



MULTILINGUAL ACADEMIC JOURNAL OF EDUCATION AND SOCIAL SCIENCES



“Yes, We Can” by Will. I. Am. Music Video or Political Propaganda?

Georgia Tsampra & May Kokkidou

To Link this Article: <http://dx.doi.org/10.46886/MAJESS/v8-i1/6961>

DOI:10.46886/MAJESS/v8-i1/6961

Received: 02 January 2020, **Revised:** 05 February 2020, **Accepted:** 28 February 2020

Published Online: 18 March 2020

In-Text Citation: (Tsampra & Kokkidou, 2020)

To Cite this Article: Tsampra, G., & Kokkidou, M. (2020). “Yes, We Can” by Will. I. Am. Music Video or Political Propaganda?. *Multilingual Academic Journal of Education and Social Sciences*, 8(1), 1–17.

Copyright: © The Authors 2020

Published by Knowledge Words Publications (www.kwpublications.com)

This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this license may be seen at: <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Vol. 8, No. 1, 2020, Pg. 1 - 17

<https://kwpublications.com/journals/journaldetail/MAJESS>

JOURNAL HOMEPAGE

Full Terms & Conditions of access and use can be found at
<https://kwpublications.com/pages/detail/publication-ethics>



“Yes, We Can” by Will. I. Am. Music Video or Political Propaganda?

Georgia Tsampra & May Kokkidou
European University Cyprus

Abstract

The present article investigates the polysemic world of audiovisual digital objects of popular culture, using as a case study the video “Yes, We Can” which has been produced by the popular music producer and song writer will.i.am. “Yes, We Can” is a mashup music video which includes excerpts from Barack Obama’s campaign speech (2008 pre-election campaign), featuring many celebrities. The analysis (decoding and interpretation) of “Yes, We Can” is based on a new synthetic multimodal model, following the premise that in every audiovisual object, language, image, sound and music interact dynamically, creating multiple levels of meaning. Our multimodal analysis focuses on the synergy of the video’s semantic systems, its communication potential and aesthetic identity. According to our results, “Yes, We Can” differs from conventional music videos and can be considered as a special genre of music-political video which makes organic use of music video language in order to express social-political messages. Another conclusion is that our model is a functional one enabling the emergence of hidden meanings of a music video.

Keywords: Codes, Music Video, Political Video, “Yes, We Can”, Multimodal Analysis.

Εισαγωγή

Οι ραγδαίες και εκτεταμένες τεχνολογικές και κοινωνικές μεταβολές που συντελούνται στις μέρες μας έχουν ως συνέπεια τη διαμόρφωση μιας νέας οπτικοακουστικής κουλτούρας (Vernallis, 2013). Οι νέες τεχνολογίες έχουν μετασχηματίσει τον τρόπο επικοινωνίας των ανθρώπων και τις κοινωνικές πρακτικές ιδιαίτερα μέσα από τα πολυτροπικά κείμενα. Στο πλαίσιο αυτό η πολυτροπικότητα, δηλαδή η χρήση ποικίλων σημειωτικών τρόπων στη δόμηση, πρόσληψη και ερμηνεία ενός μηνύματος, είναι ο κανόνας στα ψηφιακά περιβάλλοντα, καθώς και στην παραγωγή μουσικών βίντεο (Κοκκίδου, 2019). Η πολυτροπικότητα αναφέρεται σε μορφές της αναπαράστασης στην επικοινωνία και συνεπάγεται διάφορα σύνολα σημείων που συνδέονται σε ένα μήνυμα για να δημιουργήσουν ένα ολοκληρωμένο νόημα.

Σήμερα, ενώ η μουσική παραμένει ως μια ακουστική μορφή, η μουσική επικοινωνία και εμπειρία γίνεται όλο και πιο πολυτροπική με εξέχον παράδειγμα το μουσικό βίντεο. Τα μουσικά βίντεο θεωρούνται ως αυτόνομα καλλιτεχνικά οπτικοακουστικά αντικείμενα υβριδικής φύσης

και ως ανεξάρτητα μέσα μουσικής επικοινωνίας. Προσφέρουν στους ακροατές-θεατές πληροφορίες σε έναν πυκνό και περίπλοκο συνδυασμό οπτικών και μουσικών κωδίκων και διαμορφώνουν την αισθητική-μουσική τους εμπειρία. Οι εικόνες των βίντεο ενισχύουν την πρόσληψη της μουσικής και αναδεικνύουν το τραγούδι, ενίοτε προσθέτοντας συμβολισμούς και πολύπλοκα νέα νοήματα (Κοκκίδου, 2019).

Το μουσικό βίντεο κυριαρχεί στις πρακτικές της μουσικής βιομηχανίας, στα δίκτυα επικοινωνίας και στις πρακτικές του κοινού (ανταλλαγή αρχείων, δημιουργία βίντεο). Οι σημερινοί άνθρωποι συμμετέχουν και μοιράζονται τις μουσικές τους εμπειρίες μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες όπου το μουσικό βίντεο είναι το βασικό μέσο επικοινωνίας. Ανάμεσα σε αυτές τις πλατφόρμες το YouTube έχει σημαντική θέση, διότι επιτρέπει στους χρήστες να αλληλεπιδράσουν σε πολλά και εναλλακτικά επίπεδα χωρίς να απαιτούνται ειδικές δεξιότητες στη χρήση της τεχνολογίας (Κοκκίδου, 2019).

Δύο από τα πιο δημοφιλή είδη βίντεο που συναντώνται στο YouTube είναι τα μουσικά βίντεο και τα πολιτικά βίντεο. Το μουσικό βίντεο στο περιβάλλον του YouTube, σύμφωνα με τη Vernallis (2013), ορίζεται ως μια σχέση μεταξύ του οπτικού και του ακουστικού συστήματος που αποτελεί τη βάση για την ανάγνωσή του. Το βίντεο προωθεί ένα τραγούδι το οποίο με τη σειρά του προωθεί ένα άλμπουμ με κύριο στόχο να προβληθεί η εικόνα του καλλιτέχνη και να αυξηθούν οι πωλήσεις των δίσκων του, άρα να αυξηθούν τα κέρδη της δισκογραφικής εταιρείας.

Παράλληλα, στο YouTube συναντώνται πολιτικά βίντεο που ενσωματώνουν στοιχεία ρητορικής και προπαγάνδας, αποτελώντας για πολλούς πολιτικούς μέρος της τακτικής τους κατά την προεκλογική εκστρατεία τους, είτε για την προβολή τους, είτε για τη δυσφήμιση πολιτικών αντιπάλων (Hediger, 2009). Η επιρροή των βίντεο αυτών θεωρείται σημαντική και έχει συνδεθεί ακόμα και με το εκλογικό αποτέλεσμα. Αδιαμφισβήτητο το YouTube έχει συνεισφέρει στη σκηνική παράσταση και στο «θέαμα» της πολιτικής αρένας. Σύμφωνα με τον Hediger (2009), το YouTube έχει δημιουργήσει μια νέα κουλτούρα πολιτικής λογοδοσίας, είναι ένα δημοκρατικό μέσο το οποίο δίνει στο εκλογικό σώμα την ευκαιρία να παρακολουθήσει αυθεντικά πολιτικά στιγμιότυπα και να κρίνει τους πολιτικούς, καθώς αποκαλύπτονται οι αδυναμίες τους.

Μέσα από τα πολιτικά βίντεο προπαγάνδας ο πολιτικός επιδιώκει την αποτελεσματική χειραγώγηση του κοινού, για να επιτύχει τους επιθυμητούς σκοπούς του και γενικά προσπαθεί να περιορίσει το πεδίο επιλογής στα μέλη του κοινού. Η επιλογή περιορίζεται από τον αυστηρό έλεγχο της ροής πληροφοριών, από τις προσκλήσεις για «δράση εδώ και τώρα» και από την απόκρυψη πηγών. Συχνά η προπαγάνδα έχει τη μορφή συναισθηματικών εκκλήσεων με στόχο την άμεση δράση.

Η δυσκολία ανάλυσης των βίντεο οφείλεται στην οπτικοακουστική πολυπλοκότητά τους. Αυτό οφείλεται στο ότι κάθε σημείο του εκάστοτε βίντεο εμπεριέχει ένα φυσικό υλικό σημαίνον που μπορεί να ερμηνευθεί τόσο σε σχέση με το δικό του σημειωτικό σύστημα, όσο και σύμφωνα με άλλα σημειωτικά συστήματα. Συνολικά η γλώσσα του βίντεο διέπεται από κώδικες και συμβάσεις σε ένα αλληλένδετο σύνολο σημείων (σύστημα) στο οποίο, κατά την Κοκκίδου (2019), κάθε σημειωτικός τρόπος συνεισφέρει σε ένα σύνολο πιθανών νοημάτων. Επιπροσθέτως, για την ερμηνεία του σύνθετου πολυτροπικού κόσμου ενός βίντεο πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το πλαίσιο παραγωγής, διακίνησης και υποδοχής του. Τα βίντεο είναι πολιτισμικά και ιστορικά πλαίσια, πολύσημα και προσφέρονται για τη δημιουργία πολλών διαφορετικών νοημάτων από διάφορους αναγνώστες.

Σκοπός της Έρευνας και Μεθοδολογικά Εργαλεία

Στην μελέτη μας για τα μουσικά βίντεο της δημοφιλούς μουσικής, εντοπίσαμε το μουσικό βίντεο «Yes, We Can» του will.i.am και διαπιστώσαμε ότι αποτελεί μια ειδική περίπτωση μουσικού και πολιτικού λόγου. Παρόλο που το «Yes, We Can» έχει αποτελέσει αντικείμενο ερευνών αναφορικά με τη σχέση της πολιτικής με τα νέα ψηφιακά περιβάλλοντα, οι μελέτες δεν περιλαμβάνουν την πολυτροπική ανάλυση του βίντεο προκειμένου να διερευνηθούν οι επιδιώξεις των παραγωγών του και η αγκύρωση της ρητορικής του Obama σε αυτό.

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η ανάλυση του «Yes, We Can» ως πολυτροπικού αντικειμένου με στόχο την ειδολογική του κατάταξη λαμβάνοντας υπόψη το κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο, το περιεχόμενό του, τους συντελεστές και τα συστήματα επικοινωνίας που το απαρτίζουν. Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι: Το «Yes, We Can» είναι αμιγώς μουσικό βίντεο ή πολιτικό βίντεο με στοιχεία πολιτικής προπαγάνδας; Ποια στοιχεία το διαφοροποιούν από τα συμβατικά μουσικά βίντεο;

Η έρευνα προτείνει και εφαρμόζει ένα νέο συνδυαστικό μοντέλο ανάλυσης και ερμηνείας που αντλεί στοιχεία από το συνδυαστικό μοντέλο των Barthes-Greimas, όπως προτείνεται από τη Χριστοδούλου (2003), με την αναζήτηση της δηλωτικής και συνδηλωτικής σημασίας των εικόνων, τον εντοπισμό των ισοτοπιών στους στίχους και τη συζήτηση των κωδίκων και των συμβάσεων που διέπουν τη γλώσσα του. Οι κώδικες συμβάλλουν πολλαπλά στην ερμηνεία ενός βίντεο και έχουν τη δυνατότητα για αναγωγές, οριοθέτηση και αναπαράσταση εννοιών. Με σημειωτικούς όρους, οι κώδικες επιτρέπουν στον μελετητή να έχει πρόσβαση στο ευρύτερο σύμπαν των ιδεολογιών σε μια κοινωνία (Κοκκίδου, 2019). Αξιοποιήθηκε, επίσης, το μεθοδολογικό εργαλείο του Cook (1998); Khalid, Islam & Ahmed (2019); Alzgoool (2019)

που αφορά την αλληλεπίδραση εικόνας, μουσικής και λόγου στα οπτικοακουστικά αντικείμενα με όρους τη «συμμόρφωση», την «αλληλοσυμπλήρωση» και τον «ανταγωνισμό». Επιπλέον, λήφθηκε υπόψη η θεωρία της Vernallis (2001, 2013); Umrani, Ahmed & Memon (2015); Zin & Ibrahim (2020). για τα χαρακτηριστικά του YouTube, καθώς και για τη φύση και τα χαρακτηριστικά του μουσικού βίντεο. Για την ανάλυση και τις συνδηλώσεις του μουσικού σημειωτικού συστήματος χρησιμοποιήθηκε μουσικολογική-σημειωτική ανάλυση (Tagg, 2009). Για το ζήτημα της ειδολογικής κατάταξης του βίντεο (μουσικό, πολιτικό ή μουσικό-πολιτικό) ανατρέξαμε στις μελέτες των Jowett και O'Donnell (2012); του Wood (2016); Hediger (2009) για τη ρητορική, την προπαγάνδα και τη σχέση τους με τις νέες τεχνολογίες.

Συνολικά, το βίντεο «Yes, We Can» του will.i.am χρησιμοποιήθηκε ως μελέτη περίπτωσης προκειμένου να διερευνηθεί η λειτουργικότητα του συνδυαστικού μοντέλου στην ανάλυση πολυτροπικών αντικειμένων και αναφορικά με τη δυνατότητά του να αποκαλύψει λανθάνουσες πτυχές της πολυτροπικής επικοινωνίας.

Το δείγμα της έρευνας: «Yes, We Can» του will.i.am

Συνθήκες παραγωγής

Το βίντεο «Yes, We Can» κυκλοφόρησε στις 2 Φεβρουαρίου του 2008, κατά τη διάρκεια της προεκλογικής καμπάνιας του Barack Obama, από τον χρήστη «WeCan08» στο Dirdive.com-το τότε προσωπικό blog του will.i.am-και στο YouTube. Επρόκειτο για παραγωγή του τραγουδοποιού και παραγωγού will.i.am, επικεφαλής του μουσικού συγκροτήματος «The Black Eyed Peas», και του σκηνοθέτη Jesse Dylan. Οι στίχοι του τραγουδιού προέρχονται από την προεκλογική ομιλία του Barack Obama στο New Hampshire, στις 8 Ιανουαρίου του 2008. Τον

πολιτικό πλαίσιωνουν πρόσωπα του θεάματος με ενεργή δράση στη φιλανθρωπία, την πολιτική και τον ακτιβισμό¹. Δεν εγκρίθηκε ποτέ επισήμως από τους παράγοντες της επίσημης εκστρατείας και προβλήθηκε ως ένα μουσικό βίντεο εμπνευσμένο από τη φυσιογνωμία και τον πολιτικό λόγο του Obama².

Από την πρώτη εβδομάδα της εμφάνισής του στο YouTube σημείωσε μεγάλη επιτυχία, ενώ από τον Φεβρουάριο έως τον Ιούλιο του 2008 εξασφάλισε περισσότερες από 21 εκατομμύρια επισκέψεις (Tagg, 2009). Το 2008 βραβεύτηκε με το Emmy Award for Best New Approaches in Daytime Entertainment.

Το 2008 ο Barack Obama και το επιτελείο του οργάνωσαν μία προεκλογική καμπάνια που άλλαξε τα μέχρι τότε δεδομένα σχετικά με τον τρόπο που διεξάγονταν οι προεκλογικές εκστρατείες. Η ρητορική της βασίστηκε στη φυλετική και πολιτική συμφιλίωση, στο πνεύμα της συμμετοχής, της συνεργασίας και της ενότητας με κύριους άξονες την ελπίδα (HOPE) και την αλλαγή (CHANGE). Ως σλόγκαν χρησιμοποιήθηκε το «Change, we can believe in» με την «επωδό» «Yes, we can». Το τελευταίο, αποτέλεσε το θέμα της ομιλίας του που ακολούθησε τις προκριματικές εκλογές του New Hampshire³.

Με την αξιοποίηση της δύναμης του διαδικτύου και των social media, ενεργοποιήθηκαν εθελοντές, χορηγοί και υποστηρικτές όλων των ηλικιών, κυρίως όμως, νέοι ψηφοφόροι (McGirt, 2008). Η εκστρατεία υπήρξε θεαματική και η προώθηση του Obama μέσα από τις διαδικτυακές πλατφόρμες έπλασε τη δημόσια εικόνα ενός πολιτικού με χαρακτηριστικά «celebrity». Προβλήθηκε μέσα από τη γλώσσα της διαφήμισης ως ένας χαρισματικός ηγέτης που υπερβαίνει τις διαφορές στις ιδεολογικές, κοινωνικές, έμφυλες, θρησκευτικές και φυλετικές ταυτότητες (Redmond, 2010).

Γενικά χαρακτηριστικά του βίντεο

Το βίντεο «Yes, We Can» είναι ασπρόμαυρο και διαρκεί 4:25 λεπτά. Πρόκειται για mashup βίντεο εκτέλεσης (Cook, 2013). Περιέχει αποσπάσματα της ομιλίας του Barack Obama στο New Hampshire τα οποία πλαισιώνονται από διασημότητες που συνοδεύουν τον λόγο του πολιτικού, είτε τραγουδώντας, είτε επαναλαμβάνοντας τα λόγια του, είτε παίζοντας μουσικά όργανα. Κατά τη διάρκεια του βίντεο διακρίνεται πάνω και αριστερά το λογότυπο της προσωπικής ιστοσελίδας του will.i.am η οποία έχει τον τίτλο «DipDive».

Η οθόνη στις περισσότερες περιπτώσεις χωρίζεται σε δύο ή σε τρία ίσα ή άνισα πλαίσια (*split screen*). Σπανιότερα εμφανίζεται ένα πλαίσιο (*frame*). Γραπτό κείμενο εμφανίζεται σποραδικά. Τα πλάνα είναι στην πλειονότητα τους μεσαία κοντινά (*medium close-up shots*), ενώ λιγότερα είναι τα μεσαία πλάνα (*medium shots*).

Ο Obama πάντα εμφανίζεται να μιλάει πίσω από μικρόφωνα και πλαισιώνεται από άτομα που εμφανίζονται κρατώντας πλακάτ στα οποία αναγράφονται τα σλόγκαν της προεκλογικής εκστρατείας, το όνομά του και η ηλεκτρονική διεύθυνση της ιστοσελίδας του. Μέσα από τη συγκεκριμένες εικόνες δίνεται το στίγμα της προεκλογικής ομιλίας. Η μουσική του βίντεο είναι

¹Βλ. will.i.am: Yes We Can (2008). Ανακτήθηκε από <http://www.imdb.com>

²Βλ. New Celeb-Filled Music Video for Obama. (2008, February 2) ABC News. Ανακτήθηκε από <http://abcnews.go.com/Politics/story?id=4231523&page=1>

³Βλ. Obama, B. (2008, January 8). New Hampshire Primary Concession Speech. Retrieved from <http://www.americanrhetoric.com/mp3clipsXE/barackobama/barackobamannewhampshireconcessionARXE.mp3>

διηγηματική. Στο βίντεο δεν είναι ορατά όλα τα μουσικά όργανα που ακούγονται, αν και κάποιοι καλλιτέχνες εμφανίζονται παίζοντας μουσικά όργανα.

Ανάλυση και ερμηνεία του «Yes, We Can»

Για τις ανάγκες της ανάλυσής του, το «Yes, We Can» χωρίστηκε σε τρεις ενότητες με κριτήρια τις φράσεις που εμφανίζονται επί της οθόνης και το περιεχόμενο του τραγουδιού. Η πρώτη ενότητα σηματοδοτείται από το σύνθημα «YES, WE CAN» (0:00-1:58), η δεύτερη από το σύνθημα «CHANGE» (1:59-3:05) και η τρίτη από τη λέξη «HOPE» (3:06-4:25). Σε κάθε ενότητα δίνονται ως τίτλοι οι παραπάνω φράσεις αντίστοιχα. Στο παρόν άρθρο, παρουσιάζουμε τα αποτελέσματα ανάλυσης και ερμηνείας αναφορικά με το απόσπασμα της πρώτης ενότητας (1:19-1:58), λόγω των περιορισμών στην έκταση του κειμένου. Ωστόσο, τα αποτελέσματα είναι συναφή με αυτά που προέκυψαν από την ανάλυση ολόκληρου του βίντεο.

Κώδικες εικόνων

Αντλώντας από το μοντέλο της Χριστοδούλου (2003), εντοπίσαμε στο απόσπασμα δεκατρείς κώδικες: χώρου-χρόνου, αναγνωρισιμότητας, φυλετικό, έμφυλο, αξιών, ηλικιακό, ενδυματολογικό, έκφρασης προσώπων, χειρονομιών, στάσης σώματος, χρωματικό, μουσικών αντικειμένων και γραπτού κειμένου. Οι κώδικες αυτοί αφορούν και στο σύνολο του βίντεο. Παρουσιάζονται σε επίπεδο δήλωσης και αναλύονται σε επίπεδο συνδήλωσης.

Κώδικας χώρου-χρόνου: Στο απόσπασμα παρατηρείται απουσία σαφών χωρικών και χρονικών προσδιορισμών, τόσο αναφορικά με την ομιλία του Obama, όσο και με το καλλιτεχνικό μέρος του βίντεο. Ωστόσο, η εμφάνιση των οπαδών που κρατούν πλακάτ παραπέμπει σε ένα περιβάλλον προεκλογικής ομιλίας, ενώ η εικόνα της Scarlet Johansson που φοράει ακουστικά και τραγουδά πίσω από μικρόφωνο παραπέμπει σε στούντιο ηχογράφησης. Ο μη προσδιορισμός του χρόνου είναι πιθανόν να δίνει έμφαση στη διαχρονικότητα των αξιών που προβάλλονται στην προεκλογική καμπάνια του Obama, αλλά και στο ότι ο πολιτικός λόγος αφορά όλους τους ψηφοφόρους, όχι μόνο το ακροατήριο του New Hampshire.

Κώδικας αναγνωρισιμότητας των συμμετεχόντων: Οι διάσημοι συμμετέχοντες (Scarlet Johansson, John Legend, Nicol Scherzinger, Kate Walsh, will.i.am, Amber Valletta, κ.ά.) δεν υποδύονται ρόλους, αλλά εμφανίζονται με την πραγματική τους ταυτότητα. Με αυτόν τον τρόπο, το βίντεο φαίνεται ότι επιδιώκει την απήχηση σε ευρύ κοινό και ιδιαίτερα στο νεανικό. Θυμίζει, επίσης, παλαιότερα μουσικά βίντεο με φιλανθρωπικούς σκοπούς που επιχειρούσαν την ενεργοποίηση του κοινού αξιοποιώντας διασημότητες⁴. Εξάλλου, οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες στο «Yes, We Can» διατηρούν προφίλ ενεργού πολίτη ενισχύοντας, έτσι, την προβολή των αξιών της ενεργοποίησης και της συμμετοχής στα κοινά που εντάσσονται στο πνεύμα της καμπάνιας Obama.

Φυλετικός κώδικας: Στο καλλιτεχνικό-μουσικό μέρος εκπροσωπούνται οι Λευκοί Αμερικανοί, οι Ασιάτες Αμερικανοί και οι Αφροαμερικανοί πολίτες, ενώ στα πλάνα του Obama οι οπαδοί που τον πλαισιώνουν είναι αποκλειστικά λευκοί. Έτσι, το βίντεο απευθύνεται σε όλους τους Αμερικανούς και παράλληλα τονίζεται η εμπιστοσύνη όλων στο πρόσωπο του Αφροαμερικανού υποψηφίου, η πολυπολιτισμικότητα και η ισότητα που βασίζεται στο πνεύμα της συνεργασίας.

⁴ Βλ. «ONEbyONE» (2006), ανακτήθηκε από <https://www.youtube.com/watch?v=ZD4jv21GjrM> και «Don't vote» (2008), ανακτήθηκε από https://www.youtube.com/watch?v=Bo_iExUsQWE

Έμφυλος κώδικας: Στο καλλιτεχνικό-μουσικό μέρος εμφανίζονται πέντε άνδρες, έξι γυναίκες και ένα αγόρι, ενώ στα πλάνα του Obama υπερτερεί το ανδρικό φύλο, όπως και στο σύνολο του βίντεο. Είναι πιθανόν, εξαιτίας της φυλετικής καταγωγής του Obama, να επιχειρείται η δημιουργία μιας κάπως «συντηρητικής» εικόνας του, καθώς η υποψηφιότητα ενός Αφροαμερικανού πολιτικού είναι από μόνη της ένα τολμηρό βήμα για την αμερικανική κοινωνία.

Κώδικας αξιών: Στο απόσπασμα προβάλλονται κυρίως οι αξίες της οικογένειας και της μητρότητας μέσα από την εικόνα της Valetta που εμφανίζεται κρατώντας στην αγκαλιά της τον γιο της. Είναι πιθανό να υπονοείται πως η εκλογή του Obama θα εξασφαλίσει ευνοϊκότερες συνθήκες για τη δημιουργία οικογένειας και θα διαφυλάξει παραδοσιακές αξίες.

Ηλικιακός κώδικας: Στο καλλιτεχνικό μέρος εμφανίζονται νέοι, εικοσιπέντε έως τριανταπέντε ετών περίπου, ενώ στα πλάνα του Obama το πλήθος αποτελείται κυρίως από μεσήλικες. Η επιλογή αυτή πιθανόν στηρίζεται στο ότι ο Obama έχει ήδη την αποδοχή των «ώριμων» ψηφοφόρων και την πρόθεση ενεργοποίησης του νεανικού κοινού.

Ενδυματολογικός κώδικας: Οι ενδυματολογικές πληροφορίες εμπλουτίζουν τα νοήματα του βίντεο. Γενικά, επικρατεί το απλό καθημερινό ντύσιμο, η ποικιλομορφία και η ελευθερία στις στιλιστικές επιλογές, χωρίς να επιχειρείται προβολή κοινωνικών διακρίσεων. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ιδιότητα της διασημότητας αμβλύνεται αντί να τονίζεται με ακριβιά και εντυπωσιακά ρούχα ή εκκεντρικές κομμώσεις. Είναι πιθανό οι ενδυματολογικές επιλογές να παραπέμπουν στον προοδευτισμό, την ελευθερία, την πολυφωνία και την απουσία κοινωνικών διακρίσεων. Παράλληλα, η επίσημη εμφάνιση του Obama προσδίδει κύρος στο πρόσωπό του και ενισχύει μια συντηρητική εικόνα, καθώς απευθύνεται θεσμικά στους πολίτες των Η.Π.Α.

Κώδικας έκφρασης προσώπων: Οι εκφράσεις των προσώπων είναι γενικά ήπιες, ενώ όσο εξελίσσεται το βίντεο πληθαίνουν τα χαμόγελα αποτυπώνοντας τα συναισθήματα των συμμετεχόντων. Ο Obama με το σοβαρό του ύφος προσδίδει βαρύτητα στον πολιτικό του λόγο, ενώ με το χαμόγελό του επιδοκιμάζει τα χειροκροτήματα του ακροατηρίου του. Συνδηλώνονται, έτσι, η ελπίδα, η ενθάρρυνση και η πίστη που εμπνέει ο Obama, αξίες που προβάλλονται από την καμπάνια.

Κώδικας χειρονομιών: Καθώς απουσιάζει η έντονη κίνηση και ο χορός, οι χειρονομίες των συμμετεχόντων είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Συγκεκριμένα, ο Balfour με την κίνηση των χεριών του τονίζει το σύνθημα «Yes, we can», ο Legend ενώνοντας τα χέρια του ή υψώνοντάς τα δίνει έμφαση στην εξωστρέφεια, αλλά και στην πνευματικότητα. Τέλος, ο Rodriguez υψώνοντας την αριστερή του γροθιά παραπέμπει στην αγωνιστικότητα. Γενικότερα, οι χειρονομίες συνδηλώνουν την προτροπή, την πίστη και την ενεργοποίηση, δηλαδή, κύρια ζητούμενα της καμπάνιας.

Κώδικας στάσης σώματος: Οι περισσότεροι συμμετέχοντες έχουν στραμμένα τα πρόσωπά τους προς την κάμερα δίνοντας την εντύπωση ότι κοιτάζουν τον ακροατή-θεατή στα μάτια, φανερώνοντας παρηρησία, ειλικρίνεια και ελευθερία έκφρασης. Η ελαφριά κίνηση του κεφαλιού προς τα κάτω που συνοδεύει το «Yes, we can» τονίζει την έγκρισή τους στο σλόγκαν.

Χρωματικός κώδικας: Το ασπρόμαυρο χρώμα προσδίδει «καλλιτεχνικότητα» στις εικόνες και μπορεί να συνδεθεί με τη διαχρονικότητα στην προβολή των μηνυμάτων. Η απουσία χρωμάτων είναι πιθανόν να είχε ως στόχο την ελαχιστοποίηση της διάσπασης της προσοχής των αποδεκτών και την επικέντρωσή τους στα μηνύματα του βίντεο.

Κώδικας μουσικών αντικειμένων: Στο μεγαλύτερο μέρος του βίντεο δεν διακρίνεται η πηγή προέλευσης της μουσικής. Στο απόσπασμα εμφανίζεται ο Greenberg να παίζει κιθάρα τραγουδώντας «Yes, we can» και η Johansson να φορά ακουστικά και να τραγουδά σε ένα στούντιο. Αυτά τα μουσικά αντικείμενα είναι εμβληματικά της δημοφιλούς κουλτούρας. Συνδυάζοντας την παρατήρηση αυτή με άλλα σημεία του βίντεο, όπου κάποιοι συμμετέχοντες παίζουν βιολί και πιάνο-μουσικά όργανα συνδεδεμένα με την υψηλή κουλτούρα-καταλήγουμε στη διαπίστωση πως συνδηλώνεται ο πλουραλισμός στην έκφραση και η καθολική συμμετοχή που εμπνέει ο πολιτικός λόγος του Obama.

Κώδικας γραπτού κειμένου: Στο απόσπασμα εμφανίζονται τριών ειδών γλωσσικά μηνύματα. Το πρώτο είναι το λογότυπο του μέσου κοινωνικής δικτύωσης του will.i.am, «dirdiver», που υπήρξε η βασική πηγή μετάδοσης του «Yes, We Can» και διαφήμισης του ίδιου. Στο καλλιτεχνικό μέρος του βίντεο εμφανίζεται η φράση «YES, WE CAN», κύριο σύνθημα της προεκλογικής εκστρατείας, το οποίο μαζί με άλλες γραπτές φράσεις/συνθήματα αποτελεί τον νοηματικό άξονα του βίντεο και σηματοδοτεί μια ξεχωριστή ενότητά του. Στα πλάνα του Obama αναγράφονται σε πλακάτ που κρατούν οι οπαδοί του το λογότυπο της καμπάνιας, η ηλεκτρονική διεύθυνση του κοινωνικού δικτύου του πολιτικού (BarackObama.com) και το σύνθημα «Change we can believe in». Το λογότυπο αναγράφεται, επίσης, σε κονκάρδες που φορούν οι οπαδοί. Συνεπώς, μέσα από το γραπτό κείμενο που εμφανίζεται επί της οθόνης, ο will.i.am πιθανότατα επιχειρεί να προτρέψει τους αποδέκτες του βίντεο να ασχοληθούν ενεργά με την καμπάνια.

Συνολικά, μέσα από την αποκωδικοποίηση των εικόνων προκύπτουν νοήματα που αποκαλύπτουν τις πιθανές προθέσεις των παραγωγών του βίντεο και ταυτόχρονα ανταποκρίνονται στη ρητορική της καμπάνιας Obama. Οι κώδικες είναι συναφείς με τους βασικούς άξονες της προεκλογικής εκστρατείας, όπως είναι η φυλετική και πολιτική συμφιλίωση που τίθενται πάνω από ιδεολογικές, κοινωνικές, έμφυλες και φυλετικές ταυτότητες. Δίνεται έμφαση στο ανθρώπινο πρόσωπο της κοινωνίας που υπόσχεται ο Obama, στην ελευθερία της έκφρασης, την ισότητα, τη δημοκρατικότητα και την πίστη. Επίσης, αναδεικνύεται η ανάγκη για πολιτικοποίηση και συμμετοχή. Μέσα σε κλίμα ελευθερίας οι συμμετέχοντες φαίνεται να εμπνέονται και να ενδυναμώνονται από το πρόσωπο και τον πολιτικό λόγο του Obama, με πιθανό αποτέλεσμα την ψήφο υπέρ αυτού.

Η Κινηματογραφική Γλώσσα του βίντεο

Το βίντεο είναι είδος αφήγησης που χρησιμοποιεί τη γλώσσα του κινηματογράφου. Έτσι, τα είδη των πλάνων, τα κάδρα και οι γωνίες λήψης αποτελούν φορείς σημασίας και επηρεάζουν τη δημιουργία των νοημάτων (Κοκκίδου, 2019).

Όσον αφορά τα είδη των πλάνων, στο απόσπασμα που μελετήσαμε επικρατούν τα μεσαία κοντινά, ενώ λιγότερα είναι τα μεσαία πλάνα. Στην πρώτη περίπτωση φαίνονται καθαρά τα πρόσωπα και οι εκφράσεις των χαρακτήρων επιτρέποντας στον αποδέκτη να διακρίνει τη συναισθηματική τους κατάσταση και να ταυτιστεί με εκείνους. Η δεύτερη περίπτωση πλάνων χρησιμοποιείται για να παρουσιαστεί πιο ολοκληρωμένη εικόνα ενός χαρακτήρα όπως, για παράδειγμα η εικόνα της μητέρας με τον γιο στην αγκαλιά της, ή η εικόνα του Greenberg που παίζει κιθάρα.

Τόσο στο απόσπασμα, όσο και στο σύνολο του βίντεο εφαρμόζεται η τεχνική *split screen*, δηλαδή ο χωρισμός της οθόνης σε δύο ίσα ή άνισα και σε τρία ίσα πλαίσια. Με την ταυτόχρονη παρουσία των προσώπων σε *split screen* προβάλλεται η πολυφωνία ταυτόχρονα με τη

συλλογικότητα και την ενότητα, καθώς ό,τι συμβαίνει στο κάθε πλαίσιο φαίνεται να αλληλεπιδρά με το διπλανό του. Αλλά και η αίσθηση του «ταυτόχρονου» που επιτυγχάνεται με το split screen δίνει την εντύπωση ότι διαδραματίζεται στο περιβάλλον του βίντεο μία πολιτική συγκέντρωση που διαμορφώνεται μπροστά στα μάτια του ακροατή-θεατή.

Οι περισσότερες λήψεις στο βίντεο του will.i.am έχουν γίνει στο ύψος του βλέμματος (*eye-level shot*) δίνοντας την αίσθηση ότι η κάμερα είναι σταθερή. Το είδος αυτό της λήψης προσδίδει αμεσότητα και σαφήνεια στη μετάδοση του μηνύματος. Συχνά τα πρόσωπα είναι έκκεντρα καθραρισμένα κάτι που υποδεικνύει δυναμικότητα και κίνηση. Με αυτή την επιλογή υποδηλώνεται η αίσθηση της ελευθερίας, άρα της βούλησης και της απόφασης.

Συνολικά, οι κινηματογραφικοί κώδικες του βίντεο προβάλλουν τις αξίες της πολυφωνίας, της ατομικής ελευθερίας και επιλογής, της ενότητας, καθώς και την αξία της συμμετοχής των πολιτών στα κοινά, συνεπώς και στην προεκλογική εκστρατεία του Obama. Επίσης, προσφέρεται στον αποδέκτη η δυνατότητα να αισθανθεί ότι μέσω της οθόνης του συμμετέχει και ο ίδιος σε μια προεκλογική εκδήλωση για τον Obama, ή ότι μπορεί να συνδράμει σε αυτήν, κάτι που υπήρξε ζητούμενο της διαδικτυακής καμπάνιας του 2008.

Ανάλυση στίχων

Σύμφωνα με τον Greimas, πίσω από κάθε μορφή λόγου μπορούμε να ανιχνεύσουμε μια αφήγηση (βλ. Tarasti, 2017). Αυτή η άποψη ισχύει και για το τραγούδι «Yes, We Can» το οποίο, παρόλο που δεν είναι αφηγηματικό, εμπεριέχει μια στοιχειώδη αφήγηση. Πρόκειται για την «ιστορία» του «Yes, we can», του συνθήματος που, σύμφωνα με το τραγούδι, ουσιαστικά γεννήθηκε ταυτόχρονα με την ίδρυση των Η.Π.Α. ταυτίζεται με τη «μοίρα» του έθνους και πρέπει να είναι η κινητήρια δύναμη που θα επιτρέψει στο αμερικανικό έθνος να νικήσει τις δυσκολίες και να ελπίζει για το μέλλον.

Για την ανάλυση των στίχων του «Yes, We Can» εντοπίστηκαν οι εξής ιστοπίες: χρόνου, δημοκρατικότητας, εθνότητας, θρησκευτικότητας, ιστορικότητας, επιβεβαίωσης και αποφασιστικότητας, αλλαγής, φυλετικότητας, φύλου, αξιών, αντιπαλότητας, δυσκολιών, ατομικότητας, παιδικότητας, φτώχειας, χώρου. Αυτές οι ιστοπίες λειτουργούν ως κώδικες (Χριστοδούλου, 2003) και αναλύθηκαν σε επίπεδο συνδήλωσης.

Παραθέτουμε τους στίχους του απόσπασματος που επιλέχθηκε για τις ανάγκες του άρθρου:

Yes, we can to opportunity and prosperity.

Yes, we can to opportunity and prosperity.

Yes, we can heal this nation. Heal this nation.

Yes, we can repair this world. Repair this world.

Yes, we can. Yes, we can. Yes, we can. Qen, annu yecholim. Yes, we can. Si, podemos. Sí, se puede.

Στο απόσπασμα εντοπίζονται οι εξής ιστοπίες: αξιών, φυλετικότητας, εθνότητας, επιβεβαίωσης και αποφασιστικότητας, χρόνου,.

Ιστοπία αξιών: Η ιστοπία των αξιών εκφράζεται με τις έννοιες «opportunity», «prosperity» και τα ρήματα «heal» και «repair». Το απόσπασμα βρίσκεται στο τέλος της πρώτης ενότητας του τραγουδιού και λειτουργεί ως συμπέρασμα. Μέσα από τους αγώνες του παρελθόντος έχουν διασφαλιστεί οι σημαντικές αξίες της ευκαιρίας και της ευημερίας, αλλά έχουν δημιουργηθεί και οι προϋποθέσεις τόσο για τη θεραπεία του αμερικανικού έθνους, όσο και για τη δυνατότητα

του να επιφέρει διορθωτικές αλλαγές παγκοσμίως. Επίσης, με τη χρήση του α' πληθυντικού προσώπου αναδεικνύονται οι αξίες της συλλογικότητας και της ενεργοποίησης. Τέλος, με τις φράσεις «Sí, podemos. Sí, se puede» οι οποίες παραπέμπουν σε αγώνες για πολιτικά δικαιώματα και μεταναστευτικά ζητήματα συνδηλώνεται η αξία της αγωνιστικότητας και της ισότητας.

Ισοτοπία φυλετικότητας: Οι φράσεις «Qen Annu Yecholim» και «Si Podemos», «Sí se puede» («ναι, μπορείς»)-μετάφραση του «Yes, we can» στα εβραϊκά και τα ισπανικά αντίστοιχα- παραπέμπουν άμεσα στους πληθυσμούς των Εβραίων και των Ισπανόφωνων που αποτελούν μεγάλο μέρος του συνολικού πληθυσμού των Η.Π.Α. Αυτό μπορεί να συνδεθεί με το ενδιαφέρον του Obama για τη μεταναστευτική πολιτική και τη σημασία της φυλετικής συμφιλίωσης.

Ισοτοπία εθνότητας: Με την επανάληψη της αντωνυμίας «we» υπονοούνται οι Αμερικανοί ως συλλογικό υποκείμενο του τραγουδιού και συνδηλώνονται η ενότητα και η αλληλεγγύη. Επίσης, είναι πιθανό να τονίζεται η κοινή απόφαση, αλλά και η ικανότητα του έθνους όχι μόνο να καθορίζει τη μοίρα του, αλλά και το μέλλον του πλανήτη.

Ισοτοπία επιβεβαίωσης και αποφασιστικότητας: Με την επανάληψη της φράσης «Yes, we can» αποκαλύπτεται ο βασικός άξονας γύρω από τον οποίο δομείται το τραγούδι. Με τη φράση αυτή επιβεβαιώνονται τα επιτεύγματα του αμερικανικού λαού και δηλώνεται η απόφαση για περαιτέρω δράση στο μέλλον.

Ισοτοπία χρόνου: Ο γραμματικός χρόνος που χρησιμοποιείται στο απόσπασμα είναι ο ενεστώτας. Συνδηλώνονται με αυτόν τον τρόπο διαπιστώσεις που πηγάζουν από το παρελθόν και δυνατότητες για το παρόν και το μέλλον.

Συνολικά, μέσα από το απόσπασμα, το πολυφυλετικό και πολυπολιτισμικό αμερικανικό έθνος εμφανίζεται ως συλλογικό υποκείμενο, η ύπαρξη του οποίου είναι συνυφασμένη με αγώνες. Η διαπίστωση ότι οι Η.Π.Α. είναι χώρα της ευκαιρίας και της ευημερίας φαίνεται ως αποτέλεσμα των αγώνων αυτών αλλά και ως βεβαιότητα για το παρόν και το μέλλον. Με αυτόν τον τρόπο οι πολίτες των Η.Π.Α. γίνονται παράγοντες της επιτυχίας του «Αμερικανικού Ονείρου» κάτι που αποτέλεσε στοιχείο της ρητορικής του Obama μέσα και από την προβολή της προσωπικής του πορείας στις προεκλογικές του ομιλίες. Από τα παραπάνω, προκύπτει ότι το «Yes, We Can» επιχειρεί την ενεργοποίηση και την ενθάρρυνση του συνόλου των πολιτών για συμμετοχή με ενότητα, συνεργασία και αποφασιστικότητα προκειμένου να επιφέρουν αλλαγές που χρειάζεται η χώρα τους αλλά και να συμβάλουν σε έναν καλύτερο κόσμο σε οικουμενικό επίπεδο.

Η Μουσική του Τραγουδιού

Στο ακουστικό-καλλιτεχνικό μέρος του βίντεο ακούγονται οι συμμετέχοντες που μιλούν ή τραγουδούν και η μουσική. Η μουσική λειτουργεί σε διηγηματικό επίπεδο, επειδή τα πρόσωπα φαίνεται πως την ακούν και σε ό,τι κάνουν ακολουθούν τον ρυθμό της (Κοκκίδου, 2019). Κάποια από τα πρόσωπα συνοδεύουν το τραγούδι τους παίζοντας μουσικά όργανα.

Η τονικότητα του τραγουδιού «Yes, We Can» είναι η σολ μείζονα, το μέτρο είναι 4/4 και η ρυθμική αγωγή είναι moderato. Το τραγούδι βασίζεται σε μια ακολουθία τεσσάρων συγχορδιών που αναπτύσσεται σε τέσσερα μέτρα των 4/4: G, B, Em, C. Σε σχετικούς όρους, είναι οι θέσεις I, III, vi, IV. Οι συγχορδίες συνήθως ακούγονται ως δύο όγδοα ή ένα τέταρτο (Tagg, 2009). Η ακολουθία ακούγεται κατ' επανάληψη στη συνολική διάρκεια του τραγουδιού.

Αναπαράγεται σε εξάχορδη ακουστική κιθάρα. Στο βίντεο ακούγονται επίσης πιάνο, βιολί και χτυπήματα στο ηχείο της κιθάρας, κυρίως σε διηγηματικό πλαίσιο.

Τραγούδια που παρουσιάζονται από ένα σύνολο καλλιτεχνών, όπου κάθε καλλιτέχνης λέει μία φράση ή έναν στίχο, υπάρχουν στην pop μουσική από το «Do they know it's Christmas?» (Band Aid) μέχρι το «We are the world». Τα τραγούδια σε αυτή τη μορφή έχουν «ανθρωπιστικό-φιλανθρωπικό» προσανατολισμό και περιλαμβάνουν έκκληση για δράση αναφορικά με θέματα δικαιοσύνης. Στο τραγούδι του will.i.am, η διαδοχική εκτέλεση, παρά η ταυτόχρονη, είναι ένας άλλος τρόπος να παρουσιαστεί μουσικά η αίσθηση της κοινότητας. Επιπλέον, στο τραγούδι υπάρχουν πολλά rap στοιχεία που του δίνουν ειδολογική ταυτότητα και παραπέμπουν στο αφροαμερικανικό κήρυγμα. Η μείξη πολλών ειδών και φωνών σε μία ενιαία δημιουργία φαίνεται να ευθυγραμμίζεται με τους στόχους του Obama για ενότητα και συνεργασία.

Στην ανάλυση του Philips Tagg (2009), η τονικότητα sol μείζονα και οι συγχορδίες που είναι εύκολο να παιχτούν σε μια εξάχορδη ακουστική κιθάρα είναι κάτι σύνηθες στην pop μουσική. Αυτό συνδηλώνει τις ιδέες του προσιτού, του συμμετοχικού και του δημοκρατικού και δίνει το στίγμα της προοδευτικής πολιτικής του Obama. Οι αλλαγές συγχορδίων με σχέση δεσπόζουσας-τονικής (B → Em και η απομακρυσμένη σχέση C → G) προσδίδει στο τραγούδι συγκροτημένο χαρακτήρα. Η κίνηση I → III (G σε B) δεν είναι ούτε η πιο συνηθισμένη, αλλά ούτε και τελείως ασυνήθιστη στα pop αγγλόφωνα τραγούδια. Αυτή η σχέση, σύμφωνα με τις μελέτες του Tagg, συνδέεται με στίχους που αναφέρονται σε διακυμάνσεις και πιθανά προβλήματα. Η αλυσίδα I - iii - vi συναντάται σε τραγούδια της folk, folk-rock και country-rock τα οποία είναι είδη που αφηγούνται ιστορίες, προσωπικές και του λαού. Η αλυσίδα I - V - vi - IV συναντάται σε pop και rock τραγούδια με περιεχόμενο στίχων που περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα ιδεών: από την κακουχία μέχρι την ενθάρρυνση. Η σχέση IV - I συναντάται σε gospel, soul και rock τραγούδια. Στα αγγλόφωνα pop τραγούδια, αυτή η σχέση έχει την ποιότητα της κατάφασης, της επιβεβαίωσης, της αποφασιστικότητας και της συμμετοχικότητας. Η μουσική αντιπαράθεση της δυσκολίας και της ελπίδας ευθυγραμμίζεται με τα λόγια του Obama σχετικά με τους σκλάβους, τη δουλειά, τους μετανάστες, τις γυναίκες και την εργατική τάξη, καθώς και με την αποφασιστικότητα του ιδίου να υπερνικήσει κάθε μορφή αδικίας.

Συνολικά, η μουσική και ο τρόπος εκτέλεσης του «Yes, We Can» φαίνεται να συνδηλώνει τις ιδέες της συμμετοχής και της ενεργοποίησης. Η αρμονική ανάπτυξη βασίζεται σε παραδόσεις της δημοφιλούς αγγλόφωνης μουσικής και έτσι συνδηλώνει την ιδέα της δημοκρατικότητας που ήταν ο πυλώνας της πολιτικής ατζέντας του Obama. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η συνοδεία του τραγουδιού είναι εύκολο να παιχτεί ακόμα και από ερασιτέχνες κιθαρίστες μουσικούς. Πρόκειται για σύνηθες άκουσμα στη δημοφιλή μουσική και για συγχορδίες με τις οποίες η πλειονότητα του κοινού θα μπορούσε να πει «Yes, we can» (Tagg, 2009).

Πολυτροπική Ανάλυση

Μετά από την ανάλυση της εικόνας, των στίχων και της μουσικής ξεχωριστά, η ερμηνεία του βίντεο θα ολοκληρωθεί με τη διερεύνηση των μεταξύ τους αλληλεπιδράσεων στο πολυτροπικό περιβάλλον του. Το ερώτημα είναι αν και σε ποιο βαθμό τα δεδομένα από τα τρία συστήματα συνεργάζονται και/ή αλληλοσυμπληρώνονται με σκοπό να μεταδώσουν συγκεκριμένα νοήματα.

Στο περιβάλλον του «Yes, We Can» διακρίνονται κυρίως σχέσεις συμμόρφωσης μεταξύ των συστημάτων που το συνθέτουν. Αυτό το είδος σχέσεων εκδηλώνονται, σύμφωνα με τον

Cook (1998), όταν παρατηρείται συνέπεια σε ό,τι εκφράζουν τα μέσα, αλλά με ξεχωριστούς τρόπους. Στο απόσπασμα που επιλέξαμε, εντοπίστηκε συμμόρφωση στη σχέση της μουσικής με την εικόνα. Οι συμμετέχοντες τραγουδούν, μιλούν, κουνούν το κεφάλι τους, χειρονομούν ή κουνούν το σώμα τους σύμφωνα με τον ρυθμό της μουσικής. Σχέση συμμόρφωσης, επίσης, υπάρχει ανάμεσα στην εικόνα και στους στίχους του τραγουδιού. Για παράδειγμα, όταν τα πρόσωπα τραγουδούν «Yes, we can», χαμογελούν, κατανεύουν, λυγίζουν το σώμα προς τα κάτω, δείχνοντας ότι συμφωνούν με το μήνυμα.

Σχέσεις συμμόρφωσης εντοπίστηκαν και στην αλληλεπίδραση της μουσικής με το μέρος της ομιλίας του Obama. Για παράδειγμα, ό,τι λέει ο Obama και το «Yes, we can» που ακούγεται από τους οπαδούς του, καθώς και τα χειροκροτήματά τους, φαίνεται ότι ταιριάζουν απόλυτα με τη μουσική, προφανώς μετά από επεξεργασία των αποσπασμάτων της ομιλίας. Έτσι, όλα τα πρόσωπα που εμφανίζονται ή ακούγονται στο βίντεο, δίνουν την εντύπωση ότι τραγουδούν μαζί με κοινή μουσική συνοδεία, σαν να συμμετέχουν όλοι σε μία προεκλογική συγκέντρωση του Obama. Με αυτόν τον τρόπο επιδοκιμάζεται ο λόγος του και επικυρώνεται η αξία της προσωπικής και συλλογικής απόφασης. Ο Obama δείχνει να εμπνέει, να κινητοποιεί και συμφιλιώνει διαφορετικές κοινωνικές ομάδες με το «Yes, we can», προτρέποντάς τους για ενεργή συμμετοχή και συσπείρωση σε κοινούς στόχους.

Μέσα από τη συνεργία των κωδίκων-ενδυματολογικός, έμφυλος, φυλετικός, ηλικιακός- και της ισοτοπίας των αξιών που αναδεικνύεται από τους στίχους προκύπτει το πνεύμα της ενότητας και της κοινωνικής ισότητας. Αυτό ενισχύεται περαιτέρω και από τις κινηματογραφικές τεχνικές του βίντεο. Το split screen, για παράδειγμα, επιτρέπει να παρουσιάζονται ταυτόχρονα στην οθόνη πρόσωπα διαφορετικού φύλου, διαφορετικής φυλής και ηλικίας, και να δείχνουν ότι λειτουργούν ισότιμα ως ένα συλλογικό υποκείμενο. Εδώ, μπορούμε να σχολιάσουμε και τον ρόλο της ασπρόμαυρης εικόνας μέσω της οποίας επιτρέπεται η εστίαση στα νοήματα και τις συμπεριφορές των προσώπων, χωρίς να αποσπάται η προσοχή του αποδέκτη από το χρώμα.

Αλλά και στο σύνολο του βίντεο, το μήνυμα της δημοκρατικής συμμετοχής και του πλουραλισμού αγκυρώνει στις ισοτοπίες των στίχων-δημοκρατικότητα, εθνότητα, φυλετικότητα, αναγνωρισιμότητα κ.λπ.-σε συνδυασμό με τον φυλετικό, τον έμφυλο, τον ηλικιακό, τον ενδυματολογικό, τον χρωματικό κώδικα και τον κώδικα αξιών και μουσικών αντικειμένων που προκύπτουν από την εικόνα. Με αυτόν τον τρόπο, οι συμμετέχοντες παρουσιάζονται ως διαφορετικοί ελεύθεροι άνθρωποι. Οι διαφορές τους, ωστόσο, δεν τους διχάζουν. Αντίθετα, η διαφορετικότητα προβάλλεται ως σεβαστή και τονίζεται η αξία της συνεργασίας και της πολυφωνίας μέσα από όλα τα συστήματα του βίντεο. Συνεπώς, τονίζεται η πεποίθηση του Obama ότι στην κοινωνία που οραματίζεται είναι όλοι ευπρόσδεκτοι ανεξάρτητα από τη φυλή, το φύλο, την κοινωνική τάξη, την ιδεολογία και την ηλικία.

Τα είδη των πλάνων, η επεξεργασία και οι γωνίες λήψης στο βίντεο επιτρέπουν στον ακροατή-θεατή να παρακολουθήσει τη συμπεριφορά και τη στάση των συμμετεχόντων, καθενός ξεχωριστά αλλά και στη μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Σε συνδυασμό με τα στοιχεία της δημοφιλούς μουσικής και κουλτούρας, συνδηλώνεται η απουσία κοινωνικών ή ιδεολογικών διαχωρισμών και οι έννοιες της δημοκρατικής συμμετοχής και ενεργοποίησης. Επιπρόσθετα, όλα τα πρόσωπα του βίντεο δείχνουν αυθεντικά και φαίνεται να εκφράζονται ελεύθερα, αποτυπώνοντας το προφίλ των ψηφοφόρων που υποστηρίζουν έναν δημοκρατικό και προοδευτικό υποψήφιο.

Επίσης, η απόρριψη της πολιτικής απάθειας στοιχειοθετείται στο σύνολο του βίντεο κυρίως μέσα από την εμφάνιση νέων σε ηλικία ατόμων, πολιτικά και κοινωνικά ενεργών. Ο ηλικιακός κώδικας σε συνδυασμό με τις ισοτοπίες της παιδικότητας, των αξιών και του χρόνου, μεταξύ άλλων, παραπέμπει στις μελλοντικές προοπτικές των πολιτών στην ευημερία των Η.Π.Α.

Πέρα από σχέσεις συμμόρφωσης, στο «Yes, We Can» εντοπίσαμε και σχέσεις αλληλοσυμπλήρωσης. Σύμφωνα με τον Cook (1998), οι σχέσεις αλληλοσυμπλήρωσης μεταξύ των μέσων προκύπτουν, όταν το κάθε ξεχωριστό μέσο προσθέτει ανεξάρτητες, λειτουργικές και μη περιττές πληροφορίες στα άλλα μέσα. Ως παράδειγμα αλληλοσυμπλήρωσης μπορούμε να αναφερθούμε στον κώδικα μουσικών αντικειμένων. Στο συγκεκριμένο απόσπασμα εμφανίζονται ακουστικά, μικρόφωνο και κιθάρα, αντικείμενα εμβληματικά της δημοφιλούς κουλτούρας. Συνδέοντάς τα με το βιολί και το πιάνο με ουρά που εμφανίζονται σε άλλα σημεία του βίντεο και συνδέονται με την «υψηλή» κουλτούρα, παρατηρούμε μια τάση άρσης των ορίων ανάμεσα στα δυο είδη κουλτούρας και κατάλυσης των κοινωνικών διακρίσεων.

Και η μουσική του «Yes, We Can» λειτουργεί σε σχέση αλληλοσυμπλήρωσης με τα συστήματα των εικόνων και των στίχων. Όπως προαναφέρθηκε, η μελωδία είναι απλή και τραγουδιέται εύκολα, η αρμονική ανάπτυξη είναι προσιτή ακόμα και σε ερασιτέχνες μουσικούς. Αυτό συνάδει με τη συμμετοχή πολλών προσώπων στο βίντεο και με την απουσία επιτήδευσης στη συμπεριφορά τους. Η «αμερικανικότητα» της μουσικής συμπληρώνει λειτουργικά το περιεχόμενο των στίχων που αναφέρονται στο παρελθόν του αμερικανικού έθνους, στις δυσκολίες που ξεπέρασε, στα προβλήματα του παρόντος, στην ελπίδα και την αλλαγή. Αξίζει να τονίσουμε ότι η χρήση του τραγουδιού για να δοθεί έμφαση σε έναν πολιτικό λόγο έχει τη δυνατότητα να φορτίσει συναισθηματικά τον ακροατή-θεατή, ακόμα και σε μη συνειδητό επίπεδο.

Συνοψίζοντας, από την πολυτροπική ανάλυση προκύπτει ότι στο βίντεο αγκυρώνουν οι βασικές παράμετροι της ρητορικής του Obama, όπως εκφράστηκαν στις προεκλογικές του ομιλίες και προβλήθηκαν από την προεδρική καμπάνια. Όλα τα συστήματα συνεργάζονται αποτελεσματικά για να τονίσουν ότι το δημοκρατικό πνεύμα που πρεσβεύει ο Obama διαπνέεται από ανοικτότητα, ελευθερία, επιλογή, διαπραγμάτευση και ανοχή πολλών πεποιθήσεων και αξιών. Αυτός ο δημοκρατικός πλουραλισμός αφορά σε άτομα κάθε φυλής, φύλου κ.λπ. Ο τρόπος που παρουσιάζονται τα πρόσωπα, η απλότητα της μουσικής, ο ενδυματολογικός κώδικας κ.ο.κ. προσδίδουν στο βίντεο ένα βαθμό αυθεντικότητας, κάτι που δημιουργεί συνειρμούς για την ειλικρίνεια στα μηνύματα της εκστρατείας του Obama.

«Yes, We Can»: συμβατικό μουσικό βίντεο

Το βίντεο «Yes, We Can» κυκλοφόρησε στο YouTube και δεν αποκλίνει από την αισθητική της πλατφόρμας. Σύμφωνα με τη θεωρία της Vernallis (2001, 2013) και το μοντέλο του Cook (1998), διαθέτει τα χαρακτηριστικά ενός μουσικού βίντεο δημοφιλούς μουσικής. Εντούτοις, διακρίνονται χαρακτηριστικά που το διαφοροποιούν από τα συμβατικά μουσικά βίντεο.

Πρόκειται, λοιπόν, για ένα βίντεο με τριανταπέντε συμμετέχοντες, χωρίς να είναι όλοι τραγουδιστές ή μουσικοί. Επίσης, δεν τραγουδούν όλοι, αλλά κάποιιοι μιλούν ταυτόχρονα με τον Obama. Επιπλέον, απουσιάζει εντελώς ο χορός. Οι συμμετέχοντες χειρονομούν συγκρατημένα, αν και στοχευμένα. Φορούν καθημερινά ρούχα, η κόμμωσή τους είναι απλή, δεν είναι εμφανώς μακιγιαρισμένοι, οπότε δεν επιχειρείται ο εντυπωσιασμός μέσω της εμφάνισής τους. Όλα αυτά έρχονται σε αντίθεση με τις συμβάσεις των μουσικών βίντεο στα οποία

πρωταγωνιστούν τραγουδιστές ή μουσικά συγκροτήματα με σκοπό την προώθηση τραγουδιών και καλλιτεχνών. Τέλος, παρόλο που όλοι οι συμμετέχοντες είναι διάσημοι, τον ρόλο του «σταρ» καταλαμβάνει ο πολιτικός Obama.

Επίσης, απουσιάζει η ποικιλία πλάνων και λήψεων, με τα μεσαία κοντινά να επικρατούν. Σε όλη τη διάρκεια του βίντεο εφαρμόζεται η τεχνική του split screen. Δεν υπάρχει ποικιλία χρωμάτων ή φωτισμού, ούτε οπτικά εφέ. Οι περισσότερες λήψεις έχουν γίνει στο ύψος του βλέμματος και η θέση της κάμερας φαίνεται σταθερή. Δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στα πρόσωπα και σε αυτό που δηλώνουν και όχι στα σώματα και την κίνηση. Συνεπώς, σε αντίθεση με τα συμβατικά μουσικά βίντεο, ο αποδέκτης δεν καλείται να ενεργοποιήσει ιδιαίτερα τη φαντασία του. Η προσοχή του εστιάζεται μόνο σε ό,τι βλέπει. Επίσης, η επεξεργασία του βίντεο δεν δίνει προτεραιότητα στη μουσική. Τέλος, ενώ στον κανόνα της δημοφιλούς μουσικής πρώτα κυκλοφορεί το τραγούδι και μετά το βίντεο, το «Yes, We Can» κυκλοφόρησε εξαρχής σε αυτή τη μορφή.

Το «Yes, We Can» είναι mashup βίντεο, αλλά αποκλίνει από τον κανόνα των mashup βίντεο της δημοφιλούς μουσικής, καθώς για τη δημιουργία του συνενώθηκαν αποσπάσματα από βίντεο με την ομιλία του Obama με υλικό που γυρίστηκε στο στούντιο από τον will.i.am και τον J. Dylan. Η μείξη των ξεχωριστών βίντεο είναι ευδιάκριτη και υπάρχει αντιστοιχία ανάμεσα σε όσα λέγονται από τον πολιτικό και από τους συμμετέχοντες στο καλλιτεχνικό μέρος (Cook, 2013). Τα λόγια των δεύτερων «πατούν» στα λόγια του πρώτου. Έτσι, στο μεγαλύτερο μέρος του βίντεο, ο Obama και οι καλλιτέχνες φαίνεται σαν να μιλούν ταυτόχρονα, πράγμα που είναι αποτέλεσμα της επεξεργασίας των δύο βίντεο. Επιτυγχάνεται, με αυτόν τον τρόπο, η διακειμενικότητα που είναι κύριο χαρακτηριστικό των mashup βίντεο.

Η διακειμενικότητα θεωρείται σύνδεσμος μέσα σε ένα περιβάλλον ή ένα μέσο που συνδέει ένα κείμενο με ένα άλλο κείμενο (Zantides, 2016). Το «Yes, We Can», πέρα από την προφανή σύνδεση με την ομιλία του Obama, θυμίζει, ιδιαίτερα στους έμπειρους χρήστες του YouTube αλλά, επίσης ασπρόμαυρα, βίντεο που έχουν δημιουργηθεί για κοινωφελείς σκοπούς⁵. Ο χρήστης του διαδικτύου έχει τη δυνατότητα ακόμα και σήμερα, δέκα χρόνια μετά την κυκλοφορία του, να συνεχίσει την περιήγησή του και να παρακολουθήσει, για παράδειγμα, άλλα βίντεο με πολιτικές αποχρώσεις, όπως το «It's a new day»⁶ του will.i.am ή το «Glory»⁷ των Legend και Common.

«Yes, We Can»: πολιτική προπαγάνδα;

Με το «Yes, We Can», ο will.i.am δημιούργησε μία αφήγηση με δυνητική επιρροή στους πολίτες των Η.Π.Α., και όχι μόνο. Με σημερινούς όρους, θα μπορούσαμε να τον χαρακτηρίσουμε ως παράγοντα πολιτικής επιρροής (*Political influencer*) που δεν ενδιαφέρεται για τις παραδοσιακές θεσμικές σχέσεις αλλά εκφράζει τις απόψεις του χωρίς να διεκδικεί τα ιδεώδη της αντικειμενικότητας ή της ουδετερότητας, όπως θα αναμέναμε στην παραδοσιακή δημοσιογραφία.

Έτσι, παρόλο που δεν υπήρξε συνεργασία ανάμεσα στο επιτελείο του Obama και τους παραγωγούς του βίντεο, το «Yes, We Can» φαίνεται πως εμπεριέχει αρκετά χαρακτηριστικά που

⁵ Βλ. «ONEbyONE», (2006), ανακτήθηκε από <https://www.youtube.com/watch?v=ZD4jv21GjrM>

⁶ Βλ. <https://www.youtube.com/watch?v=RHWByjoQrR8>

⁷ Βλ. <https://www.youtube.com/watch?v=H9MKXR4gLjQ&list=RDjjXyqcx-mYY&index=5>

το κατατάσσουν στο είδος του πολιτικού βίντεο και του προσδίδουν την ιδιότητα της στοχευμένης πολιτικής προπαγάνδας.

Η προπαγάνδα, υπό την ευρεία έννοια, μπορεί να θεωρηθεί ως πειθώ που χρησιμοποιείται για πολιτικούς σκοπούς (Wood, 2016). Οι Jowett και O'Donnell (2012) υποστηρίζουν ότι η προπαγάνδα «είναι η σκόπιμη, συστηματική προσπάθεια να διαμορφώσουμε αντιλήψεις, να χειριστούμε γνώσεις και συμπεριφορές για να επιτύχουμε μια αντίδραση που προωθεί την επιθυμητή πρόθεση του προπαγανδιστή» (σ. 163). Η εκούσια και προμελετημένη διαμόρφωση των αντιλήψεων επιχειρείται συνήθως μέσω της μεταφορικής γλώσσας και των εικόνων και εκδηλώνεται ως έλεγχος της ροής πληροφοριών σχετικά με ένα υποκείμενο ή ένα αντικείμενο. Το Διαδίκτυο προσφέρει σημαντικά κανάλια προπαγάνδας, καθώς και εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες που συχνά ενδυναμώνονται από επιλεγμένο οπτικό και ακουστικό υλικό (σ. 367).

Το γεγονός, λοιπόν, ότι το «Yes, We Can» είναι mashup βίντεο με αποσπάσματα πολιτικής ομιλίας το καθιστά πολιτικό βίντεο. Επίσης, περιέχει το σλόγκαν του πολιτικού, το οποίο οι διάσημοι συμμετέχοντες επαναλαμβάνουν συχνά, ενώ η επιλογή των αποσπασμάτων της ομιλίας του πολιτικού φαίνεται πως έγινε με σκοπό να αναδειχθεί η ρητορική του και η σημασία της υποστήριξής του. Στη σχετική βιβλιογραφία (βλ. Jowett & O'Donnell, 2012· Wood, 2016) σημειώνεται ότι με τη χρήση της ρητορικής, τα μέλη του ακροατήριου θεωρούνται συμμετοχικοί στη λήψη αποφάσεων και ως άτομα που αξίζουν σεβασμό.

Τα ειδικά χαρακτηριστικά του «Yes, We Can» (διάσημοι συμμετέχοντες, εικόνες και φωνές που εναλλάσσονται με γρήγορο ρυθμό, το τραγούδι που συνοδεύει τον πολιτικό λόγο) επικαλούνται το συναίσθημα του ακροατή-θεατή. Εξάλλου, σύμφωνα με τους Jowett και O'Donnell (2012), η μουσική είναι αποτελεσματικό μέσο προπαγάνδας, επειδή προκαλεί συναισθήματα, προσκαλεί σε τραγούδι και περικλείει την ιδεολογία στους στίχους του τραγουδιού (σ. 304). Ακόμα, η έκκληση για δράση σχετικά με την αλλαγή και την ελπίδα που μόνο με την ψήφο στον Obama μπορούν να πραγματοποιηθούν μπορεί να θεωρηθεί στοιχείο προπαγάνδας. Τέλος, η χρήση γραπτού κειμένου (π.χ. HOPE-VOTE) υποβοηθά την πρόσληψη των μηνυμάτων της εικόνας και του ήχου από το κοινό.

Το κυριότερο, όμως, χαρακτηριστικό που ενισχύει τα στοιχεία πολιτικής προπαγάνδας είναι το ίδιο το μέσο διάδοσής του. Χρησιμοποιώντας αποκλειστικά τις διαδικτυακές πλατφόρμες, ο will.i.am δημιουργεί μία διαδικτυακή μουσική εκδοχή της πολιτικής ομιλίας του Obama. Με αυτόν τον τρόπο απευθύνεται μαζικά στους ψηφοφόρους. Σύμφωνα με τους Jowett και O'Donnell (2012), «το μέσο που επιλέγεται κάθε φορά από τον προπαγανδιστή είναι το πλέον κατάλληλο για την εκάστοτε ομάδα-στόχο της προπαγάνδας» (σ. 364). Η προώθηση του υποψήφιου Obama με το πιο σύγχρονο μέσο που κυριαρχεί στις προτιμήσεις των νέων οδηγεί σε έναν εύκολο, οικονομικό και βέβαιο τρόπο προσέγγισης δίνοντας, παράλληλα, στο κοινό την αίσθηση της συμμετοχής και της κοινότητας.

Συμπεράσματα

Η έρευνά μας επιχειρήσε την ανάλυση και την ειδολογική κατάταξη του βίντεο «Yes, We Can» του will.i.am. Το βασικό ερώτημα που τέθηκε ήταν αν το παραπάνω αποτελεί μουσικό βίντεο ή πολιτική προπαγάνδα.

Μέσα από την ανάλυση του «Yes, We Can» εντοπίστηκαν χαρακτηριστικά, τα οποία το κατατάσσουν στο είδος των μουσικών βίντεο. Η κατάταξη αυτή, όμως, δε μπορεί να γίνει με

τρόπο απόλυτο, καθώς διαπιστώθηκε πως το «Yes, We Can» δεν είναι ένα συμβατικό μουσικό βίντεο που έχει σκοπό να «πουλήσει» ένα τραγούδι και να αναδείξει τους συντελεστές του επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον του κοινού στον τραγουδιστή ή το μουσικό συγκρότημα.

Παράλληλα, υπάρχουν χαρακτηριστικά που δείχνουν ότι το «Yes, We Can» είναι πολιτικό-προπαγανδιστικό βίντεο, καθώς είναι mashup αποτελούμενο κατά το ήμισυ από πολιτική ομιλία του Obama. Επιπρόσθετα, από την πολυτροπική ανάλυση της εικόνας, αναδείχθηκαν κώδικες και συνδηλώσεις που τεκμηριώνουν ότι η επιδίωξη του δημιουργού will.i.am ήταν η προώθηση της ιδεολογίας της προεκλογικής καμπάνιας του Obama.

Η πρωτοτυπία του will.i.am έγκειται στη χρήση υλικών και μέσων τα οποία είναι ιδιαίτερα προσφιλή στους νεαρούς ψηφοφόρους. Αυτά είναι το μουσικό βίντεο και το διαδίκτυο. Χρησιμοποιώντας τα υλικά του μουσικού βίντεο και το περιβάλλον του YouTube απευθύνθηκε στο νεανικό κοινό με στόχο την αφύπνιση των νέων για ενεργή συμμετοχή στην προεκλογική εκστρατεία του Obama. Το «Yes, We Can» φαίνεται πως ενίσχυσε την προβολή του Obama ως χαρισματικού ηγέτη και ως πολιτικής διασημότητας, με απήχηση στους ψηφοφόρους του⁸, εξυπηρετώντας παράλληλα τους πολιτικούς και επικοινωνιακούς στόχους του will.i.am και των συνεργατών του.

Συνολικά, μετά από την πολυτροπική ανάλυση του «Yes, We Can», διαπιστώσαμε ότι η γλώσσα των μουσικών βίντεο μπορεί να αξιοποιηθεί για την έκφραση πολιτικού λόγου. Το συνδυαστικό μοντέλο που χρησιμοποιήθηκε αποδείχθηκε λειτουργικό, καθώς αποκάλυψε λανθάνουσες πτυχές της πολυτροπικής επικοινωνίας. Συνεπώς, προτείνεται για την ανάλυση και ερμηνεία ανάλογων οπτικοακουστικών αντικειμένων. Μελλοντικές έρευνες μπορούν να εξετάσουν την επίδραση του «Yes, We Can» στους χρήστες του Διαδικτύου (πολίτες των Η.Π.Α. και όχι μόνο) αναφορικά με τη δημιουργία ανάλογων βίντεο σε επίπεδο δομής, αισθητικής και ρητορικής.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

References

Ξενόγλωσσες

- Alzgoool, M. (2019). Nexus between green HRM and green management towards fostering green values. *Management Science Letters*, 9(12), 2073-2082.
- Cook, N. (2013). Beyond Music: Mashup, Multimedia Mentality, and Intellectual Property. In J. Richardson, C. Gorbman & C. Vernallis (Eds), *The Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics* (pp. 56-65). New York: Oxford University Press.
- Hediger, V. (2009). YouTube and the Aesthetics of Political Accountability. In P. Snickars & P. Vonderau (Eds), *The YouTube Reader* (pp. 204-217). Stockholm: National Library of Sweden.
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2012). *Propaganda and Persuasion*. Thousand Oaks, CA: Sage. (5th Edition)
- Khalid, N., Islam, D. M. Z., & Ahmed, M. R. M. (2019). Sentrepreneurial Training and Organizational Performance: Implications for Future. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(2), 590-593.

⁸ Βλ. Alexovich, A. (2008, February 4). Obama Supporters Sing, 'Yes We Can'. Retrieved from <https://thecaucus.blogs.nytimes.com/2008/02/04/obama-supporters-sing-yes-we-can/>

- MacGirt, E. (2008). The Brand Called Obama. *Fast Company*. Retrieved from <https://www.fastcompany.com/754505/brand-called-obama/>
- Redmond, S. (2010). Avatar Obama in the age of liquid celebrity. *Celebrity Studies*, 1(1), pp. 81-95. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/19392390903519081/>
- Tagg, P. (2009). The Yes We Can Chords. Retrieved from: <http://tagg.org/xpdfs/YesWeCanChords.pdf>
- Tarasti, E. (2017). The semiotics of A. J. Greimas: A European intellectual heritage seen from the inside and the outside. *Sign Systems Studies*, 45(1-2), 33-53.
- Umrani, W., Ahmed, U., & Memon, P. (2015). Examining the absorptive capacity construct: A validation study in the Pakistani banking context. *Management Science Letters*, 5(12), 1053-1058.
- Vernallis, C. (2001). Kindest Cut: Functions and Meanings of Music Video Editing. *Screen*, 42 (1), 21-48. Retrieved from <https://doi.org/10.1093/screen/42.1.21>
- Vernallis, C. (2013). *Unruly Media. YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*. New York: Oxford University Press.
- Wood, A. (2016). Propaganda and democracy, *Theoria (Spain)*, 31 (3), 381-394.
- Zantides, E. (2016). Visual metaphors in communication: Intertextual semiosis and déjà vu in print advertising. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 18(3), 65-74.
- Zin, M. L. M., & Ibrahim, H. (2020). The Influence of Entrepreneurial Supports on Business Performance among Rural Entrepreneurs. *Annals of Contemporary Developments in Management & HR (ACDMHR)*, 2(1), 31-41.

Ελληνόγλωσσες

- Κοκκίδου, Μ. (2019). Μουσικό Βίντεο: οπτικοακουστική αφήγηση, εργαλεία ανάλυσης, εκπαιδευτικές εφαρμογές. Αθήνα: *fagottobooks*.
- Χριστοδούλου, Α. (2003). *Σημειωτική Ανάλυση και Πολιτισμός στην Ξένη Γλώσσα*. Θεσσαλονίκη: *University Studio Press*.