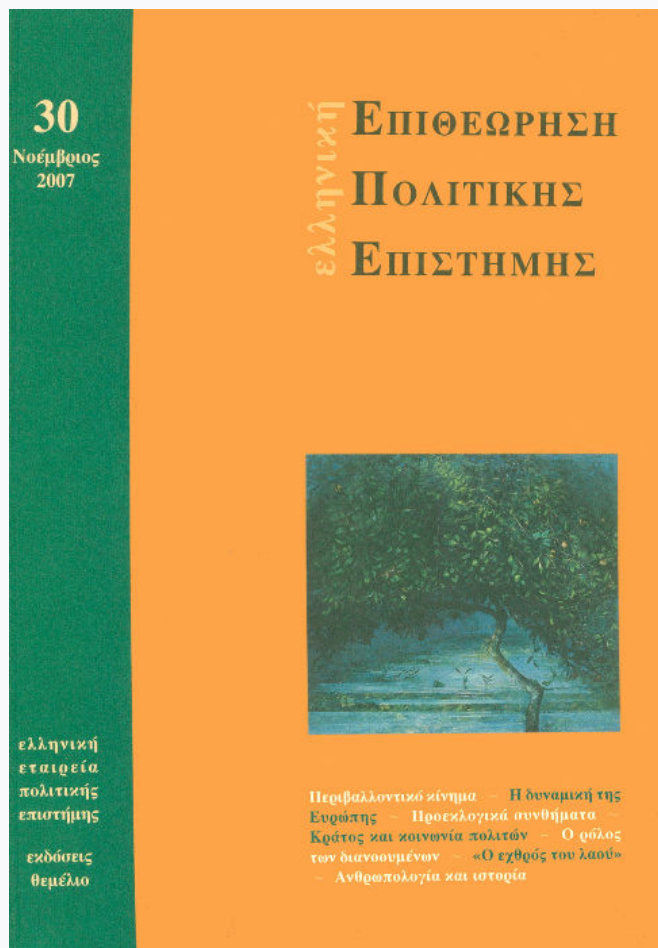


Greek Political Science Review

Vol 30 (2007)



Electoral campaign slogans during the third Greek Republic, (1974-2004)

Γιώργος Μαυρογένης

doi: [10.12681/hpsa.14428](https://doi.org/10.12681/hpsa.14428)

Copyright © 2017, Γιώργος Μαυρογένης



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

To cite this article:

Μαυρογένης Γ. (2017). Electoral campaign slogans during the third Greek Republic, (1974-2004). *Greek Political Science Review*, 30, 75–104. <https://doi.org/10.12681/hpsa.14428>

ΤΑ ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΑ ΣΥΝΘΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ Γ΄ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ (1974-2004)

Γιώργος Μαυρογένης*

Στο άρθρο αυτό εξετάζονται τα προεκλογικά συνθήματα των ελληνικών πολιτικών κομμάτων στις ένδεκα εκλογικές αναμετρήσεις της Γ΄ Ελληνικής Δημοκρατίας που έχουν γίνει μέχρι το 2004. Πέρα από το γεγονός ότι τα πολιτικά συνθήματα συνιστούν εύγλωττη αποκρυστάλλωση του πολιτικού λόγου και της θέσης των κομμάτων στη δεδομένη συγκυρία, στόχος της έρευνας είναι να διαπιστωθεί σε ποιον βαθμό τα συγκεκριμένα συνθήματα μεταφέρουν πληροφορίες για το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο παρουσιάζονται. Επιχειρείται έτσι, μέσα από τη μελέτη του λόγου μιας συγκεκριμένης κοινωνικής ομάδας –αυτής των πολιτικών–, να συγκεντρωθούν πληροφορίες για το σύνολο της κοινωνίας. Αν δεχτούμε ότι τα προεκλογικά συνθήματα επιχειρούν και, σε κάποιον βαθμό, καταφέρνουν να αποτυπώσουν τα κοινωνικά αιτήματα κάθε εποχής, μέσα από τη μελέτη τους επιδιώκεται η καταγραφή των μεταβολών που συντελέστηκαν τα 30 αυτά χρόνια στην πολιτική πρακτική και, κυρίως, στην κουλτούρα και τις δομές της ελληνικής κοινωνίας.¹

Τα συνθήματα αποτελούν παραδοσιακά μέρος του δημόσιου διαλόγου. Στην Ελλάδα, με τη μορφή επιγραφών και αποφθεγμάτων, τα συναντάμε από τα χρόνια της κλασικής αρχαιότητας να εκφράζουν τις πολιτικές και κοινωνικές ανησυχίες των πολιτών της εποχής. Το σύνθημα, σύμφωνα με τον Shankel,² είναι «ένας εύστοχος όρος, φράση ή έκφραση κατάλληλα διατυπωμένη, που προτρέπει σε δράση ή αφοσίωση ή προκαλεί τους ανθρώπους να αποφασίζουν και να αγωνίζονται για την πραγματοποίηση μιας υπόθεσης αρχών ή ε-

* Ο Γιώργος Μαυρογένης διδάσκει Επικοινωνία και ΜΜΕ στο Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σπουδών του Πανεπιστημίου Πειραιά.

1. Είναι σαφές ότι ένας από τους μεγαλύτερους περιορισμούς που έχει να αντιμετωπίσει κανείς σε μια τέτοια έρευνα είναι η δυσκολία να προσεγγίσει αποστασιοποιημένα και τελείως αμερόληπτα το θέμα, όταν έχει ζήσει και συμμετάσχει ενεργά στην πολιτική ζωή του τόπου όπου αυτή την περίοδο.

2. G. Shankel, *American Mottos and Slogans*, H.W. Wilson Co., Νέα Υόρκη 1941, σ. 7.

νός ζητήματος καίριας σημασίας». Τα συνθήματα, σύμφωνα με τον Denton,³ λειτουργούν στην κοινωνία ως «κοινωνικά σύμβολα», ως «συμβολική νομιμοποίηση για δράση», απλοποιούν σύνθετες έννοιες και ιδέες και συμβάλλουν στη δημιουργία κοινωνικής ταυτότητας. Ο Denton ισχυρίζεται ακόμη ότι, πέρα από τη μεγάλη σημασία που έχουν για την έκβαση μιας επικοινωνιακής εκστρατείας, «αποτελούν άμεση έκφραση της ιδεολογίας που συνήθως περιορίζεται στις πιο γενικές της γραμμές».⁴

Στην παρούσα έρευνα τα συνθήματα εξετάζονται καταρχάς ως αντιπροσωπευτικό μέσο έκφρασης των πολιτικών στόχων και των θέσεων των κομμάτων και, στη συνέχεια, ως ιδεολογικά φορτισμένα σχήματα που αποσκοπούν στον έλεγχο της κοινής γνώμης και στην οριοθέτηση της πραγματικότητας.⁵ Έτσι, πέρα από μέσο άσκησης ιδεολογίας, εξετάζονται και ως προϊόντα και μέρος της κουλτούρας και της ιδεολογίας. Αν δεχθούμε την άποψη του Philo που υποστηρίζει ότι οι συμπυκνωμένες αυτές φράσεις, όπως και οι εικόνες [images], σχηματίζουν «ένα είδος πλαισίου μέσα από το οποίο τα άτομα ερμηνεύουν τις προσωπικές τους εμπειρίες και επιθυμίες [...] και, ακόμη, επηρεάζουν τον τρόπο που τα άτομα ερμηνεύουν τις νέες πληροφορίες»,⁶ η σημασία του συνθηματικού λόγου ενισχύεται.

Τα πολιτικά συνθήματα μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στην προεκλογική επικοινωνία όταν συλλαμβάνουν το πνεύμα της εποχής, εκφράζουν υποσχέσεις και αποτυπώνουν με επιτυχία συλλογικές επιθυμίες μιας κοινωνίας ή σημαντικής μερίδας της. Στην παραγωγή τους, χρησιμοποιούνται συμβολικά σχήματα και επιδιώκεται η συναισθηματική εμπλοκή του εκλογικού σώματος. Τα πολιτικά συνθήματα, πέρα από το να ενημερώνουν τους ψηφοφόρους γύρω από τους υποψηφίους και τα κόμματα, δημιουργούν δεσμούς ανάμεσα σε αυτά και σε συγκεκριμένες ιδεολογίες, αξίες, πεποιθήσεις, μύθους και στερεότυπα.⁷ Επιστρατεύονται, δηλαδή, κοινά αποδε-

3. R.E. Denton, «The Rhetorical Functions of Slogans: Classifications and Characteristics», *Communication Quarterly*, τχ. 28, 1980, σ. 12.

4. Στο ίδιο, σ. 16.

5. M. McGee, «The "Ideograph": A Link Between Rhetoric and Ideology», *Quarterly Journal of Speech*, τχ. 66, 1980, σ. 1-16.

6. G. Philo, «Political Advertising, Popular Belief and the 1992 British General Election», *Media, Culture and Society*, τόμ. 15, τχ. 3, 1993, σ. 407.

7. D. Nimmo - K. Sanders (επιμ.), *Handbook of Political Communication*, Sage, Λονδίνο 1981· J.M. Wei, «An analysis of the metaphorical usage of campaign slogans in the 1996 presidential campaign in Taiwan», *Journal of Asian Pacific Communication*, τόμ. 10, τχ. 1, 2000, σ. 93-114.

κτές συμβολικές κατασκευές που αποτελούν μέρος της κοινωνικής κουλτούρας όντας, όμως, παράλληλα και αντικείμενα προσωπικής ερμηνείας. Δημιουργούνται έτσι δεσμοί ανάμεσα στο άτομο και το κοινωνικό και πολιτικό του περιβάλλον, μηχανισμοί ταύτισης και συμμετοχής στο συλλογικό όλο.⁸

Η άποψη του Lasswell⁹ είναι ότι τα πολιτικά κόμματα που έχουν τις περισσότερες πιθανότητες να επικρατήσουν είναι εκείνα που κατορθώνουν να σχηματίσουν ένα σύστημα συμβόλων που εκφράζει καλύτερα και ελέγχει αποτελεσματικότερα τα συλλογικά αιτήματα. Είναι, λοιπόν, δυνατόν να υποθέσουμε ότι τα πολιτικά κόμματα, ως μηχανισμοί διεκδίκησης της εξουσίας, επιδιώκουν μέσα από τα συνθήματά τους αυτόν ακριβώς τον στόχο. Αναλύοντας, επομένως, τα συνθήματα των πολιτικών κομμάτων είναι εφικτό να έρθουν στην επιφάνεια και να καταγραφούν αποτελεσματικά τα συλλογικά αιτήματα της εκάστοτε κοινωνίας. Άλλωστε, όπως ισχυρίζεται ο Denton,¹⁰ «αναλύοντας τα σημαντικά συνθήματα διάφορων ομάδων, ο μελετητής αποκτά την ευχέρεια να αναγνωρίζει τα υποδηλούμενα αιτήματα αλλά ακόμη και τις αξίες μιας δεδομένης συλλογικότητας». Αν οι προεκλογικές διαφημίσεις και ιδιαίτερα το λεκτικό τους μέρος είναι, όπως υποστηρίζει η Bertelsen, «συναρπαστικές ενδείξεις»¹¹ της κουλτούρας που τις παράγαγε, τότε τα συνθήματα είναι ίσως λιγότερο συναρπαστικά αλλά πολύ περισσότερο ενδεικτικά αυτής της κουλτούρας και του περιβάλλοντος που τα ανέδειξε.

Στα τριάντα χρόνια που μεσολάβησαν από την αποκατάσταση της δημοκρατίας στην Ελλάδα, το 1974, έως τις εκλογές του 2004 πραγματοποιήθηκαν ένδεκα κοινοβουλευτικές εκλογικές αναμετρήσεις. Η πολιτική επικοινωνία των κομμάτων γνώρισε μεγάλες μεταβολές σε αυτό το διάστημα. Τα πρώτα χρόνια χαρακτηρίζονται από την κυριαρχία μιας πιο προσωπικής επικοινωνίας των πολιτικών προσώπων με τους ψηφοφόρους, είτε ως αποκύημα της πελατειακής σχέσης που παραδοσιακά διατηρούσαν είτε διότι οι δημόσιες συγκεντρώσεις και οι προσωπικές επαφές αποτελούσαν την κορυφαία επικοινωνιακή πράξη της εποχής.¹²

8. D.E. Alger, *The Media and Politics*, Prentice-Hall, Νέα Υόρκη 1989.

9. H.D. Lasswell, *Propaganda Techniques in the World War*, Kegan, Λονδίνο 1927.

10. R.E. Denton, «The Rhetorical Functions of Slogans: Classifications and Characteristics», *ό.π.*, σ. 13.

11. E. Bertelsen, «Selling change: advertisements for the 1994 South African Election», *African Affairs*, τόμ. 95, τχ. 379, 1996, σ. 227.

12. N. Μουζέλης, «Παράδοση και αλλαγή στην ελληνική πολιτική: Από τον Ελευθέριο

Η τηλεόραση άλλωστε, όπως και το ραδιόφωνο, υπήρξαν κρατικό μονοπώλιο μέχρι το 1989 και, στην ουσία, επικοινωνιακό εργαλείο της κυβέρνησης. Η πρακτική αυτή δεν συνιστά καινοτομία στις χώρες της νότιας Ευρώπης: ο Amodia¹³ περιγράφει αντιστοιχίες στη χρήση της ισπανικής κρατικής τηλεόρασης σε προεκλογικές κυρίως περιόδους. Ο Τύπος ο οποίος, στο διάστημα αυτό, είναι το μόνο διαθέσιμο μέσο μαζικής επικοινωνίας των πολιτικών κομμάτων με τους ψηφοφόρους, αρκείται σε μεγάλο βαθμό στο να αναπαράγει αυτούσια τον πολιτικό λόγο και τις ιδεολογικές αναπαραστάσεις των κομμάτων, ιδιαίτερα κατά τις προεκλογικές περιόδους, υιοθετώντας τον διαχωριστικό άξονα «Δεξιά-Αντιδεξιά».¹⁴

Η προτηλεοπτική φάση της ελληνικής πολιτικής επικοινωνίας θα τερματιστεί με την απελευθέρωση της ραδιοτηλεοπτικής αγοράς και την εμφάνιση δεκάδων καναλιών εθνικής και τοπικής εμβέλειας από τις αρχές της δεκαετίας του 1990.¹⁵ Το επίκεντρο του πολιτικού διάλογου μεταφέρεται από τον Τύπο στην τηλεόραση η οποία, όμως, προβάλλει την πολιτική περισσότερο με όρους θεάματος και ψυχαγωγίας.¹⁶ Η επικράτηση της τηλεόρασης ως κυρίαρχου μέσου πολιτικής επικοινωνίας και η ακόλουθη υιοθέτηση των σύγχρονων τεχνικών του πολιτικού μάρκετινγκ, επέφεραν μια σειρά από σημαντικές μεταβολές. Η μετάβαση από τον παραδοσιακό τρόπο πολιτικής επικοινωνίας στον σύγχρονο προκάλεσε δομικές αλλαγές σε όλα τα επίπεδα της πολιτικής διαδικασίας και επηρέασε καθοριστικά και τον πολιτικό λόγο των κομμάτων.¹⁷ Οι εξελίξεις αυτές, που παρατηρούνται στην πλειοψηφία των

Βενιζέλο στον Ανδρέα Παπανδρέου», στο *Η Ελλάδα σε Εξέλιξη*, επιλογή και μτφρ. κειμένων από το *Les Temps Modernes*, τχ. 473, Εξάντας, Αθήνα 1986, σ. 152-153.

13. J. Amodia, «Personalities and Slogans: The Spanish Election of October 1989», *West European Politics*, τόμ. 13, τχ. 2, 1990, σ. 293-298 και ειδικότερα σ. 295.

14. Μ. Κομνηνού, «Κρίση του Τύπου-Κρίση Εξουσίας: Οι Εκλογές της 5ης Νοεμβρίου 1989», στο Χ. Λυριντζής - Η. Νικολακόπουλος (επιμ.), *Εκλογές και Κόμματα στη Δεκαετία του '80: Εξελίξεις και Προοπτικές του Πολιτικού Συστήματος*, Θεμέλιο, Αθήνα 1990, σ. 297. Μ. Κομνηνού, «Ο Ρόλος των ΜΜΕ στην Γ' Ελληνική Δημοκρατία», στο Χ. Λυριντζής - Η. Νικολακόπουλος - Δ. Σωτηρόπουλος (επιμ.), *Κοινωνία και Πολιτική: Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994*, Θεμέλιο, Αθήνα 1996, σ. 232-235.

15. Σ. Παπαθανασόπουλος, *Η Δύναμη της Τηλεόρασης*, Καστανιώτης, Αθήνα 1997, σ. 195.

16. Μ. Κομνηνού - Μ. Αχείμαστος - Γ. Γρηγοράτος - Γ. Μαυρογένης - Ι. Παπαθανασίου, *Καθολισμός Ημερήσιας Διάταξης στα ΜΜΕ*, αδημοσίευτη έρευνα, Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, Πανεπιστήμιο Αθηνών, 1995. Γ. Μαυρογένης, *Η Ειδопροσομογραφία στα Ελληνικά ΜΜΕ*, αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2000.

17. Σ. Παπαθανασόπουλος, *Η Δύναμη της Τηλεόρασης*, ό.π., σ. 173.

ευρωπαϊκών χωρών, οδήγησαν τελικά σε μια «αμερικανοποίηση» της πολιτικής διαδικασίας.¹⁸ Στη νέα αυτή κατάσταση, η εικόνα επικρατεί του επιχειρήματος, η πολιτική δράση τείνει να προσωποποιείται ενώ, ταυτόχρονα, υποχωρούν τα πολιτικά κόμματα και αυξάνεται ο πολιτικός κυνισμός.¹⁹

Στη διάρκεια της περιόδου που η προεκλογική επικοινωνία γίνεται από τον «εξώστη», το πολιτικό σύνθημα αποτελούσε κυρίαρχο μέσο μεταβίβασης θέσεων, απόψεων και προτάσεων του κόμματος από τον ηγέτη προς το εκλογικό σώμα και συχνά μέσω διαλόγου των δύο πλευρών. Η σημασία του πολιτικού συνθήματος όχι μόνο δεν μειώθηκε αλλά, αντίθετα, ενισχύθηκε στη σύγχρονη εποχή της αφαιρετικής και επιφανειακής εκστρατείας μέσω της τηλεόρασης, η οποία αναζητά συστηματικά και αναπαράγει τον στερεότυπο συνθηματικό λόγο των κομμάτων. Τα πολιτικά συνθήματα είναι σύντομα και απομνημονεύονται εύκολα και έτσι είναι πιο πιθανό να βρεθούν στο επίκεντρο της προεκλογικής διαδικασίας, ειδικά όταν οι ψηφοφόροι απομακρύνονται από την πολιτική και παράλληλα αναζητούν στην επιφάνεια των πραγμάτων γρήγορους τρόπους προσέγγισης και επεξεργασίας του περιβάλλοντός τους.²⁰ Είναι άλλωστε γεγονός ότι, παρά τις δυνατότητες για μεγαλύτερη πληροφόρηση των πολιτών μετά την είσοδο των τηλεοπτικών καναλιών στην πολιτική επικοινωνία, το ενδιαφέρον της τηλεόρασης και του εκλογικού σώματος εστιάζεται κυρίως στις εικόνες, τα πρόσωπα και τα απλοποιημένα συνθήματα των κομμάτων.²¹ Παρά τις όποιες αλλαγές στον τρόπο άσκησης της πολιτικής επικοινωνίας, τα προεκλογικά συνθήματα διατήρησαν τον κεντρικό τους ρόλο στις προεκλογικές εκστρατείες των κομμάτων και παράλληλα εξακολούθησαν να αποτελούν τη συμπυκνωμένη έκφραση της εικόνας τους και του πολιτικού τους προγράμματος.²²

Τα εκάστοτε πολιτικά συνθήματα προέκυπταν παραδοσιακά μέσα από τον κοινωνικό διάλογο, είτε από τον καθημερινό πολιτικό λόγο είτε ως μια ευ-

18. R. Negrine, *The Communication of Politics*, Sage, Λονδίνο 1996, σ. 149.

19. G.E. Lang - K. Lang, *Politics and Television Reviewed*, Sage, Beverly Hills 1984· L. Kaid - C. Holz-Bacha, (επιμ.), *Political Advertising in Western Democracies*, Sage, Λονδίνο 1995.

20. J.M. Wei, «An analysis of the metaphorical usage of campaign slogans in the 1996 presidential campaign in Taiwan», *ό.π.*, σ. 97.

21. A.J. Vidich, «American Democracy in the Late Twentieth Century: Political Rhetoric and the Mass Media», *International Journal of Politics, Culture and Society*, τόμ. 4, τχ. 1, 1990, σ. 26· J. Amodia, «Personalities and Slogans: The Spanish Election of October 1989», *ό.π.*, σ. 294.

22. E. Bertelsen, «Selling change: advertisements for the 1994 South African Election», *ό.π.*

φύσης σύλληψη της στιγμής. Αντίθετα, στη σύγχρονη πολιτική επικοινωνία, τα κόμματα και οι υποψήφιοι επιδίδονται σε μεθοδική και οργανωμένη προσπάθεια να ανασούρουν εκείνα τα θέματα που βρίσκονται ψηλά στις προτεραιότητες του εκλογικού σώματος και, στη συνέχεια, να τα αναδείξουν σε βασική προτεραιότητά τους. Ο τελικός στόχος είναι αυτά τα ζητήματα να αναχθούν σε σημαντική παράμετρο της εκλογικής διαμάχης και να διατηρηθούν στις πρώτες θέσεις της ημερήσιας διάταξης για όλο το απαιτούμενο διάστημα.²³ Η πολιτική επικοινωνία δεν πραγματοποιείται πλέον όπως στο παρελθόν, όπου τα μηνύματα απευθύνονταν αδιάκριτα στο μαζικό κοινό και η μορφοποίησή τους είχε μια ενστικτώδη αφετηρία. Σήμερα επιστρατεύεται το πολιτικό μάρκετινγκ και η έρευνα κοινής γνώμης, καθώς επιδιώκεται η στόχευση συγκεκριμένου κοινού και ο έλεγχος της αποτελεσματικότητας των μηνυμάτων.²⁴ Η σύγχρονη αυτή προεκλογική επικοινωνία θεωρείται ότι έχει παίξει καθοριστικό ρόλο, μαζί με μια σειρά από άλλους παράγοντες, στην πρόκληση δομικών αλλαγών στο σύνολο του πολιτικού φαινομένου, με κύριο σύμπτωμα αυτής της νέας εποχής την τάση απομάκρυνσης των ευρύτερων μαζών από την εκλογική διαδικασία.²⁵

Πέρα από τις όποιες μεταβολές παρατηρούνται στον χρόνο, η παρουσία των πολιτικών συνθημάτων διατηρεί την αρχική της σημασία. Τα πολιτικά συνθήματα και, γενικότερα, ο πολιτικός λόγος, ανεξάρτητα από την ιδεολογία και τις κοινωνικές αξίες που εκπροσωπούν σε κάθε περίπτωση, διαδραματίζουν τελικά παρόμοιο ρόλο και λειτουργίες και παράγουν αντίστοιχα αποτελέσματα.²⁶

Στην παρούσα εργασία επιχειρείται να εντοπιστεί και να αναδειχθεί το σύνολο της πληροφορίας που εμπεριέχεται στα προεκλογικά συνθήματα των ελληνικών πολιτικών κομμάτων. Ειδικότερα, αναζητείται απάντηση στο ερώτημα κατά πόσον τα προεκλογικά συνθήματα μεταφέρουν πληροφορία για την κοινωνία, έξω από τα όρια του πολιτικού φαινομένου, και ποια είναι αυτή. Ελέγχεται ο βαθμός κατά τον οποίο η μελέτη των πολιτικών συνθημάτων

23. J. Van Den Bulk, «Estimating the Success of Political Communication Strategies: The Case of Political Poster impact in a Belgian Election», *European Journal of Communication*, τόμ. 8, 1993, σ. 485.

24. R. Negrine, *The Communication of Politics*, ό.π.: P. Maarek, *Political Marketing and Communication*, John Libbey, Λονδίνο 1995.

25. R. Negrine, *The Communication of Politics*, ό.π., σ. 166: P. Maarek, *Political Marketing and Communication*, ό.π., σ. 225-226.

26. X. Lu, «An Ideological/cultural analysis of political slogans in Communist China», *Discourse and Society*, τόμ. 10, τχ. 4, 1999, σ. 487-508.

δύναται να συμβάλει στην αποτύπωση και κατανόηση των μεταβολών που πραγματοποιούνται πέρα από το επίπεδο της πολιτικής, στην ιδεολογία, στην κουλτούρα και στις ευρύτερες δομές της κοινωνίας. Σε πρώτο επίπεδο, επιχειρείται η αποτύπωση του πολιτικού αιτήματος που εκφράζουν, ενώ στη συνέχεια, επιδιώκεται η αναψηλάφηση του πνεύματος της εποχής στην οποία εμφανίζονται, μέσα από την αποκωδικοποίησή τους και τη σύνδεση των μηνυμάτων που εμπεριέχουν με τις ανάγκες, τις επιθυμίες, τις αξίες, τις προσδοκίες και τους φόβους του κοινού στο οποίο απευθύνονται καθώς και με τα στερεότυπα της κοινωνίας. Τέλος, επιχειρείται να διαφωτιστεί το ιδεολογικό, πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο παρουσιάζονται τα συνθήματα αυτά.

Τα συνθήματα που αναλύονται αποτελούν την πλειοψηφία των επίσημων και βασικών προεκλογικών συνθημάτων των πολιτικών κομμάτων. Τα περισσότερα από αυτά συνόδευαν τον κύριο όγκο του προεκλογικού υλικού των κομμάτων και αποτελούσαν –για τη συγκεκριμένη περίοδο– την «υπογραφή» του κόμματος σε συνδυασμό με το λογότυπό του. Τα συνθήματα συγκεντρώθηκαν από αφίσες, φυλλάδια και πανό, ενώ ορισμένα αντλήθηκαν από τις κεντρικές προεκλογικές ομιλίες των ηγετών, από αρχειακό υλικό της ΕΡΤ. Τέλος, πολλά ανασύρθηκαν από τον Τύπο της εποχής. Σε κάποιες περιπτώσεις, για νεότερες προεκλογικές περιόδους, το υλικό παραχωρήθηκε από τα ίδια τα κόμματα. Το μεγαλύτερο βάρος της έρευνας δίνεται στα κύρια προεκλογικά συνθήματα της Νέας Δημοκρατίας και του ΠΑΣΟΚ. Παρόλα αυτά, δεν λείπουν οι αναφορές και στα συνθήματα των κομμάτων της Αριστεράς, σε μια προσπάθεια να παραχθεί μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για κάθε περίοδο που εξετάζεται.

Στα τριάντα χρόνια της νεότερης ελληνικής δημοκρατίας, πραγματοποιήθηκαν μεγάλες μεταβολές σε όλα τα επίπεδα της κοινωνικής οργάνωσης. Η Ελλάδα, προερχόμενη από τη δικτατορία των συνταγματαρχών εντάχθηκε μέσα σε λίγα χρόνια ισότιμα στην κοινωνία της Ευρώπης και από την οικονομική αδυναμία οδηγήθηκε, αν λάβουμε υπόψη μας τις μεταβολές σε όλα τα βασικά μεγέθη της οικονομίας και παρά τους περιστασιακούς κλυδωνισμούς, σε μια λίγο-πολύ ισχυρή εθνική οικονομία.

Μέσα από την ανάλυση των πολιτικών συνθημάτων θα παρακολουθήσουμε τις διαφορές φάσεις της μετεξέλιξης της ελληνικής κοινωνίας.

ΦΛΣΗ ΠΡΩΤΗ: 1974-1977. ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΚΤΑΤΟΡΙΑ ΣΤΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ:
ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΣΙΓΟΥΡΙΑ

Η μετάβαση από τη δικτατορία στη δημοκρατία δεν πραγματοποιήθηκε μέσα από ανατροπές και ρήξεις, αλλά με τρόπο ειρηνικό. Ουσιαστικά στηρίχτηκε στην εγγύηση του συντηρητικού Κ. Καραμανλή και στην αποδοχή των ανθρώπων του προηγούμενου καθεστώτος που βρισκόταν σε δεινή θέση,²⁷ σε βαθμό μάλιστα που πολλοί μιλούν για συμβιβασμό των δύο πλευρών.²⁸ Οι εξελίξεις στην Κύπρο ήταν πρόσφατες και το μέλλον της χώρας επισφαλές. Οι εκλογές του 1974, οι πρώτες ελεύθερες εκλογές της νεοσύστατης τότε δημοκρατίας, έγιναν μέσα σε κλίμα διάχυτης ανασφάλειας για το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού.

Ο Κωνσταντίνος Καραμανλής με τη Νέα Δημοκρατία συγκέντρωσε το 54,4% των ψήφων, το μεγαλύτερο ποσοστό που έχει κατακτήσει μεταπολεμικά πολιτικό κόμμα. Τα συνθήματα της Νέας Δημοκρατίας στόχευαν ακριβώς σε αυτή την ανασφάλεια του εκλογικού σώματος και στην εγγύηση που αποτελούσε ο ηγέτης της. Κυρίαρχο στην πρώτη εκλογική αναμέτρηση είναι το σύνθημα «*Καραμανλής ο Εθνάρχης μας*», ανεπίσημα όμως προβάλλεται στις συγκεντρώσεις και διαδίδεται από στόμα σε στόμα το «*Καραμανλής ή Τανκς*»²⁹ που καταφέρνει να μεταδώσει στο εκλογικό σώμα το δίλημμα που προωθεί η Νέα Δημοκρατία.³⁰ Το εντυπωσιακό αποτέλεσμα της Ν.Δ. αποδίδεται στην έντονη ανασφάλεια του εκλογικού σώματος³¹ και αποτελεί αντικείμενο καυστικού σχολιασμού στην πρώτη επέτειο της εξέγερσης του Πολυτεχνείου από μερίδα των διαδηλωτών, με το σύνθημα «*Λαέ ντροπή σου για την εκλογή σου*»,³² ενώ στο ίδιο πνεύμα κινείται και το ερώτημα «*Γιατί*» που αναγράφεται σε πανό.³³

27. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: Αναζητώντας μια δύσκολη νομιμοποίηση», στο *Η Ελλάδα σε Εξέλιξη*, επιλογή και μτφρ. κειμένων από το *Les Temps Modernes*, τχ. 473, Εξάντας, Αθήνα 1986, σ. 29.

28. Π. Μπακογιάννης, *Ανατομία της ελληνικής πολιτικής*, Παπαζήσης, Αθήνα 1977, σ. 228-238.

29. Η πατρότητα της συγκεκριμένης φράσης αποδίδεται από πολλούς στον Μ. Θεοδωράκη: βλ. Κ. Μπαρουτάς, *Η Κραυγή των Ελλήνων*, Σαββάλας, Αθήνα 1992, σ. 229.

30. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: Αναζητώντας μια δύσκολη νομιμοποίηση», *ό.π.*, σ. 36.

31. Στο ίδιο.

32. Ο. Τσουνάκος, *Μαύρο στον Μαυρογαλιούρο: μνήμες και αναλώσιμα από όλες τις μεταπολεμικές εκλογές, (1946-2004)*, Ηλιοτρόπιο, Αθήνα 2004, σ. 85.

33. Κ. Μπαρουτάς, *Η Κραυγή των Ελλήνων*, *ό.π.*, σ. 301.

Στην εκλογική αναμέτρηση που ακολουθεί το 1977, η εκλογική δύναμη της Νέας Δημοκρατίας υποχωρεί στο 41,8%, καθώς μεγάλη μερίδα των μεσαίων τάξεων απομακρύνεται απογοητευμένη.³⁴ Στον προεκλογικό της συνθηματικό λόγο η Ν.Δ. επιχειρεί να εκμεταλλευτεί την αδράνεια της προηγούμενης δυναμικής, εξακολουθώντας να απευθύνεται στην υπαρκτή –ακόμην– ανασφάλεια και να προβάλλει, μέσα από τα συνθήματά της, λίγο-πολύ τα ίδια επιχειρήματα: «Καραμανλής: Παρέλαβε Χάος-Έφταξε Κράτος», «Καραμανλής-Η Μεγάλη Εγγύηση», «Νέα Δημοκρατία: Ειρήνη, Τάξη, Ευημερία».

Το ΠΑΣΟΚ πραγματοποιεί, στις πρώτες εκλογές του 1974, την παρθενική του εμφάνιση ως σοσιαλιστικό, στην ουσία όμως, ως κεντροαριστερό κόμμα. Από την ίδρυσή του επιδιώκει να ταυτιστεί με τις έννοιες της εθνικής ανεξαρτησίας και της λαϊκής κυριαρχίας. Με τα συνθήματά του εναντίον του ΝΑΤΟ και της ΕΟΚ: «Έξω για πάντα από το ΝΑΤΟ», «ΕΟΚ και ΝΑΤΟ το ίδιο συνδικάτο», και με την προβολή του οράματος μιας σοσιαλιστικής κοινωνίας με δημοκρατικούς θεσμούς καταφέρνει να προσελκύσει μεγάλο μέρος της Κεντροαριστεράς και να συγκεντρώσει το 13,58%. Το 1977, πετυχαίνει να εξοβελίσει την Ένωση Κέντρου, να διπλασιάσει τις δυνάμεις του –λαμβάνοντας το 25,3% των ψήφων– και να κάνει σαφές ότι θα αποτελέσει στο μέλλον το αντίπαλο δέος της Νέας Δημοκρατίας. Παρατηρούμε ότι, από την εμφάνισή του, το ΠΑΣΟΚ υιοθετεί μέσα από τα συνθήματά του την τακτική της άρνησης, της απόρριψης μιας δεδομένης πολιτικής κατάστασης και επιλέγει ουσιαστικά να ετεροπροσδιοριστεί σε σχέση με τη «Δεξιά» και το πολιτικό της παρελθόν και παρόν για να μπορέσει να καταστεί πολυσυλλεκτικό κόμμα εξουσίας. Το ΠΑΣΟΚ του Ανδρέα Παπανδρέου επιτυγχάνει, σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα, να εισαγάγει εκ νέου ως κυρίαρχο πολιτικό δίλημμα του τόπου την αντιπαράθεση μεταξύ «Δεξιάς» και «Αντιδεξιάς», τοποθετώντας εαυτόν στη δεύτερη, και να προσελκύσει ένα ετερόκλητο πλήθος ψηφοφόρων, με κύριο χαρακτηριστικό της ταυτότητάς τους τον «αντι-δεξιό» προσανατολισμό.³⁵ Απευθύνεται στα στρώματα της ελληνικής κοινωνίας που απείχαν από τις διάφορες μορφές εξουσίας για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα. Σύμφωνα με τον Μάνεση, πρόκειται κυρίως για τη μικροαστική τάξη των πόλεων, που ενισχύεται σε μέγεθος και δύναμη, αλλά και για ένα μέρος της εργατικής τάξης και του αγροτικού κόσμου, που απέβλεπαν στην ανατροπή της κυριαρχίας της Δεξιάς και των μηχανισμών της και επιζητούσαν

34. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: Αναζητώντας μια δύσκολη νομιμοποίηση», *ό.π.*

35. Μ. Κομνηνού, «Ο Ρόλος των ΜΜΕ στην Γ' Ελληνική Δημοκρατία», *ό.π.*, σ. 233.

μία «αλλαγή» που θα οδηγούσε τελικά στη βελτίωση των συνθηκών ζωής τους.³⁶

Ο Ανδρέας Παπανδρέου, από το 1966, κατά τον «Δεύτερο Ανένδοτο», είχε καθιερώσει το σύνθημα «*Η Ελλάδα ανήκει στους Έλληνες*», και σε όλη τη διάρκεια της δικτατορίας το χρησιμοποίησε ως κεντρικό σύνθημα του ΠΑΚ. Τόνισε μάλιστα σε ερμηνευτικό του σχολιασμό σε δημόσια ομιλία στο Άαχεν, τον Ιούλιο του 1972, ότι «ο αγώνας είναι εθνοαπελευθερωτικός» και ότι το σύνθημα αυτό συμβολίζει την απάντηση στο πρόβλημα των Ελλήνων και της Ελλάδας, καθώς αναφέρεται μεταξύ άλλων στον αγώνα ενάντια σε κάθε μορφή καταπίεσης. Παρά το γεγονός ότι η συμπερίληψη του ονόματος της χώρας στα προεκλογικά συνθήματα συνθιζείται από τα κόμματα της παραδοσιακής Δεξιάς, στην Ελλάδα –όπως και σε άλλες χώρες του ευρωπαϊκού Νότου, π.χ., στην Ισπανία³⁷– η χρήση των λέξεων «Ελλάδα» και «ελληνικότητα» από το ΠΑΣΟΚ στα πρώτα χρόνια της Μεταπολίτευσης έχει έναν σοσιαλιστικών αποχρώσεων εθνικιστικό χαρακτήρα. Δεν πρέπει βεβαίως να παραβλέπεται ότι οι περιορισμένοι βαθμού εθνικιστικές αναφορές επιβάλλονταν σε κάποιον βαθμό ώστε η εικόνα του «αριστερού» Πανελληνίου Σοσιαλιστικού Κινήματος να μην αποκτήσει στο ιστορικό πλαίσιο της εποχής απειλητικό χαρακτήρα για τον πολίτη. Το ΠΑΣΟΚ αποστασιοποιείται με αυτόν τον τρόπο από το ΚΚΕ και την παραδοσιακή Αριστερά καθώς και από την προπαγανδιστική ιδεολογική κατασκευή που το κατηγορεί για εξάρτηση από το Σύμφωνο της Βαρσοβίας.

Άλλωστε η απόλυτη διάκριση μεταξύ «εθνοφρόνων» και «μη εθνοφρόνων» αποτέλεσε, επί σειρά δεκαετιών, ένα ιδεολογικό εργαλείο των δεξιών κυβερνήσεων που επικράτησαν μεταπολεμικά στη χώρα, με αποκορύφωμα το «*Ελλάς Ελλήνων Χριστιανών*», κεντρικό σύνθημα της στρατιωτικής δικτατορίας. Ακόμη επιτακτικότερη ανάγκη τέτοιων αναφορών δημιουργεί το γεγονός της προώθησης του στερεότυπου του «ξένου», του «Αμερικάνου», στην επιχειρηματολογία εναντίον του Α. Παπανδρέου, με συνθήματα που ακούστηκαν στις συγκεντρώσεις της Νέας Δημοκρατίας, όπως: «*Έλληνα πρωθυπουργό όχι Αμερικανό*».³⁸

36. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: Αναζητώντας μια δύσκολη νομιμοποίηση», *ό.π.*, σ. 38.

37. J. Amodia, «Personalities and Slogans: The Spanish Election of October 1989», *ό.π.*, σ. 294.

38. Κ. Μπαρουτάς, *Η Κραυγή των Ελλήνων*, *ό.π.*, σ. 300.

ΦΑΣΗ ΔΕΥΤΕΡΗ: 1981-1989. «ΑΛΛΑΓΗ»: ΕΠΑΝΑΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΥ

Το ΠΑΣΟΚ οδηγήθηκε στις εκλογές του 1981, τις οποίες και κέρδισε με ποσοστό 48,06%, με κεντρικό άξονα της επικοινωνίας του το σύνθημα «Αλλαγή». Με αυτό, το ΠΑΣΟΚ επιδιώκει και, όπως θα φανεί στην πορεία, κατορθώνει να αποδώσει το πνεύμα της εποχής και να εκφράσει τις βαθύτερες επιθυμίες και προσδοκίες μεγάλου μέρους του ελληνικού λαού. Το σύνθημα της «Αλλαγής» εισάγεται ήδη από την προδικτατορική περίοδο. Στις 9 Φεβρουαρίου 1967, ο Α. Παπανδρέου σε ομιλία του προς τους «Δημοκρατικούς Συνδέσμους» στο Hilton της Αθήνας, κηρύσσει τη «Μεγάλη Αλλαγή» ενώ το 1973, σε λόγο του στο Τορόντο, προετοιμάζει το έδαφος για το σύμβολο του ΠΑΣΟΚ, τον πράσινο ανατέλλοντα ήλιο: «Να ανατείλει ο ήλιος της νέας Ελλάδας» –άλλωστε τι θα ήταν πιο ταυτόσημο με την έννοια της Αλλαγής και του καινούργιου;

Η πολιτική πραγματεύεται το μέλλον.³⁹ Ως εκ τούτου, η «Αλλαγή» αποτελεί έννοια ταυτισμένη με την πολιτική δράση, εντασσόμενη συχνά στην προεκλογική συνθηματολογία διάφορων χωρών.⁴⁰ Σύμφωνα με τον Μάνεση, η προβολή της «Αλλαγής» που ως σύνθημα δεν υποδηλώνει συγκεκριμένη κοινωνικοπολιτική ιδεολογία, κατάφερε να αναγάγει το ΠΑΣΟΚ σε μαζικό κόμμα συγκεντρώνοντας μια «ανομοιογενή και ιδεολογικά ετερόκλητη ταξική βάση»⁴¹ η οποία συγκροτήθηκε κυρίως από τη μικροαστική τάξη των πόλεων, μερίδα του αγροτικού κόσμου και της εργατικής τάξης. Το ΠΑΣΟΚ αναζητώντας τα σχήματα εκείνα που θα το καθιστούσαν πολυσυλλεκτικό κόμμα εξουσίας, οδηγείται στην προβολή του διαχωρισμού Δεξιάς-Αντιδεξιάς και στην υποσχόμενη «Αλλαγή».⁴²

39. P. Dunmire, «Preempting the future: rhetoric and ideology of the future in political discourse», *Discourse and Society*, τόμ. 16, τχ. 4, 2005, σ. 481-513.

40. Ch. Lyrintzis, «PASOK in Power: the loss of the third road to socialism», στο T. Gallagher - A. Williams (επιμ.), *Southern European Socialism, Parties and Challenge of Government*, Manchester University Press, Manchester 1989, σ. 34-56· E. Bertelsen, «Selling change: advertisements for the 1994 South African Election», *ό.π.*, σ. 224-252.

41. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: αναζητώντας μια δύσκολη νομοποίηση», *ό.π.*, σ. 38-39.

42. Κ. Βεργόπουλος, «Οικονομική Κρίση και Εκουγχρονισμός στην Ελλάδα και στον Ευρωπαϊκό Νότο», στο *Η Ελλάδα σε Εξέλιξη*, επιλογή και μετάφραση κειμένων από το *Les Temps Modernes*, τχ. 473, Εξάντας, Αθήνα 1986· Μ. Κομνηνού, «Ο Ρόλος των ΜΜΕ στην Γ' Ελληνική Δημοκρατία», *ό.π.*, σ. 233.

Με την προβολή της έννοιας αυτής, ο Ανδρέας Παπανδρέου και το ΠΑΣΟΚ κατάφεραν να εκφράσουν το αίτημα εκείνου του τμήματος του ελληνικού λαού που απέβλεπε στην απομάκρυνση της Δεξιάς, η οποία είχε κυβερνήσει τον τόπο για 40 χρόνια, και των κατάλοιπων των κατασταλτικών και ιδεολογικών μηχανισμών του Εμφυλίου και, παράλληλα, στη ριζική αλλαγή των κοινωνικών δομών σε κατεύθυνση πιο ευνοϊκή για τις λαϊκές μάζες.⁴³

Ένα επιτυχημένο σύνθημα, όπως κάθε λεκτικό ή εικονικό κείμενο που επιδιώκει να προκαλέσει κάποια ατομική ή κοινωνική αντίδραση, οφείλει να έχει πολλά επίπεδα ανάλυσης και να κινητοποιεί μια σειρά από συστήματα σημείων.⁴⁴ Η «Αλλαγή» που προέταξε το ΠΑΣΟΚ στις εκλογές του 1981 αποτελεί ίσως το αντιπροσωπευτικότερο παράδειγμα τέτοιου συνθήματος. Πρώτα απ' όλα, η λιτή και μονολεκτική αυτή πρόταση λειτούργησε με πολυσήμαντο τρόπο. Αφορούσε την αλλαγή φρουράς, την αλλαγή προσώπων, την αλλαγή της κατεστημένης τάξης πραγμάτων με μια καινούργια. Παράλληλα, υπονοούσε την αλλαγή ιδεών και τρόπων εξουσίας, την αλλαγή μιας κατάστασης που δεν ήταν πλέον επιθυμητή, την τιμωρία μιας παράταξης που δεν εξέφραζε πια την ελληνική κοινωνία και αποτελούσε καθεστώς για πολλές δεκαετίες. Ακόμη, σε δεύτερο επίπεδο ανάγνωσης, προέτρεπε στην αλλαγή από το παλιό στο καινούργιο. Τέλος, η ίδια λέξη μπορούσε να έχει μια σειρά από προσωπικές αποκωδικοποιήσεις,⁴⁵ όπως μια καινούργια προσωπική αρχή, μια πιο αισιόδοξη σχέση με το μέλλον, μια υπόσχεση για το αύριο ή ακόμη και μια απάντηση σε προσωπικά αδιέξοδα.

Η λέξη «Αλλαγή», στη συνέχεια, εμπλουτίστηκε και πήρε μια σειρά από μορφές όπως «Ο λαός θέλει, το ΠΑΣΟΚ μπορεί να φέρει την Αλλαγή», «Εδώ και Τώρα Αλλαγή», «Ήρθε η ώρα της Αλλαγής», «Αλλαγή Σημαίνει το ΠΑΣΟΚ στην Κυβέρνηση, ο Λαός στην Εξουσία», «Ο λαός απαντά όχι πια στη Δεξιά», «Ναι στην Αλλαγή είναι Ψήφος στο ΠΑΣΟΚ». Ο Ανδρέας Παπανδρέου, στην τελική του προεκλογική ομιλία στην πλατεία Συντάγματος, αναπτύσσει περαιτέρω και ερμηνεύει την έννοια της αλλαγής: «Η αλλαγή είναι όρος επιβίωσης του έθνους», «Η μεγάλη πορεία του έθνους και του λαού προς την αλλαγή», «18 Οκτώβρη, ραντεβού με την Ιστορία», «...στις εκλογές αυτές αντιπαρατάσσονται η Αλλαγή με τη Συντήρηση», «Ο ιστορικός

43. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: αναζητώντας μια δύσκολη νομοιοποίηση», *ό.π.*, σ. 38.

44. R. Barthes, «Rhetoric of the Image», στο R. Barthes, *Image, Music, Text: Essays*, επιλογή και μτφρ.: S. Heath, Fontana, Λονδίνο 1967, σ. 32-45.

45. Στο ίδιο.

κλήρος, (της αλλαγής), έλαχε στο ΠΑΣΟΚ, [...] το Κίνημα που βγαίνει από τα σπλάχνα του λαού μας, που συγκεντρώνει τις μνήμες τόσων γενεών».

Σε κάθε περίπτωση, αποτέλεσε μια πρόταση που ερχόταν να υποσχεθεί την εκ βάθρων αναδόμηση των εξουσιαστικών δομών της κοινωνίας, μια πρόταση στην ουσία της αρνητική και άρα «ετεροπροσδιοριζόμενη»,⁴⁶ καθώς περιέγραφε το υποσχόμενο καινούργιο ως την πλήρη άρνηση του παλιού. Ουσιαστικά, πρόκειται για μια μεθοδικά οργανωμένη προσέγγιση η οποία, βασισμένη στην πολυσημία της έννοιας «αλλαγή», έρχεται να απαντήσει ανοικτά σε όλες τις επιθυμίες, τις προσδοκίες, τους πόθους και τις ελπίδες μιας μεγάλης πλειοψηφίας του ελληνικού λαού. Η μαζικότητα αυτής της ανάγκης της ελληνικής κοινωνίας, κατά τη συγκεκριμένη χρονική συγκυρία, επιβεβαιώνεται ακόμη περισσότερο από το γεγονός ότι, στο σύνολο του, ο λεγόμενος προοδευτικός χώρος προβάλλει την «αλλαγή» ως κύριο αίτημά του. Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα αποτελεί το σύνθημα του ΚΚΕ, που συγκέντρωσε στις εκλογές του 1981 ποσοστό 10,93% των ψήφων: «ΚΚΕ Αληθινή Αλλαγή», «Ουσιαστική Αλλαγή» και «ΚΚΕ Αλλαγή, Δεύτερη Κατανομή». Το ΚΚΕ αντιπαράθετε με τον λόγο του την «αληθινή» και την «ουσιαστική Αλλαγή» που υπόσχεται το ίδιο, απέναντι στην Αλλαγή του ΠΑΣΟΚ και με τον τρόπο αυτό τη χαρακτηρίζει ως ψεύτικη και επιφανειακή –φαινομενική. Στην κεντρική του ομιλία στην Αθήνα, ο επικεφαλής του κόμματος Χ. Φλωράκης, υποστηρίζει ότι η κυβέρνηση που θα προκύψει πρέπει να στηρίζεται στην «παντοδυναμία όλων των δυνάμεων της αλλαγής και όχι στην αυτοδυναμία ενός κόμματος». Η άποψη αυτή διαφοροποιείται ελαφρώς από τα συνθήματα που υποδεικνύουν ότι η πραγματική αλλαγή δεν μπορεί να έρθει από το ΠΑΣΟΚ και δίνει την απάντηση στη λογική της «χαμένης ψήφου» που ταλανίζει τα μικρά κόμματα.

Το 1985, το ΠΑΣΟΚ ξανακερδίζει τις εκλογές, με ποσοστό 45,82%, στηριζόμενο ουσιαστικά στην αδράνεια της δυναμικής που υπήρχε, επαναφέροντας τα ίδια συνθήματα, «Αλλαγή», «Μαζί με το ΠΑΣΟΚ για την Αλλαγή». Ο κύριος όγκος των συνθημάτων εξηγεί την ανάγκη για ολοκλήρωση του έργου: «Νέα Νίκη, Νέα Τετραετία, για να Προχωρήσει η Αλλαγή», «Μαζί για τη νέα νίκη, μαζί για τη νέα τετραετία, μαζί για την Αλλαγή», «Εμπρός για τη Νέα Νίκη», «Και Τώρα Πάλι ΠΑΣΟΚ: για Ακόμα Καλύτερες Μέρες». Με το σύνθημα «Νέα Νίκη για την Αλλαγή», ουσιαστικά το ΠΑΣΟΚ προβαίνει σε

46. J. Van Den Bulk, «Estimating the Success of Political Communication Strategies: The Case of Political Poster impact in a Belgian Election», *ό.π.*, σ. 478.

ένα σημαντικό σημασιολογικό τέχνασμα, προβάλλοντας την έννοια του καινούργιου και της εξέλιξης, της προόδου και τελικά της αλλαγής, ενώ ουσιαστικά προτρέπει σε μια πράξη επανάληψης και διατήρησης του κόμματος στην εξουσία. Διαπιστώνουμε έτσι ότι ένα σύνθημα είναι ικανό να εμπεριέχει και μια μεταμφιεσμένη αλήθεια.

Ο Ανδρέας Παπανδρέου, στην ομιλία του στο Σύνταγμα, κάνει λόγο για «βάθεμα» της Αλλαγής και υποστηρίζει ότι «τώρα κρίνονται όλες οι κατακτήσεις». Το κεντρικό επιχείρημα που προβάλλεται είναι ότι η διαδικασία που οδηγεί στη μεγάλη κοινωνικοπολιτική ανατροπή βρίσκεται στο πιο κρίσιμο σημείο της. Έτσι ακούγεται τακτικά στις διάφορες προεκλογικές συγκεντρώσεις το σύνθημα: «*Ο Αγώνας Τώρα Δικαιώνεται*», σε αντιπαράθεση με εκείνο του ΚΚΕ: «*Ο Αγώνας Συνεχίζεται*». Θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς ότι τα κοινωνικά στρώματα στα οποία απευθύνεται το ΚΚΕ έχουν αποδεχτεί μέσα από τους μακροχρόνιους και επώδυνους αγώνες τους να περιμένουν μια αλλαγή ιδανική που ποτέ δεν έρχεται, ενώ εκείνα στα οποία απευθύνεται το ΠΑΣΟΚ αδμονούν τελικά για μια αμετάθετη ικανοποίηση, στην οποία άλλωστε βρήκε ανταπόκριση το «*Εδώ και Τώρα Αλλαγή*» του Α. Παπανδρέου.⁴⁷

Το ΚΚΕ δίνει ξανά έμφραση στην ικανότητά του να προσφέρει την «πραγματική» Αλλαγή με τα συνθήματα «*Θέλω Αλλαγή Ψηφίζω ΚΚΕ*» και «*ΚΚΕ για Πραγματική Αλλαγή*». Πρόκειται για μια «πραγματική» αλλαγή που όμως δεν είναι άμεσα εφαρμόσιμη και άρα ρεαλιστική για την πλειοψηφία των οπαδών της και ειδικά για εκείνους που βρίσκονται εκτός της παραδοσιακής Αριστεράς. Εδώ γίνεται και πάλι σαφές ότι το ΚΚΕ απευθύνεται σε άλλες λαϊκές μάζες απ' ό,τι το ΠΑΣΟΚ καθώς, όπως παρατηρεί ο Μάνεσης,⁴⁸ «η παραδοσιακή Αριστερά δεν προσφέρει καμία πραγματική προοπτική» στις δυνάμεις που αποτέλεσαν την εκλογική βάση του ΠΑΣΟΚ.

Το ΚΚΕ εξακολουθεί να αποφεύγει τη δημιουργία ανοικτού μετώπου με το ΠΑΣΟΚ, δηλώνοντας δια του γένη του, Χ. Φλωράκη, στην πλατεία Συντάγματος ότι «στην προηγούμενη βουλή [...] υπερασπιστήκαμε τους στόχους της αλλαγής». Ο κύριος αντίπαλος του ΚΚΕ και σε αυτές τις εκλογές εί-

47. Το «Εδώ και Τώρα», ένα από τα πιο γνωστά συνθήματα του ΠΑΣΟΚ παραπέμπει στο «*Ici et maintenant*» του F. Mitterrand, ενώ παράλληλα αποτελεί σύνθημα που προβάλλεται συχνά από ανατρεπτικά ριζοσπαστικά κινήματα. Στην ίδια κατεύθυνση κινείται και το σύνθημα «*We Want the World and we Want it Now*», που προβλήθηκε στην Αμερική στα τέλη της δεκαετίας του 1960 στα πλαίσια του γενικότερου ρεύματος αμφισβήτησης.

48. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: Αναζητώντας μια δύσκολη νομιμοποίηση», *ό.π.*, σ. 38.

να ο δικομματισμός και η λογική της χαμένης ψήφου –σε αυτό το πλαίσιο κινείται το σύνθημα «Ο Δικομματισμός είναι Εχθρός της Αλλαγής». Όπως γίνεται ορατό, η έννοια της αλλαγής αποτελεί ένα ευρείας χρήσης πολιτικό εργαλείο στον προεκλογικό λόγο των κομμάτων.

Η Νέα Δημοκρατία στις εκλογές του 1981 (36%), με επικεφαλής τον Γ. Ράλλη, προβάλλει ως κύριο σύνθημα τη διατήρησή της στην εξουσία και δεν εκφέρει συγκεκριμένη πολιτική πρόταση. Κύριο σύνθημα είναι το «*Εμπρός*», το οποίο και αναπτύσσει περαιτέρω: «*Εμπρός για Πρόοδο και Ευημερία*», και «*Εμπρός για Συνέχεια του Έργου, Νίκη και Δημοκρατία*» και «*Νέα Δημοκρατία για Πάντα Δημοκρατία*». Συμπληρωματικά επεξηγεί το «*Εμπρός*» με το «*Να μη χάσουμε αυτά που πετύχαμε*», (πηγαίνοντας προς τα πίσω). Ουσιαστικά επιλέγεται η λύση του ετεροπροσδιορισμού, με το «*Εμπρός*» να αντιπαράβάλλεται με την οπισθοδρόμηση που θα προκαλούσε στη χώρα η τυχόν επικράτηση του αντιπάλου. Παράλληλα, πρόκειται για ένα σημασιολογικό εύρημα αντιπαράθεσης του «*Εμπρός*» με την έννοια της «*Αλλαγής*». Το «*Εμπρός*», όπως χρησιμοποιείται, υποδηλώνει την εξέλιξη, την πρόοδο, χωρίς όμως την ιδεολογική σημασία της «*Αλλαγής*». Διαπιστώνουμε ότι, τελικά, στον πολιτικό λόγο όλων των κομμάτων επικρατεί η ρητορική του αυτονόητου, καθώς το «*Εμπρός*» παρουσιάζεται να είναι καλύτερο από το *πίσω* και η «*Αλλαγή*» καλύτερη από τη *μη Αλλαγή*.

Στις επόμενες εκλογές, το 1985, στην ηγεσία της Ν.Δ. (40,85%) βρίσκεται πλέον ο Κ. Μητσοτάκης. Σε μια προσπάθεια να αρθρωθεί ανταγωνιστικός πολιτικός λόγος, τα συνθήματα του κόμματος επικεντρώνονται γύρω από την πρόταση φιλελεύθερης διακυβέρνησης συνδυαζόμενα με την προτεινόμενη ανάγκη απομάκρυνσης του ΠΑΣΟΚ: «*Ελεύθερη Νέα Ελλάδα*» το οποίο αναπτύσσεται περαιτέρω σε «*Ελεύθερη Νέα Ελλάδα, χωρίς Ακρίβεια, χωρίς Ανεργία*». Παράλληλα, σε μια μετάλλαξή του, το σύνθημα επιστρέφει από το κοινωνικό αίτημα στο άτομο, γίνεται προσωπικό, μέσα από το «*Ψήφισε Ελεύθερα: Νέα Δημοκρατία*».

Με τα συνθήματα αυτά επιδιώκεται η συνειρμική σύνδεση της έννοιας της ελευθερίας με τον φιλελευθερισμό που προτείνει η Νέα Δημοκρατία του Κ. Μητσοτάκη. Ακόμη περισσότερο, προβάλλεται ένα ιδεολογικό «μανιφέστο» του κόμματος, μέσα από το σύνθημα «*Φιλελεύθερη Νέα Δημοκρατία: Ελεύθερη Οικονομία Ελεύθερων Ανθρώπων*». Η επικράτηση του φιλελευθερισμού είναι διάχυτη στη Δυτική Ευρώπη, αποτελώντας το αντίπαλο δέος των σοσιαλιστικών κομμάτων που αρχίζουν να δείχνουν σημάδια κόπωσης. Το γεγονός αυτό οδηγεί τη Ν.Δ. στην επιλογή της ταύτισης με τον συγκεκρι-

μένο πολιτικό χώρο, σε μια προσπάθεια να αντιπαραθέσει ένα σαφές πολιτικό στίγμα απέναντι στο ΠΑΣΟΚ. Παράλληλα, η επιλογή αυτή λειτούργησε συμπληρωματικά ως διακήρυξη της επικράτησης του γκέι του κόμματος, που προερχόταν από το κόμμα των Φιλελευθέρων. Ουσιαστικά, η Νέα Δημοκρατία παύει να προβάλλει τακτικού χαρακτήρα στόχους και υιοθετεί την τακτική του ιδεολογικού «αυτοπροσδιορισμού», μια τακτική που για πρώτη φορά ακολουθείται προεκλογικά από πολιτικό κόμμα από τη Μεταπολίτευση και μετά. Άλλωστε, η μέθοδος αυτή θεωρείται ότι, εισάγοντας συγκεκριμένες προτεραιότητες και προτάσεις, μπορεί να συμβάλει στην επικοινωνιακή αποτελεσματικότητα μιας προεκλογικής εκστρατείας.⁴⁹ Παράλληλα, στον βαθμό που τα πολιτικά κόμματα δύνανται να ακροάζονται και να μεταφέρουν τα κοινωνικά αιτήματα μέσα από τα συνθήματά τους, η συγκεκριμενοποίηση των προτάσεων της Νέας Δημοκρατίας, πιθανόν να ήταν δυνατό να ερμηνευτεί ως ένδειξη μιας αντίστοιχης τάσης συγκεκριμενοποίησης των αιτημάτων μερίδας του κοινωνικού σώματος. Όμως, η προσπάθεια της Ν.Δ. δεν θα μπορούσε να προσελκύσει σημαντικό μέρος από τα κοινωνικά στρώματα που στήριξαν το ΠΑΣΟΚ και την πρόταση της «Αλλαγής», με αποτέλεσμα να μείνει στην αντιπολίτευση.

ΦΑΣΗ ΤΡΙΤΗ: 1989-1993. «ΚΑΘΑΡΣΗ»: ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΟΛΙΤΕΥΣΗΣ

Οι προσδοκίες οι οποίες είχαν καλλιεργηθεί στο ετερόκλητο εκλογικό σώμα που στήριξε το ΠΑΣΟΚ σε μεγάλο βαθμό δεν εκπληρώθηκαν. Παράλληλα το ΠΑΣΟΚ επιβαρύνθηκε με κατηγορίες για οικονομικές ατασθαλίες και πολιτικές παρεκτροπές, με κυριότερη την περίπτωση της Τράπεζας Κρήτης, ενώ ο Α. Παπανδρέου αντιμετώπιζε σοβαρό πρόβλημα υγείας. Μέσα σε χρονικό διάστημα μικρότερο των δέκα μηνών πραγματοποιούνται τρεις εκλογικές αναμετρήσεις, με τα προεκλογικά συνθήματα των κομμάτων να παρουσιάζουν μεγάλη ομοιότητα και στις τρεις προεκλογικές περιόδους. Οι εκλογές γίνονται σε έντονο κλίμα και όλα τα κόμματα της αντιπολίτευσης προτάσσουν ως κεντρικό προεκλογικό τους άξονα την κυριολεκτική και συμβολική κάθαρση της πολιτικής ζωής του τόπου.

Η Νέα Δημοκρατία αναδεικνύεται πρώτο κόμμα σε όλες τις αναμετρήσεις, αδυνατεί όμως να συγκεντρώσει κοινοβουλευτική πλειοψηφία στις δύο πρώ-

49. J. Van Den Bulk, «Estimating the Success of Political Communication Strategies: The Case of Political Poster impact in a Belgian Election», *ό.π.*, σ. 478.

τες, του 1989. Τα συνθήματα της είναι απαξιώτικα για το ΠΑΣΟΚ και ταπραγμένα της προηγούμενης κυβέρνησης, αποφεύγει όμως να ακολουθήσει ανοικτά την τακτική της αρνητικής επικοινωνίας: «*Αξιζουμε μια Καλύτερη Ελλάδα*», «*Να πάει η Ελλάδα Μπροστά*», «*Νέες Ιδέες για μια Νέα Ελλάδα*», «*Ο Κόσμος Αλλάζει – Εμείς;*», ενώ αναφέρεται τακτικά στην «*Κάθαρση*». Επισημαίνεται εδώ ότι η χρήση της έννοιας της «αλλαγής» που εμφανίζεται στο τελευταίο σύνθημα, την καθιστά ταυτόσημη με την έννοια του «μπροστά» και του «νέου», καθώς πρόκειται ουσιαστικά για την αυτονόητη, «πρακλείτειο», αλλαγή ως εξέλιξη στον χρόνο και όχι την κοινωνική αλλαγή ως αποτέλεσμα ρήξης και ανατροπής, που προτάσσει το ΠΑΣΟΚ. Στο ίδιο πνεύμα κινήθηκε και το σύνθημα «*Ούτε Δεξιά Ούτε Αριστερά, Μόνο Μπροστά*».

Παρατηρούμε ακόμη ότι στα συνθήματα της Νέας Δημοκρατίας περιλαμβάνονται συστηματικά αναφορές στην Ελλάδα, μια τακτική αρκετά προσφιλής για τα κόμματα της παραδοσιακής Δεξιάς.⁵⁰ Παράλληλα επιχειρείται η αποδυνάμωση της πόλωσης που επιδιώκει να δημιουργήσει το ΠΑΣΟΚ, για να μην ανακοπεί η τάση διαρροών ψηφοφόρων από αυτό προς τα κόμματα της Αριστεράς. Έτσι προβάλλονται ενωτικά και ήπια ηγετικά συνθήματα, όπως: «*Ενωμένοι για μια Καλύτερη Ελλάδα*», «*Ενωμένοι-Κερδοσήμενοι*», «*Ελευθερία-Δημιουργία-Κοινωνική Προστασία*» και «*Δημοκρατία-Κάθαρση-Εθνική Συμφιλίωση*».

Το ΠΑΣΟΚ κατορθώνει να διατηρήσει σημαντικό μέρος των δυνάμεων του, παρά τα μεγάλα προβλήματα που αντιμετωπίζει. Ένα από τα βασικά του συνθήματα είναι: «*Το ΠΑΣΟΚ είναι Εδώ*» και «*Το ΠΑΣΟΚ είναι Εδώ, Ενωμένο, Δυνατό*», που επιχειρεί να απαντήσει στην αίσθηση αδυναμίας που πλανάται γύρω από τον άρρωστο γέητ του αλλά και παράλληλα να δώσει την εικόνα ενός ισχυρού πόλου εξουσίας που δεν πρόκειται να καταρρεύσει μπροστά στις αποκαλύψεις και στις κατηγορίες που εκτομίζονται από σύσσωμη την αντιπολίτευση. Ακόμη κάποια από τα συνθήματά του είναι: «*Μαζί για τη Νέα Νίκη και τη Νέα Πορεία*», «*Μαζί Συνεχίζουμε, Δημιουργούμε, Ολοκληρώνουμε*», «*Νέα Νίκη Νέα Πορεία*», που πέρα από τον τακτικό στόχο –της διατήρησης της εξουσίας– τον οποίο υποστηρίζουν, προβάλλουν την εικόνα ενός ΠΑΣΟΚ που δεν επηρεάζεται από τις όποιες εξελίξεις. Παρατηρούμε ότι και στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιείται η έννοια του «νέου» στα συνθήματα του ΠΑΣΟΚ, ενός νέου που αναφέρεται, αφενός, στο παλιό («*Νέα Νίκη*») και προτρέπει στην επανάληψη και, αφετέρου, υπόσχεται μια εσωτε-

50. J. Amodia, «Personalities and Slogans: The Spanish Election of October 1989», *ό.π.*, σ. 294.

ρική αλλαγή και μια αλλαγή στις προτεραιότητες της μέλλουσας κυβέρνησης («*Νέα Πορεία*»). Τα συνθήματα αυτά εισάγουν επιπλέον και το «*Μαζί*», σε μια προσπάθεια δημιουργίας συσπείρωσης μέσω ταυτίσεων, εκφέροντας ανοικτά το αίτημα της υποστήριξης από τους οπαδούς του· κυρίως, όμως, υποσχόνται μια «*νέα πορεία*». Με αυτόν τον τρόπο το ΠΑΣΟΚ επιχειρεί να δεσμευτεί απέναντι στο εκλογικό σώμα ότι, σε περίπτωση εκλογής του, θα προβεί σε εσωτερικές αλλαγές και θα οδηγηθεί σε νέο τρόπο διακυβέρνησης. Αναφέρεται και πάλι, με αυτόν τον έμμεσο τρόπο, στην έννοια της αλλαγής, μόνο που αυτή τη φορά αφορά με τη δεύτερη συνηθέστερη μορφή χρήσης της από την πολιτική επικοινωνία, με τη μορφή της εσωτερικής, κομματικής αλλαγής.⁵¹

Ανάμεσα στον κύριο όγκο των συνθημάτων του ΠΑΣΟΚ που ακολουθούν το κυρίαρχο επικοινωνιακό ύφος, πρωτοεμφανίζεται στις εκλογές αυτές ένα άλλο σύνθημα που κινείται σε τελείως διαφορετική κατεύθυνση. Πρόκειται για το σύνθημα: «*Τώρα Μεταρρύθμιση Παντού: Σταθερότητα, Ανάπτυξη, Εκουγχρονισμός*». Το σύνθημα αυτό εστιάζει σε συγκεκριμένους στόχους, δεν επιχειρεί συναισθηματικές ταυτίσεις και μοιάζει να εισάγει έναν νέο πολιτικό λόγο και, ταυτόχρονα, μια νέα πρόταση πολιτικού χαρακτήρα μέσα από το παλιό ΠΑΣΟΚ. Η έννοια της μεταρρύθμισης είναι εντελώς καινούργια για την ελληνική πολιτική γλώσσα και κουλτούρα. Πρόκειται για μια πρόταση μεταβολής, αλλαγής, αλλά σαφώς αυτοπροσδιοριζόμενης, σε μια πιο ήπια και συγκεκριμένη μορφή η οποία –όπως αναπτύσσεται μέσα από το σύνθημα– αφορά τη σταθερότητα, την ανάπτυξη και τον εκουγχρονισμό. Η κυριαρχία σε επόμενο χρόνο αυτών των αιτημάτων στον πολιτικό λόγο του ΠΑΣΟΚ επιτρέπει την υπόθεση ότι επρόκειτο για φαινόμενο «ανιχνευτικού δισταγμού»,⁵² όπου η νέα και «διαφεύγουσα έκφραση» εμφανίζεται αρχικά παράλληλα με το κυρίαρχο ύφος. Σημαντικότερο στοιχείο αποτελεί η εμφάνιση στον προεκλογικό λόγο του ΠΑΣΟΚ του όρου «εκουγχρονισμός» που, με τις τεχνοκρατικές συνδηλώσεις που του προσδίδονται, αποτελεί ήδη τον κεντρικό άξονα της εσωκομματικής αντίρροπης τάσης η οποία θα επικρατήσει στο κίνημα μετά την αποχώρηση του Α. Παπανδρέου.⁵³ Τέλος, το «πα-

51. E. Bertelsen, «Selling change: advertisements for the 1994 South African Election», *ό.π.*, σ. 225-252.

52. Α.-Ι.Δ. Μεταξάς, *Προεισαγωγικά για τον Πολιτικό Λόγο*, Σάκκουλας, Αθήνα 1995, σ. 193.

53. Κ. Σημίτης, *Ανάπτυξη και Εκουγχρονισμός της Ελληνικής Κοινωνίας*, Γνώση, Αθήνα 1989· του ίδιου, *Προτάσεις για μια άλλη πολιτική*, Γνώση, Αθήνα 1992.

ντού» που περιλαμβάνεται, αφορά και το εσωτερικό του κόμματος αλλά, όπως δηλώνει, μπορεί να επεκτείνεται σε όλους τους τομείς της κοινωνικής και πολιτικής ζωής.

Ο Συνασπισμός συγκεντρώνει τον Ιούνιο του 1989 το 13,13% των ψήφων, ποσοστό μάλλον μικρότερο από τις προσδοκίες που είχε δημιουργήσει η μεγάλη υπέρβαση της συμπαράταξης των κομμάτων του αριστερού χώρου. Το βασικό του σύνθημα είναι: «*Ούτε ΠΑΣΟΚ ούτε Δεξιά, ήρθε η ώρα της Αριστεράς*». Ο Συνασπισμός επιχειρεί να εισπράξει τη δυσaréσκεια των προοδευτικών ψηφοφόρων που είχαν απογοητευτεί από το ύφος και το ήθος της κυβέρνησης του ΠΑΣΟΚ και να σχηματίσει έναν τρίτο, ισχυρό πόλο που θα καθορίσει τις εξελίξεις. Την προοπτική αυτή προβάλλει μέσα από τα συνθήματα του: «*Τώρα Ήρθε η Ώρα της Αριστεράς*», «*Τώρα με τον Συνασπισμό*», «*Τώρα για τη Νίκη*», «*Ήρθε η ώρα της Αριστεράς*».

Ο Συνασπισμός θα αναδειχθεί ρυθμιστής της κατάστασης και θα συνεργαστεί με τη Νέα Δημοκρατία για τον σχηματισμό κυβέρνησης. Η συνεργασία αυτή, πέρα από τις όποιες αντιδράσεις προκάλεσε σε μεγάλη μερίδα των ψηφοφόρων του Συνασπισμού, αποτελεί μια συμφωνία ιστορικού χαρακτήρα καθώς αίρεται η διαχωριστική γραμμή μεταξύ των δύο χώρων. Αποδυναμώνεται έτσι το ιδεολογικό σχήμα Δεξιάς-Αντιδεξιάς το οποίο, προερχόμενο από τη δεκαετία του 1960, κυριάρχησε στην πολιτική και κοινωνική αντιπαράθεση από την πτώση της δικτατορίας και μέχρι το 1989.⁵⁴

Στις εκλογές του 1993, η Νέα Δημοκρατία –που τελικά θα συγκεντρώσει ποσοστό 39,29%– επιλέγει να αναπτύξει μέσα από τη συνθηματολογία της δύο κεντρικούς άξονες: την αναγκαιότητα διατήρησής της στην εξουσία και την αδυναμία του ΠΑΣΟΚ και του καταβεβλημένου από πλευράς υγείας Ανδρέα Παπανδρέου να χειριστούν τις σημαντικές προκλήσεις της εποχής. Τα συνθήματα που εξυπηρετούν τον πρώτο άξονα είναι: «*Οι Καιροί Είναι Δύσκολοι*», αλλά και «*Η Ελλάδα Δεν Γυρίζει Πίσω*», ένα σύνθημα που ουσιαστικά συνδέει το «κόμμα της Αλλαγής», το ΠΑΣΟΚ, με την οπισθοδρόμηση. Στην κατεύθυνση του δεύτερου άξονα κινούνται τα συνθήματα: «*Η Ελλάδα Χρειάζεται Σταθερά Χέρια*», «*Η Ελλάδα Χρειάζεται Ευθύνη και Δύναμη*» και, σε συνέχεια αυτού, «*Νέα Δημοκρατία: Υπεύθυνη Δύναμη*», με τα οποία υποδηλώνεται ότι η Ελλάδα χρειάζεται ισχυρό ηγέτη και ότι αυτός δεν είναι ο Α. Παπανδρέου.

54. Γ. Μοσχονάς, «Η Διαιρετική Τομή Δεξιάς-Αντιδεξιάς στη Μεταπολίτευση (1974-1990)», στο Ν. Δεμερτζής (επιμ.), *Η Ελληνική Πολιτική Κουλτούρα Σήμερα*, Οδυσσέας, Αθήνα 1994.

Το ΠΑΣΟΚ επιστρέφει το 1996 στην εξουσία με 46,88% γεγονός που μπορεί να θεωρηθεί ως συμβολικό τέλος της πιο δύσκολης και τραυματικής περιόδου της ιστορίας του και παράλληλα ως αποκατάσταση του ηγέτη του, του Α. Παπανδρέου. Η πράξη αυτή του εκλογικού σώματος ολοκληρώνει –ουσιαστικά και συμβολικά– τον κύκλο της κάθαρσης και ανοίγει τον δρόμο για μια περίοδο επαναοριοθέτησης της πολιτικής. Τα συνθήματα του ΠΑΣΟΚ επικεντρώνονται κυρίως σε στόχους τακτικής. Αφενός υποδεικνύεται η ανάγκη απομάκρυνσης της Νέας Δημοκρατίας του Κ. Μητσοτάκη: «*Επιτέλους Τέλος*», που σημαίνει τέλος της εποχής για την κυβέρνηση αλλά μεταφράζεται και σε ένα τέλος της περιόδου αμφισβήτησης, της περιόδου «τιμωρίας» του ΠΑΣΟΚ. Ακόμη: «*Διώχτε τον Εφιάλτη της Χαμένης Τετραετίας*», που σε πρώτο επίπεδο σχολιάζει τη διακυβέρνηση της Νέας Δημοκρατίας αλλά σε μια δεύτερη ανάγνωση προτρέπει στην απομάκρυνση του Κ. Μητσοτάκη από την πρωθυπουργία. Ο «εφιάλτης» αποτελεί ένα ισχυρό σημασιολογικό εύρημα με διττή λειτουργία: σε πρώτο επίπεδο παραλληλίζει την τριετία της κυβέρνησης της Ν.Δ. με ένα κακό όνειρο με ημερομηνία λήξης, από το οποίο, με τη συμβολή του ΠΑΣΟΚ, σύντομα θα βγει η χώρα. Είναι σαφές εδώ η έμμεση αναφορά στη θεωρία του «συντηρητικού διαλείμματος». Παράλληλα αυτή η διάσταση του συνθήματος απευθύνεται στο συναίσθημα του ψηφοφόρου και πιθανόν σε κάποιον βαθμό προσπαθεί να συνδέσει την αλλαγή διακυβέρνησης με την άρση των προσωπικών αδιεξόδων του. Σε δεύτερο επίπεδο, η χρήση της λέξης «εφιάλτης» παραπέμπει στην έννοια της προδοσίας και στον μυθικό Εφιάλτη με τον οποίο παραλληλίζει τον απερχόμενο πρωθυπουργό. Με τον τρόπο αυτό γίνεται σαφής υπόμνηση της «Αποστασίας» και του ρόλου του Κ. Μητσοτάκη στην πολιτική κρίση του 1965.

Ο στόχος της ανάδειξης της ετοιμότητας του ΠΑΣΟΚ να κυβερνήσει τη χώρα προβάλλεται μέσα από τρεις άξονες. Ο ένας ανατρέχει στα παραδοσιακά συμβολικά σχήματα: «*Ο Λαός Δεν Ξεχνά τι Σημαίνει Δεξιά*», «*Το ΠΑΣΟΚ Είναι Εδώ-Ο Λαός Είναι Εδώ*». Ο δεύτερος επικεντρώνεται γύρω από την προσπάθεια να προσδοθούν στην εικόνα του ΠΑΣΟΚ χαρακτηριστικά κόμματος εξουσίας: «*Δύναμη Ευθύνης και Προοπτικής*», «*Δύναμη-Συνέπεια-Προοπτική*». Ο τρίτος άξονας είναι ο σημαντικότερος, παρά το γεγονός ότι είναι ο λιγότερο τονισμένος: αποτελείται από συνθήματα που φέρουν το σπέρμα του καινούργιου, προϊδεάζουν για τον πολιτικό λόγο που θα ακολουθήσει όταν λήξει η ταραγμένη αυτή περίοδος: «*Και Πάλι ΠΑΣΟΚ, για την Ελπίδα, για τη Δημοκρατία, για την Αναγέννηση*», «*Ναι στην Ελπίδα, ναι στην Ελλάδα, ναι στην Αναγέννηση*», «*Για να Προλάβει η Χώρα το Τραίνο της Α-*

νάπτυξης και του *Εκσυγχρονισμού*». Τα συνθήματα αυτά εισάγουν τον όρο «αναγέννηση», που όπως και εκείνος της «μεταρρύθμισης» που είχε προηγηθεί, έχει τον διαφορούμενο χαρακτήρα της εσωκομματικής και της πολιτικής αλλαγής. Παράλληλα, επανέρχονται οι αναφορές σε έννοιες όπως «μεταρρύθμιση» και «εκσυγχρονισμός» που θα κυριαρχήσουν σύντομα στον πολιτικό λόγο του ΠΑΣΟΚ. Παρακολουθούμε έτσι τη σταδιακή μετάβαση από τη ριζοσπαστική αλλά πολυσήμαντη και αφηρημένη «Αλλαγή» του 1981 σε έννοιες όπως ο εκσυγχρονισμός και η ανάπτυξη, με συγκεκριμένες και εστιασμένες πλέον, κυρίως τεχνοκρατικού τύπου, προτάσεις και συνδυάσεις. Τέλος, η χρήση της λέξης «ελπίδα» επιδιώκει τη δημιουργία συναισθηματικών ταυτίσεων του κοινού με το κόμμα.

ΦΑΣΗ ΤΕΤΑΡΤΗ: 1996-2004. Ο «ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ» ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Στις εκλογές του 1996 οι ηγέτες των δύο μεγάλων κομμάτων έχουν αντικατασταθεί από πρόσωπα που δεν συνδέονται άμεσα με το ταραγμένο πολιτικό παρελθόν των δεκαετιών του 1950 και 1960. Με δεδομένη και την υποχώρηση των προηγούμενων ιδεολογικών σχημάτων και ιδιαίτερα εκείνου της αντιπαράθεσης μεταξύ Δεξιάς και Αντιδεξιάς, ανοίγεται το πεδίο για μια ολική επαναοριοθέτηση του πολιτικού διαλόγου της χώρας που μοιάζει να έχει απεμπλακεί από το παρελθόν. Δημιουργούνται έτσι οι συνθήκες για να εκφραστεί το κοινωνικό αίτημα της εποχής. Παράλληλα, από τις αρχές της δεκαετίας, έχουν αρχίσει να ενσωματώνονται και στην ελληνική πολιτική κουλτούρα οι συνέπειες των μεγάλων διεθνών πολιτικών αλλαγών που προκλήθηκαν από την κατάρρευση των καθεστώτων του υπαρκτού σοσιαλισμού και της συνεπακόλουθης συρρίκνωσης των ιδεολογικών μηχανισμών παραγωγής ταυτότητας. Η τηλεόραση έχει ήδη από το 1993 καταστεί καθοριστικός παράγοντας της πολιτικής επικοινωνίας, μια τάση που φθάνει στο αποκορύφωμά της στις εκλογές του 1996.⁵⁵ Το γεγονός αυτό κατά πολλούς αναπαρήγαγε και ενίσχυσε τον προϋπάρχοντα πολιτικό κυνισμό και την πολιτική αποξένωση.⁵⁶

55. Σ. Παπαθανασόπουλος, *Η Δύναμη της Τηλεόρασης*, ό.π., σ. 173-195.

56. Ν. Δεμερτζής - Π. Καφετζής, «Πολιτικός Κυνισμός Αλλοτριώση και ΜΜΕ: Η Περίπτωση της Τρίτης Ελληνικής Δημοκρατίας», και Δ. Χαλαμίπης, «Ανορθολογικά Περιεχόμενα ενός Τυπικά Ορθολογικού Συστήματος», στο Χ. Λυριντζής - Η. Νικολακόπουλος - Δ. Σωτηρόπουλος (επιμ.), *Κοινωνία και Πολιτική: Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994*, ό.π., σ. 174-245 και 289-311 αντίστοιχα.

Οι παραπάνω εξελίξεις ακολουθούν την ευρύτερη ευρωπαϊκή τάση συγκρίκνωσης της πολιτικής σε μια διαχειριστικού τύπου αντιπαράθεση, καθώς όλα τα μεγάλα προβλήματα της εποχής μας παρουσιάζονται σαν να έχουν μία μόνον λύση.⁵⁷ Το φαινόμενο αυτό οδηγεί σε μια κατάσταση όπου οι ιδεολογικές και πολιτικές προτάσεις των κομμάτων εξουσίας «συγκλίνουν», η αντιπαλοτόπιτά τους περιορίζεται σε μια «αντιπαράθεση αποχρώσεων», μετατρέποντας τα κόμματα αυτά από «προεχόντως ανταγωνιστικά σε προεχόντως συγκλιτικά».⁵⁸ Η εξέλιξη αυτή, ενώ συνδέεται σε πολλές περιπτώσεις με την αύξηση του πολιτικού κυνισμού και την αποστασιοποίηση των πολιτών από την πολιτική,⁵⁹ στην περίπτωση της Ελλάδας σηματοδοτεί και την απομάκρυνση από τα ιδεολογικά σχήματα και διλήμματα του παρελθόντος. Μετά το ουσιαστικό τέλος της μεταπολιτευτικής περιόδου, τίθενται νέες προτεραιότητες με κυριότερες εκείνες της οικονομικής ανάπτυξης, του εκουγχρονισμού του κράτους, του επαναπροσδιορισμού των εξωτερικών σχέσεων, σε άμεση σύνδεση με την ευρωπαϊκή προοπτική της χώρας. Ουσιαστικά πρόκειται για μια νέα περίοδο όπου τα δύο κόμματα εξουσίας απευθύνονται πλέον λίγο-πολύ στα ίδια κοινωνικά στρώματα.

Το ΠΑΣΟΚ του Κ. Σημίτη είναι εκείνο που θα αρθρώσει σε πλήρη ανάπτυξη τη νέα αυτή πολιτική πρόταση κάτω από την ομπρέλα που «εκουγχρονισμού» και της «ισχυρής Ελλάδας».⁶⁰ Τα κεντρικά συνθήματα του κόμματος προβάλλουν αυτές τις έννοιες: «*Εκουγχρονισμός, Ανάπτυξη, Σταθερότητα*», «*Ισχυρή, Σύγχρονη Ελλάδα*», «*Ελλάδα Ισχυρή, Σύγχρονη, Δημιουργική*». Σύμφωνα με τον Κ. Σημίτη, το πρόγραμμά του ως υποψήφιος πρωθυπουργός «το περιέγραφε μία μόνο λέξη – εκουγχρονισμός».⁶¹ Παράλληλα προβάλλεται και τονίζεται η αλλαγή ηγεσίας και πολιτικών προσανατολισμών του κόμματος που βρισκόταν ήδη στην κυβέρνηση: «*Νέα Εποχή-Νέο ΠΑΣΟΚ*». Ο εκουγχρονισμός είναι μια έννοια ανοικτή και αρκετά πολυσήμαντη, αλλά στην πλήρη ανάπτυξή της αποτελεί μια αυστηρά αυτοπροσδιοριζόμενη πρόταση που εστίασε στον εκουγχρονισμό των διοικητικών μηχανισμών και των

57. Α.-Ι.Δ. Μεταξάς, *Συγκλιτικά Κόμματα και Αποσυγκλιτικές Αντιστάσεις*, Σάκκουλας, Αθήνα 1998, τόμ. 1, σ. 11.

58. Στο ίδιο, σ. 12-13.

59. A.J. Vidich, «American Democracy in the Late Twentieth Century: Political Rhetorics and the Mass Media», *ό.π.*, σ. 25.

60. Κ. Σημίτης, *Για μια Κοινωνία Ισχυρή για μια Ισχυρή Ελλάδα*, Πλέθρον, Αθήνα 1995.

61. Κ. Σημίτης, *Πολιτική για μια Δημιουργική Ελλάδα: 1996-2004*, Πόλις, Αθήνα 2005, σ. 45.

διάφορων θεσμών, καθώς και στον εκουγχρονισμό της εθνικής οικονομίας. Κύριος στόχος που ενσάρκωσε συμβολικά το όλο εγχείρημα ήταν η ισότιμη ένταξη της Ελλάδας στην ΟΝΕ.⁶²

Στις εκλογές του 2000, με την ένταξη της Ελλάδας στην ΟΝΕ να είναι πλέον δεδομένη, τα πολιτικά συνθήματα του ΠΑΣΟΚ εκφράζουν σε μεγαλύτερη έκταση τα ίδια θέματα: «*Για μια Ισχυρή Ελλάδα*», «*Ανάπτυξη και Καλύτερη Ζωή για Όλους Μας*». Παράλληλα, κάποια συνθήματα επιδιώκουν να δημιουργήσουν την πεποίθηση ότι μεγάλο μέρος των στόχων έχουν ήδη επιτευχθεί: «*Όλοι Μαζί Δημιουργούμε τη Νέα Ελλάδα*» και «*Το Μέλλον Ξεκίνησε*», (το οποίο εμφανίζεται σε αφίσες με την ελληνική και την ευρωπαϊκή σημαία μαζί).

Η Νέα Δημοκρατία στις δύο αυτές εκλογικές αναμετρήσεις αντιπαράσσει συνθήματα που βρίσκονται κοντά στο ίδιο πνεύμα. Ειδικά με τα συνθήματά της στις εκλογές του 1996 γίνεται ορατή η σύγκλιση των δύο πολιτικών προτάσεων: «*Ωρα για Δουλειά*», «*Εργα και Υπεύθυνη Δουλειά*», «*Εκουγχρονισμός του Κράτους*», «*Σίγουρη Λύση*». Στις εκλογές του 2000, και με νέα ηγεσία, το κόμμα επιλέγει να ορίσει την ταυτότητά του μέσα από τον ετεροπροσδιορισμό, στοχεύοντας περισσότερο στη φυσική κόπωση που έχει επέλθει στο αντίπαλο στρατόπεδο λόγω της διακυβέρνησης. Τα συνθήματα που θέτει απέναντι στο ΠΑΣΟΚ είναι: «*Νέο Ξεκίνημα-Νέα Δημοκρατία*», «*Όλοι Μαζί για το Νέο Ξεκίνημα*», «*Υπάρχει Καλύτερη Ελλάδα και τη Θέλουμε*», «*Ξεκίνημα Ελπίδας*», «*Για μια Καλύτερη Ελλάδα*».

Το βασικό χαρακτηριστικό της εποχής, όπως προκύπτει και μέσα από τα πολιτικά συνθήματα, είναι η επικέντρωση της όλης πολιτικής δράσης γύρω από την ανάγκη, αφενός, εσωτερικού εκουγχρονισμού και, αφετέρου, της ισοχρονποίησης της διεθνούς θέσης της Ελλάδας. Γίνεται σαφές ότι ο οραματικός και συχνά αφηρημένος και αόριστος πολιτικός λόγος δεν έχει θέση στο καινούργιο σκηνικό που έχει διαμορφωθεί, καθώς έχει αντικατασταθεί από έναν συγκλίνοντα και για τα δύο κόμματα πολιτικό ορθολογισμό ο οποίος συχνά αγγίζει τα όρια του κυνισμού. Θα μπορούσε, μάλιστα, κάποιος να ισχυριστεί ότι, στον βαθμό που ο πολιτικός λόγος επιζητά να εκφράζει και να αντικατοπτρίζει τα κοινωνικά αιτήματα, είναι το κοινωνικό σώμα που πιθανόν να οδηγεί προς αυτή την κατεύθυνση, αναζητώντας συγκεκριμένες λύσεις σε συγκεκριμένα προβλήματα.

62. I. Nicolacopoulos, «Elections and Voters, 1974-2004: Old Cleavages and New Issues», *West European Politics*, τόμ. 28, τχ. 2, 2005, σ. 242-259.

Η τάση αυτή επικρατεί και στις τελευταίες βουλευτικές εκλογές του 2004, με κύριο εκφραστή της, αυτή τη φορά, τη Νέα Δημοκρατία: «*Δύναμη Εμπιστοσύνης*», «*Ανάπτυξη, Δημιουργία, Ίσες Ευκαιρίες*», «*Κυβέρνηση Όλων των Ελλήνων*», «*Επανάδρυση του Κράτους*». Παράλληλα, προβάλλονται συνθήματα που άμεσα ή έμμεσα στρέφονται ενάντια στο ΠΑΣΟΚ και στη διακυβέρνηση της χώρας από αυτό: «*Ο Τόπος Χρειάζεται Πολιτική Αλλαγή*», «*Βάζουμε Τέλος στην Αλαζονεία του Χθες*».

Το ΠΑΣΟΚ επιδεικνύοντας και πάλι έντονα αντανακλαστικά στην προσπάθεια διατήρησης της εξουσίας, οδηγείται σε εκλογές με νέο αρχηγό επιδιώκοντας με αυτόν τον τρόπο να ανατρέψει το εις βάρος του κλίμα. Στην προεκλογική εκστρατεία του κόμματος το 2004, τα «συνθήματα επιχειρημάτων» θα δώσουν τη θέση τους στα «συνθήματα εικόνας». ⁶³ Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, εμφανίζεται ένας εναλλακτικός πολιτικός λόγος, εκφραζόμενος από τον νέο ηγέτη του ΠΑΣΟΚ, τον Γ. Παπανδρέου. Στην προσπάθεια να ξεπεραστεί η φυσική κόπωση της μακρόχρονης παραμονής του κόμματος στην εξουσία, η προηγούμενη πολιτική πρόταση του εκουγχρονισμού και της ισχυρής Ελλάδας τίθεται στο περιθώριο ως παρωχημένη. Έτσι ο προεκλογικός λόγος δεν έρχεται ως συνέχεια του προηγούμενου πολιτικού λόγου και έργου και η προβολή των επιτευγμάτων της απερχόμενης κυβέρνησης δεν περιλαμβάνεται στις προτεραιότητές του. ⁶⁴

Η επικοινωνία του κόμματος κινήθηκε σε δύο βασικούς άξονες: πρώτον, επιχειρήθηκε να δοθεί προς τα έξω η εικόνα ότι η αλλαγή ηγεσίας ήταν ένα πολυσήμαντο γεγονός που, πέρα από την απομάκρυνση των φθαρμένων προσώπων, σηματοδοτούσε δομικές αλλαγές μέσα στο κόμμα και κυρίως έναν ριζικό επαναπροσδιορισμό πολιτικών προτεραιοτήτων. Χρονικά προηγήθηκαν, στην αρχή της προεκλογικής περιόδου, τα συνθήματα που παρουσιάζουν τις εσωτερικές αλλαγές, συχνά ασκώντας κριτική στο προηγούμενο εσωκομματικό καθεστώς: «*Ανατροπή*», «*Νέο Υφος-Νέο Ήθος*», «*Τολμάμε, Αλλάζουμε, Προχωράμε*» και το ανεπίσημο, «*Γιώργο Προχώρα, Άλλαξε τα Όλα*». Στη συνέχεια, το ΠΑΣΟΚ επιχειρεί να εκφέρει έναν εναλλακτικό πολιτικό λόγο, μέσα από τον οποίο επιδιώκει να προβάλει τα συστατικά στοιχεία του νέου του πολιτικού προσανατολισμού. Στο ίδιο πλαίσιο και για να τονιστεί η αλλαγή εποχής για το ΠΑΣΟΚ εμφανίζονται στις αφίσες και στα φυλλάδια του κόμματος παραλλαγές στο σχήμα και στο χρώμα του ανατέλλοντος

63. M. Kern, *30-Second Politics: Political Advertising in the Eighties*, Praeger, Νέα Υόρκη 1989, σ. 480.

64. Κ. Σημίτης, *Πολιτική για μια Δημιουργική Ελλάδα: 1996-2004*, ό.π., σ. 606.

ήλιου, του συμβόλου του κόμματος. Σύμφωνα με τον Κ. Σημίτη, επιχειρήθηκε να προβληθεί ένα «ειδυλλιακό νέο ξεκίνημα».⁶⁵ Επιστρατεύεται νέο ύφος στην επικοινωνία και επιχειρείται μια διαφοροποίηση ήπιων τόνων με «αισθητική ευαισθησία» που, σύμφωνα με τη Wei, συμβάλλει στο να προβληθεί μια εικόνα «πολιτικού πολιτισμού».⁶⁶ Το γεγονός του περιορισμένου χρονικού διαστήματος που είχε στη διάθεσή της η νέα ηγεσία είναι πιθανό να αποτελεί μία από τις αιτίες για το ότι η έκφραση αυτή συρρικνώθηκε σε μια προβολή μεμονωμένων προτάσεων και εννοιών και στην τελική αδυναμία άρθρωσης μιας συνολικής και ολοκληρωμένης πρότασης. Τα συνθήματα που αφορούσαν αυτή τη διαδικασία ήταν μεταξύ άλλων: «*Συμμετοχή-Συμμετοχική Δημοκρατία*», «*Πρόσδος Σημαίνει Συμμετοχή*», «*Μέτρο των Δεσμεύσεων μας ο Άνθρωπος*», «*Μαζί στη Νέα Εποχή*», «*Μεγάλη Δημοκρατική Παράταξη*», «*Τεχνολογική Εκτίναξη*», «*Για την Ελλάδα που Θέλουμε*», «*Για μια Ωραία Ελλάδα*», «*Ενώνουμε τους Έλληνες Αλλάζουμε την Ελλάδα*». Στα συνθήματα αυτά παρατηρείται μια μετάβαση από την περίοδο της Ανάγκης –του εκουγχρονισμού και της ισχυροποίησης της Ελλάδας–, στην εποχή της Επιθυμίας, της «*Ελλάδας που Θέλουμε*», της «*Ωραίας Ελλάδας*». Ουσιαστικά, πρόκειται για την εισαγωγή ενός καινούργιου στοιχείου στην ελληνική πολιτική, το οποίο πιθανόν βασίζεται στην πεποίθηση ότι μεγάλο μέρος του πληθυσμού αντιλαμβάνεται πλέον ως παγιωμένο τον «εκουγχρονισμό» της «*Ισχυρής Ελλάδας*». Προτείνεται έτσι ένας νέος συλλογικός στόχος στην ελληνική κοινωνία ο οποίος, μετά την είσοδο στην ΟΝΕ, μοιάζει να αναζητά προσανατολισμό.⁶⁷

Τέλος, καθώς κλιμακώνεται η εκλογική αντιπαράθεση και συνεχίζονται οι αρνητικές για το ΠΑΣΟΚ δημοσκοπήσεις, η επικοινωνιακή τακτική μεταβάλλεται· επιστρατεύονται για άλλη μια φορά παλαιότερα ιδεολογικά σχήματα όπως το «*ΠΑΣΟΚ Αλλαγή με Σιγουριά*», ενώ στην περιοδεία του ο Γ. Παπανδρέου επισημαίνει τους κινδύνους της «επανάδρυσής του κράτους της Δεξιάς».

65. Στο ίδιο.

66. J.M. Wei, «An analysis of the metaphorical usage of campaign slogans in the 1996 presidential campaign in Taiwan», *ό.π.*, σ. 110.

67. C. Lyrintzis, «The Changing Party System: Stable Democracy, Contested Modernisation», *West European Politics*, τόμ. 28, τχ. 2, 2005, σ. 242-259.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα πολιτικά συνθήματα εξετάστηκαν για να διαπιστωθεί σε ποιον βαθμό δύνανται –και στην περίπτωση της Ελλάδας– να μεταφέρουν «σημαντικές πληροφορίες [...] για την ιδεολογία και την κουλτούρα της κοινωνίας που τα παρήγαγε». ⁶⁸ Μέσα από την ανάλυση των προεκλογικών συνθημάτων παρακολουθήσαμε τις διάφορες φάσεις εξέλιξης της ελληνικής κοινωνίας.

Στην πρώτη περίοδο, μετά την πτώση της δικτατορίας, το κυρίαρχο κοινωνικό αίτημα ήταν η κάλυψη της ανασφάλειας, με τα συνθήματα της Νέας Δημοκρατίας να εστιάζουν ακριβώς σε αυτή την κατεύθυνση. Το νέο πολιτεύμα θα παγιωθεί και, μετά το δημοψήφισμα και τη δεύτερη εκλογική αναμέτρηση του 1977, γίνεται ορατό ότι η χώρα έχει εισέλθει σε μια πρωτοφανή για τα ελληνικά δεδομένα περίοδο πολιτειακής ομαλότητας. ⁶⁹ Από το σημείο αυτό και μετά η πολιτική δράση των κομμάτων εμφανίζεται να πραγματεύεται το μέλλον και συνεπώς την εξέλιξη, τη μεταβολή, την αλλαγή. Παρατηρούμε ότι στα πολιτικά συνθήματα των κομμάτων κυριαρχούν η έννοια της αλλαγής και διάφορες παραλλαγές της.

Η δεύτερη περίοδος σηματοδοτείται από την πρόταση του ΠΑΣΟΚ για απομάκρυνση της «Δεξιάς» από την εξουσία, κοινωνικό αίτημα που περιγράφεται από τον Α. Παπανδρέου με την έννοια της πολιτικής και κοινωνικής «Αλλαγής» και εκφράζει τους πόθους της πλειοψηφίας του εκλογικού σώματος. Είναι ενδιαφέρον ότι και σε άλλες χώρες της Ευρώπης εμφανίζονται την ίδια περίοδο συνθήματα σχετιζόμενα με την «Αλλαγή», όπως στην Ισπανία το «*Cambio*» του PSOE, και στη Γαλλία, το «*Changer la Vie*» του σοσιαλιστικού κόμματος. ⁷⁰

Στην τρίτη περίοδο τα κοινωνικά στρώματα που οδήγησαν το ΠΑΣΟΚ στην εξουσία, προδοκώντας μια εκ βάθρων αλλαγή της ελληνικής κοινωνίας, έχουν σε μεγάλο βαθμό απογοητευθεί. Ως έκφραση αυτού του κοινωνικού αιτήματος προβάλλεται από τα αντίπαλα κόμματα και κυρίως από τη

68. X. Lu, «An Ideological/cultural analysis of political slogans in Communist China», *ό.π.*, σ. 499.

69. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: Αναζητώντας μια δύσκολη νομιμοποίηση», *ό.π.*

70. Ο Ch. Lyrintzis («PASOK in Power: the loss of the third road to socialism», *ό.π.*) αναζητά την πατρότητα του συνθήματος της Αλλαγής και προβληματίζεται από τη χρονική εγγύτητα της εμφάνισής του στις τρεις χώρες: Γαλλία, Ισπανία και Ελλάδα. Παρόλα αυτά, όπως προαναφέρεται, είναι δεδομένη η αναφορά του Α. Παπανδρέου στη «Μεγάλη Αλλαγή» ήδη από τις 9 Φεβρουαρίου 1967, σε ομιλία του στο Ξενοδοχείο Hilton.

Νέα Δημοκρατία η «Κάθαρση», η τιμωρία, ως ένα μέσο για μια «Καλύτερη / Νέα Ελλάδα», «Για να Πάει η Ελλάδα Μπροστά». Εδώ η αλλαγή, η εξέλιξη, γίνεται πρόταση της Νέας Δημοκρατίας, αλλά πλέον παύει να έχει ιδεολογικό και ανατρεπτικό χαρακτήρα, καθώς περιορίζεται στην έννοια της μετάβασης σε ένα επόμενο στάδιο, αλλά και στην «απαλλαγή» από την προηγούμενη πολιτική εξουσία. Παράλληλα, η «κάθαρση» επιχειρείται μέσα από την ποινική δίωξη της ηγεσίας του ΠΑΣΟΚ, αλλά η μεταφορική, συμβολική διάσταση του αιτήματος αυτού, που είναι και η σημαντικότερη, πραγματοποιείται με την πολιτική καταδίκη του ΠΑΣΟΚ.

Η νέα κοινωνική και πολιτική επιταγή, που ουσιαστικά προσδιορίζει την τέταρτη και τελευταία περίοδο, έχει αρχίσει να διαφαίνεται από το 1989, μέσα από κάποια δευτερεύοντα συνθήματα που εμφανίζονται στον πολιτικό λόγο του ΠΑΣΟΚ. Θα μεσολαβήσουν αρκετά χρόνια μέχρι να επικρατήσει η τάση αυτή στο εσωτερικό του κόμματος. Το 1996 το ΠΑΣΟΚ επικρατεί με βασικούς άξονες της πολιτικής του ταυτότητας, όπως συνοψίζεται μέσα από τα προεκλογικά του συνθήματα, τον «εκουγχρονισμό» του κράτους, την «ανάπτυξη» της οικονομίας, τη δημιουργία μιας «ισχυρής Ελλάδας». Τα αιτήματα αυτά θα καταστούν κυρίαρχα στον πολιτικό λόγο και των δύο κομμάτων εξουσίας, καθώς έχουν αρχίσει να αντιπροσωπεύουν τις προσδοκίες μεγάλου μέρους της ελληνικής κοινωνίας, παραμένοντας επίκαιρα μέχρι σήμερα.⁷¹ Στις εκλογές του 2000, η ραγδαία βελτίωση και σταθεροποίηση των δημοσιονομικών δεικτών της χώρας και η διαφανόμενη ένταξη της χώρας στην ΟΝΕ επιτρέπουν στο κυβερνών ΠΑΣΟΚ να επιχειρήσει, μέσα από τον προεκλογικό του λόγο, μια προκαταβολική κεφαλαιοποίηση της επιτυχίας. Αυτό εκφράζεται και μέσα από το σύνθημα: «Το Μέλλον Ξεκίνησε». Είναι η πρώτη φορά που ένα κόμμα στην εξεταζόμενη περίοδο χρησιμοποιεί τόσο ξεκάθαρα ως κεντρικό άξονα της προεκλογικής του εκστρατείας τον ισχυρισμό ότι έκανε πράξη την «Αλλαγή» που είχε υποσχεθεί, στη συγκεκριμένη περίπτωση, τον «εκουγχρονισμό» της χώρας.

Σταδιακά, και μέχρι τις εκλογές του 2004, τείνει να παγιωθεί σε μερίδα του ελληνικού λαού η πεποίθηση ότι ο στόχος της «Ισχυρής Ελλάδας», έχει πλέον επιτευχθεί και άρα είναι παρωχημένος. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την πιστοποιημένη κόπωση της εξουσίας, οδηγεί τη νέα ηγεσία του ΠΑΣΟΚ στην αναζήτηση νέων στόχων.⁷² Αναζητά τον επόμενο στόχο, επιχει-

71. K. Featherstone, «Introduction: "Modernisation" and the structural Constraints of Greek Politics», *West European Politics*, τόμ. 28, τχ. 2, 2005.

72. Κ. Σημίτης, *Πολιτική για μια Δημιουργική Ελλάδα: 1996-2004*, ό.π.

ρώντας τη μετάβαση από την εποχή της ανάγκης της *«Ισχυρής Ελλάδας»*, στην εποχή της επιθυμίας, στην *«Ελλάδα που Θέλουμε»*.

Τις εκλογές κέρδισε το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας το οποίο, πέρα από τις κατηγορίες για αλαζονική διακυβέρνηση από το ΠΑΣΟΚ, αμφισβήτησε την επίτευξη της ισχυρής, ανεπτυγμένης και εκσυγχρονισμένης Ελλάδας και ευαγγελίστηκε την *«Επανάδρωση του Κράτους»*, προβάλλοντας όμως παράλληλα το σύνθημα *«Ο Τόπος Χρειάζεται Πολιτική Αλλαγή»*. Η προτεινόμενη αλλαγή, στην περίπτωση αυτή, εστιάζεται κυρίως στην αλλαγή προσώπων και επιβεβαιώνει για άλλη μια φορά την τάση σύγκλισης των πολιτικών θέσεων των δύο μεγάλων κομμάτων αλλά και το γεγονός ότι ΠΑΣΟΚ και Νέα Δημοκρατία απευθύνονται πλέον στα ίδια κοινωνικά στρώματα.

Ένα πρώτο γενικό συμπέρασμα που προκύπτει για την ελληνική κοινωνία είναι ότι στην πορεία του χρόνου τα κοινωνικά αιτήματα, στον βαθμό που μπορεί να αντανακλώνται μέσα από τα προεκλογικά συνθήματα που εξετάστηκαν, τείνουν να απομακρύνονται από το αόριστο και το γενικό και παράλληλα παύουν να θέτουν ζητήματα συνολικού επαναπροσδιορισμού των κοινωνικών δομών. Διαπιστώνουμε ότι σταδιακά τα κοινωνικά αιτήματα αρχίζουν να εστιάζονται σε συγκεκριμένες προτάσεις και θέσεις που αφορούν επιμέρους τομείς της κοινωνίας. Η εξέλιξη αυτή επιβεβαιώνεται από την παρατήρηση των δύο εννοιών-συνθημάτων, της *«Αλλαγής»* και του *«Εκσυγχρονισμού»*, που σε μεγάλο βαθμό κυριάρχησαν στο εξεταζόμενο διάστημα και χαρακτήρισαν τις περιόδους που χρησιμοποιήθηκαν.

Παρατηρούμε ότι το 1981, το κοινωνικό αίτημα εκφράστηκε μέσω της *«Αλλαγής»*, ένα σύνθημα που ήταν μεν ανατρεπτικό, αλλά «περισσότερο αρνητικό παρά θετικό και πάντως αόριστο, ασαφές και ελαστικό».⁷³ Επισημαίνεται επίσης ότι η *«Αλλαγή»* ήταν στη βάση της μια ετεροπροσδιοριζόμενη πρόταση, στηριγμένη στην εκ βάθρων αντίθεση με το παρελθόν. Στον αντίποδα, από το 1996 και μετά, επικρατεί η έννοια του *«εκσυγχρονισμού»*, μια αυτοπροσδιοριζόμενη θέση, που με μια σειρά από συμπληρωματικά μηνύματα αναλύεται και ερμηνεύεται ως μια πλήρης και συγκεκριμένη πρόταση αναδιοργάνωσης σχεδόν όλων των τομέων της ελληνικής κοινωνίας.

Το φαινόμενο της συγκεκριμενοποίησης του κοινωνικού αιτήματος που διαπιστώθηκε παρουσιάζει μεγάλη –χρονική τουλάχιστον– συσχέτιση με την τάση σύγκλισης μεταξύ των προγραμματικών θέσεων των δύο κομμάτων ε-

73. Α. Μάνεσης, «Η εξέλιξη των πολιτικών θεσμών στην Ελλάδα: Αναζητώντας μια δύσκολη νομιμοποίηση», *ό.π.*, σ. 39.

ξουσίας. Μια τάση που επιβεβαιώθηκε με την παρακολούθηση των προεκλογικών συνθημάτων, καθώς παρατηρούμε σταδιακά την αντιπαλότητα των δύο κομμάτων να περιορίζεται, όπως υποστηρίζει ο Α.-Ι.Δ. Μεταξάς, «παρά τις όποιες προσπάθειες ρητορικής συγκάλυψης, σε αντιπαράθεση αποχρώσεων».⁷⁴

Σε κάποιες περιπτώσεις, τα συνθήματα πέρα από το να εκφράζουν το περιβάλλον που τα ανέδειξε, κατορθώνουν να επιδρούν καταλυτικά σε αυτό και να επηρεάζουν την κοινωνία και την ιδεολογία.⁷⁵ Χαρακτηριστικότερο τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το σύνθημα της «Αλλαγής», που σχηματοποίησε τους πόθους και τις ανάγκες μιας εποχής και οδήγησε σε μια συγκεκριμένη τυποποίηση της πολιτικής αντιπαράθεσης, από το 1981 μέχρι και το 1989 και αργότερα εκείνο του «εκουγχρονισμού» που, από το 1996, έθεσε νέους στόχους και κατευθύνσεις στην ελληνική κοινωνία.

Μέσα από τα συνθήματα συχνά γίνεται αντιληπτή η εμφάνιση του νέου πολιτικού λόγου που αποτελεί προάγγελο μιας καινούργιας πολιτικής πρότασης. Στην περίπτωση αυτή, η εμφάνιση του καινούργιου χαρακτηρίζεται από έναν «ανιχνευτικό δισταγμό».⁷⁶ Σημαντικότερο τέτοιο παράδειγμα είναι τα συνθήματα που αφορούσαν τον εκουγχρονισμό των δομών του κράτους και την ισχυροποίηση της ελληνικής οικονομίας, που πρωτοεμφανίζονται στον ηγετικό πολιτικό λόγο του ΠΑΣΟΚ από το 1989, για να επικρατήσουν και να αναδειχθούν σε πρώτη προτεραιότητα της κυβερνητικής πρότασης Σημίτη, το 1996.

Κύριος στόχος της μελλοντικής έρευνας αναδεικνύεται η εξέταση της σχέσης μεταξύ της σύγκλισης του συνθηματικού λόγου των κομμάτων εξουσίας και της σταδιακής συγκεκριμενοποίησης του κοινωνικού αιτήματος, με την τάση της κοινωνίας να οδεύει προς μία κοινωνική ισορροπία.

Ακόμα η παρούσα έρευνα καθιστά σαφές ότι θα ήταν ιδιαίτερα διαφωτισική η κατ' αντιπαράβολή εξέταση των συνθημάτων με τους ηγέτες των πολιτικών κομμάτων.⁷⁷ Άλλωστε, η σύνδεση των συνθημάτων με τους ηγέτες

74. Α.-Ι.Δ. Μεταξάς, *Συγκλιτικά Κόμματα και Αποσυγκλιτικές Αντιστάσεις*, ό.π., σ. 13.

75. X. Lu, «An Ideological/cultural analysis of political slogans in Communist China», ό.π., σ. 499.

76. Α.-Ι.Δ. Μεταξάς, *Προεισαγωγικά για τον Πολιτικό Λόγο*, ό.π., σ. 193.

77. Στην περίπτωση της Ελλάδας, ο δεσποτικός και εσωστρεφής Κ. Καραμανλής προβάλλει ως εκείνος που μπορεί να συγκεντρώσει την ισχύ που απαιτείται για να αντιπαρατεθεί με τα «τανκς». Ο χαρισματικός Α. Παπανδρέου αναλαμβάνει να πραγματοποιήσει το λαϊκό όραμα και να οδηγήσει τη χώρα στην «Αλλαγή». Ο Κ. Μπιστοτάκης, ένας ηγέτης με αμφιλεγόμενο παρελθόν που συμβολικά είναι αντίπαλος του Α. Παπανδρέου αλλά και του πολιτικού και φυσικού του γεννιότα, επιλέγεται για να τον τιμωρήσει και να φέρει την «Κάθαρον». Ο Κ. Σημί-

των κομμάτων είναι μια πρακτική με μακρά παράδοση στον χώρο της πολιτικής καθώς έχει από καιρό παρατηρηθεί ότι αυξάνει την επικοινωνιακή αποτελεσματικότητα και των δύο.⁷⁸

Τέλος, ενδιαφέρον θα παρουσίαζε μια μελέτη που θα εστίαζε σε αυτά που δεν λέγονται, σε αυτά που δεν αναφέρονται στα συνθήματα και όχι στα συνθήματα που τελικά παράχθηκαν, καθώς μηνύματα αποτελούν και εκείνα που λέγονται αλλά και εκείνα που δεν λέγονται.⁷⁹ Μηνύματα τα οποία μπορεί να έχουν μεγάλη σημασία, καθώς δύνανται να δρουν καθοριστικά στην ιεράρχηση των προτεραιοτήτων και τελικά «στη συγκρότηση και κατεύθυνση της πολιτικής κουλτούρας».⁸⁰

της, ένας μεθοδικός οικονομολόγος και ακαδημαϊκός δάσκαλος, εκφράζει την απομάκρυνση από τις ιδεολογίες και τις συναισθηματικές αναφορές στο παρελθόν και υπόσχεται τον συστηματικό εκσυγχρονισμό των κοινωνικών δομών και την οικονομική ανάπτυξη της χώρας βάσει συγκεκριμένου σχεδίου. Βλ. και τη σχετική μελέτη του J. Amodia, «Personalities and Slogans: The Spanish Election of October 1989», *ό.π.*, για αντίστοιχη κατ' αντιπαραβολή εξέταση των συνθημάτων με τους ηγέτες των κομμάτων στην Ισπανία.

78. C. Hernandez, «Apuntes en Torno a la Psicología del Lema», *Revista de Ciencias Sociales*, τόμ. 8, τχ. 1, MAR, 1964, σ. 15-25.

79. Κ. Ναυρίδης, *Ψυχολογία των Ομάδων*, Παπαζήσης, Αθήνα 2005.

80. Μ. Σπουρδαλάκης, *Για τη θεωρία και τη μελέτη των πολιτικών κομμάτων*, Εξάντας, Αθήνα 1990, σ. 128.