτικών Προσώπων στην πλατφόρμα TikTok και σύγκριση με την επικαιρότητα

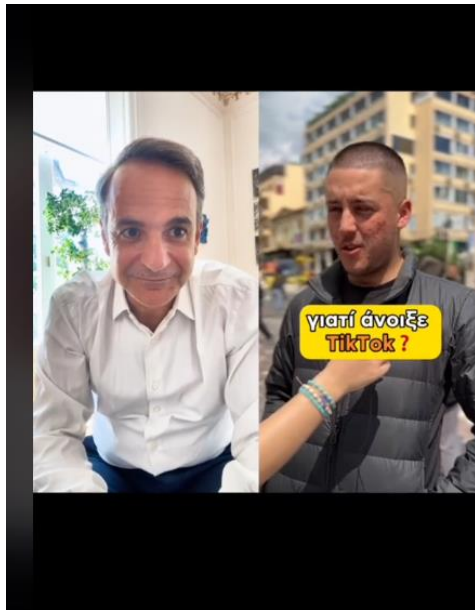
2.1 ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΜΗΤΣΟΤΑΚΗΣ

Ο τωρινός Πρωθυπουργός της χώρας και πρόεδρος του κόμματος της Νέας Δημοκρατίας Κυριάκος Μητσοτάκης, είναι ιδιαίτερα ενεργός στην πλατφόρμα “TikTok”. Πρώτη εμφάνισή του ήταν τον Μάιο του 2022 και διατηρεί 260.7 k ακολούθους, ανεβάζοντας τακτικά περιεχόμενο. Αξίζει να σημειωθεί ότι έχει τραβήξει αρκετά τα βλέμματα, ώστε να σχολιάζονται τα βίντεο του Πρωθυπουργού και σε άλλα μέσα, όπως η τηλεόραση.

2.1.1 Αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει - like» του Κυριάκου Μητσοτάκη

Πρώτο [βίντεο](#) που έλαβε υπέρογκο αριθμό «μου αρέσει – like», αναρτήθηκε στις 29 Απριλίου του 2023, και πρόκειται για βίντεο – απάντηση σε ένα TikTok «ρεπορτάζ» μιας δημιουργού. Ο Κ. Μητσοτάκης απαντάει στην ερώτηση νεαρού, στον οποίο τέθηκε η ερώτηση: «Αν είχες απέναντί σου τον Κ. Μητσοτάκη, τι θα τον ρωτούσες;». Η ερώτηση αφορά το λόγο που επέλεξε ο Πρωθυπουργός να διατηρεί ενεργό λογαριασμό στην πλατφόρμα, την οποία έσπευσε με τη σειρά του να απαντήσει. Το βίντεο δείχνει τον νεαρό να απαντάει στην ερώτησή του ο ίδιος, λέγοντας ότι ξέρει πως ο λόγος που ο Κ. Μητσοτάκης έχει TikTok account είναι διότι νομίζει ότι είναι πιο έξυπνος από την νεολαία και θέλει να μαζέψει ψηφοφόρους μέσω της πλατφόρμας, καθώς η νεολαία είναι ενεργή στην πλατφόρμα.

Ο Κ. Μητσοτάκης δεν αρνήθηκε στην απάντησή του τα λεγόμενα του νεαρού, συμπληρώνοντας ότι το TikTok είναι ο τρόπος να έχει αμεσότητα με το πιο νεαρό κοινό, καθώς αυτό από εκεί ενημερώνεται. Στην συνέχεια ανέφερε πως δεν τον απασχολεί τι θα ψηφίσει ο καθένας, αρκεί να μην απέχει από τις επερχόμενες εκλογές. Το βίντεο αυτό είχε διάρκεια 50 δευτερολέπτων, έχει συγκεντρώσει 174.6k likes, 9.965 σχόλια, 12.9k αποθηκεύσεις και 57.4k κοινοποιήσεις. Είναι τραβηγμένο με selfie κάμερα και ο Πρωθυπουργός είναι ντυμένος απλά, με ένα λευκό πουκάμισο. Οι κινήσεις του δείχνουν ότι αυτός πατάει το κουμπί για να ξεκινήσει να τραβάει το selfie video και αντίστοιχα για να το σταματήσει.



(Mitsotakis, 2023)



Είναι γεγονός, ότι η περίοδος που ανέβηκε η συγκεκριμένη ανάρτηση βρίσκεται αρκετά κοντά στις εκλογές της 21ης Μαΐου, όπως επιβεβαιώνει και ο Κ. Μητσοτάκης με την προτροπή προς το κοινό για να ψηφίσει. Ήδη, όπως διαφαίνεται και στα παρακάτω πρωτοσέλιδα της 29ης Απριλίου 2023, ημέρα ανάρτησης της δημοσίευσης, οι συζητήσεις για τις εκλογές είναι αρκετά έντονες. Έτσι, θα μπορούσε να θεωρήσει κανείς την κίνηση του Κ. Μητσοτάκη με το συγκεκριμένο βίντεο, κομμάτι της στρατηγικής του πολιτικού μάρκετινγκ του Πρωθυπουργού.

ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΑ 29/04/2023



(Naftemporiki, 2023)

Δεύτερη [ανάρτηση](#) του Πρωθυπουργού που κατατάσσεται στην κατηγορία με τα περισσότερα «μου αρέσει – like» που έχει λάβει στη σελίδα του, δημοσιεύτηκε στις 18 Μαΐου 2023, με περιγραφή: «3 και σήμερα #kyriakosmitsotakis #BTS #ekloges2023». Στο συγκεκριμένο βίντεο, που λαμβάνει χρόνο τρεις μόλις ημέρες πριν τις εκλογές, ξεκινάει μέσα στο αυτοκίνητο σε μορφή “vlog”, δείχνοντας ότι μια κυρία του πρόσφερε ντολμαδάκια (ένα φαγητό που έχει αναφέρει αρκετά ότι είναι το αγαπημένο του και έχει δημιουργήσει πληθώρα αντιδράσεων και σχολιασμών στα ΜΜΕ το προηγούμενο διάστημα). Πίσω από την κάμερα βρίσκεται η κόρη του, η οποία σχολιάζει «μπαμπά όχι κρίντζ».



(Mitsotakis,2023)



Έπειτα αυτοσαρκάζεται και μοιράζεται το γεγονός ότι φαίνεται ψηλός, αλλά πάντοτε σχεδόν είναι πάνω σε μια μικρή εξέδρα. Ακολουθούν κάποια πλάνα από επισκέψεις του Πρωθυπουργού στον Πειραιά με εργάτες και σε ένα σχολείο στο οποίο δείχνει πόσοι διαδραστικοί πίνακες θα έχουν διατεθεί στο σχολείο μέχρι το τέλος του έτους. Εξιστορεί έπειτα μια ανάμνηση δική του από τα χρόνια που ήταν μαθητής και είχε κάνει «κοπάνα» για να πάει στο Παλέ ντε Σπόρ, αιτιολογώντας γιατί ήθελε πάντα να μιλήσει εκεί. Στη συνέχεια προβάλλονται πλάνα από την ομιλία και μια στιγμή με την κόρη του, που την συγκρίνει χιουμοριστικά με τον γιό του, ο οποίος στην συνέχεια δηλώνει «απογοητευμένος και πληγωμένος» (πάλι με χιουμοριστικό χαρακτήρα). Αξίζει να σημειωθεί επιπλέον ότι το βίντεο αυτό έχει ενταχθεί σε φάκελο στον λογαριασμό “Backstage” μαζί με άλλα παρόμοια, που έχουν αποκτήσει επίσης μεγάλο αριθμό σε «μου αρέσει – like».

Η ανάρτηση αυτή έχει συγκεντρώσει 138.4k likes, 2.527 σχόλια, 9.052 αποθηκεύσεις και 26.1k κοινοποιήσεις και έχει διάρκεια 1 λεπτό. Υφολογικά, διακρίνεται μια προσπάθεια από τον Πρωθυπουργό να ελαφρύνει το κλίμα και να δείξει αυτοπεποίθηση. Η επιλογή να συμπεριλάβει την οικογένειά του και αναμνήσεις από την παιδική του ηλικία, προσδίδουν μια ευκαιρία να εμβαθύνουν οι θεατές πιο πολύ στην καθημερινή υπόσταση του Κ. Μητσοτάκη, και λιγότερο στην ιδιότητα του ως ηγέτη. Πρόκειται για μια μέθοδο προσέγγισης μέσω του storytelling, κατά την οποία το κοινό μπορεί να δει χαρακτηριστικά του εαυτού του στο πρόσωπο του Πρωθυπουργού, ενεργοποιώντας έτσι θετικά συναισθήματα και συμπάθεια (Liebhart, Bernhardt 2017).

ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΑ 18/05/2023



(Naftemporiki, 2023)

Σύμφωνα με τα πρωτοσέλιδα, η προεκλογική περίοδος φαίνεται δύσκολη για την κυβέρνηση Μητσοτάκη. Τα περισσότερα μέσα επικαλούνται και αναζωπυρώνουν αρνητικές σκέψεις με συχνές αναφορές στην Τραγωδία των Τεμπών που συνέβη νωρίτερα, στις 28 Φεβρουαρίου 2023. Ο Κ. Μητσοτάκης στην ανάρτησή του στο TikTok κάνει το ακριβώς αντίθετο. Δεν σχολιάζει το συγκεκριμένο θέμα, ούτε ζητάει ψήφους. Μοιράζεται απλά στιγμές από την καθημερινότητά του και με ευχάριστο τρόπο την μεταδίδει. Το βίντεο που αναρτήθηκε εκείνη τη μέρα, έχει τύχει επεξεργασίας με διάφορα εφέ και συνοδεύεται από ακουστικό περιεχόμενο, διαφορετικό σε κάθε σκηνή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα στα σχόλια ο κόσμος να δίνει πολλά συγχαρητήρια για την παραγωγή αυτού του βίντεο, όπως και για την δουλειά του ανθρώπου που ανέλαβε την επεξεργασία.

Το τρίτο [βίντεο](#) του Πρωθυπουργού με τα περισσότερα «μου αρέσει – like» στον λογαριασμό του έχει δημοσιευτεί τη 1^η Απριλίου 2023 και η περιγραφή είναι: «Από σήμερα αυξάνεται ο κατώτατος μισθός σε 780 Ευρώ #fyp #tiktokgreece». Ξεκινάει με την πρόταση «Καλό Μήνα! Δεν είναι πρωταπριλιάτικο!» και αποτελεί τον τρόπο

του να ανακοινώσει το ευχάριστο νέο της αύξησης του κατώτατου μισθού. Προχωράει στο να συγκρίνει την απαρχή της πρωθυπουργίας του κατά την οποία ο κατώτατος μισθός το 2019 ήταν στα 650€, με αποτέλεσμα να έχει αυξηθεί κατά 20% τα τέσσερα αυτά χρόνια.

Ωστόσο, δεν μένει στο ευχάριστο της είδησης. Αντίθετα, λέει ότι η αύξηση αυτή δεν σημαίνει το ότι λύνει από μόνη της το πρόβλημα της οικονομίας της χώρας, η οποία πρέπει να συνεχίσει να αναπτύσσεται, ώστε να μπορούν οι επιχειρήσεις να ανταπεξέλθουν σε πιο υψηλούς μισθούς. Στο τέλος του βίντεο, δίνει μια υπόσχεση για την επόμενη τετραετία, λέγοντας ότι αυτή αποτελεί την δέσμευσή του: «καλύτεροι μισθοί για όλους». Το βίντεο αυτό είναι τραβηγμένο με μορφή selfie και έχει τύχει μικρής επεξεργασίας, με μορφή zoom in – zoom out και τα λόγια του Κ. Μητσοτάκη αναγράφονται σε αληθινό χρόνο επάνω στην εικόνα του βίντεο. Το βλέμμα του είναι σταθερό, κοιτάζει μέσα στην κάμερα και ο τόνος της φωνής του είναι ήπιος. Μιλάει με κατανοητό τρόπο και επεξηγηματικό. Δεν επιλέγει περίπλοκες φράσεις, δυσνόητες.



(Mitsotakis, 2023)

Ο αριθμός των «μου αρέσει – like» αγγίζει τα 128.6k, τα σχόλια τα 14.9k, οι αποθηκεύσεις τις 10.6k και οι κοινοποιήσεις φτάνουν τις 39k. Συγκριτικά με τα προηγούμενα βίντεο που συγκέντρωσαν τα περισσότερα «μου αρέσει - like», είναι το πρώτο στο οποίο ο Πρωθυπουργός υπόσχεται προεκλογικά παροχές.



(Naftemporiki, 2023)

Τα παραπάνω πρωτοσέλιδα που έχουν επιλεγεί αφορούν 2 ημερομηνίες. Η Απογευματινή είναι από την ίδια ημέρα ανάρτησης του βίντεο του Κ. Μητσοτάκη, και ο Ελεύθερος Τύπος από την επόμενη. Πρόκειται για τα μοναδικά πρωτοσέλιδα που κάνουν λόγο για την αύξηση του κατώτατου μισθού, αν και όχι σε ευδιάκριτο σημείο στο πρωτοσέλιδο, και οπωσδήποτε όχι ως πρώτο θέμα, παρόλο που και οι δυο αυτές εφημερίδες πρόσκεινται φιλικά στο κόμμα του Κ. Μητσοτάκη. Αυτό έρχεται σε μια αντίφαση με την υπέρογκη προσοχή που έλαβε η ανάρτησή του για το ίδιο θέμα στο TikTok. Ενδεχομένως, επιβεβαιώνεται η ανάγκη της παρουσίας της πολιτικής σκηνής στην εφαρμογή, καθώς το μικρότερο ηλικιακά κοινό που την επιλέγει, ασχολήθηκε με το θέμα, σε αντίθεση με τις εφημερίδες. Και η συγκεκριμένη είδηση, η αύξηση του κατώτατου μισθού δηλαδή, αποτελεί μια είδηση η οποία σίγουρα ενδιαφέρει όλους τους εργαζομένους, και ιδίως τους νεοεισαχθέντες στην αγορά εργασίας.

2.1.2 Αναρτήσεις με τα λιγότερα «μου αρέσει – like» του Κυριάκου Μητσοτάκη

Στον αντίποδα της επιτυχίας του Πρωθυπουργού Κ. Μητσοτάκη στην πλατφόρμα, βρίσκονται οι δημοσιεύσεις που δεν είχαν την ίδια απήχηση. Πρώτη [δημοσίευση](#) με μικρό αριθμό «μου αρέσει – like» (για τα δεδομένα του λογαριασμού του) αναρτήθηκε στις 8 Ιανουαρίου 2023. Πρόκειται για ένα βίντεο 51 δευτερολέπτων κατά το οποίο παρουσιάζεται η προέλευση του Πρωθυπουργού στη Γαύδο για την ημέρα των Φώτων (η οποία ήταν δυο μέρες πριν την ανάρτηση του βίντεο).

Παρατηρώντας και συγκρίνοντας αυτή τη δημοσίευση με τις αναρτήσεις που συγκέντρωσαν μεγάλο αριθμό σε «μου αρέσει – like», ήδη γίνονται αντιληπτές οι διαφορές. Αρχικά στο συγκεκριμένο βίντεο είναι ιδιαίτερα εμφανής η έλλειψη καλής ποιότητας ήχου. Τα πλάνα είναι τραβηγμένα πιο μακριά και σε όλα τα στιγμιότυπα από την πάνω και την κάτω πλευρά υπάρχει ένα κενό σε χρώμα μπλε

(δίνει την εντύπωση ότι τα βίντεο δεν είναι τραβηγμένα σε διαστάσεις TikTok, αλλά σε τετράγωνο). Αυτόματα θυμίζει στιγμιότυπα που έχουν παρθεί από άλλη πλατφόρμα και απλώς αναδημοσιεύτηκαν και σε αυτή. Λείπει η διαπροσωπική μορφή αλληλεπίδρασης του Κ. Μητσοτάκη που υπήρχε στα βίντεο με τα περισσότερα «μου αρέσει – like».



(Mitsotakis, 2023)

Επιπροσθέτως, είναι εμφανής και η διαφορά ως προς την επεξεργασία, με μοναδική μορφή την περικοπή. Τα πλάνα δείχνουν στιγμές του Πρωθυπουργού σε συναναστροφή με θαυμαστές καθώς και την επαφή και στήριξή του προς την Ορθοδοξία. Ένα ακόμη πλάνο που προβάλλεται αφορά το έθιμο του σταυρού, και η μετέπειτα ομιλία του προς τον δήμαρχο και τους δημότες της Γαύδου. Το βίντεο αυτό συγκέντρωσε στο σύνολο 4.090 likes, 86 σχόλια, 111 αποθηκεύσεις και 96 κοινοποιήσεις. Η περιγραφή αποτελείται από δυο hashtags: “#fyp #tiktokgreece”. Έτσι, προκύπτει το συμπέρασμα ότι το συγκεκριμένο βίντεο δεν έχει κυκλοφορήσει απαραίτητα με κάποιο σκοπό, ούτε έχει δημοσιευτεί με την επιμέλεια που υπήρξε ενδεχομένως στα προηγούμενα, με τα πιο πολλά «μου αρέσει – like», βίντεο.

ΕΘΝΙΚΟΣ ΚΗΡΥΞ

Δεν θα αλλάξει ο νόμος για τις εκλογές Οργισμένοι

Με εθνικά μηνύματα χοροδίσταξαν τα Θεοφάνια στην Ελλάδα

Δεν έχει επιτευχθεί συμφωνία στους Ρεπουμπλικανούς

Μεγάλη επίδειξη Κατακρατών

Ο Πατριάρχης Μεταμόρφωσης Θεσσαλονίκης στην «Ε.Κ.»

Ο σεργιάρης των Θεοφανίων στο Τάμερο Σαρραγκας

Στα 7,6% ο πληθωρισμός στην Ελλάδα

Ο κορονοϊός μπορεί να προκαλέσει φλεγμονή

WANT TO EARN MORE ON YOUR MONEY?
ABOUT OUR GREAT CD, IRA AND HIGH YIELD MONEY MARKET RATES TODAY!

ΕΣΤΙΑ

Γλυπτά: Δανεικά και άγυρσιστα!

Οι εργαζόμενοι διαμαρτυρήθηκαν από την αποστολή των γλυπτών στην Ελλάδα

Μουσική διαμαρτυρία στην Ελλάδα

Οι εργαζόμενοι διαμαρτυρήθηκαν από την αποστολή των γλυπτών στην Ελλάδα

ΕΡΕΥΝΑ: Η Ελλάδα είναι η πιο ανεργή χώρα στην Ευρώπη

ΕΡΕΥΝΑ: Η Ελλάδα είναι η πιο ανεργή χώρα στην Ευρώπη

ΕΡΕΥΝΑ: Η Ελλάδα είναι η πιο ανεργή χώρα στην Ευρώπη

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

Το σκάκι για τα Γλυπτά

Βοήθημα για σταματάει να φέρει

Αυτοπόλο γλυπτά Μπουσάκι στην Αμερική από το Γαβό

ΕΡΕΥΝΑ: Η Ελλάδα είναι η πιο ανεργή χώρα στην Ευρώπη

ΕΡΕΥΝΑ: Η Ελλάδα είναι η πιο ανεργή χώρα στην Ευρώπη

ΕΡΕΥΝΑ: Η Ελλάδα είναι η πιο ανεργή χώρα στην Ευρώπη

KATHIMERINI

Parthenon Sculptures take center stage

FM sends defiant message to Ankara

Turkish boat hauls coast guard

Kaif sees daughter for the first time

Former king critically ill

Diving for the Cross

What's the deal with the Parthenon Sculptures?

ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ

ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥ ΥΠ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

Πώς θα γίνει η εξαγορά των καταπατημένων

ΝΕΑ ΜΕΙΩΣΗ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ, ΣΤΟ 7,6% ΤΟΝ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟ

Επίσκεψη για τις προεδρικές εκλογές στον Σπασάρη

Μηνύματα Μπουσάκι από την αμερική Γαβό

ΓΛΥΠΤΑ ΠΡΟΚΑΛΕΙ ΑΝΕΥΡΙΑ Η ΜΕΤΑΛΛΑΣΗ «ΚΡΑΚΕΝ»

POLITICAL

Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ ΕΡΧΕΤΑΙ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ

ΑΝΗ ΑΡΧΟΓΕΥΛΑΟΥ

«Η κυβέρνηση της ΝΔ θρῆσκειται διαρκώς στο πλευρό των πολιτών»

ΙΣΧΥΡΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΑΠΟ ΓΑΒΟ

ΑΝΟΙΓΜΑ ΜΗΤΣΟΤΑΚΗ ΣΤΗ ΛΙΒΥΗ

«Επίσης, η κυβέρνηση φερόμενη με την Ελλάδα»

«Δεν δεχόμαστε υποχρέωση να τοποθετηθούμε»

Ο ΛΟΓΟΣ

ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ

ΣΤΟ 7,6% ΤΟΝ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟ ΕΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑ, ΣΤΟ 9,5% ΕΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗ - ΠΟΝΟΚΕΜΟΣ ΟΙ ΑΝΑΤΙΜΕΣΕΣ ΣΤΑ ΤΡΩΦΙΜΑ

Επιβραδύνει ο πληθωρισμός

Να επιστρέψουν τα χρήματα στο Δημόσιο οι Πάσης - Χειμάρας

Με Βουλευτές ο σεργιάρης των Θεοφανίων

(Naftemporiki, 2023)

Τα πρωτοσέλιδα που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη σελίδα αφορούν την ημέρα προ της ανάρτησης του βίντεο από τον Κ. Μητσοτάκη στο TikTok. Αυτό συμβαίνει, διότι η πραγματική ημερομηνία που παρευρέθηκε στην Γαύδο είναι στις 6 Ιανουαρίου 2023, όπως προαναφέρθηκε, και όχι στις 8 που δημοσιεύθηκε η ανάρτηση. Έτσι, στις 7 Ιανουαρίου τα πρωτοσέλιδα δείχνουν έντονα την σημασία της επίσκεψης του Πρωθυπουργού στη Γαύδο, καθώς αυτό αποτέλεσε μήνυμα προς την Άγκυρα και δημιούργησε θύελλα σχολιασμών. Αξιοσημείωτο είναι, πως τα πλάνα από την ομιλία που δημοσιεύθηκαν στο TikTok δεν περιλαμβάνουν απόσπασμα από το πιο έντονο κομμάτι που κυκλοφόρησε στα πρωτοσέλιδα, κατά το οποίο ο Πρωθυπουργός δήλωσε: «Ελάτε σε γόνιμη διαπραγμάτευση με την Ελλάδα» και «Δεν δεχόμαστε υποδείξεις για τα κυριαρχικά μας δικαιώματα».

Με την απουσία λοιπόν αυτών των δηλώσεων του Πρωθυπουργού από το εν λόγω βίντεο, φαίνεται ότι ίσως δεν υπήρχε πρόθεση με την ανάρτηση να δοθεί κάποιος συγκεκριμένος πολιτικός χαρακτήρας, εκτός από το να τονίσει τη σημασία του νοτιότερου μέρους της Ελλάδας, και της Ευρώπης, όπως ανήγγειλε ο Κ. Μητσοτάκης στην ομιλία του.

Μια ακόμη [ανάρτηση](#) με χαμηλό αριθμό σε «μου αρέσει – like» φαίνεται πως έγινε δημόσια μερικές ημέρες αργότερα, στις 19 Ιανουαρίου 2023. Ήδη, εκ πρώτης όψεως υπάρχει μια έντονη ομοιότητα με το προηγούμενο βίντεο που αναλύθηκε, καθώς διατηρεί το ίδιο σε χρώμα μπλε, φόντο, καθώς και την οπτική σε τετράγωνο σχήμα. Πρόκειται για ένα απόσπασμα που έχει προέλθει από ομιλία του Πρωθυπουργού για τα τρία (3) χρόνια του Υπουργείου Μετανάστευσης και Ασύλου. Στην περιγραφή της ανάρτησης αναγράφεται από τον Κ. Μητσοτάκη: «Θέλω να πω ένα ξεχωριστό μεγάλο ευχαριστώ. #fyp #tiktokgreece».



(Mitsotakis, 2023)



Η δημοσίευση, που διαρκεί 40 δευτερόλεπτα, συγκέντρωσε συνολικά 2.976 likes, 188 σχόλια, 90 αποθηκεύσεις και 49 κοινοποιήσεις. Πρόκειται για ένα στιγμιότυπο κατά το οποίο ο Πρόεδρος του Κόμματος της Νέας Δημοκρατίας δίνει ευχαριστίες σε όλους τους ένστολους της συνοριοφυλακής του στρατού, στα πληρώματα του Λιμενικού και σε όσους βρίσκονται και προστατεύουν τα σύνορα στον Έβρο. Η εικόνα είναι ενιαία, δεν έχει υποστεί επεξεργασία, παρά μόνο ελάχιστα αποσπάσματα σε zoom in – zoom out. Πάνω από το πλαίσιο του βίντεο, αναγράφονται σε μορφή υπότιτλων τα λόγια του Προέδρου.

ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΑ 19/01/2023



(Naftemporiki, 2023)

Τα πρωτοσέλιδα της 19^{ης} Ιανουαρίου 2023 φαίνεται πως δεν έθιξαν την παρουσία του Κ. Μητσοτάκη στην εκδήλωση των τριών ετών του Υπουργείου Μετανάστευσης και Ασύλου. Έτσι καθίσταται η θεματολογία που επέλεξε ο Πρωθυπουργός για την βίντεο ανάρτησή του στην πλατφόρμα ως πιο αδύναμη. Αυτό αφορά και έχει ως μέτρο σύγκρισης την ικανότητα να προσελκύσει κοινό και αντίστοιχες αλληλεπιδράσεις, όπως η επιτυχής διάδοση κάποιου μηνύματος. Επιβεβαιώνεται το περιορισμένο ενδιαφέρον του κοινού για την συγκεκριμένη ομιλία από την μη εμφάνιση της είδησης στα πρωτοσέλιδα (και τα πρωτοσέλιδα της επόμενης της εκδήλωσης, δηλ. στις 18 Ιανουαρίου καθώς η εκδήλωση ήταν στις 17) και από τον ιδιαίτερα χαμηλό – για τα δεδομένα – αριθμό σε «μου αρέσει – like» που συγκέντρωσε η δημοσίευσή στο TikTok. Συμπερασματικά, από πλευράς πολιτικού μάρκετινγκ, η πρακτική αυτή δεν υπήρξε ιδιαίτερα καρποφόρα.

Το τρίτο [βίντεο](#) με τον μικρότερο αριθμό «μου αρέσει – like» στον προσωπικό λογαριασμό TikTok του Πρωθυπουργού δημοσιεύθηκε στις 22 Μαρτίου 2023, σχεδόν 20 μέρες μετά το δυστύχημα στα Τέμπη (28 Φεβρουαρίου 2023). Πρόκειται για μια ανάρτηση με περιεχόμενο συνέντευξη του Κ. Μητσοτάκη, η οποία φαίνεται ότι προκύπτει από συνέχεια συζήτησης για την Τραγωδία των Τεμπών, και περιέχει μονόλογο του Πρωθυπουργού περί προσωπικών του αποφάσεων και αναγκαίων μεταβολών που πρέπει να πραγματοποιηθούν, ώστε να αισθανόμαστε εξ ολοκλήρου «Ευρώπη». Κλείνοντας στο βίντεο, που έχει διάρκεια 1 λεπτό και 17 δευτερόλεπτα, ο Πρωθυπουργός αναφέρει ότι κάνουμε δυο βήματα εμπρός, και 1 πίσω, όχι το αντίθετο.



Προφανώς
η σημερινή κυβέρνηση
έχει την πρώτη ευθύνη

Συνέντευξη στην εκπομπή
του Alpha «Πρωταγωνιστές»

(Mitsotakis, 2023)



τα οποία ο ίδιος
βλέπω ότι δεν
μου αρέσουν.

Συνέντευξη στην εκπομπή
του Alpha «Πρωταγωνιστές»

Στη συγκεκριμένη ανάρτηση ο συνολικός αριθμός σε «μου αρέσει – like» είναι 4.442, τα σχόλια αγγίζουν τα 264, οι αποθηκεύσεις τις 119 και οι κοινοποιήσεις σε άλλους λογαριασμούς τις 75. Υφολογικά, το βίντεο έχει σοβαρή χροιά, ο Πρωθυπουργός μιλάει με σταθερό τόνο φωνής κοιτάζοντας τον Δημοσιογράφο. Φαίνεται πως δεν αφήνει περιθώριο για σχολιασμό από την πλευρά του για τον συνομιλητή του, και η ροή του λόγου του είναι ενιαία, χωρίς επεξεργασία. Η μορφή επεξεργασίας του βίντεο είναι το zoom in – zoom out και οι εναλλαγές οπτικής γωνίας των πλάνων. Τα λόγια του Κ. Μητσοτάκη αναγράφονται σε μορφή υπότιτλων και στο κάτω μέρος υπάρχει σταθερά η περιγραφή του καναλιού και της εκπομπής στην οποία γίνεται η συνέντευξη.



(Naftemporiki, 2023)

Σε τρία από τα πρωτοσέλιδα εμφανίστηκε ως είδηση η εν λόγω συνέντευξη του Πρωθυπουργού, γεγονός που την καθιστά αυξημένου πολιτικού ενδιαφέροντος. Ωστόσο, οι λόγοι για τους οποίους η ανάρτηση στο TikTok δεν σημείωσε ιδιαίτερη επιτυχία (συγκριτικά με τις αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει – like»), ενδεχομένως να οφείλονται στην απουσία περιεχομένου κατάλληλου να προκαλέσει και να εγείρει περαιτέρω σχολιασμό και αλληλεπίδραση. Ήδη, το κομμάτι που αναφέρεται στα Τέμπη δεν έχει συμπεριληφθεί, αλλά μονάχα οι βλέψεις του Κ. Μητσοτάκη για την μετέπειτα πορεία του ως Πρωθυπουργού της χώρας. Εύλογο, αν σκεφτεί κανείς την πανελλήνια αναστάτωση που δημιουργήθηκε με την τραγωδία, την λεπτότητα του ζητήματος, τον αντίκτυπο στην Κυβέρνησή του αλλά και τις επικείμενες εκλογές του Μαΐου 2023. Επομένως, προκύπτει το συμπέρασμα ότι το συγκεκριμένο βίντεο δεν αναρτήθηκε με σκοπό να δημιουργήσει εντυπώσεις ή αλληλεπιδράσεις, αλλά περισσότερο να τις κατευνάσει.

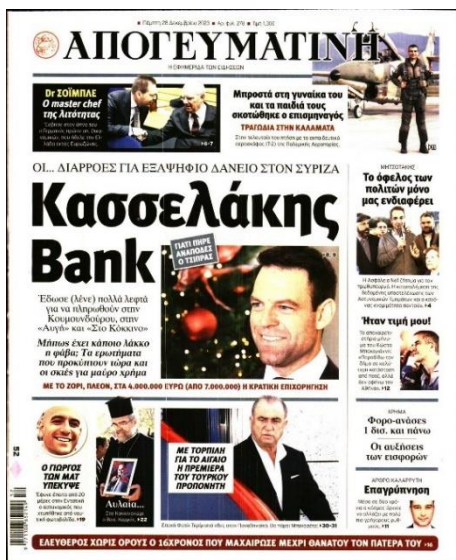
2.2 ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΑΣΣΕΛΑΚΗΣ

Ο νέος πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ, όπως προέκυψε από τις εσωκομματικές εκλογές της 26^{ης} Σεπτεμβρίου 2023, φαίνεται αρκετά ενεργός, και χρησιμοποιεί την εφαρμογή TikTok από τον Αύγουστο του 2023, με πρώτη επίσημη ανάρτηση να είναι στις 23 του ίδιου μήνα. Στο χρονικό διάστημα που μεσολαβεί από την παραπάνω ημερομηνία έως και σήμερα, ο Στέφανος Κασσελάκης διατηρεί 123.7k ακόλουθους, και το σύνολο των «μου αρέσει – like» στον λογαριασμό του αγγίζουν τα 1.5 εκατομμύρια. Ο ίδιος ακολουθεί μόνο έναν λογαριασμό, του Αλέξη Τσίπρα.

2.2.1 Αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει – like» του Στέφανου Κασσελάκη.

Η πρώτη [ανάρτηση](#) από τις τρεις με τον μεγαλύτερο αριθμό σε «μου αρέσει – like» που θα μελετηθεί, έγινε δημόσια ελάχιστες ημέρες πριν την αλλαγή του χρόνου, στις 28 Δεκεμβρίου 2023. Στη συγκεκριμένη ανάρτηση, χωρίς ιδιαίτερο πολιτικό χαρακτήρα, βρίσκεται ο Σ. Κασσελάκης με τον σύζυγο και τα δυο ανίψια του στο Χιούστον της Αμερικής, και μοιράζουν ευχές για το νέο έτος που έπεται. Στην αρχή του βίντεο ο Σ. Κασσελάκης συστήνει στο κοινό τα δυο ανίψια του και ευχαριστεί για τις ευχές που δέχτηκε για την ονομαστική του εορτή. Στην συνέχεια, σχολιάζει: «δεν ξέρω τι έχω κάνει και δικαιούμαι τόση αγάπη μέσα σε τρεις μήνες», αναφερόμενος στην περίοδο προεδρίας του στον ΣΥΡΙΖΑ από τον Σεπτέμβρη 2023. Υπόσχεται να είναι αντάξιος της εμπιστοσύνης του κόσμου που τον στηρίζει. Έτσι, ολοκληρώνει με αντίστροφη μέτρηση ταυτόχρονα με όλους τους συμμετέχοντες στο βίντεο να φωνάζει “Happy New Year”.

ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΑ 28/12/2023



(Naftemporiki, 2023)

Στο προσκήνιο βρισκόταν ο Σ. Κασσελάκης όταν αποφάσισε να αναρτήσει το ευχαριστήριο βίντεο στο TikTok. Μάλιστα, σύμφωνα με την επικαιρότητα και τα άρθρα των εφημερίδων, ο ίδιος φαίνεται να είχε μόλις δανείσει από τον προσωπικό λογαριασμό του μεγάλο χρηματικό ποσό στο κόμμα του, ΣΥΡΙΖΑ, με σκοπό κάποιες πληρωμές που εκκρεμούσαν. Ο τύπος πραγματεύεται και σχολιάζει το παραπάνω γεγονός, έχοντας υπό στενή παρακολούθηση τον πρόεδρο του κόμματος. Στην ανάρτησή του συγκέντρωσε 102.3k «μου αρέσει – like», τα περισσότερα που έχει λάβει σε δημοσίευσή του, ενώ τα σχόλια έφτασαν τα 4.016, οι αποθηκεύσεις τις 5.731, και οι κοινοποιήσεις τις 4.190.

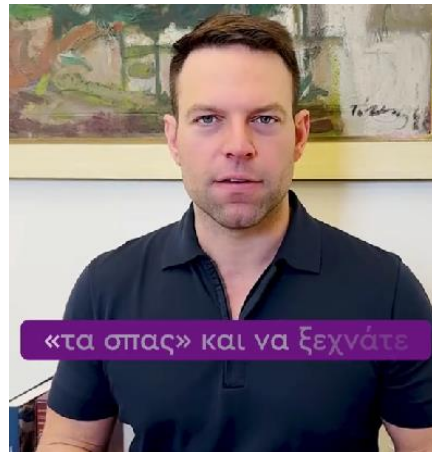
Θα μπορούσε κανείς να αποδώσει την υπέρογη επιτυχία του στην πλατφόρμα στην συσχέτισή του προσώπου του με την τότε επικαιρότητα και τα πρωτοσέλιδα. Ωστόσο, ο ίδιος στην ανάρτησή του επιλέγει να ελαφρύνει την ατμόσφαιρα, δημιουργώντας – εν όψει και των ημερών – ένα οικογενειακό βίντεο, δείχνοντας μια σημαντική στιγμή με αγαπημένα του πρόσωπα. Είναι χαμογελαστός, και δεν διστάζει να δείξει την ευγνωμοσύνη του για την αγάπη που έχει λάβει το τελευταίο διάστημα από τον κόσμο. Είναι δύσκολο, επομένως, να αποδοθεί η επιτυχία του στην εφαρμογή με αυτή την ανάρτηση σε έναν αποκλειστικό μονάχα παράγοντα, καθώς τόσο η επιλογή του για το περιεχόμενο του βίντεο, όσο και η εμφάνισή του στα πρωτοσέλιδα τον καθιστούν ένα «εύκολο» προς κατανάλωση και προώθηση, υποκείμενο του πολιτικού μάρκετινγκ.



(Kasselakis, 2023)

Αλλάζοντας κλίμα, η επόμενη [ανάρτηση](#) του Σ. Κασσελάκη με μεγάλο αριθμό σε «μου αρέσει – like», δημοσιεύθηκε στις 8 Φεβρουαρίου 2024, και έχει έντονο πολιτικό χαρακτήρα. Πιο συγκεκριμένα, ο αρχηγός του κόμματος ΣΥΡΙΖΑ προέβη σε μια βίντεο – ανάρτηση κατά του Κ. Μητσοτάκη, στον προσωπικό λογαριασμό του στο TikTok και τράβηξε την προσοχή του κοινού. Στο περιεχόμενο του βίντεο, φαίνεται ο Σ. Κασσελάκης, με αυστηρό ύφος και υψωμένη φωνή να καταδικάζει τον τρόπο που γίνεται χρήση της πλατφόρμας του TikTok από τον Πρωθυπουργό ως «παραπλανητικό». Ο Σ. Κασσελάκης, στην ανάρτησή του που διαρκεί 54 δευτερόλεπτα, ξεκινάει την ομιλία του λέγοντας: « Έγινε κάτι συνταρακτικό χθες, το μάθατε; Που να το μάθετε».

Έπειτα, μεταθέτει την ευθύνη στους επικοινωνιολόγους του Κ. Μητσοτάκη και κατακρίνει το περιεχόμενο των αναρτήσεών του, διότι θεωρεί ότι δίνεται σημασία μόνο στον αυτοσαρκασμό του ιδίου, παρά στα σημαντικά ζητήματα που πλήττουν τη χώρα μας, όπως αυτό που συνέβη την 7η Φεβρουαρίου 2024. Ο Σ. Κασσελάκης συνεχίζει και προσθέτει πως την προηγούμενη ημέρα, η χώρα μας καταδικάστηκε με ψήφισμα στο Ευρωκοινοβούλιο για την κατάσταση στο κράτος δικαίου. Συμπληρώνει και εξηγεί ποιοι είναι οι κίνδυνοι για τη χώρα και γιατί πάρθηκε αυτή η απόφαση στο Ευρωκοινοβούλιο, και κλείνει λέγοντας: «Δεν το μάθατε, γιατί η προπαγάνδα της Νέας Δημοκρατίας δεν σας επιτρέπει να το μάθετε».



(Kasselakis, 2024)

Σημειώνεται, πως, στην εισαγωγή του βίντεο προβάλλονται παράλληλα με τον Σ. Κασσελάκη στιγμιότυπα οθόνης από κάποιες αναρτήσεις (αυτοσαρκασμού) του Κ. Μητσοτάκη από τον λογαριασμό του στο TikTok οι οποίες συνοδεύουν τα λεγόμενα του πρώτου. Στο τέλος, ο Σ. Κασσελάκης αποδίδει την ευθύνη εξ' ολοκλήρου στη Νέα Δημοκρατία. Επιπροσθέτως, το συγκεκριμένο βίντεο του προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ παρουσιάζει έντονες εναλλαγές στην εικόνα, με γρήγορα zoom in – zoom out και μεγάλους υπότιτλους. Ο συνολικός αριθμός των «μου αρέσει – like» αγγίζει τα 88.7k, τα σχόλια φτάνουν στις 4.275, οι αποθηκεύσεις είναι 6.546 και οι κοινοποιήσεις 6.076.



(Naftemporiki, 2024)

Πρωτοσέλιδα της 8^{ης} Φεβρουαρίου 2024 προέβαλαν το ζήτημα που έθιξε και καταδίκασε ο Σ. Κασσελάκης στον TikTok λογαριασμό του. Η είδηση, επομένως, ήταν δημόσια και έτοιμη προς κατανάλωση. Καθώς οι κατηγορίες προς το πρόσωπο του Κ. Μητσοτάκη αφορούν την ελλιπή ενημέρωση που παράγει ο ίδιος μέσω του προσωπικού του λογαριασμού, πρέπει να σημειωθεί ότι για τον Φεβρουάριο του 2024 ο Κ. Μητσοτάκης δεν είχε αναρτήσει κάποιο σχετικό βίντεο. Οι αναρτήσεις εκείνου του μήνα ήταν στις 2 Φεβρουαρίου 2024 με θέμα ένα βραβείο που έλαβε για την καμπάνια του στο TikTok, και ένα ακόμα στις 11 Φεβρουαρίου 2024 που αναφέρεται στα ενοίκια.

Η τρίτη δημοσίευση του Σ. Κασσελάκη που γνώρισε μεγάλη προβολή και αποδοχή (με αυξημένο αριθμό «μου αρέσει – like»), έγινε δημόσια στις 15 Μαρτίου 2024. Το περιεχόμενο του βίντεο αφορά την προετοιμασία του προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ για την στρατιωτική του θητεία. Πιο συγκεκριμένα, με χιουμοριστικό ύφος, παρουσιάζεται με διάρκεια 2 λεπτών και 6 δευτερολέπτων, η διαδικασία κατά την οποία φροντίζει ο Σ. Κασσελάκης να έχει μαζί του τα απαραίτητα πριν την έναρξη της θητείας του. Στο ενδιαμέσο, προβάλλονται και οι συνομιλίες με την μητέρα του, η οποία διατηρεί το πρότυπο της «Ελληνίδας μητέρας». Στο τέλος, κλείνει με το μήνυμα «Να κοιμάστε ήσυχοι τα βράδια, οι ένοπλες δυνάμεις υπηρετούν το σκοπό τους και τις τιμούμε. Άρα να κοιμάστε ήσυχοι κάθε βράδυ.»

Με μορφή vlog και storytelling ροή, η παρούσα δημοσίευση προβάλλει στοιχεία από την καθημερινότητα και την προσωπική ζωή του Σ. Κασσελάκη. Το βίντεο έχει τύχει σημαντικής επεξεργασίας, ενώ καθ' όλη τη διάρκεια συνοδεύεται από μουσική επένδυση. Με έντονα χρώματα και υπότιτλους, καθώς και ανάλογες εικόνες τύπου emoji, εμπλουτίζονται τα πλάνα που ακολουθούν τον πολιτικό στην προετοιμασία του. Τα «μου αρέσει – like» που συγκέντρωσε σε αυτή την ανάρτηση φτάνουν τα 90.5k, τα σχόλια τα 4.824, οι αποθηκεύσεις είναι συνολικά 5.461 και οι

κοινοποιήσεις 7.610. Κατά την περίοδο εκείνη, είναι γνωστό ότι η στρατιωτική θητεία του προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ σήκωσε θύελλα σχολιασμών στο πανελλήνιο.



(Kasselakis, 2024)



Όπως φαίνεται και στα κάτωθι πρωτοσέλιδα, η είδηση του Σ. Κασσελάκη ως προς την ημέρα έναρξης της θητείας του προβλήθηκε ιδιαίτερα. Ωστόσο, του ασκείται κριτική με καυστικά σχόλια όπως «Στρατιώτης Πυροβολικού Κασσελάκης Στέφανος», όπως αναγράφεται στην εφημερίδα ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΗ. Στην εφημερίδα ESPRESSO το ίδιο σχόλιο με μια προσθήκη: «Στρατιώτης Πυροβολικού με υπερπαραγωγή στο TikTok». Ακόμη πιο αναλυτική κριτική άσκησε η εφημερίδα ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ στο δικό της πρωτοσέλιδο, η οποία υποστηρίζει: «Του παν να βάλει το χακί, κι αυτός το έκανε κωμωδία», αναφερόμενη στις πολλαπλές εμφανίσεις του Σ. Κασσελάκη στα μέσα προ της θητείας του.



(Naftemporiki, 2024)

2.2.2 Αναρτήσεις με τα λιγότερα «μου αρέσει – like» του Στέφανου Κασσελάκη

Από την άλλη πλευρά, υπάρχει ένας αριθμός δημοσιεύσεων οι οποίες δεν συγκέντρωσαν μεγάλο αριθμό «μου αρέσει – like». Έτσι, στον αντίποδα της επιτυχίας του προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ στην εφαρμογή του TikTok, στην κατηγορία με τα λιγότερα likes βρίσκεται [βίντεο](#) που έγινε δημόσιο στις 18 Δεκεμβρίου 2023 με περιγραφή: «Ποιο είναι το μόνο προϊόν που πωλείται φτηνά στη χώρα μας;». Έχει διάρκεια ενός λεπτού και στο περιεχόμενο πραγματεύεται την εισαγόμενη ακρίβεια, αναλύοντας τα προϊόντα και τα ποσοστά κατά τα οποία η Ελλάδα είναι ακριβότερη. Η απάντηση στην ερώτηση της περιγραφής δίνεται στο τέλος του βίντεο, στο οποίο ο Σ. Κασσελάκης υποστηρίζει ότι το μόνο προϊόν που πωλείται φτηνά στην Ελλάδα «είναι τα Κυβερνητικά ψέματα».



(Kasselakis, 2023)

Στα πρώτα δευτερόλεπτα, παρουσιάζονται Χριστουγεννιάτικες εικόνες με την παγκοσμίως γνωστή μορφή του Αγ. Βασίλη, και συνοδεύονται από voice over κατά το οποίο μιλάει ο Σ. Κασσελάκης. Η πρώτη πρόταση είναι: «Να σας πω ένα Χριστουγεννιάτικο παραμύθι;» και συνεχίζει λέγοντας «Μια φορά κι έναν καιρό ήταν μια χώρα με εισαγόμενη ακρίβεια». Έπειτα εμφανίζεται ο ίδιος στην κάμερα, μπροστά από έναν λευκό τοίχο με καθημερινή ένδυση και σχολιάζει όλα τα στοιχεία περί ακρίβειας που κυκλοφόρησαν από την Eurostat. Ακολουθούν πλάνα από τον Αγ. Βασίλη να τον χλευάζουν και το πρωτοσέλιδο της Καθημερινής που πραγματεύεται ότι η Ελλάδα είναι ακριβή στα τρόφιμα, φθηνή στα τσιγάρα, ταυτόχρονα με έντονη Χριστουγεννιάτικη μουσική. Σε όλο το υπόλοιπο βίντεο προβάλλεται ο Σ. Κασσελάκης εμπρός από τον λευκό τοίχο, με υπότιτλους να εξηγεί τα αριθμητικά στοιχεία, έως ότου καταλήξει στο προαναφερόμενο συμπέρασμα.

Το βίντεο συγκέντρωσε συνολικά 799 likes, 51 σχόλια, 27 αποθηκεύσεις και 63 κοινοποιήσεις, κατατάσσοντάς το συγκριτικά με τις υπόλοιπες δημοσιεύσεις του Σ. Κασσελάκη σε πολύ χαμηλά ποσοστά. Αυτό αντικατοπτρίζεται και στα πρωτοσέλιδα εκείνης της ημερομηνίας, καθώς φαίνεται ότι δεν δίνεται έντονη βάση στο θέμα που έχει επιλέξει να εμβαθύνει ο Σ. Κασσελάκης στην σχετική ανάρτηση. Πιο συγκεκριμένα, δυο μονάχα εφημερίδες θίγουν ελαφρώς το ζήτημα της ακρίβειας. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ στην ανάρτησή του κατονομάζει τον Κυριάκο Μητσοτάκη και τον κατηγορεί για μυθοπλασίες ως προς την εισαγόμενη ακρίβεια. Οι εφημερίδες, με τίτλους όπως «Τσακίζει η ακρίβεια» και «καταφантаσίαν ευημερία» σχολιάζουν ως κομμάτι της επικαιρότητας την αύξηση των τιμών των καταναλωτικών αγαθών.

ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΑ 18/12/2023



(Naftemporiki, 2023)



Πιο πρόσφατη, είναι η επόμενη [ανάρτηση](#) που στο σύνολο έλαβε μικρό αριθμό από «μου αρέσει – like», η οποία δημοσιεύθηκε στις 24 Απριλίου 2024. Η περιγραφή που έχει δοθεί είναι : «Ναυτική περιοδεία vol.1» και είναι μεγαλύτερη στην διάρκεια καθώς κρατάει 3 λεπτά και 6 δευτερόλεπτα. Είναι σε μορφή vlog, κατά την οποία ακολουθεί πάντα μια κάμερα τον πρόεδρο του ΣΥΡΙΖΑ. Πίσω από την κάμερα φαίνεται να βρίσκεται μια κοπέλα η οποία παράλληλα ρωτάει και σχολιάζει τον πολιτικό αρχηγό, απευθύνοντάς του τον λόγο με την λέξη «Πρόεδρε». Πρόκειται για το πρώτο από τα τρία βίντεο – σειράς που έχουν δημοσιευθεί από τη ναυτική περιοδεία που πραγματοποίησε ο Σ. Κασσελάκης.

Στο εν λόγω βίντεο επισκέφθηκε και έδειξε στιγμιότυπα με τον κόσμο που συνάντησε στα νησιά: Κύθνο, Σύρο, Πάρο, Νάξο, Αμοργό και Αστυπάλαια. Η μετακίνησή του ανάμεσα στα νησιά έγινε με σκάφος, στο οποίο όπως ανέφερε είχε μαζί του εξέχοντα άτομα της ναυτιλίας. Υπότιτλοι βρίσκονται σε όλα τα πλάνα και καταγράφουν αυτολεξεί όσα λέγονται. Η πρόθεση του Σ. Κασσελάκη με την ναυτική περιοδεία που πραγματοποίησε, όπως ο ίδιο ανέφερε, ήταν να έλθει κοντά στους ανθρώπους που βρίσκονται στους απόμακρους, νησιωτικούς προορισμούς της χώρας. Μάλιστα σχολιάζει πως «η νησιωτικότητα και η ορεινότητα είναι πολύ σημαντικές».



(Kasselakis, 2024)

Με 967 συνολικά «μου αρέσει – like», 50 σχόλια, 41 αποθηκεύσεις και 90 κοινοποιήσεις, μπορεί να διακρίνει κανείς ότι είναι σχετικά χαμηλοί οι αριθμοί για τα δεδομένα του λογαριασμού του Σ. Κασσελάκη. Η συσχέτισή του με την επικαιρότητα είναι περιορισμένη, καθώς η περιοδεία του αναφέρεται σε λιγότερο ευδιάκριτα σημεία σε δυο πρωτοσέλιδα. Πιο συγκεκριμένα, οι εφημερίδες θίγουν πιο έντονα το θέμα του κόστους του σκάφους που χρησιμοποιούσε ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ για να μετακινείται ανάμεσα στα νησιά.



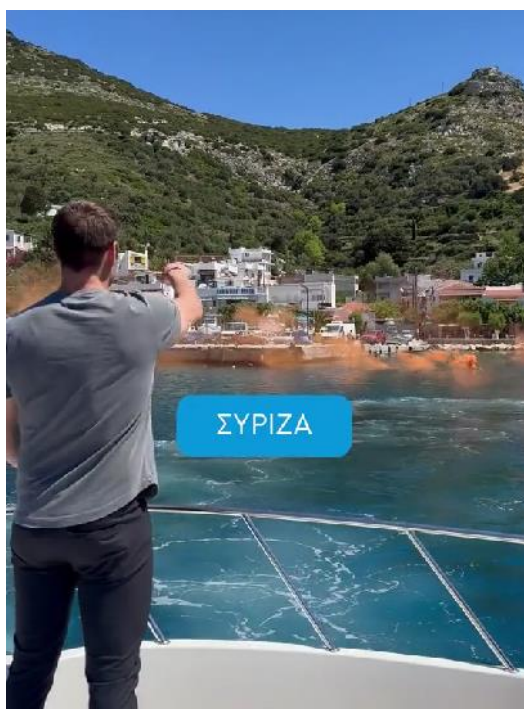
(Naftemporiki, 2024)

Το επόμενο [βίντεο](#) με τα λιγότερα «μου αρέσει – like» στον TikTok λογαριασμό του Σ. Κασσελάκη, αναρτήθηκε ελάχιστες ημέρες αργότερα, στις 29 Απριλίου 2024 και αποτελεί το τρίτο κατά σειρά της ναυτικής περιοδείας του, όπως την ονόμασε. Μάλιστα, ο πολιτικός χάρισε την περιγραφή «Ναυτική περιοδεία the end» και πρόκειται για περιεχόμενο μήκους 2 λεπτών και 49 δευτερολέπτων. Καθώς αυτή η ανάρτηση και η προηγούμενη ανήκουν στην ίδια «σειρά», είναι παρόμοια στην λήψη, στην επεξεργασία, στον τρόπο που αρχίζουν, και στους υπότιτλους. Τα νησιά που επισκέφθηκε ο Σ. Κασσελάκης ήταν οι Φούρνοι, το Αγαθονήσι, η Σάμος, η Χίος, τα Ψαρά και η Λέσβος. Ο Σ. Κασσελάκης μοιράζεται στιγμές που βίωσε με τους κατοίκους των νησιών με ευχάριστη ατμόσφαιρα και αποδοχή.

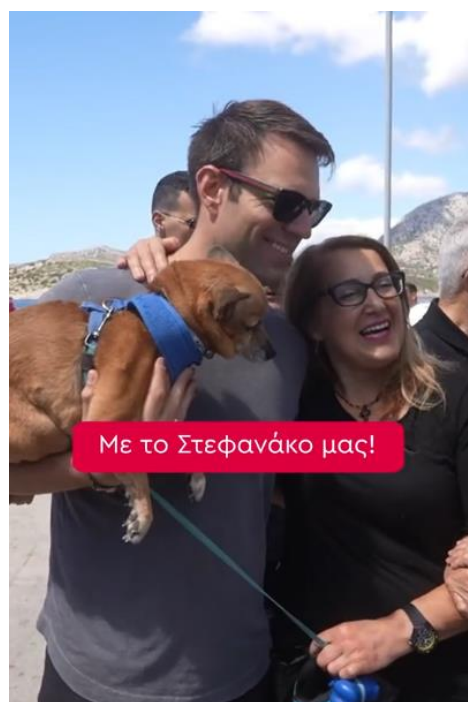
Σε κάποιο σημείο στην δημοσίευση ανάμεσα στα πλάνα, γίνεται μια αναφορά σε εκείνους που τον ειρωνεύονται για την περιοδεία του. Πιο συγκεκριμένα, ο πολιτικός ισχυρίζεται ότι τον ζηλεύουν και δηλώνει πως οι επισκέψεις του είναι το αποτέλεσμα της θέλησής του να ενσωματωθεί μέσα στην κοινωνία. Η ανάγκη του αυτή να απαντήσει ίσως να σχετίζεται με τα πρωτοσέλιδα, αλλά και με σχολιασμούς, δημοσιεύσεις και άρθρα που έχουν γίνει εις βάρος του κατά τη διάρκεια της δεκαήμερης περιοδείας του. Φαίνεται να προβάλλονται στα μέσα ανάμεικτα συναισθήματα για την απόφαση του Σ. Κασσελάκη να περιηγηθεί στα νησιά της χώρας, και εκείνος χρησιμοποίησε το TikTok για να απαντήσει. Η δημοσίευση συγκέντρωσε συνολικά 855 «μου αρέσει – like», 24 σχόλια, 25

αποθηκεύσεις και 79 κοινοποιήσεις. Σημειώνεται ότι στα πρωτοσέλιδα της 29^{ης} Απριλίου δεν γίνεται λόγος για την περιοδεία του Σ. Κασσελάκη.

Αξίζει να σημειωθεί πως υπάρχουν άρθρα που αναφέρονται αποκλειστικά στις αναρτήσεις του στο TikTok, ωστόσο πρόκειται για αυτές με τον χαμηλότερο αριθμό σε «μου αρέσει – like» στο προφίλ του. Αυτό (δηλαδή η περιορισμένη ανταπόκριση εντός της εφαρμογής) θα μπορούσε να θεωρηθεί αποτέλεσμα μειωμένου ενδιαφέροντος από την νέα γενιά απέναντι σε αυτή τη πράξη του πολιτικού, και ίσως στην πιο ήπια και συντηρητική μορφή του περιεχομένου (συγκριτικά με τις δημοσιεύσεις του που έχουν τον μεγαλύτερο αριθμό likes). Προκύπτει, επομένως, ένα μοτίβο που υποδηλώνει ότι το κοινό του Σ. Κασσελάκη τρέφει ενδιαφέρον περισσότερο για την προσωπική του ζωή, τις ίντριγκες, και την κριτική του προς τον Κ. Μητσοτάκη, παρά για τον τρόπο που εκείνος ασκεί πολιτική και επιδιώκει να είναι κοντά στην κοινωνία (Battista 2024).



(Kasselakis, 2024)



2.3 ΑΛΕΞΗΣ ΤΣΙΠΡΑΣ

Ο Αλέξης Τσίπρας, πρώην πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ και πρώην αρχηγός της Αξιωματικής αντιπολίτευσης από το 2019 έως τον Σεπτέμβριο του 2023, όταν ανέλαβε ο Σ. Κασσελάκης, υπήρξε ιδιαίτερα ενεργός στην πλατφόρμα του TikTok. Μάλιστα, με πρώτη του δημοσίευση στις 8 Απριλίου 2022 αποτελεί τον δεύτερο σε χρονική σειρά πολιτικό αρχηγό από αυτούς που παρουσιάζονται στην εργασία, που ξεκίνησε να δημοσιεύει στο TikTok (Πρώτος ο Νίκος Ανδρουλάκης: 22 Οκτώβρη 2021, Τρίτος ο Κυριάκος Μητσοτάκης: 17 Μαΐου 2022 και τελευταίος ο Στέφανος Κασσελάκης: 23 Αυγούστου 2023).

Με τους ακόλουθους να αγγίζουν τους 115 χιλιάδες και συνολικό αριθμό από «μου αρέσει – like» στον λογαριασμό να φτάνει στα 2.8 εκατομμύρια, ο Α. Τσίπρας έχει υπάρξει ιδιαίτερα ενεργός στην πλατφόρμα. Παρ' όλα αυτά, αξίζει να σημειωθεί ότι τελευταία ανάρτησή του ήταν στις 23 Ιουνίου 2023 με τίτλο «Όλη η προεκλογική περιοδεία σε 1'». Πρόκειται για 6 ημέρες πριν την παραίτησή του, στις 29 Ιουνίου 2023. Επομένως διακρίνεται μια συσχέτιση του πολιτικού αρχηγού με τον τρόπο που αυτός θεωρεί ότι η εφαρμογή μπορεί να είναι ευεργετική, δηλαδή μόνο εάν εκείνος είναι πρόεδρος και βρίσκεται στο προσκήνιο.

2.3.1 Αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει – like» του Αλέξη Τσίπρα.

Η πρώτη [δημοσίευση](#) από τις τρεις που έχουν λάβει τα περισσότερα «μου αρέσει – like», δημοσιεύθηκε στις 8 Μαΐου 2023 και διαρκεί μόλις 30 δευτερόλεπτα. Πρόκειται για ένα βίντεο που έχει τραβήξει ο ίδιος την ώρα βρίσκεται στον δρόμο μέσα στο αυτοκίνητο, με το δικό του κινητό τηλέφωνο και αναφέρεται στην οικογένεια Μητσοτάκη τόσο στο παρελθόν, όσο και στο σήμερα. Πιο συγκεκριμένα, θυμίζει ένα σύνθημα που είχε προκύψει όταν ο πατέρας του Κυριάκου, Κωνσταντίνος Μητσοτάκης είχε «υποσχεθεί» φθηνά αυτοκίνητα στους νέους για να ψηφίσουν. Αντίστοιχα, ο Α. Τσίπρας σχολίασε το πάσο των 150€ που έδωσε ο Κυριάκος Μητσοτάκης στους νέους, και συνέχισε λέγοντας ένα παρόμοιο σύνθημα αλλά με αυτή τη συνθήκη.



(Tsipras, 2023)

Πρόκειται για ένα βίντεο που «εκτοξεύθηκε» στην πλατφόρμα και συγκέντρωσε υπέρογκο αριθμό από «μου αρέσει – like» αλλά και σχόλια. Πιο συγκεκριμένα, συνολικά απέκτησε 228.6k «μου αρέσει – like», 10.8k σχόλια, 20.1k αποθηκεύσεις και 81.9k κοινοποιήσεις, καθιστώντας το ως το βίντεο που έχει προσελκύσει το μεγαλύτερο κοινό μέχρι στιγμής από τα υπόλοιπα πολιτικά πρόσωπα που παρουσιάζονται στην εργασία. Τόσο τα λόγια του Α. Τσίπρα όσο και η ημερομηνία δημοσίευσης, δηλαδή ελάχιστες μέρες πριν τις εκλογές Μαΐου 2023, δείχνουν μια προσπάθεια από την μεριά του να χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα προς όφελός του. Στα πρωτοσέλιδα αντικατοπτρίζεται η ένταση της προεκλογικής περιόδου και η ανταγωνιστική ατμόσφαιρα που διακατέχει τους πολιτικούς της ελληνικής σκηνής.

ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΑ 08/05/2023

(Naftemporiki, 2023)

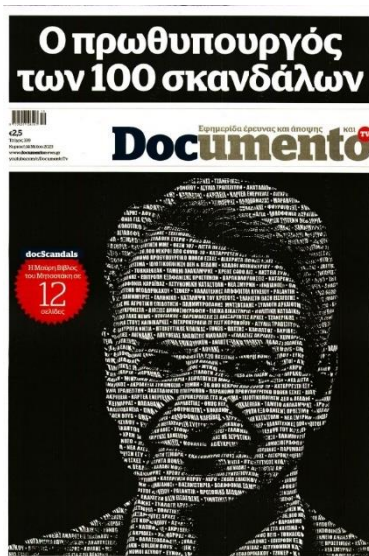


Έπειτα, μερικές ημέρες αργότερα αναρτήθηκε η δεύτερη [δημοσίευση](#) του πρώην προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ που έλαβε επίσης μεγάλο αριθμό από «μου αρέσει – like» στον προσωπικό του TikTok λογαριασμό. Ο Α. Τσίπρας, στις 14 Μαΐου 2023 έκανε μια ανάρτηση – παρόμοια με την προηγούμενη – μέσα από το αυτοκίνητό του κατά την οποία αναφέρει επίσης το όνομα του Κ. Μητσοτάκη. Με χιουμοριστικό ύφος, εξιστορεί σε διάρκεια 24 δευτερολέπτων μια συνάντηση που είχε στον Βόλο με έναν νέο ο οποίος του ανέφερε ότι δεν θέλει να εκλεγεί ξανά ο Κ. Μητσοτάκης, αλλά δεν ξέρει ποιον να ψηφίσει. Έπειτα του αποκρίθηκε ο Α. Τσίπρας ότι δεν πειράζει, να πάει να ψηφίσει ακόμη και αν ψηφίσει τον Αλί Μπαμπά. Προσθέτει, στη συνέχεια, ότι τουλάχιστον εκείνος είχε μόνο 40 κλέφτες. Η δημοσίευση συγκέντρωσε συνολικά 125.5k «μου αρέσει – like», 6.345 σχόλια, 8.345 αποθηκεύσεις και 29.6k κοινοποιήσεις.



(Tsipras, 2023)

Για δεύτερη διαδοχική φορά, λοιπόν, η μέθοδος του Α. Τσίπρα σχετίζεται άμεσα με την προσπάθειά του να «θίξει» τον Κ. Μητσοτάκη λέγοντας κάποιου τύπου ανέκδοτο. Το βίντεο είναι ιδιαίτερα απλό, χωρίς κάποια σκηνοθεσία στο παρασκήνιο, προσδίδοντας μια πιο αυθόρμητη χροιά. Φαίνεται σαν να το σκέφτηκε μόλις, να άνοιξε την κάμερα και να το μαγνητοσκόπησε. Το μόνο προϊόν επεξεργασίας αποτελούν οι υπότιτλοι, οι οποίοι συνοδεύουν τα λόγια του. Μέχρι στιγμής, συγκριτικά με της αναρτήσεις του Σ. Κασσελάκη είναι εμφανές ότι έχουν και οι δύο ένα κοινό, να χρησιμοποιούν δηλαδή το TikTok προκειμένου να καταδικάσουν εν μέρει το πρόσωπο του Κ. Μητσοτάκη. Μια διαφορά, ωστόσο είναι πως ο Α. Τσίπρας έχει πιο αυθόρμητη διάθεση, ενώ οι αναρτήσεις του Σ. Κασσελάκη είναι πιο σκηνοθετημένες και επεξεργασμένες.



(Naftemporiki, 2023)

Σε μια τρίτη δημοσίευση για τον Μάιο προχώρησε ο Α. Τσίπρας και προσέλκυσε εξ ίσου αυξημένο αριθμό σε «μου αρέσει – like», συνεχίζοντας να ελκύει την προσοχή του κοινού στο TikTok. Στις 21 Μαΐου 2023, δηλαδή την ημέρα των εκλογών, ο πρώην πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ ανάρτησε σχετικό βίντεο. Σε μόλις 14 δευτερόλεπτα, διατηρώντας ίδιο ύψος με τις δυο προηγούμενες αναρτήσεις που αναλύθηκαν, και με απλό τρόπο μιας λήψης κατά την οποία κρατάει εκείνος την κάμερα και μιλάει, λέει: «Τι έγινε bro? Πάμε κάλπη σήμερα; Οι άλλοι θα πάνε. Οι άλλοι πάντα πάνε. Ήρθε η ώρα να αποφασίζουμε εμείς για εμάς». Ο Α. Τσίπρας προτρέπει τους νέους να πάνε να ψηφίσουν, χρησιμοποιώντας μια έκφραση («Τι έγινε bro?») η οποία είναι αρκετά συχνή στην νέα γενιά.



(Tsipras, 2023)

Μετά από αυτή τη δημοσίευση, πληθώρα άρθρων κυκλοφόρησαν και αναπαρήγαγαν τα λόγια του πρώην προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ. Η δημοσίευση έλαβε συνολικά 109.1k «μου αρέσει – like», 9.693 σχόλια, 6.734 αποθηκεύσεις και 59.5k κοινοποιήσεις, καθιστώντας την, τρίτη ιεραρχικά έως τώρα στην απήχηση. Μάλιστα, η γρήγορη προσοχή που έλαβε, αντικατοπτρίζεται στα δεκάδες ηλεκτρονικά άρθρα που δημοσιεύθηκαν. Στα πρωτοσέλιδα επικρατούσε προσμονή για τα αποτελέσματα των εκλογών κάνοντας τις πρώτες προβλέψεις, χωρίς να γίνει κάποια αντίστοιχη αναφορά στην δημοσίευση του Α. Τσίπρα.

ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΑ 21/05/2023



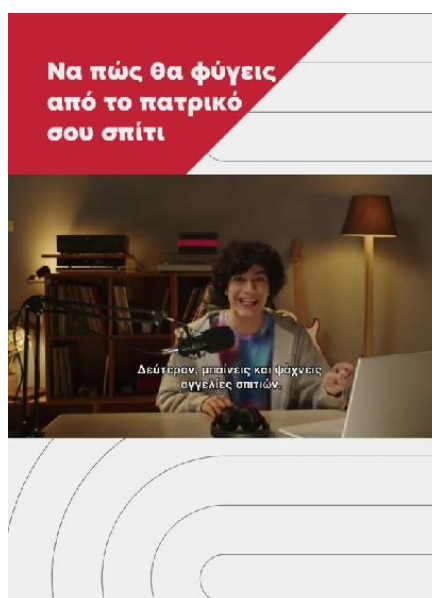
(Naftemporiki, 2023)

2.3.2 Αναρτήσεις με τα λιγότερα «μου αρέσει – like» του Αλέξη Τσίπρα

Στην αντίθετη κατηγορία, εκείνη που αφορά τις δημοσιεύσεις που συγκέντρωσαν τους χαμηλότερους αριθμούς από «μου αρέσει – like», συγκαταλέγεται το [βίντεο](#) που θα αναλυθεί στη συνέχεια. Μόλις 10 ημέρες στο 2023, στον λογαριασμό του Α. Τσίπρα ξεκίνησε να προβάλλεται μια βίντεο – σειρά με τίτλο «χάου του» (μεταφρ. “how to”). Πρόκειται για το δεύτερο βίντεο της σειράς που αναρτήθηκε, το οποίο έλαβε μόλις 351 «μου αρέσει – like», 29 σχόλια, 13 αποθηκεύσεις και 12 κοινοποιήσεις με διάρκεια 59 δευτερολέπτων. Το θέμα που πραγματεύεται σχετίζεται με τον τρόπο (εξ ου και ο τίτλος “how to”) που ένας νέος μπορεί να μετακομίσει από το πατρικό του σπίτι. Στις σκηνές που λήφθηκαν δεν πρωταγωνιστεί ο Α. Τσίπρας, αλλά ένας νεαρός.

Έτσι, με διαφορετικό, χιουμοριστικό ύφος και χροιά το κοινό παρακολουθεί το νεαρό ο οποίος στην αρχή βρίσκεται σε κάποιου είδους στούντιο και μιλάει μπροστά από ένα μικρόφωνο (τύπου podcast). Ξεκινάει λέγοντας πως το να μετακομίσει κανείς από το πατρικό του είναι εύκολο. Έπειτα κατονομάζει ένα προς ένα τα βήματα, όπως τη στιγμή της ανακοίνωσης της απόφασης στους γονείς, την

εύρεση του σπιτιού της αρεσκείας του από τις αγγελίες και τα ψώνια για το νέο σπίτι. Τα πλάνα αυτά συνοδεύονται από χαρμόσυνη μουσική. Ξαφνικά η μουσική σταματάει και ο νέος με διαφορετικό, πιο σοβαρό ύφος λέει: «Ά συγγνώμη! Ξέχασα ότι παίρνεις λιγότερα από 500€ τον μήνα, και ότι τα περισσότερα σπίτια είναι πλέον Airbnb... άδικο δεν είναι;».



(Tsipras, 2023)

Μια διαφορετική μουσική ξεκινάει και στην οθόνη προβάλλονται λόγια για την αύξηση του κατώτατου μισθού στα 800€, τον διπλασιασμό επιδότησης ενοικίου για νεαρούς, την δημιουργία «τράπεζας στέγης» και τον έλεγχο και την εφαρμογή κανόνων στα Airbnb. Στο τέλος εμφανίζεται το λογότυπο του ΣΥΡΙΖΑ και ακούγεται η φωνή του Α. Τσίπρα ο οποίος λέει «Δικαιοσύνη παντού». Πρόκειται για ένα διαφορετικό – συγκριτικά με τα προηγούμενα – περιεχόμενο, το οποίο είναι σκηνοθετημένο και θυμίζει σύντομο σκετσάκι. Με τον τρόπο αυτό ο Α. Τσίπρας έχει την ευκαιρία να δείξει τι προβλέπεται στην πολιτική του για τους νέους και τη δυνατότητα που έχουν αυτοί να μπορέσουν να φύγουν από το πατρικό τους σπίτι.

Η πολύ μικρή απήχηση ενδεχομένως να οφείλεται στην απουσία του δικού του προσώπου από τα πλάνα και στην πιο σκηνοθετημένη μορφή τους. Όπως διαπιστώθηκε στις παραπάνω δημοσιεύσεις που αναλύθηκαν, οι οποίες είχαν ως κοινή συνιστώσα τον αυθορμητισμό και την απλότητα του τότε προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ, επιβεβαιώνεται ξανά αυτή η προτίμηση του κοινού του, με την πολύ μικρή προσοχή που δόθηκε στην λιγότερο αυθόρμητη αυτή ανάρτηση.



(Naftemporiki, 2023)

Από τα πρωτοσέλιδα της 10^{ης} Ιανουαρίου 2023, δυο είναι αυτά που ξεχώρισαν και έχουν έντονη συσχέτιση με το θέμα που θίγει ο πολιτικός στον προσωπικό του λογαριασμό στο TikTok. Αρχικά, παρατηρείται πως στην εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ αναγράφεται με ιδιαίτερα έντονα γράμματα η πρόθεση της κυβέρνησης να αυξήσει τον κατώτατο μισθό στα 780€. Αντίθετα, στην εφημερίδα POLITICAL ο Α. Τσίπρας κατηγορείται για λαϊκισμό καθώς, σύμφωνα με το πρωτοσέλιδο υπόσχεται «φθηνά ενοίκια και κατώτατο μισθό στα 880€» στην πλατφόρμα του στο Twitter. Έτσι, υποδηλώνεται πως η ανάρτηση του ίδιου θέματος την ίδια χρονική περίοδο σε παραπάνω από μια πλατφόρμες, αποτελεί κομμάτι σειράς ενεργειών πολιτικού μάρκετινγκ με σκοπό να διαδοθούν τα μηνύματά του σε κοινό διαφόρων κατηγοριών. Η μοναδική διαφορά είναι πως στην ανάρτησή του στο Twitter δόθηκε μεγαλύτερη προσοχή.

Το αμέσως επόμενο [βίντεο](#) που ανήκει στην κατηγορία με τα λιγότερα «μου αρέσει – like», αναρτήθηκε μια ημέρα μετά, δηλαδή στις 11 Ιανουαρίου 2023. Η περιγραφή αναφέρει: «Να κάνεις τη δουλειά που ονειρεύεσαι; Ή να συνεχίσεις να την ονειρεύεσαι; #ΧάουΤου #ΔικαιοσύνηΠαντού #ΣΥΡΙΖΑΠΣ» και αποτελεί την Τρίτη ανάρτηση κατ' ακολουθία της καμπάνιας «ΧΑΟΥ ΤΟΥ». Πρωταγωνιστεί ο ίδιος ηθοποιός, με μόνη διαφοροποίηση από την προηγούμενη ανάρτηση να είναι η θεματολογία που θίγεται. Η επεξεργασία, το σκηνικό, το ύφος και η μουσική που έχει επιλεγεί ακολουθούν παρόμοια αισθητική.

Η δημοσίευση, που διαρκεί 60 δευτερόλεπτα, συνολικά απέκτησε 325 «μου αρέσει – like», 11 σχόλια, 12 αποθηκεύσεις και 11 κοινοποιήσεις. Πρόκειται για τον ίδιο νεαρό να συμβουλεύει πως να κάνει κανείς τη δουλειά των ονείρων του, μια

δήλωση η οποία είναι εμφανής στα πρώτα μόλις δευτερόλεπτα. Έπειτα παρουσιάζει τα στάδια αυτής της διαδικασίας, τα οποία είναι η αναζήτηση στις αγγελίες, η δημιουργία βιογραφικού σημειώματος, η συνέντευξη και τέλος, η πρόσληψη. Ακολουθεί παύση, με έντονο το βλέμμα του ηθοποιού να κοιτάζει στην κάμερα. Μετά την παύση λέει: «Α συγγνώμη... ξέχασα ότι δεν έχεις κάποιον γνωστό να σε βολέψει...άδικο δεν είναι;». Έτσι, αναγράφονται στην οθόνη οι πολιτικές του Α. Τσίπρα που αναφέρονται στην αύξηση του κατώτατου μισθού στα 880€ μικτά, στο «ξεπάγωμα» τριετιών για αυξήσεις σε όλους, και στην κατάργηση της εργασιακής «ζούγκλας» Χατζηδάκη. Συνεχίζει, στο δεύτερο μέρος της παρουσίασης της πολιτικής του, με συλλογικές διαπραγματεύσεις, την επανίδρυση ΣΕΠΕ με ελέγχους τήρησης της νομοθεσίας, την αιτιολογημένη απόλυση και 35 ώρες εργασίας δίχως να μειωθούν οι αποδοχές. Το βίντεο κλείνει με τον ίδιο τρόπο, δηλαδή την φωνή του Α. Τσίπρα ταυτόχρονα με το λογότυπο του ΣΥΡΙΖΑ να λέει «Δικαιοσύνη Παντού».



(Tsipras, 2023)



Και αν είσαι ικανός
και ταιριάζεις στην θέση...




(Naftemporiki, 2023)



Εμφανής είναι η παρουσία του ζητήματος της αύξησης των κατώτατων μισθών, όπως επιλέγει και ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ να προβάλλει στην πολιτική του. Στο πρωτοσέλιδο της εφημερίδας «H AYGI» που παρουσιάζει τον Α. Τσίπρα και μια δήλωσή του, η οποία αφορά μια ανάρτηση που έκανε ο ίδιος στο twitter την προηγούμενη ημέρα και κέρδισε ιδιαίτερη προσοχή. Η ανάρτηση αυτή έλαβε συνολικά 1.171 Αναδημοσιεύσεις, 194 Παραθέσεις, 4.332 Επισημάνσεις «μου αρέσει – like» και 225 χιλιάδες περίπου προβολές. Έτσι, ίσως να είναι σημαντικό το γεγονός ότι στο twitter πραγματεύεται άλλο ζήτημα και τράβηξε μεγάλη προσοχή. Η επιλογή ή και η εκτέλεση της θεματολογίας στην ανάρτησή του στο TikTok φαίνεται να επισκιάζεται από αυτή στο twitter, όπως αποδίδεται και στα πρωτοσέλιδα.

← **Ανάρτηση**

 **Αλέξης Τσίπρας – Alexis Tsipras** ✓
@atsipras

Κύριε εισαγγελέα, αν απειλείτε τα στελέχη της ΑΔΑΕ με κάθειρξη επειδή αναζητούν την αλήθεια, τότε απειλείτε και εμένα που αιτήθηκα να το κάνουν.

Παραιτούμαι της βουλευτικής μου ασυλίας.
Πλατεία Ελευθερίας 1 είναι το γραφείο μου.
Σας περιμένω να με συλλάβετε.

<p>Στις 5 Δεκέμβρη του 2022 επισκέφτηκα τον Εισαγγελέα του Αρείου Πάγου, με αφορμή τα δημοσιεύματα για τη παρακολούθηση των Αρχηγών των Ενόπλων Δυνάμεων, αλλά και σειράς πολιτικών προσώπων από την ΕΥΠ.</p> <p>Του εξέθεσα τη βαθιά μου ανησυχία για την επιχειρούμενη δημοκρατική εκτροπή και του επισήμανα ότι τα αποδεικτικά στοιχεία υπάρχουν στους παρόχους.</p> <p>Του ζήτησα δε, να αναλάβει την ευθύνη που του αναλογεί και να αναζητήσει την αλήθεια απευθυνόμενος ο ίδιος στους παρόχους, ώστε να μη μείνει καμία βαριά σκιά στη δημοκρατική λειτουργία του πολιτεύματος.</p> <p>Έναν μήνα μετά, όχι μόνο δεν ανταποκρίθηκε στο αίτημά μου, αλλά με έκπληξη παρακολουθώ ότι σήμερα επιχειρεί με τρόπο πρωτόγνωρο να εμποδίσει την κατά το Σύνταγμα αρμόδια Ανεξάρτητη Αρχή να ασκήσει τα καθήκοντά της και να αναζητήσει την αλήθεια.</p>	<p>Κανένας νόμος και καμία γνωμοδότηση δε μπορεί να ακυρώσει το Σύνταγμα και την εκεί οριζόμενη αποστολή της ΑΔΑΕ να ελέγχει και να διασφαλίζει το απόρρητο των επικοινωνιών.</p> <p>Το χειρότερο, όμως, όλων είναι ότι ο κ. Εισαγγελέας δε στέκεται μόνο στη γνωμοδότηση, αλλά επιχειρεί και να εκφοβίσει τους λειτουργούς της Ανεξάρτητης Αρχής, διατυπώνοντας απειλές περί κάθειρξης όσων τολμήσουν να πράξουν το καθήκον τους και αντισταθούν στην εκτροπή αναζητώντας την αλήθεια.</p> <p>Άρση του απορρήτου συγκεκριμένων προσώπων με κρίσιμο ρόλο στο δημόσιο βίο.</p> <p>Αν αυτή η ενέργεια, σύμφωνα με τη γνωμοδότηση του Εισαγγελέα του Αρείου Πάγου, διώκεται ποινικά, του δηλώνω ότι παραιτούμαι της βουλευτικής μου ασυλίας και τον καλώ να προβεί στα νόμιμα σε βάρος μου.</p> <p>Κύριε Εισαγγελέα, Πλατεία Ελευθερίας 1, είναι το γραφείο μου. Σας περιμένω να με συλλάβετε.</p>
---	---

6:47 μ.μ. · 10 Ιαν 2023 · **255,2 χιλ.** Προβολές

Η τελευταία [ανάρτηση](#) του Α. Τσίπρα με τον μικρότερο σε αριθμό από «μου αρέσει – like» που έχει δημοσιευθεί στο λογαριασμό του, εντάσσεται επίσης στην καμπάνια «ΧΑΟΥ ΤΟΥ», η πέμπτη κατά σειρά, με ημερομηνία δημοσίευσης 17 Ιανουαρίου 2023. Το θέμα αυτή τη φορά αναφέρεται στην φοιτητική ζωή και στα ελληνικά πανεπιστήμια. Πως να κάνει κανείς (how to) ξέγνοιαστη φοιτητική ζωή. Το βίντεο #5 της καμπάνιας συγκέντρωσε 384 «μου αρέσει», 36 σχόλια, 17 αποθηκεύσεις και 19 κοινοποιήσεις σε άλλους λογαριασμούς. Διαρκεί λιγότερο από τις δυο προηγούμενες δημοσιεύσεις που αναλύθηκαν, περίπου 43 δευτερόλεπτα.

Για ακόμα μια φορά, ο ίδιος ηθοποιός με παρόμοιο στυλ σεναρίου και γυρισμάτων ξεκινάει να απευθύνεται στους νέους λέγοντας: «Πως να κάνεις μια ξέγνοιαστη φοιτητική ζωή; Πανεύκολο». Συνεχίζει καθοδηγώντας με τα εξής βήματα. Αναφέρει λοιπόν πως σπουδάζει κανείς στη σχολή που επιθυμεί, διαβάζει με την παρέα του

και κυνηγάει το όνειρό του. Τα παραπάνω διακόπτονται από την φράση: «Α συγγνώμη, ξέχασα ότι η αστυνομία μπαίνει στα πανεπιστήμια και δέρνει...άδικο δεν είναι;»



(Tsipras, 2023)

Σε αυτό το βίντεο οι πολιτικές του Α. Τσίπρα που προβάλλονται αφορούν την κατάργηση της πανεπιστημιακής αστυνομίας, την κατάργηση ΕΒΕ & των αντεκπαιδευτικών νόμων της Υπ. Παιδείας Κεραμέως, το διπλασιασμό της κρατικής χρηματοδότησης στα πανεπιστήμια και των μελών ΔΕΠ σε βάθος τετραετίας, δωρεάν μεταπτυχιακά προγράμματα, την επαναφορά λειτουργίας διετών προγραμμάτων σπουδών και ένα εθνικό σχέδιο φοιτητικής στέγης. Το βίντεο σταματάει με τους ίδιους τίτλους όπως και στα προηγούμενα, και τη φωνή του Α. Τσίπρα στην φράση «Δικαιοσύνη Παντού».



Στην επικαιρότητα, τα πρωτοσέλιδα της 17^{ης} Ιανουαρίου 2023 είναι αφιερωμένα στην κηδεία του τέως Βασιλιά Κωνσταντίνου, η οποία πραγματοποιήθηκε μια ημέρα πριν. Σχετικά με το ζήτημα της πανεπιστημιακής αστυνομίας, υπάρχει

σχετική αναφορά σε άρθρα, τα οποία φαίνεται να δημοσιεύθηκαν περίπου στις 12-13 του ίδιου μήνα. Τα άρθρα αυτά, αναφέρονται σε μια παραπληροφόρηση που είχε προέλθει νωρίτερα σχετικά με την κατάργηση της πανεπιστημιακής αστυνομίας. Η ΕΛ.ΑΣ εξέδωσε σχετικό δημοσίευμα στις 12 Ιανουαρίου στο οποίο ανακοινώνει την τοποθέτηση 600 ειδικών φρουρών στις 20 Ιανουαρίου στα πανεπιστημιακά ιδρύματα της Αττικής.

2.4 ΑΝΔΡΟΥΛΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ

Ο Νίκος Ανδρουλάκης είναι πολιτικός μηχανικός και ο πρόεδρος του κόμματος του ΠΑΣΟΚ. Ανέλαβε καθήκοντα στις 12 Δεκεμβρίου του 2021 με ποσοστό 67,88%, όταν εξελέγη πρόεδρος του Κινήματος Αλλαγής και του ΠΑ.ΣΟ.Κ. Πρόκειται για τον τελευταίο πολιτικό αρχηγό που αναλύεται στην εργασία αυτή, καθώς διατηρεί επίσης ενεργό και επικυρωμένο λογαριασμό στην πλατφόρμα του TikTok με συνολικό αριθμό ακολούθων τους 19.3k. Μάλιστα, όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, ο Ν. Ανδρουλάκης ήταν και ο πρώτος από τους τέσσερις αρχηγούς που ανάρτησε δημοσίευση στην εφαρμογή, με αρχική ημερομηνία τις 22 Οκτωβρίου 2021.

2.4.1 Αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει - like» του Νίκου Ανδρουλάκη

Από τις δημοσιεύσεις που πραγματεύεται η εργασία, δηλαδή από τον Ιανουάριο 2023 έως τον Μάιο 2024, η πρώτη με τα περισσότερα «μου αρέσει - like» που εντοπίστηκε, σημειώνει ημερομηνία κοινοποίησης την 6η Ιανουαρίου 2023. Το [βίντεο](#) που αναρτήθηκε έχει διάρκεια 10 δευτερόλεπτα και αφορά τη ρίψη του Σταυρού την ημέρα των Θεοφανίων στην Κωνσταντινούπολη. Πρόκειται για το νεαρό που κολυμπάει προκειμένου να πιάσει τον σταυρό, και αφού το καταφέρει, τον σηκώνει ψηλά και τον φιλάει. Την ίδια στιγμή φτάνουν και οι υπόλοιποι νεαροί και πλησιάζει ένας ακόμη να τον σηκώσει και να τον φιλήσει. Από πίσω ακούγονται στα ελληνικά «Μπράβο» και χειροκροτήματα.



(Androulakis, 2023)

Η ανάρτηση αυτή απέκτησε στο σύνολο 15.7k likes, 771 σχόλια, 564 αποθηκεύσεις και 505 κοινοποιήσεις, ενώ πάνω στο πλάνο αναγράφεται με λευκά γράμματα «Θεοφάνια στην Κωνσταντινούπολη». Ο Ν. Ανδρουλάκης κοινοποίησε το σχετικό βίντεο δυο ημέρες νωρίτερα από τον Κ. Μητσοτάκη, ο οποίος επισκέφθηκε την Γαύδο, και το βίντεό του βρίσκεται στην κατηγορία με τα λιγότερα, για τα δεδομένα του δικού του λογαριασμού «μου αρέσει - like». Πρωτοσέλιδα από την ίδια ημέρα δεν υπάρχουν, καθώς είναι επίσημη αργία, και τα πρωτοσέλιδα της επομένης θίγουν την παρουσία του Πρωθυπουργού στην Γαύδο. Η επίσκεψη του Ν. Ανδρουλάκη στην Κωνσταντινούπολη εντοπίζεται σε αρκετά σχετικά άρθρα προ του γεγονότος αλλά και έπειτα.

Σε ατμόσφαιρα προεκλογική έρχεται η επόμενη [ανάρτηση](#) του Ν. Ανδρουλάκη στο TikTok που γνώρισε μεγάλη απήχηση. Πιο συγκεκριμένα στις 19 Μαΐου 2023 ο πρόεδρος του ΠΑΣΟΚ δημοσίευσε ένα απόσπασμα από μια ομιλία του στο Ηράκλειο της Κρήτης. Απέχοντας μονάχα 3 μέρες μακριά από τις εκλογές, και ως κομμάτι της προεκλογικής του εκστρατείας, ο Ν. Ανδρουλάκης με έντονο πολιτικό λόγο στάθηκε ενώπιον των ανθρώπων του τόπου του και μίλησε για το μέλλον του νομού υπό την κυριαρχία του ΠΑΣΟΚ. Το βίντεο αυτό, καθώς δεν έχει μαγνητοσκοπηθεί αποκλειστικά για να αναρτηθεί στο TikTok, έχει διαφορετικές διαστάσεις, με αποτέλεσμα να βρίσκεται στο κέντρο της οθόνης και να δημιουργείται ένα κενό από την επάνω και την κάτω μεριά. Ο Ν. Ανδρουλάκης έχει επιλέξει να τοποθετήσει στο κενό φόντο με έντονο πράσινο χρώμα, ενώ καθ' όλη τη διάρκεια αναγράφεται στο επάνω κενό κομμάτι: «Αγώνα Αγώνα Αγώνα!».

Στην περιγραφή της ανάρτησης ανακοινώνει: «Τελευταία ομιλία στο Ηράκλειο, στην πατρίδα μου #pasok #fy #tiktokgreece». Με τα λόγια του προς τους υποστηρικτές του, ο Ν. Ανδρουλάκης προτρέπει να αγωνιστούν μαζί προκειμένου να ενώσουν μαζί ξανά τον λαό και να βρεθούν μακριά από το λαϊκισμό, τον ελιτισμό και τη διχόνοια. Οι υποστηρικτές κρατάνε σημαίες της Ελλάδας και του ΠΑΣΟΚ και πανηγυρίζουν. Στο τέλος, ακούγονται πανηγυρισμοί και ξεκινάει να παίζει ένα σχετικό τραγούδι, ενώ προβάλλονται πλάνο των υποστηρικτών. Το βίντεο διαρκεί 50 δευτερόλεπτα, έχει συγκεντρώσει 20.6k «μου αρέσει - like», 427 σχόλια, 1.144 αποθηκεύσεις και 1.171 κοινοποιήσεις.

Στην επικαιρότητα, είναι έντονο το προεκλογικό κλίμα της περιόδου, κατά το οποίο τα πρωτοσέλιδα κάνουν ήδη τις πρώτες προβλέψεις και σχολιάζουν πράξεις και λόγια των πολιτικών αρχηγών, ανάμεσα τους και του Ν. Ανδρουλάκη. Ο κρητικός πρόεδρος του ΠΑΣΟΚ, χρησιμοποίησε την πλατφόρμα του TikTok δίχως συγκεκριμένη στρατηγική ή καμπάνια, αλλά για να προβάλλει επιπρόσθετα το πρόσωπό του, με έναν πιο απλό και μη προκλητικό τρόπο. Η ομιλία του στο

Ηράκλειο της Κρήτης δεν απασχόλησε τόσο τα πρωτοσέλιδα, ωστόσο έκανε τον γύρο του διαδικτύου στις ελληνικές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες.



(Androulakis, 2023)

Συγκριτικά με τις πρακτικές πολιτικού μάρκετινγκ και των υπόλοιπων προσώπων της εργασίας, ο Ν. Ανδρουλάκης φαίνεται να κάνει χρήση της πλατφόρμας πιο απλοϊκά και πιο παραδοσιακά. Μέχρι στιγμής οι δυο αναρτήσεις που αναλύθηκαν δείχνουν ότι αποτέλεσαν βίντεο – αρχεία, τα οποία αναρτήθηκαν χωρίς απαραίτητα να έχουν μαγνητοσκοπηθεί με απώτερο σκοπό την δημοσίευσή τους στο TikTok. Λόγοι για τους οποίους υποστηρίζεται η ανωτέρω θεωρία, είναι η - συγκριτικά με τα υπόλοιπα πρόσωπα - ελάχιστη επεξεργασία των βίντεο, η απουσία σκηνοθεσίας, η έλλειψη καυστικών ή πιο προκλητικών σχολίων και η μη στρατηγική ανάρτηση δημοσιεύσεων εκμετάλλευση της επικαιρότητας.



(Naftemporiki, 2023)

Η τρίτη κατά σειρά [δημοσίευση](#) του προέδρου του ΠΑΣΟΚ που γνώρισε επιτυχία σε αριθμό από «μου αρέσει - like» αναρτήθηκε στις 19 Δεκεμβρίου 2023. Πιο συγκεκριμένα πρόκειται επίσης για απόσπασμα από ομιλία του Ν. Ανδρουλάκη, ενώπιον της Βουλής των Ελλήνων. Το βίντεο – απόσπασμα συνοδεύεται με την περιγραφή:

«Τον Φεβρουάριο του 2020, λίγες ημέρες μετά την ανάληψη του δήμου από τον ανιψιό του κ. Μητσοτάκη, τον κ. Μπακογιάννη, φέρατε τροπολογία ορίζοντας πρόεδρο της εταιρείας "Ανάπλαση Αθήνας Α.Ε." τον δήμαρχο της Αθήνας, ο οποίος είχε τη δυνατότητα να διορίσει τον διευθύνοντα σύμβουλο και την πλειοψηφία του διοικητικού συμβουλίου.

Λίγο πριν ορκιστεί ο νέος δήμαρχος φέρνετε νέα τροπολογία και παίρνετε από τον δήμο της Αθήνας την εταιρεία η οποία εκτελεί έργα ύψους 45 εκατομμυρίων ευρώ, που αφορούν τον δήμο της Αθήνας.

Τι φοβάται ο κ. Μητσοτάκης;

Μήπως επειδή ανακοίνωσε ήδη ο νεοεκλεγείς δήμαρχος ότι θα γίνει έλεγχος στην εταιρεία για τα έργα, που έχουν εκτελεστεί; #pasok #fyg #tiktokgreece #athens #doukas»

Έτσι, όπως αναγράφεται και στα παραπάνω λόγια του Ν. Ανδρουλάκη, στην δημοσίευση που επέλεξε να κάνει δημόσια στον προσωπικό λογαριασμό του στο TikTok, βασικό θέμα της ομιλίας του αποτέλεσε η πράξη του Πρωθυπουργού να απομακρύνει κατασκευαστική εταιρεία που πραγματοποιεί έργα στην Αθήνα, λίγες ημέρες πριν ορκιστεί ο νέος Δήμαρχος. Μάλιστα, ο Ν. Ανδρουλάκης υποστηρίζει ότι

ο λόγος για τον οποίο η Κυβέρνηση προέβη σε αυτή τη πράξη υπήρξε η ανακοίνωση από τον νέο δήμαρχο ότι θα πραγματοποιηθεί έλεγχος στην εταιρεία για τα έργα αυτά. Επίσης, υποστηρίζει πως τα έργα αυτά αποτέλεσαν και τον λόγο της ήττας του Κ. Μπακογιάννη. Το βίντεο έλαβε 6.077 «μου αρέσει - like», 538 σχόλια, 322 αποθηκεύσεις, 429 κοινοποιήσεις και διαρκεί 36 δευτερόλεπτα.



(Androulakis, 2023)

Το ύφος του Ν. Ανδρουλάκη είναι σοβαρό, ενώ η ένταση της φωνής του ανεβασμένη. Επιπλέον, τα λόγια του αναγράφονται στην οθόνη σε μορφή υπότιτλων. Στην επικαιρότητα, διαφαίνεται έντονα ο λόγος που έγινε για το συγκεκριμένο συμβάν. Πιο συγκεκριμένα, στα πρωτοσέλιδα στις 19 και 20 Δεκεμβρίου 2023 παρουσιάζεται αυτή η συνθήκη σχετικά με την απομάκρυνση της εταιρείας που πραγματοποιούσε τα έργα, και σχολιάστηκε ιδιαίτερα. Ο Ν. Ανδρουλάκης ανάρτησε το απόσπασμα στο TikTok, και επέλεξε την συγκεκριμένη agenda ενδεχομένως με σκοπό να το γνωστοποιήσει σε ένα ευρύτερο κοινό και να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή (Gilardi et.al 2021).



(Naftemporiki, 2023)



2.4.2 Αναρτήσεις με τα λιγότερα «μου αρέσει» του Νίκου Ανδρουλάκη

Δίλημμα έθεσε ο πρόεδρος του ΠΑΣΟΚ – Κινήματος Αλλαγής στο [βίντεο](#) που δημοσίευσε στις 25 Ιανουαρίου 2023 στον προσωπικό λογαριασμό του στο TikTok. Πιο συγκεκριμένα, η ανάρτησή του, η οποία αποτελεί την πρώτη από τις τρεις που θα αναλυθούν που συγκέντρωσε μικρότερο αριθμό από «μου αρέσει - like», θίγει το ζήτημα των επερχόμενων εκλογών. Η περιγραφή που έδωσε στην ανάρτηση λέει: «Το δίλημμα των επόμενων εκλογών θα είναι ή με αυτούς που είναι ικανοί για όλα αρκεί να έχουν μια θέση εξουσίας εις βάρος του δημοσίου συμφέροντος, εις βάρος των θεσμών και της Δημοκρατίας ή με αυτούς που είναι ικανοί να τα θυσιάσουν όλα για να υπάρχει κοινωνική ειρήνη, ευημερία και σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στην πατρίδα. #pasok #υποκλοπές»

Πρόκειται για την απογοήτευσή του σχετικά με τα πρωτοσέλιδα κάποιων εφημερίδων εκείνης της ημέρας, για τα οποία αναφέρει αυτολεξεί ότι έχει συγκλονιστεί από αυτά διότι είναι τα ίδια, με άλλο «χρώμα» από αυτά που είχε ο ΣΥΡΙΖΑ πριν από μερικά χρόνια. Κατακρίνει το πολιτικό σύστημα λέγοντας ότι δεν είναι ευρωπαϊκό, και συνεχίζει με τις προτάσεις που επέλεξε να γράψει και στην περιγραφή της ανάρτησης. Το βίντεο αυτό έχει προκύψει αποσπασματικά από συνέντευξή του σε εκπομπή εκείνης της ημέρας και έχει τοποθετηθεί σε πράσινο φόντο το οποίο καλύπτει το κενό που δημιουργείται από την επάνω και κάτω μεριά. Δεν υπάρχουν υπότιτλοι και δεν έχει γίνει κάποια επεξεργασία στο πλάνο. Γύρω του φαίνεται πως υπάρχουν κάποιοι ακροατές οι οποίοι τον παρακολουθούν με αμέριστη προσοχή. Η δημοσίευση στο σύνολο έλαβε 104 «μου αρέσει - like», 4 σχόλια, 2 αποθηκεύσεις και 3 κοινοποιήσεις.



(Androulakis, 2023)

Οι δηλώσεις του από αυτή τη συνάντηση αναπαράχθηκαν σε άρθρο της εφημερίδας «ΤΑ ΝΕΑ», ωστόσο δεν είναι ξεκάθαρο εάν αυτό συνέβη εξ αιτίας της ανάρτησης αυτού του αποσπάσματος στο TikTok ή αν αποτελεί προϊόν της γενικότερης παρακολούθησης προς τον Ν. Ανδρουλάκη και στις ομιλίες του. Τα πρωτοσέλιδα για τα οποία μιλάει, εκείνης της ημέρας, σχετίζονται με κάποιες πράξεις «εκτροπής, υποκλοπών και συγκάλυψης» όπως χαρακτηρίζονται, ορισμένων προσώπων της πολιτικής σκηνής οι οποίες λέγεται πως ήλθαν στην επιφάνεια. Για μια ακόμη φορά διατηρεί το μοτίβο που έχει ακολουθήσει σε όλες τις αναρτήσεις που έχουν αναλυθεί έως τώρα. Δηλαδή, της μη σκηνοθεσίας, μη προκλητικότητας και μη επεξεργασίας, αλλά της δημοσίευσης αποσπασμάτων αρχείων που ενυπάρχουν και έχουν αναπαραχθεί ήδη σε άλλο μέσο.

ΤΑ «ΠΑΙΔΙΑ» ΤΟΥ ΣΗΜΙΤΗ ΣΦΑΖΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΤΑ ΒΑΖΟΥΝ ΜΕ ΤΟΝ ΒΕΝΙΖΕΛΟ

δημοκρατία

ΚΥΡΙΑΚΟ, ΘΥΜΑΣΙΑΙ!

Ζοφερό σκηνικό πολιτικής ανωμαλίας

ΚΟΛΑΣΗ

Σαν σήμερα εκκρίνεται στις Σερβανίες των Πρωσών

«ΑΝ ΕΡΘΕΤΕ ΝΥΧΤΑ, ΟΠΩΣ ΛΕΤΕ, ΘΑ ΤΡΑΠΕΤΕ ΣΕ ΑΔΑΚΤΗ ΦΟΥΝ!»

Και... «Μισοκοινωνία είναι η χώρα μας. Εργαζόμαστε για να ζήσουμε σε μια κοινωνία που καταλαμβάνεται»

POLITICAL

ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ

Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΟΧΗΣ ΕΡΧΕΤΑΙ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ

ΓΡΑΦΙΚΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΙΝΔΥΝΟΣ

«Κάθε γιορταστική προσηγορία κρύβει μια υποχρέωση»

Πάμε με τους Βενιζελούς

Το αούμι τονίρακεφ των ονομάτων και η πρώτη μομφή

«Παραμόγαζο της ΣΥΡΙΖΑ η ΑΔΑΕ», λέει η κυβέρνηση

ΚΕΝΤΡΙ ΤΟ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟ ΣΤΕΛΕΧΟΣ ΚΑΙ ΟΙ... ΤΕΛΕΤΕΣ

ΝΑ ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΟ ΤΑΚΤΟ ΟΤΑΝ ΟΥΣΤΟΥΝ ΟΙ ΚΑΜΕΡΕΣ

ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΑΡΧΩΝ ΝΑ ΜΗ ΘΑΦΟΥΝ ΣΤΟ ΨΗΦΟΚΑΤΩ ΤΕΣΜΑ

Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ

ΕΙΝΑΙ ΣΚΕΤΟ ΠΑΡΑΚΡΑΤΟΣ

Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΑΔΕ ΑΠΟΚΛΑΥΝΕΙ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΜΗΤΩΣΤΑΚΗ

ΠΟΥΣΤΕ ΠΟΥΣΤΕ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΚΡΑΤΟΥΣΤΕ Η ΕΥΡΕ

Η ΑΚΑΘΑΡΜΟΝΙΚΗ ΠΡΟΒΛΗΤΗ ΠΑΤΡΙΩΤΙΚΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΟΔΩΝ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΥΛΑΚΟΥ 249

ΜΑΚΕΛΕ

για την Εθνική Απελευθέρωση

Αναλυτικό Δελτίο οικονομικών εδωδοίων

Αρθρο εκπαίδευσης: Στρατηγικό σχέδιο κλειδί σε ανατολική Ευρώπη, με τον κλειδί και το έτος 2024

Μετα Αρθρο: Αρθρο εκπαίδευσης κλειδί σε ανατολική Ευρώπη, με τον κλειδί και το έτος 2024

Πορτογαλικά Αρθρο: Αρθρο εκπαίδευσης κλειδί σε ανατολική Ευρώπη, με τον κλειδί και το έτος 2024

Οικονομικές προοπτικές

«Ευχαριστώ» του πρακτορείου «Αργός» και «Φορολογία» των εφημερίδων

ΤΟ ΒΡΟΜΟΣΟ ΣΤΗΝΕΙ ΝΕΟ ΒΡΟΜΙΚΟ '89. «ΣΥΜΒΟΛΑΙΑ ΘΑΝΑΤΟΥ», ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΙΚΑ ΠΡΑΞΙΚΟΙΝΩΜΑΤΑ, ΥΠΟΚΟΠΕΣ

ΑΣΥΔΟΤΑ ΤΑ 4 ΤΟΜΑΡΙΑ ΤΟΥ ΠΑΡΑΚΡΑΤΟΥΣ

Μισοκοινωνία, Μορφή, Διαπραγμάτευση και διεφθαρμένες ταξίδια Αθήνας, «εγκέφαλοι» της μορφοζώνης εγκληματικής οργάνωσης

Η ΑΥΓΗ

Να παραιτηθεί ο πρωθυπουργός της εκτροπής

«Εγκληματικό δίκτυο λειτουργεί εντός και εκτός των ορίων της χώρας»

«Εγκληματικό δίκτυο λειτουργεί εντός και εκτός των ορίων της χώρας» και καθοδηγούνται από τον πρωθυπουργό»

KONTRA

Αρχίζουν μυσικοί πλειστηριασμοί με νέα απόφαση του Αρχείου Πάγου

700.000 ΑΚΙΝΗΤΑ ΑΡΠΑΖΟΥΝ ΤΑ ΚΟΡΑΚΙΑ

Μεγάλη συγκέντρωση διαμαρτυρίας υψίρο έξω από το Ανώτατο Δικαστήριο

ΚΟΝΤΡΑ ΣΕ ΟΛΑ

Να αναλάβει τις ευθές της

ΝΑ ΠΑΡΑΙΤΗΘΕΙ Ο ΠΡΩΘΥΠΟΥΡΓΟΣ ΤΗΣ ΕΚΤΡΟΠΗΣ ΤΩΝ ΥΠΟΚΟΠΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΣΥΓΚΛΩΝΗΣ

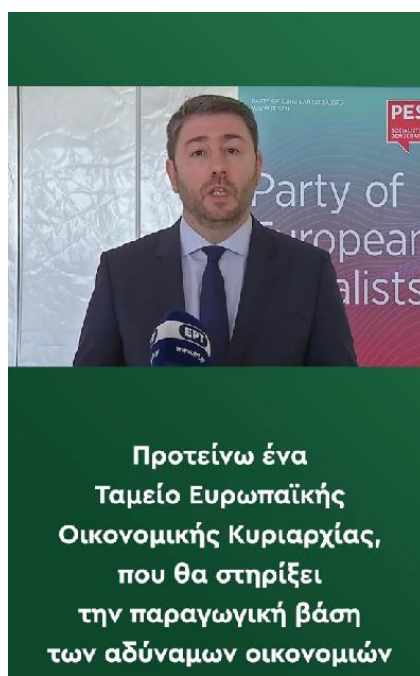
ΚΟΝΤΡΑ ΣΤΗ ΚΟΡΑΙΑ

Η επόμενη [ανάρτηση](#) του Ν. Ανδρουλάκη που βρίσκεται στην κατηγορία των λιγότερων «μου αρέσει - like», έχει δημοσιευθεί στις 9 Φεβρουαρίου 2023 και διαρκεί 1 λεπτό και 9 δευτερόλεπτα. Ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ παρευρέθηκε στις Βρυξέλλες, καθώς συμμετείχε στην Προσύνοδο των Ηγετών του PES (Ευρωπαϊκό Σοσιαλιστικό Κόμμα). Το απόσπασμα που έχει επιλέξει να «ανεβάσει» στην εφαρμογή TikTok έχει ληφθεί από συνέντευξή του για το κανάλι της ΕΡΤ στις Βρυξέλλες. Η δημοσίευση αυτή συγκέντρωσε συνολικά 102 likes, 0 σχόλια, 5 αποθηκεύσεις και 2 κοινοποιήσεις.

Στο βίντεο εμφανίζεται μόνος, με το μικρόφωνο της ΕΡΤ και φόντο μια αφίσα από την PES, ενώ στην επάνω και κάτω κενή μεριά έχει επιλεγθεί πράσινο φόντο. Η περιγραφή της ανάρτησης είναι κενή, αλλά έχει γράψει σε όλη τη διάρκεια του βίντεο στο κάτω κενό σημείο της οθόνης: «Προτείνω ένα ταμείο Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κυριαρχίας που θα στηρίξει την παραγωγική βάση των αδύναμων οικονομιών». Έτσι, αναφέρει τις προτάσεις της πολιτικής του που αφορούν νέες θέσεις εργασίας, ανταγωνιστική οικονομία, στήριξη του κοινωνικού κράτους, της υγείας, της παιδείας, προγράμματα κοινωνικών κατοικιών και την αναθεώρηση του προσφυγικού. Στο τέλος, αναφέρει πως αυτές οι πολιτικές θα λειτουργήσουν ενωτικά και θα προσφέρουν καλύτερο μέλλον ευημερίας και προοπτικής στους ευρωπαϊκούς λαούς.



(Androulakis, 2023)



Στα πρωτοσέλιδα κυριαρχούν διαφορετικά ζητήματα, δίχως να γίνεται λόγος για την παρουσία του Ν. Ανδρουλάκη στις Βρυξέλλες. Το ίδιο ισχύει και για τα πρωτοσέλιδα της επόμενης, δηλαδή της 10^{ης} Φεβρουαρίου 2023. Η αναφορά σε αυτό το γεγονός

εντοπίζεται σε κάποια άρθρα, τα οποία σχολιάζουν την ταυτόχρονη παρουσία του Αλέξη Τσίπρα και τις μεταξύ τους σχέσεις. Έτσι, προκύπτει το συμπέρασμα ότι η πρακτική πολιτικού μάρκετινγκ μέσω της πλατφόρμας του TikTok για τον Ν. Ανδρουλάκη δεν είναι προτεραιότητα, καθώς η θεματολογία και τρόπος προβολής αυτής αποσκοπεί κυρίως στην παρουσίαση των δικών του πολιτικών θέσεων (Kelm 2020). Παράλληλα, οι προσπάθειες για την απόσπαση της προσοχής του κοινού είναι λιγότερες συγκριτικά με τους άλλους προέδρους που αναλύθηκαν.

Το τελευταίο [βίντεο](#) του προέδρου του ΠΑΣΟΚ – Κίνημα Αλλαγής που προέκυψε από την μελέτη του λογαριασμού του και προβλέπει την ένταξή του στην κατηγορία αυτών που απέκτησαν τον χαμηλότερο σε «μου αρέσει - like» αριθμό δημοσιεύθηκε στις 6 Μαρτίου 2023. Φέρει την περιγραφή: «Μιλώ για συναινέσεις, μιλώ για μια ισχυρή θεσμική δημοκρατία και όχι ένα κράτος των λίγων, ένα πελατειακό κράτος» και διαρκεί 53 δευτερόλεπτα. Πρέπει να σημειωθεί ότι η ημερομηνία ανάρτησης του συγκεκριμένου βίντεο λαμβάνει χρόνο μόλις 6 ημέρες μετά την τραγωδία των Τεμπών, ένα συμβάν που συγκλόνισε το Πανελλήνιο και δημιούργησε μεγάλη αίσθηση δυσπιστίας προς την κυβέρνηση και γενικότερα την ελληνική πολιτική σκηνή.

Έτσι, η ανάρτηση αυτή, η οποία αποτελεί επίσης απόσπασμα από συνέντευξη του Ν. Ανδρουλάκη στην εκπομπή του καναλιού ALPHA που ονομάζεται «Αυτοψία στην πολιτική», έχει τον υπότιτλο «Ο Νίκος Ανδρουλάκης για την τραγωδία στα Τέμπη». Εκφράζει και σε αυτή τη περίπτωση τις απόψεις του για την ορθή λειτουργία ενός κράτους το οποίο υπηρετεί το δημόσιο συμφέρον. Ένα κράτος το οποίο μπορεί να αντιπαρατεθεί με την εκάστοτε εξουσία, όπως το ορίζει ο πρόεδρος του ΠΑΣΟΚ. Η τελευταία πρόταση αναγράφεται στα πρώτα δευτερόλεπτα, πριν φανεί το απόσπασμα της συνέντευξης. Το κενό επάνω και κάτω καλύπτεται με πράσινο φόντο και υπάρχει απουσία υπότιτλων, με την φωνή του Ν. Ανδρουλάκη να είναι σταθερή και το ύφος του σοβαρό. Η δημοσίευση συγκέντρωσε στο σύνολο 90 «μου αρέσει - like», 0 σχόλια, 2 αποθηκεύσεις και 6 κοινοποιήσεις.



(Naftemporiki, 2023)

Η τραγωδία των Τεμπών αποτέλεσε ένα ζήτημα που απασχόλησε την κοινωνία και τα πρωτοσέλιδα, για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα. Όσον αφορά τον Ν. Ανδρουλάκη στην προκειμένη περίπτωση, είναι εύλογο τις επόμενες ημέρες μετά το συμβάν να μην βρίσκεται στα πρωτοσέλιδα, αλλά να κυριαρχεί ο Πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης, καθώς πολλοί του απέδωσαν και εξακολουθούν να του αποδίδουν την αποκλειστική ευθύνη. Επιπλέον, για μια ακόμη φορά ο πρόεδρος του ΠΑΣΟΚ επιλέγει να αναρτήσει απόσπασμα ουδέτερο, δίχως να προκαλεί κάποια αντίδραση, η σχολιασμό, όπως επιβεβαιώνεται και από την εξ' ολοκλήρου απουσία σχολίων στο σχετικό βίντεο.

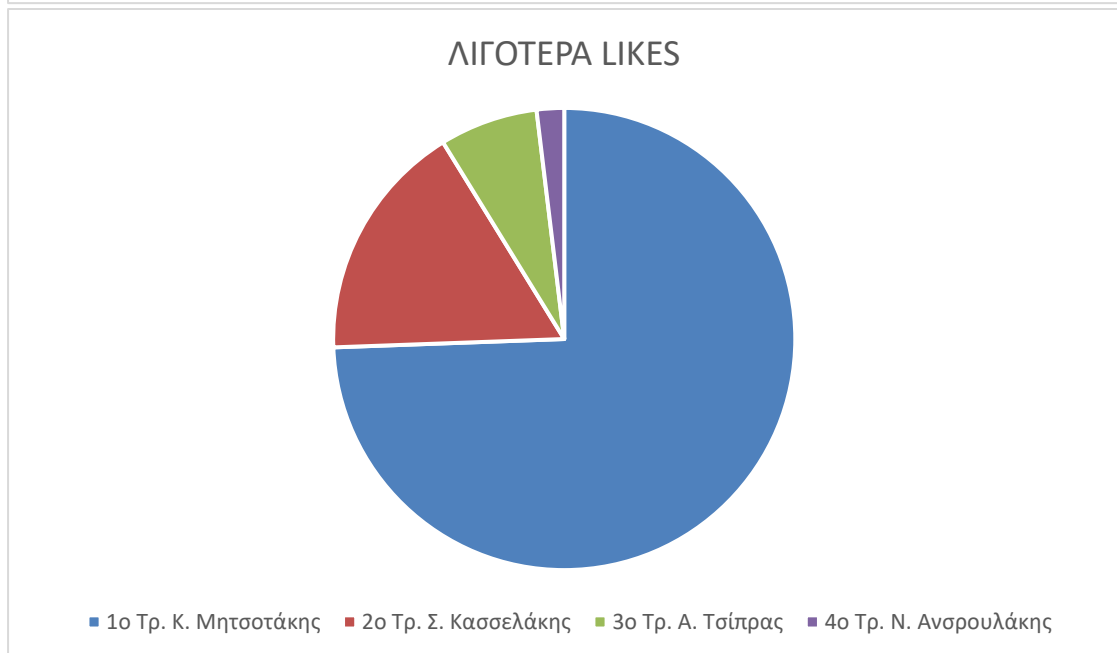
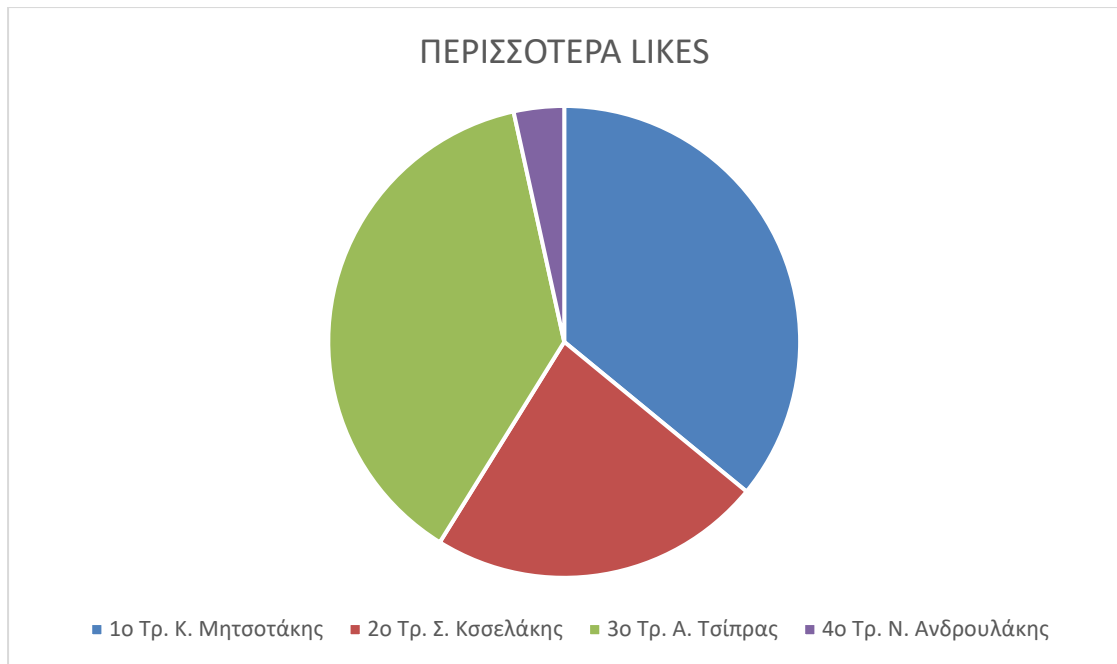


(Androulakis, 2023)



ΜΕΡΟΣ 3: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ	ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ «ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ – ΛΙΚΕ»	ΛΙΓΟΤΕΡΑ ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ – ΛΙΚΕ»
ΜΗΤΣΟΤΑΚΗΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ	174.6k	4.430
	138.3k	4.082
	128.6k	2.968
ΚΑΣΣΕΛΑΚΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ	102.3k	956
	90.4k	836
	88.7k	797
ΤΣΙΠΡΑΣ ΑΛΕΞΗΣ	228.6k	384
	125.5k	351
	109.1k	325
ΑΝΔΡΟΥΛΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ	20.6k	104
	15.7k	102
	6.077	90



Τα παραπάνω γραφήματα δείχνουν ποια πρόσωπα συγκέντρωσαν τα περισσότερα σε σύνολο «μου αρέσει» στις δυο κατηγορίες που αναλύθηκαν, την κατηγορία με τα περισσότερα και την κατηγορία με τα λιγότερα likes.

Στη συνέχεια ακολουθεί σύγκριση του αριθμού των «μου αρέσει – like» και των σχολίων που συγκέντρωσαν οι δημοσιεύσεις που αναλύθηκαν. Η σύγκριση αυτή προκύπτει από την ανάγκη να κατανοηθεί η σύνδεση ανάμεσα στις δύο αυτές δράσεις του κοινού και η συμπεριφορά του θεατή ανάλογα με την εκάστοτε δημοσίευση. Τίθενται τα ερωτήματα : Α) Ποιο η ποια από τα πρόσωπα δημιουργούν με το περιεχόμενο και τη συσχέτισή τους με την επικαιρότητα το μεγαλύτερο engagement? (Lew, Stohl 2022), Β) Υπάρχουν πρόσωπα που εγείρουν περισσότερο τον σχολιασμό του κοινού από κάποια άλλα, και ποια η αναλογία με τον αριθμό σε «μου αρέσει – like»;

Για την καλύτερη κατανόηση και απάντηση των ερωτημάτων αυτών, παρουσιάζεται ο παρακάτω πίνακας:

ΠΡΟΣΩΠΑ	ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ - LIKE	ΣΧΟΛΙΑ
ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΜΗΤΣΟΤΑΚΗΣ	174.6k	9.965
	138.4k	2.527
	128.6k	14.9k
	4.090	86
	2.976	188
	4.442	264
ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΚΑΣΣΕΛΑΚΗΣ	102.3k	4.016
	88.7k	4.275
	90.5k	4.824
	799	51
	967	50
	855	24
ΑΛΕΞΗΣ ΤΣΙΠΡΑΣ	228.6k	10.8k
	125.5k	6.345
	109.1k	9.693
	351	29
	325	11
	384	36
ΝΙΚΟΣ ΑΝΔΡΟΥΛΑΚΗΣ	15.7k	771
	20.6k	427
	6.077	538
	104	4
	102	0
	90	0

Α) Για να εξετασθεί ποιος από τους πολιτικούς αρχηγούς δημιουργεί το μεγαλύτερο engagement, θα προστεθεί συνδυαστικά ο αριθμός από «μου αρέσει – like» και τα σχόλια των αναρτήσεων που βρίσκονται στην πρώτη κατηγορία (αυτή με τα περισσότερα «μου αρέσει – likes») :

Συνολικά Likes και Σχόλια

1. Κυριάκος Μητσοτάκης
 - Likes: 441.6k
 - Σχόλια: 27.392

Συνολική αλληλεπίδραση: 468.992

2. Στέφανος Κασσελάκης
 - Likes : 281.5k
 - Σχόλια: 13.115

Συνολική αλληλεπίδραση: 294.615

3. Αλέξης Τσίπρας
 - Likes: 463.2k
 - Σχόλια: 26.838

Συνολική αλληλεπίδραση: 490.038

4. Νίκος Ανδρουλάκης
 - Likes: 42.377k
 - Σχόλια: 1.736

Συνολική αλληλεπίδραση: 44,113

Έτσι, προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα:

Α. Ο Αλέξης Τσίπρας δημιουργεί τη μεγαλύτερη συνολική αλληλεπίδραση με 490.038 συνδυαστικά likes και σχόλια.

Β. Ο Κυριάκος Μητσοτάκης ακολουθεί με 468.992 συνδυαστικά likes και σχόλια.

Γ. Ο Στέφανος Κασσελάκης έχει σημαντική αλληλεπίδραση, αλλά χαμηλότερη από τους δυο πρώτους, με 294.615 συνδυαστικά likes και σχόλια.

Δ. Ο Νίκος Ανδρουλάκης έχει τη χαμηλότερη αλληλεπίδραση με 44.113 συνδυαστικά likes και σχόλια.

Β) Για να δοθεί απάντηση στο δεύτερο ερώτημα της στατιστικής έρευνας σχετικά με την ύπαρξη ή μη προσώπων που εγείρουν περισσότερο τον σχολιασμό του κοινού από κάποια άλλα, θα εξετασθεί ο αριθμός των σχολίων σε σχέση με τα likes για κάθε πρόσωπο :

Κυριάκος Μητσοτάκης

174.6k likes - 9.965 σχόλια => αναλογία: ~0.057

138.4k likes - 2.527 σχόλια => αναλογία: ~0.018

128.6k likes - 14.9k σχόλια => αναλογία: ~0.116

4.090 likes - 86 σχόλια => αναλογία: ~0.021

2.976 likes - 188 σχόλια => αναλογία: ~0.063

4.442 likes - 264 σχόλια => αναλογία: ~0.059

Μέσος όρος αναλογίας: ~0.0558

Στέφανος Κασσελάκης

102.3k likes - 4.016 σχόλια => αναλογία: ~0.039

88.7k likes - 4.275 σχόλια => αναλογία: ~0.048

90.5k likes - 4.824 σχόλια => αναλογία: ~0.053

799 likes - 51 σχόλια => αναλογία: ~0.064

967 likes - 50 σχόλια => αναλογία: ~0.052

855 likes - 24 σχόλια => αναλογία: ~0.028

Μέσος όρος αναλογίας: ~0.047

Αλέξης Τσίπρας

228.6k likes - 10.8k σχόλια => αναλογία: ~ 0.047

125.5k likes - 6.345 σχόλια => αναλογία: ~ 0.051

109.1k likes - 9.693 σχόλια => αναλογία: ~ 0.089

351 likes - 29 σχόλια => αναλογία: ~ 0.083

325 likes - 11 σχόλια => αναλογία: ~ 0.034

384 likes - 36 σχόλια => αναλογία: ~ 0.094

Μέσος όρος αναλογίας: ~ 0.0663

Νίκος Ανδρουλάκης

15.7k likes - 771 σχόλια => αναλογία: ~ 0.049

20.6k likes - 427 σχόλια => αναλογία: ~ 0.021

6.077 likes - 538 σχόλια => αναλογία: ~ 0.089

104 likes - 4 σχόλια => αναλογία: ~ 0.038

102 likes - 0 σχόλια => αναλογία: 0

90 likes - 0 σχόλια => αναλογία: 0

Μέσος όρος αναλογίας: ~ 0.0328

Από τους παραπάνω υπολογισμούς αναλογιών (ratios), προκύπτουν οι ακόλουθες απαντήσεις στο ερώτημα Β που τέθηκε:

A. Ο Αλέξης Τσίπρας έχει τον υψηλότερο μέσο όρο αναλογίας σχολίων προς likes (~ 0.0663). Αυτό σημαίνει ότι οι αναρτήσεις του εγείρουν περισσότερα σχόλια σε σχέση με τα likes που λαμβάνουν, δείχνοντας ότι οι χρήστες είναι πιο πιθανό να τις σχολιάσουν.

B. Ο Στέφανος Κασσελάκης έχει μέσο όρο αναλογίας σχολίων προς likes περίπου 0.047 υποδεικνύοντας ότι εγείρει επίσης αρκετό σχολιασμό σε σχέση με τα likes.

Γ. Ο Κυριάκος Μητσοτάκης, με μέσο όρο περίπου 0.0558, έχει επίσης υψηλό επίπεδο σχολίων σε σχέση με τα likes του.

Δ. Ο Νίκος Ανδρουλάκης, έχει τον χαμηλότερο μέσο όρο αναλογίας σχολίων προς likes (~0.0328). Επομένως, διαφαίνεται ότι οι χρήστες είναι λιγότερο πιθανό να σχολιάσουν τις δημοσιεύσεις του.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Κατόπιν της ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης του περιεχομένου από έξι (6) δημοσιεύσεις για κάθε ένα από τα τέσσερα πολιτικά πρόσωπα, προκύπτουν ενδιαφέροντα συμπεράσματα τα οποία απαντούν στα παραπάνω ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν. Ξεκινώντας από τις τρεις δημοσιεύσεις της κατηγορίας αυτών με τον μικρότερο αριθμό από «μου αρέσει - like», είναι εμφανή ορισμένα κοινά σημεία μεταξύ των δημοσιεύσεων. Στην πλειοψηφία τους οι δημοσιεύσεις αποτελούν κάποιο απόσπασμα από ομιλία, το οποίο δεν έχει δημιουργηθεί με αποκλειστικό σκοπό να αναρτηθεί στην εφαρμογή, ούτε σημειώνει ιδιαίτερη επεξεργασία. Αυτό δείχνει πως το κοινό του TikTok προτιμάει να καταναλώνει περιεχόμενο αυθεντικό, διαφορετικό από αυτό που μπορεί να καταναλώσει από τα άλλα μέσα (SCHELLEWALD 2021). Οι δημοσιεύσεις που έχουν τα λιγότερα «μου αρέσει - like», και των τεσσάρων πολιτικών αρχηγών, έχουν μεν σχέση με την επικαιρότητα, αλλά δεν αποτελούν τα κορυφαία θέματα της εκάστοτε περιόδου, δηλαδή τα πρώτα θέματα στα πρωτοσέλιδα.

Στην περίπτωση του Αλέξη Τσίπρα, του οποίου τα βίντεο με τα λιγότερα likes ανήκαν στην καμπάνια του «Χάου Του», η συνθήκη αυτή μπορεί να αποδοθεί στην απουσία του ίδιου από τα πλάνα, και στην αρκετά σκηνοθετημένη μορφή τους (φαίνεται πως το κοινό αναζητάει το δικό του πρόσωπο, εάν ληφθεί υπόψιν η απλή μορφή των βίντεο που έχει τραβήξει εκείνος και τοποθετούνται στην κατηγορία με τα περισσότερα «μου αρέσει - like»). Στην περίπτωση του Στέφανου Κασσελάκη και στα δυο βίντεο της ναυτικής περιοδείας, συγκριτικά επίσης με τις άλλες δημοσιεύσεις του που γνώρισαν επιτυχία, η μικρότερη απήχηση οφείλεται εν μέρει στην απουσία των σχολιασμών που συνηθίζει να κάνει. Οι δυο πολιτικοί αυτοί αρχηγοί παρουσιάζουν κοινά σημεία ως προς αυτό το γεγονός. Οι θεατές, αναμένουν μια πιο απλή, «ωμή», χιουμοριστική και ίσως καυστική παρουσία από τους δύο προέδρους.

Στον αντίποδα, οι αναρτήσεις με τα περισσότερα «μου αρέσει - like» ήταν πιο διαφορετικές μεταξύ τους. Περιπτωσιολογικά, ο Κυριάκος Μητσοτάκης και ο Στέφανος Κασσελάκης είχαν ως επί τω πλείστον το κοινό της οργανωμένης λήψης πλάνων, με καλή ποιότητα εικόνας και ήχου, τα οποία προσφέρουν μια εκ των έσω προβολή της προσωπικότητας και της καθημερινότητάς τους. Ταυτόχρονα, η

Θεματολογία δεν παύει να σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με την επικαιρότητα. Πρόκειται για στοχευμένες αναρτήσεις οι οποίες πριν γίνουν δημόσιες, έχουν μελετήσει το κοινό τους και έχουν προκύψει κατόπιν έρευνας και επεξεργασίας. Συνήθως, τα πρώτα δευτερόλεπτα είναι αρκετά ενδιαφέροντα ώστε να καθηλώσουν τον θεατή και να τον «κρατήσουν» από το scroll (scroll-stopping strategy) (Gitomer 2023).

Ο Αλέξης Τσίπρας, ο οποίος μάλιστα σε μια ανάρτησή του συγκέντρωσε τα περισσότερα «μου αρέσει - like» από τα υπόλοιπα πρόσωπα, διακατέχεται από τον αυθορμητισμό, την «μικρή» προσπάθεια και το χιούμορ του. Ωστόσο, δεν είναι απόλυτα διακριτό εάν και κατά πόσον οι αναρτήσεις αυτές είναι προϊόν αυθορμητισμού, και όχι προϊόν επιτηδευμένου αυθορμητισμού. Οι δικές του δημοσιεύσεις είχαν μερική συσχέτιση με τις ειδήσεις της κάθε χρονικής περιόδου, και δεν παρατηρείται κάποιο μοτίβο στρατηγικής δημοσίευσης. Ίσως περισσότερο φαίνεται πως επιδιώκει την περιστασιακή εκμετάλλευση των ιδιαίτερων συνθηκών της επικαιρότητας. Κύρια θεματολογία για τον Αλέξη Τσίπρα αποτελεί η αντιπαλότητά του προς τον Κυριάκο Μητσοτάκη. Αυτό το γεγονός βρίσκει ομοιότητες με κάποιες από τις θεματολογίες του Στέφανου Κασσελάκη.

Ο Νίκος Ανδρουλάκης παρουσίασε τις λιγότερες ομοιότητες με τους υπόλοιπους, καθώς ακολουθούσε την δική του στρατηγική. Αποφεύγει να κατονομάσει πρόσωπα, να σκηνοθετήσει ή να εμβαθύνει στην προσωπική του ζωή. Κύριος δικός του στόχος, όπως προκύπτει από την ανάλυση, φαίνεται να είναι η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη εξάπλωση των πολιτικών του (Dian 2022). Βρίσκεται τελευταίος στην λίστα της απήχησης, με αποτέλεσμα να οδηγεί την έρευνα σε πιο συγκεκριμένα συμπεράσματα.

Οι υπόλοιποι πρόεδροι παρουσιάζουν ορισμένα κοινά μεταξύ τους, είτε ως προς τη θεματολογία, την επεξεργασία, ή και την επικαιρότητα. Τα πρόσωπα αυτά, σταδιακά έχουν κερδίσει ένα πιο μαζικό κοινό το οποίο αλληλεπιδρά με το περιεχόμενο, και κατά συνέπεια το διαδίδει. Η εν μέρει αποστασιοποίηση του Νίκου Ανδρουλάκη από αυτές τις πρακτικές, και η επακόλουθη μικρότερη επιτυχία και εξάπλωσή του στην πλατφόρμα, δείχνει ότι για την εφαρμογή του TikTok, η πρακτική πολιτικού μάρκετινγκ που ακολουθεί δεν είναι το ίδιο αποδοτική. Έτσι, διαφαίνεται η προτίμηση του κοινού προς το περιεχόμενο που έχει σχεδιαστεί για να αναρτηθεί στην πλατφόρμα, το πιο αυθεντικό, που πραγματεύεται θέματα της επικαιρότητας, που περιέχει μια «ίντριγκα» και που αποτελεί το φακό που προβάλλει την πιο καθημερινή και ανθρώπινη υπόσταση των πολιτικών. Πρόκειται για τον όρο της «εύκολης» κατανάλωσης που ενυπάρχει ως βασικό χαρακτηριστικό της «γρήγορης» πολιτικής (Rastrilla et.al 2023). Η ουδετερότητα και η αποστασιοποίηση, όπως και το καθαρά πολιτικό περιεχόμενο, προκύπτει αβίαστα πως δεν είναι το ίδιο αρεστά.

Σύμφωνα με τις πληροφορίες που παρέχονται, η απάντηση στο πρώτο και στο δεύτερο ερευνητικό ερώτημα που τέθηκε, σχετικά με την μετάδοση θετικών μόνο μηνυμάτων ή και αρνητικών και την αναφορά σε ευχάριστα θέματα ή και τραγικά, καθορίζεται στον μεγαλύτερο της βαθμό από την κατηγορία στην οποία βρίσκεται το κάθε βίντεο (αυτή με τα περισσότερα ή λιγότερα «μου αρέσει – likes»). Δηλαδή βίντεο τα οποία ανήκουν στην κατηγορία με τα περισσότερα μου αρέσει – likes έχουν την τάση να προβάλλουν πιο θετικά/ελαφρά μηνύματα και περιεχόμενο συγκριτικά με εκείνα που βρίσκονται στον αντίποδα. Επιπροσθέτως, αναρτήσεις που αφορούν και ενισχύουν την πολιτική αντιπαλότητα δεν μπορούν να ληφθούν υπόψιν ως αποκλειστικά αρνητικές καθώς βρίσκουν και αυτές τους υποστηρικτές τους.

Η θεματολογία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την εξέλιξη της ανάρτησης καθώς και για την εικόνα του προβαλλόμενου υποκειμένου. Τα θετικά μηνύματα και η πιο ελαφριά ατζέντα φαίνεται να κυριαρχούν περισσότερο στις αναρτήσεις που έχουν μεγάλη απήχηση. Αντίστοιχα, αποφεύγεται ο σχολιασμός πιο τραγικών θεμάτων, όπως επιβεβαιώνεται από την ισχυρή αναφορά στη τραγωδία των Τεμπών. Στις αναρτήσεις με την μικρότερη απήχηση, καθώς αρκετές από αυτές αποτελούν αποσπάσματα από ομιλίες, το περιεχόμενο δεν είναι ιδιαίτερα θετικό και αποτελεί προϊόν της πολιτικής αντιπαλότητας και διαμάχης. Ο λόγος είναι πιο έντονος, πολιτικός.

Όσον αφορά το τρίτο ερευνητικό ερώτημα παρατηρήθηκε ότι η ατζέντα των βίντεο είναι ειδικά διαμορφωμένη ώστε να απευθύνεται σε ένα μικρότερο ηλιακό κοινό. Αυτό διαφαίνεται έντονα σε πολλαπλές αναρτήσεις, όπως είναι εκείνες του Αλέξη Τσίπρα. Στις αναρτήσεις του, φαίνεται να χρησιμοποιεί γνωστές στην νεολαία φράσεις, όπως στο παρακάτω απομαγνητοφωνημένο βίντεο (Tsipras A. [@atsipras]. (2023, Μάιος 21). [Video]. TikTok):

<T.A> Τί έγινε μπρο;

<T.A> Πάμε κάλπη σήμερα;

<T.A> Οι άλλοι θα πάνε (.), οι άλλοι πάντα πάνε::

<T.A> Ήρθε η ώρα(.), να αποφασίζουμε εμείς(.) για εμάς

Αντίστοιχα, τα παραπάνω επιβεβαιώνονται και σε έρευνες οι οποίες έχουν δείξει ότι η πλατφόρμα χρησιμοποιείται σε καθημερινή βάση κυρίως από το νεότερο ηλικιακό κοινό (Haenlein et.al, 2020). Έτσι, οι πολιτικοί πασχίζουν να δημιουργήσουν κατάλληλο περιεχόμενο που να είναι προσιτό και κατανοητό από τη νέα γενιά.

Στη συνέχεια, η απάντηση που δίνεται στο τέταρτο ερευνητικό ερώτημα δεν είναι μονοδιάστατη. Πιο συγκεκριμένα, προκύπτει από την έρευνα πως υπάρχουν διάφοροι παράγοντες οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν το ποσοστό επιτυχίας μιας ανάρτησης. Ο αλγόριθμος, η αλληλεπίδραση, το περιεχόμενο, η επικαιρότητα αλλά και ο τρόπος επεξεργασίας του περιεχομένου είναι μερικοί σημαντικοί παράγοντες που θα επηρεάσουν το πόσο δημοφιλές θα γίνει ένα βίντεο. Ωστόσο, αυτό εξαρτάται και από την ιδιοσυγκρασία και την αυθεντικότητα του ίδιου προσώπου που εμφανίζεται στο βίντεο και από το μοτίβο που αυτό ακολουθεί στην πορεία της παρουσίας του στην πλατφόρμα. Με την έρευνά τους οι Parakyriakorou et.al, 2022 έρχονται να επιβεβαιώσουν την σημασία του αλγορίθμου στην έξαρση μιας δημοσίευσης, όπως επίσης και οι Cheng, & Li, 2023 συμφωνούν με τα αποτελέσματα της παραπάνω έρευνας όσον αφορά το κομμάτι της συναισθηματικής υπόστασης του κοινού στην διαδικασία αποδοχής και παρακολούθησης ενός πολιτικού προσώπου στο TikTok.

Ακολούθως, στις δημοσιεύσεις που δεν έχουν αντίκτυπο στο κοινό, όπως αναλύεται και παραπάνω, χαρακτηριστική είναι η απουσία αυθεντικού περιεχομένου για την πλατφόρμα, με αποτέλεσμα να μην προκαλείται το λεγόμενο “stop scrolling”. Δηλαδή, φαίνεται ότι το κοινό επιδιώκει την πιο αληθινή, μη επεξεργασμένη και storytelling μορφή, ώστε να μπορεί να αλληλεπιδράσει αβίαστα στις πιο αυθόρμητες και πρωτότυπες δημοσιεύσεις που δεν έχει ήδη παρακολουθήσει σε άλλες πλατφόρμες. Αυτά πραγματεύονται οι Guinaudeau et.al 2022 με την έρευνά τους με την οποία αναλύουν τους ποσοτικούς παράγοντες που καθορίζουν τη συμπεριφορά των χρηστών στην stop scrolling διαδικασία.

Το τελευταίο ερευνητικό ερώτημα που θέτει τη προβληματική της διαφοράς ανάμεσα στις αναρτήσεις με τα περισσότερα ή λιγότερα «μου αρέσει - likes», έχει ως πυρήνα του τη φύση του αλγορίθμου. Στην εργασία αυτή, κατά την οποία μελετήθηκε η επικαιρότητα τόσο στα πολιτικά δρώμενα όσο και στο ευρύτερο πλαίσιο της ελληνικής κοινωνίας, προκύπτει το συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει μοναδικός παράγοντας που καθορίζει την επιτυχία ή μη μιας ανάρτησης, αλλά αυτή απορρέει από συνδυασμό πολλών και διαφορετικών δεδομένων.

Η πιο ασφαλής εξήγηση που μπορεί να δοθεί ως προς τον αλγόριθμο, είναι ότι ένας χρήστης μπορεί να τον «προβλέψει» έχοντας μελετήσει σωστά το κοινό του, έχοντας παρακολουθήσει τη συμπεριφορά κοινού άλλων προσώπων, με συνέχεια στο ανέβασμα, επαφή με την πραγματικότητα και γνώση των trends της εκάστοτε περιόδου. Έχοντας κατακτήσει γνώσεις στα παραπάνω, αρκεί να προσθέσει τον δικό του αυθεντικό χαρακτήρα στην εξίσωση για σχεδόν σίγουρη επιτυχία. Δηλαδή, το πως θα προκύψει η προώθηση και έξαρση μιας δημοσίευσης από τον αλγόριθμο στην πλατφόρμα του TikTok, είναι μια συνθήκη ιδιαίτερη, η οποία δύναται να

μεταβληθεί, ανάλογα με τον τρόπο και τη χρονική περίοδο που θα γίνει η ανάρτηση, όπως αναλύει και ο Pitre, 2023.

Με βάση τα όσα προέκυψαν από την έρευνα και την ανάλυση των προσώπων και της δραστηριότητας αυτών στην πλατφόρμα TikTok, γεννιέται ένα σημαντικό ερώτημα. Αυθεντικότητα ή σκηνοθεσία; Μήπως ο όρος «σκηνοθετημένη αυθεντικότητα» θα ταίριαζε περισσότερο στις παραπάνω παρατηρήσεις; Με τι τρόπο και για πόσο καιρό θα μπορούσε να επιβιώσει η σκηνοθετημένη υπόσταση των αναρτήσεων στο TikTok, το οποίο αποτελεί κατεξοχήν μια πλατφόρμα διαμοιρασμού αυθεντικού περιεχομένου; Προκύπτει ότι τα δυο από τα τέσσερα πρόσωπα, ήδη προάγουν μια «σκηνοθετημένη αυθεντικότητα» πίσω από την οποία ενδεχομένως να βρίσκεται μια ομάδα μάρκετινγκ. Στόχος φαίνεται πως είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη επικοινωνία της «περσόνας» ώστε να προκύψει συμπάθεια του κοινού προς το άτομο.

Για να απαντηθεί η προβληματική αυτή θα χωριστεί η έρευνα σε τρεις κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται στον Κ. Μητσοτάκη και στον Σ. Κασσελάκη, οι οποίοι χρησιμοποιούν πολύ συχνά την εκ του ασφαλούς προώθηση του «αυθεντικού» τους εαυτού από σκηνοθετημένες και επεξεργασμένες αναρτήσεις. Η δεύτερη κατηγορία συμπεριλαμβάνει τον Α. Τσίπρα, που στη πληθώρα των δημοσιεύσεων παρουσιάζει την πιο «αυθόρμητη» πλευρά του. Η τρίτη κατηγορία αφορά τον Ν. Ανδρουλάκη ο οποίος δεν ακολουθεί καμία από τις παραπάνω πρακτικές, και επιλέγει να χρησιμοποιεί το TikTok ως ένα μέσο απλού διαμοιρασμού περιεχομένου το οποίο έχει ήδη αναπαραχθεί και σε άλλες πλατφόρμες.

Στην πρώτη περίπτωση, φαίνεται ότι η πρακτική αυτή φέρει σημαντικό ποσοστό επιτυχίας. Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι: πόσο αληθινό μπορεί να φανεί; Δηλαδή, η ομάδα που ενδεχομένως έχει αναλάβει να φέρει εις πέρας ένα τέτοιο project, μέχρι ποιο βαθμό μπορεί να το εξελίξει; Για παράδειγμα, δυο από τις τρεις αναρτήσεις του Σ. Κασσελάκη από την ναυτική του περιοδεία (με έντονη σκηνοθεσία) βρέθηκαν στην κατηγορία με τις αναρτήσεις που είχαν τα λιγότερα για τα δεδομένα του «μου αρέσει» - likes. Αυτό σημαίνει ότι η καλή παραγωγή και το budget δεν συνεπάγεται την επιτυχία.

Στην συγκεκριμένη μεθοδολογία η δυσκολία έγκειται στον τρόπο που θα κατορθώσει να επικοινωνήσει με σκηνοθετημένη μορφή την αυθεντικότητα της «περσόνας» του ο κάθε ηγέτης στο δικό του κοινό, με σκοπό να συντηρήσει την φήμη του και ενδεχομένως να προσελκύσει νέους υποστηρικτές. Στην περίπτωση του Κ. Μητσοτάκη φαίνεται πως αυτό επιτυγχάνεται λίγο περισσότερο, καθώς εντάσσει κάποια σημεία αυτοσαρκασμού και ταυτόχρονα εκμεταλλεύεται κάποια πλέον χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του που παλαιότερα είχαν απασχολήσει το κοινό με χιουμοριστικό τρόπο. Κατά συνέπεια, ελλοχεύει ο κίνδυνος της υπέρ-

σκηνοθεσίας και μη αυθεντικότητας, γεγονός το οποίο μπορεί να αναδειχθεί επικίνδυνο για την μετέπειτα ανοδική πορεία των προσώπων στην πλατφόρμα.

Σχετικά με την δεύτερη περίπτωση, του Α. Τσίπρα και του εξ ολοκλήρου αυθορμητισμού, δημιουργείται ένα ακόμη ερώτημα: Υπάρχει αλήθεια αυθορμητισμός στις αναρτήσεις αυτές, ή απορρέουν από μια έντονη προσπάθεια ανάδειξης αυθορμητισμού; Το μοτίβο που ακολουθεί ο Α. Τσίπρας θέλει την δική του «περσόνα» ως πιο «λαϊκή», πιο boomer. Ενσωματώνει τον χαρακτήρα του σε μια προσπάθεια ανάδειξης αυθορμητικότητας, χωρίς σκηνοθεσία, μόνο με ένα μικρό λεκτικό κάθε φορά. Το λεκτικό αυτό, ωστόσο, περιέχει συνήθως προκλητικά στοιχεία, είτε εκφράσεις οι οποίες ασυζητητί θα δημιουργήσουν αλληλεπίδραση. Δυστυχώς, αυτή η περίπτωση δεν δύνανται να αναλυθεί περεταίρω, καθώς ο Α. Τσίπρας σταμάτησε να δημοσιεύει από τότε που παραιτήθηκε από πρόεδρος του κόμματος ΣΥΡΙΖΑ και κατά συνέπεια δεν είναι γνωστό αν και κατά πόσον αυτή η πρακτική θα επιβίωνε σήμερα.

Τέλος, ο Ν. Ανδρουλάκης που επιλέγει να αποστασιοποιηθεί από όλες αυτές τις προσπάθειες, δημοσιεύει κυρίως αποσπάσματα από ομιλίες. Με τη μικρότερη απήχηση αυτού, επιβεβαιώνεται η ανάγκη για αληθινό και αυθεντικό περιεχόμενο, αλλά και η ίδια η φύση του TikTok. Αυτό πρέπει να χρησιμοποιείται περισσότερο ποιοτικά, για να εγείρει συμπάθεια και θετικά συναισθήματα, παρά για να προσελκύσει απλώς ένα κοινό, ποσοτικά. Επομένως χρειάζεται μια μελέτη του κοινού, όρεξη για ενασχόληση και παραγωγή περιεχομένου, και το σημαντικότερο: ισορροπία ανάμεσα στο φαίνεσθαι, το είναι και την «περσόνα». Ταυτόχρονα ωφέλιμο είναι να ακολουθούνται οι τάσεις αλλά και να δημιουργείται αλληλεπίδραση με το κοινό (όπως: βίντεο απάντηση σε σχόλια).

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Σε δεύτερο χρόνο, και με αφορμή τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις ευρωεκλογές του Ιουνίου 2024, προτείνεται για περαιτέρω ανάλυση ο ρόλος της εφαρμογής του TikTok στην επιτυχία των προσώπων που εκλέχθηκαν. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για case study παρουσιάζει η περίπτωση του «απολιτίκ» Φειδία Παναγιώτου, του Κύπριου “Youtuber” και “TikToker” που κατέκτησε την τρίτη θέση στις Ευρωεκλογές της Κύπρου, συγκεντρώνοντας μάλιστα ποσοστό 19.4%, και του οποίου η βασική πολιτική θέση συνοψίζεται στο ότι το έτος 2024 οι γνώσεις ενός υποψήφιου ευρωβουλευτή δεν έχουν τόση σημασία για την εκλογή του, καθώς και στο ότι κάποιος έχει όλες τις γνώσεις που χρειάζεται, αρκεί να έχει το κινητό μαζί του.

Επιπλέον, και αναφορικά με τα αποτελέσματα των Ευρωεκλογών 2024 (άνοδος της ακροδεξιάς στην Ευρώπη), μελετώντας την περίπτωση του Κύπριου Φειδία Παναγιώτου, προτείνεται να αναλυθεί το ευρύτερο πλαίσιο χρήσης του TikTok και η επιρροή αυτού και σε άλλα πολιτικά πρόσωπα ανά την Ευρώπη κατά το διάστημα αυτό. Ποιες ήταν οι αντιδράσεις του κοινού; Ποιος ήταν ο ρόλος της εφαρμογής στις υπόλοιπες χώρες; Υπήρχε πιο έντονη δραστηριότητα των πολιτικών στο TikTok συγκριτικά με τις προηγούμενες Ευρωεκλογές; Αξίζει να σημειωθεί ότι στην Ελλάδα η αποχή άγγιξε πρωτόγνωρους αριθμούς, παρά τις προσπάθειες των Ελλήνων πολιτικών να παροτρύνουν το κοινό να ψηφίσει χρησιμοποιώντας διάφορα μέσα. Ίσχυε το ίδιο και για την περίπτωση της Κύπρου και των υπόλοιπων χωρών; Ποιος ήταν ο ρόλος του TikTok στην συμμετοχή ή αποχή των ψηφοφόρων;

Επιπροσθέτως, η παραπάνω έρευνα μπορεί να είναι το έναυσμα για περαιτέρω διερεύνηση στην Ευρωπαϊκή πολιτική σκηνή. Πιο συγκεκριμένα, θα μπορούσε να συμπεριλάβει και άλλα πολιτικά πρόσωπα από διαφορετικές Ευρωπαϊκές χώρες και να εξετάσει το πώς αυτά ενεργούν στο TikTok, συγκρίνοντας την προσέγγιση τους, κατά πόσο μοιάζει ή όχι, έχοντας υπόψιν ότι όλες οι χώρες βρίσκονται στην ίδια ήπειρο.

Από την άλλη πλευρά θα ήταν πράγματι ενδιαφέρον, να ερευνηθεί το ίδιο σε μη Ευρωπαϊκές χώρες, και ειδικότερα πόσο διαφορετική θα ήταν η προσέγγιση των πολιτικών στο TikTok λαμβάνοντας υπόψιν το κοινωνικό-πολιτικό-οικονομικό πλαίσιο των χωρών αυτών, αναλύοντας και το συλ αναμετάδοση της πληροφορίας. Ακόμη και όσον αφορά τις χώρες με χαμηλότερο οικονομικό και βιοτικό επίπεδο θα μπορούσε να δοθεί φως στο αν και κατά πόσο οι χώρες αυτές χρησιμοποιούν ομοίως την πλατφόρμα. Υπάρχει άραγε κάποιο άλλο μέσο που επιτελεί αυτό το σκοπό ή η συγκεκριμένη πλατφόρμα αποτελεί αποκλειστικό προνόμιο των πιο εύρωστων χωρών;

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΑΡΘΡΑ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΑ

- Battista, D. (2024). Political reconfiguration in the social space: data analysis and future perspective. *Frontiers in Sociology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1226509>
- Cervi, L., Tejedor, S., & Blesa, F. G. (2023). TikTok and political communication: the latest frontier of politainment? A case study. *Media and Communication*, 11(2). <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6390>
- Cheng, Z., & Li, Y. (2023). Like, Comment, and Share on TikTok: Exploring the Effect of Sentiment and Second-Person View on the User Engagement with TikTok News Videos. *Social Science Computer Review*, 42(1), 201–223. <https://doi.org/10.1177/08944393231178603>
- Dian, Y. (2022). Analysis on Influencing Factors of Communication Effect of Government New-Media--Based on case Analysis of Outstanding Government TIKTOK Accounts. *The Frontiers of Society, Science and Technology*, 4(8). <https://doi.org/10.25236/fsst.2022.040813>
- Dr. Saravanakumar M. , Dr. SuganthaLakshmi T (2012). Social Media Marketing. *Life Science Journal* https://www.lifesciencesite.com/lj/life0904/670_13061life0904_4444_4451.pdf
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2021). Social media and political agenda setting. *Political Communication*, 39(1), 39–60. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Gitomer, A. (2023). Stop scrolling!: Youth activism and political remix on TikTok. (26) <https://www.networkscienceinstitute.org/publications/stop-scrolling-youth-activism-and-political-remix-on-tiktok>
- Guinaudeau, B., Munger, K., & Votta, F. (2022). Fifteen Seconds of Fame: TikTok and the supply side of social video. *Computational Communication Research*, 4(2), 463–485. <https://doi.org/10.5117/ccr2022.2.004.guin>
- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. *California Management Review*, 63(1), 5–25. <https://doi.org/10.1177/0008125620958166>
- Indrayani, I., & Maharani, T. (2022). THE UNITED STATE’S NATIONAL SECURITY PROTECTION FROM CYBER CRIME THREATS a CASE STUDY OF TIK TOK BANNING SUBMISSION BY THE PRESIDENT DONALD TRUMP IN 2020. *Journal of Social Political Sciences*, 3(3), 268–280. <https://doi.org/10.52166/jsps.v3i3.122>
- Kalsnes, B. ,University of Oslo, Department of Media and Communication. (2016). The power of likes: Social media logic and political communication. <https://www.duo.uio.no/handle/10852/53278>
- Karimi, K., & Fox, R. (2023, May 31). Scrolling, Simping, and Mobilizing: TikTok’s influence over Generation Z’s Political Behavior. <https://www.thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/1251>
- Kelm, O. (2020). Why do politicians use Facebook and Twitter the way they do? The influence of perceived audience expectations. *Studies in Communication, Media*, 9(1), 8–34. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2020-1-8>

Lew, Z., & Stohl, C. (2022). What makes people willing to comment on social media posts? The roles of interactivity and perceived contingency in online corporate social responsibility communication. *Communication Monographs*, 90(1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/03637751.2022.2032230>

Liebhart, K., & Bernhardt, P. (2017, December 21). Political Storytelling on Instagram: Key Aspects of Alexander Van der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. Article | Media and Communication. <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1062/664>

Papakyriakopoulos, O., Tesson, C., Narayanan, A., & Kshirsagar, M. (2022). How Algorithms Shape the Distribution of Political Advertising. Contributed Paper. <https://doi.org/10.1145/3514094.3534166>

Pitre, Jake. Velvet Light Trap Austin Iss. 91, (Spring 2023): 71-74. TIKTOK, CREATION, AND THE ALGORITHM - ProQuest. <https://www.proquest.com/docview/2881889396?pq-origsite=summon&sourcetype=Scholarly%20Journals>

Poulakidakos, S. (2021). Media events, speech events and propagandistic techniques of legitimation: a multimodal analysis of the Greek Prime Minister Kyriakos Mitsotakis' public addresses on the SARS-CoV-2 pandemic. *Humanities & Social Sciences Communications*, 8(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00912-9>

Rastrilla, L. P., M, P. S., & García, A. R. (2023) Fast politics : propaganda in the age of TikTok WorldCat.org. <https://search.worldcat.org/title/1404818832>

Schellewald, A. (2021, February 25). Communicative Forms on TikTok: Perspectives from Digital Ethnography. Schellewald | International Journal of Communication. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16414>

Sharabati, A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Ghoush, Q. A. (2022). The impact of TikTok user satisfaction on continuous intention to use the application. *Journal of Open Innovation*, 8(3), 125. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030125>

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

TikTok. Βικιπαίδεια (2024, May 21). <https://el.wikipedia.org/wiki/TikTok>

Verified accounts on TikTok | TikTok Help Center, TikTok. <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/growing-your-audience/how-to-tell-if-an-account-is-verified-on-tiktok>

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. (n.d.). Πρωτοσέλιδα εφημερίδων | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. <https://www.naftemporiki.gr/frontpages/>

Σαδανά, Γ. (2024, Μάρτιος 16). Στέφανος Κασσελάκης: Σε θάλαμο 15 ατόμων και με ειδικό γραφείο στο στρατόπεδο της Θήβας ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ. ProtoThema. <https://www.protothema.gr/politics/article/1477796/stefanos-kasselakis-se-thalamo-15-atomon-kai-me-eidiko-grafeio-sto-stratopedo-tis-thivas-o-proedros-tou-suriza/>

In.Gr. (2024, Μάρτιος 15). Στέφανος Κασσελάκης: Πρώτη νύχτα στο στρατό και το TikTok «φυλάει σκοπιά». in.gr. <https://www.in.gr/2024/03/16/politics/paraskinio/stefanos-kasselakis-proti-nyxta-sto-strato-kai-tiktok-fylaei-skopia/>

Βίντεο του Κασσελάκη πριν παρουσιαστεί στον στρατό – Οι ετοιμασίες και η λίστα της τελευταίας στιγμής. (2024, Μάρτιος 15). ProtoThema.

<https://www.protothema.gr/politics/article/1477780/video-tou-kasselaki-prin-parousiastei-oi-etoiimasies-kai-i-lista-tis-teleutaias-stigmis/>

Στέφανος Κασσελάκης / Απαντά στην κυβερνητική «κρουαζιέρα» προπαγάνδας. (2024, Απρίλιος 24). Avgi. https://www.avgi.gr/politiki/483958_apanta-stin-kybernitiki-kroyaziera-propagandas

Κασσελάκης απαντά στην κριτική για κρουαζιέρα: Θα διανυκτερεύσουμε Αστυπάλαια λόγω καιρού. (2024, Απρίλιος 22). Xalkidiki Politiki.

<https://www.xalkidikipolitiki.com/2024/04/22/%CE%BA%CE%B1%CF%83%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AC%CE%BA%CE%B7%CF%82-%CE%B1%CF%80%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%AC-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CF%81%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B7-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%BA%CF%81/>

Βίντεο: Η ναυτική περιοδεία του Κασσελάκη στο TikTok. (2024, Απρίλιος 27). ProtoThema.

<https://www.protothema.gr/politics/article/1492488/video-i-nautiki-periodeia-tou-kasselaki-sto-tiktok/>

Ναυτική περιοδεία Κασσελάκη Vol2: Το... backstage από τις επισκέψεις στα νησιά – Στα Ψαρά ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ (videos). (2024, Απρίλιος 27). Το Pontiki.

<https://www.topontiki.gr/2024/04/27/naftiki-periodia-kasselaki-vol2-to-backstage-apo-tis-episkepsis-sta-nisia-videos/>

Αλέξης Τσίπρας / Ο μπρόεδρος προτρέπει τους «bro» να πάνε να ψηφίσουν - Το απολαυστικό βίντεο στο TikTok. (2023, Μάιος 21). Avgi. https://www.avgi.gr/social/448958_o-mproedros-protrepei-toys-bro-na-pane-na-psifisoun-apolaystiko-binteo-sto-tiktok

StarGr, Σ. Ο. (2023, Μάιος 21). Εκλογές: το μήνυμα Τσίπρα στον «Μπρο» στο Tik Tok. Star.gr.

<https://www.star.gr/eidiseis/ekloges/623902/ekloges-to-mhnyma-tsipra-ston-mpro-sto-tik-tok>

Εκλογές 2023- Τσίπρας: «Τι έγινε bro, πάμε κάλη σήμερα;»- Το βίντεο στο TikTok. (2023, Μάιος 21).

LiFO.gr. <https://www.lifo.gr/now/politics/ekloges-2023-tsipras-ti-egine-bro-pame-kalpi-simera-binteo-sto-tiktok>

ΣΥΡΙΖΑ: Η καμπάνια «Χάου του»- Η πρόταση για στέγη και εισόδημα των νέων - Δείτε το σποτ - dailypost.gr. (2023, Ιανουάριος 9). dailypost.gr. <https://dailypost.gr/politiki/syriza-i-kampania-chaoy-toy-i-protasi-gia-stegi-kai-eisodima-ton-neon-deite-to-spot/>

Άτση, Κ. (2023, Ιανουάριος 12). ΕΛ.ΑΣ.: Τι διευκρινίζει για την λειτουργία της Πανεπιστημιακής Αστυνομίας. Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. <https://www.naftemporiki.gr/society/1427062/el-as-ti-dieykrinizei-gia-tin-leitoyrgia-tis-panepistimiakis-astynomias/>

ΕΛ.ΑΣ για πανεπιστημιακή αστυνομία: Συνεχίζουν να εκτελούν κανονικά τα καθήκοντά τους. (2023, Ιανουάριος 12). Skai.gr. https://www.skai.gr/news/greece/elas-gia-panepistimiaki-astynomia-ekteloun-kanonika-ta-kathikonta-tous#goog_rewarded

Αρχηγείο ΕΛΑΣ: Η Πανεπιστημιακή Αστυνομία εκτελεί κανονικά τα καθήκοντα της. (2023, Ιανουάριος 12). Libre. <https://www.libre.gr/2023/01/12/archigeio-elas-i-panepistimiaki-astyn/>

Στην Κωνσταντινούπολη για τα Θεοφάνεια ο Νίκος Ανδρουλάκης. (2023, Ιανουάριος 4). Skai.gr. <https://www.skai.gr/news/politics/stin-konstantinoupoli-gia-ta-fota-o-nikos-androulakis>

Συνάντηση Ανδρουλάκη με εκπροσώπους της ελληνικής κοινότητας Κωνσταντινούπολης. (2023, Ιανουάριος 5). In.gr. <https://www.in.gr/2023/01/05/politics/synantisi-androulaki-ekprosopous-tis-ellinikis-koinotitas-konstantinoupolis/>

Θεοφάνια στην Κωνσταντινούπολη με τον Βαρθολομαίο έκανε ο Νίκος Ανδρουλάκης (2023, Ιανουάριος 6) ANT1 LifeStyle. (n.d.). <https://www.antenna.gr/lifestyle-showbiz/amp/Politics/article/57/655561/theofania-stin-konstantinoupoli-me-ton-bartholomaio-ekane-o-nikos-androulakis>

Εκλογές 2023 - Ανδρουλάκης από Ηράκλειο: Ο Τσίπρας προσκαλεί τα περιτρίμματα των απολογητών της χούντας. (2023, Μάιος 19). ProtoThema. <https://www.protothema.gr/politics/article/1373053/ekloges-2023-androulakis-apo-irakleio-o-tsipras-proskalei-ta-peritrimmata-ton-apologiton-tis-houdas/>

Εκλογές 2023: Live η κεντρική ομιλία Ανδρουλάκη στο Ηράκλειο Κρήτης. (2023, Μάιος 19). AthensVoice. <https://www.athensvoice.gr/epikairota/politiki-oikonomia/801749/ekloges-2023-live-i-kedriki-omilia-androulaki-sto-irakleio-kritis/>

Ανδρουλάκης: Έθεσε το δίλημμα των επερχόμενων εκλογών. (2023, Ιανουάριος 25). TA NEA. <https://www.tanea.gr/2023/01/25/politics/androulakis-ethese-to-dilimma-ton-eperxomenon-eklogon/>

Αλλαγής, Γ. Τ. Π.-. Κ. (n.d.). Ρυθμός επικαιρότητας – 25.01.2023. ΠΑΣΟΚ - Κίνημα Αλλαγής. <https://pasok.gr/rythmos-epikairotitas-25-01-2023/>

Kale, S. (2020, July 1). How coronavirus helped TikTok find its voice. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2020/apr/26/how-coronavirus-helped-tiktok-find-its-voice>

Stassen, M., & Stassen, M. (2020, March 25). Coronavirus quarantine appears to be driving a global TikTok download boom. Music Business Worldwide. <https://www.musicbusinessworldwide.com/coronavirus-quarantine-appears-to-be-driving-a-global-tiktok-download-boom/>

EIKONA APO EDW ! Perez S (2020) Kids now spend nearly as much time watching TikTok as YouTube in US, UK and Spain. TechCrunch, 4 June. Available at: <https://techcrunch.com/2020/06/04/kids-now-spend-nearly-as-much-time-watching-tiktok-as-youtube-in-u-s-u-k-and-spain/>

Fung B. (2024, April 24) Biden just signed a potential TikTok ban into law. Here's what happens next CNN <https://edition.cnn.com/2024/04/23/tech/congress-tiktok-ban-what-next/index.html>

ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΑ

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ 29/04/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-kyriakatikes/proto-thema/?filter_date=29/04/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΤΟ ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ 29/04/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-kyriakatikes/to-vima-tis-kyriakis/?filter_date=29/04/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΚΥΡΙΑΚΗΣ 29/04/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-kyriakatikes/kathimerini--kyriakis/?filter_date=29/04/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΗ 18/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/apogeumatini/?filter_date=18/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ 18/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/dimokratia/?filter_date=18/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ 18/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kathimerini/?filter_date=18/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΗ 01/04/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/apogeumatini/?filter_date=01/04/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ 02/04/2023 | Η

ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-kyriakatikes/eleytheros-typos--kyriakis/?filter_date=02/04/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΕΘΝΙΚΟΣ ΚΗΡΥΞ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ 07/01/2023 | Η

ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/ethnikos-kiryx-neas-yorkis/?filter_date=07/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΕΣΤΙΑ 07/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/estia/?filter_date=07/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ 07/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kathimerini/?filter_date=07/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο INTERNATIONAL NEW YORK TIMES_ KATHIMERINI 07/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/international-new-york-times_kathimerini/?filter_date=07/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ 07/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/eleytheros-typos/?filter_date=07/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο POLITICAL 07/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/political/?filter_date=07/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ο ΛΟΓΟΣ 07/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/o-logos/?filter_date=07/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ 19/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/naytemporiki/?filter_date=19/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ο ΛΟΓΟΣ 19/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/o-logos/?filter_date=19/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΜΑΚΕΛΕΙΟ 22/03/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/makeleio/?filter_date=22/03/2023#

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ 22/03/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kathimerini/?filter_date=22/03/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΕΘΝΙΚΟΣ ΚΗΡΥΞ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ 22/03/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/ethnikos-kiryx-neas-yorkis/?filter_date=22/03/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΗ 28/12/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/apogeumatini/?filter_date=28/12/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο POLITICAL 28/12/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/political/?filter_date=28/12/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΑΥΓΗ 08/02/2024 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/aygi/?filter_date=08/02/2024

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ 08/02/2024 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/dimokratia/?filter_date=08/02/2024

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΗ 15/03/2024 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/apogeumatini/?filter_date=15/03/2024

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ 16/03/2024 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/dimokratia/?filter_date=16/03/2024

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ESPRESSO 15/03/2024 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/espresso/?filter_date=15/03/2024

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο KONTRA NEWS 18/12/20234 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kontra-news/?filter_date=18/12/20234

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ 18/12/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/i-efimerida-ton-syntakton/?filter_date=18/12/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο POLITICAL 24/04/2024 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/political/?filter_date=24/04/2024

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο STAR PRESS 24/04/2024 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/star-press/?filter_date=24/04/2024

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο KONTRA NEWS 08/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kontra-news/?filter_date=08/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο TOMANIFESTO 08/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/tomanifesto/?filter_date=08/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο DOCUMENTO 14/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-kyriakatikes/documento/?filter_date=14/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΑΥΓΗ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ 14/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-kyriakatikes/aygi-tis-kyriakis/?filter_date=14/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ 21/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-kyriakatikes/proto-thema/?filter_date=21/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΤΟ ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ 21/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-kyriakatikes/to-vima-tis-kyriakis/?filter_date=21/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ 10/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kathimerini/?filter_date=10/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο POLITICAL 10/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/political/?filter_date=10/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΑΥΓΗ 11/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/aygi/?filter_date=11/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΤΑ ΝΕΑ 11/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/ta-nea/?filter_date=11/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ 20/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/dimokratia/?filter_date=20/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ 20/05/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kathimerini/?filter_date=20/05/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΕΣΤΙΑ 19/12/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/estia/?filter_date=19/12/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο KONTRA NEWS 20/12/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kontra-news/?filter_date=20/12/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ 25/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/dimokratia/?filter_date=25/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο POLITICAL 25/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/political/?filter_date=25/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΜΑΚΕΛΕΙΟ 25/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/makeleio/?filter_date=25/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΑΥΓΗ 25/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/aygi/?filter_date=25/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ 25/01/2023 | Η

ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/i-efimeridaton-syntakton/?filter_date=25/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΚΟΝΤΡΑ NEWS 25/01/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kontra-news/?filter_date=25/01/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ 06/03/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/dimokratia/?filter_date=06/03/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ 06/03/2023 | Η

ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/i-efimeridaton-syntakton/?filter_date=06/03/2023

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Πρωτοσέλιδο ΚΟΝΤΡΑ NEWS 06/03/2023 | Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.

https://www.naftemporiki.gr/frontpages/efimerides-imerisies/kontra-news/?filter_date=06/03/2023

ΑΝΑΡΤΗΣΕΙΣ ΤΙΚΤΟΚ

Μητσotάκης Κυριάκος

Most liked

1. Mitsotakis K. [@kyriakosmitsotakis_]. (2023, Απρίλιος 29). «Γιατί άνοιξε TikTok?» #kyriakosmitsotakis [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@kyriakosmitsotakis_/video/7227519304848248090?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
2. Mitsotakis K. [@kyriakosmitsotakis_]. (2023, Μάιος 18). 3 και σήμερα #kyriakosmitsotakis #BTS #ekloges2023 [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@kyriakosmitsotakis_/video/7234586657452723483?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
3. Mitsotakis K. [@kyriakosmitsotakis_]. (2023, Απρίλιος 1). Από σήμερα αυξάνεται ο κατώτατος μισθός σε 780 Ευρώ #fyp #tiktokgreece [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@kyriakosmitsotakis_/video/7217042538597731611?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153

Least liked

1. Mitsotakis K. [@kyriakosmitsotakis_]. (2023, Ιανουάριος 8). [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@kyriakosmitsotakis_/video/7186311967471144198?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
2. Mitsotakis K. [@kyriakosmitsotakis_]. (2023, Ιανουάριος 19). Θέλω να πω ένα ξεχωριστό μεγάλο ευχαριστώ. #fyp #tiktokgreece [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@kyriakosmitsotakis_/video/7190304064683412741?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
3. Mitsotakis K. [@kyriakosmitsotakis_]. (2023, Μάρτιος 22) Είναι υποχρέωσή μας να μετατρέψουμε τα αισθήματα θυμού και απογοήτευσης της κοινωνίας, σε μια μεγάλη ορμή για αλλαγή. Οφείλουμε να κινηθούμε με ακόμη πιο γρήγορους ρυθμούς, να «ξεριζώσουμε» τις εστίες της Ελλάδας που μας πονάει. #fyp #tiktokgreece [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@kyriakosmitsotakis_/video/7213292587296263430?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153

Κασσελάκης Στέφανος

Most liked

1. Kasselakis S. [@skasselakis]. (2023, Δεκέμβριος 28). [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@skasselakis/video/7317672225128140064?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
2. Kasselakis S. [@skasselakis]. (2024, Φεβρουάριος 8). Είναι η πρώτη φορά που οι ευρωπαϊκοί θεσμοί καταδικάζουν τη χώρα μας μετά τη Χούντα. Δηλαδή εδώ και μισό αιώνα! [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@skasselakis/video/7333245959045909793?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
3. Kasselakis S. [@skasselakis]. (2024, Μάρτιος 15). Μην ανησυχείτε έχω συνεργάτες, εγώ είμαι στρατό! #fyp [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@skasselakis/video/7346706984114113824?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153

Least liked

1. Kasselakis S. [@skasselakis]. (2023, Δεκέμβριος 18). Ποιο είναι το μόνο προϊόν που πωλείται φτηνά στη χώρα μας; [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@skasselakis/video/7313978157772721440?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
2. Kasselakis S. [@skasselakis]. (2024, Απρίλιος 24). Ναυτική περιοδεία vol.1 [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@skasselakis/video/7361294534845713697?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
3. Kasselakis S. [@skasselakis]. (2024, Απρίλιος 29). Ναυτική περιοδεία the end [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@skasselakis/video/7363380405770145057?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153

Τσίπρας Αλέξης

Most liked

1. Tsipras A. [@atsipras]. (2023, Μάιος 29). [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@atsipras/video/7230868852203212058?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
2. Tsipras A. [@atsipras]. (2023, Μάιος 14). [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@atsipras/video/7233050471160761626?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
3. Tsipras A. [@atsipras]. (2023, Μάιος 21). [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@atsipras/video/7235554127667809563?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153

Least liked

1. Tsipras A. [@atsipras]. (2023, Ιανουάριος 10). #ΧάουΤου #ΔικαιοσύνηΠαντού #ΣΥΡΙΖΑΠΣ [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@atsipras/video/7186994756336012549?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
2. Tsipras A. [@atsipras]. (2023, Ιανουάριος 11). Να κάνεις τη δουλειά που ονειρεύεσαι; Ή να συνεχίσεις να την ονειρεύεσαι; #ΧάουΤου #ΔικαιοσύνηΠαντού #ΣΥΡΙΖΑΠΣ [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@atsipras/video/7187348088917347589?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
3. Tsipras A. [@atsipras]. (2023, Ιανουάριος 17). Θεε να κάνεις τη φοιτητική ζωή που σου αξίζει; Κι εμείς το θέλουμε για σένα. #ΧάουΤου #ΔικαιοσύνηΠαντού #ΣΥΡΙΖΑΠΣ [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@atsipras/video/7189671905530612997?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153

Ανδρουλάκης Νίκος

Most Liked

1. Androulakis N. [@nikos.androulakis]. (2023, Ιανουάριος 6). [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@nikos.androulakis/video/7185552439762898181?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
2. Androulakis N. [@nikos.androulakis]. (2023, Μάιος 19). Τελευταία ομιλία στο Ηράκλειο, στην πατρίδα μου #pasok #fyp #tiktokgreece [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@nikos.androulakis/video/7234992333954043163?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
3. Androulakis N. [@nikos.androulakis]. (2023, Δεκέμβριος 19). Τον Φεβρουάριο του 2020, λίγες ημέρες μετά την ανάληψη του δήμου από τον ανιψιό του κ. Μητσοτάκη, τον κ. Μπακογιάννη, φέρατε τροπολογία ορίζοντας πρόεδρο της εταιρείας "Ανάπλαση Αθήνας Α.Ε." τον δήμαρχο της Αθήνας, ο οποίος είχε τη δυνατότητα να διορίσει τον διευθύνοντα σύμβουλο και την πλειοψηφία του διοικητικού συμβουλίου. [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@nikos.androulakis/video/7314417147701202208?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153

Least liked

1. Androulakis N. [@nikos.androulakis]. (2023, Ιανουάριος 25). Το δίλημμα των επόμενων εκλογών θα είναι ή με αυτούς που είναι ικανοί για όλα αρκεί να έχουν μια θέση εξουσίας εις βάρος του δημοσίου συμφέροντος, εις βάρος των θεσμών και της Δημοκρατίας ή με αυτούς που είναι ικανοί να τα θυσιάσουν όλα για να υπάρχει κοινωνική ειρήνη, ευημερία και σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στην πατρίδα. #rasok #υποκλοπες [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@nikos.androulakis/video/7192621528628874502?is_from_webap_p=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
2. Androulakis N. [@nikos.androulakis]. (2023, Φεβρουάριος 9). [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@nikos.androulakis/video/7198273096720141573?is_from_webap_p=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153
3. Androulakis N. [@nikos.androulakis]. (2023, Μάρτιος 6). Μιλώ για συναινέσεις, μιλώ για μια ισχυρή θεσμική δημοκρατία και όχι ένα κράτος των λίγων, ένα πελατειακό κράτος. [Video]. TikTok
https://www.tiktok.com/@nikos.androulakis/video/7207433672839023878?is_from_webap_p=1&sender_device=pc&web_id=7357015649702725153