

## Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης

Τόμ. 34 (2009)



Από την επικοινωνία της ιδεολογίας στην ιδεολογία της επικοινωνίας : αναδρομική αξιολόγηση του πολιτικού λόγου ΠΑΣΟΚ και Ν.Δ., 1974-2007

Γιάννης Τσίρμπας

doi: [10.12681/hpsa.14486](https://doi.org/10.12681/hpsa.14486)

Copyright © 2017, Γιάννης Τσίρμπας



Άδεια χρήσης [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

### Βιβλιογραφική αναφορά:

Τσίρμπας Γ. (2017). Από την επικοινωνία της ιδεολογίας στην ιδεολογία της επικοινωνίας : αναδρομική αξιολόγηση του πολιτικού λόγου ΠΑΣΟΚ και Ν.Δ., 1974-2007. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 34, 72-91. <https://doi.org/10.12681/hpsa.14486>

ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑΣ  
ΣΤΗΝ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:  
ΑΝΑΔΡΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ  
ΠΑΣΟΚ ΚΑΙ Ν.Δ., 1974-2007

Γιάννης Τσίρμπας\*

---

Στο άρθρο αυτό επιχειρείται η συγκριτική αξιολόγηση της εξέλιξης του πολιτικού λόγου του ΠΑΣΟΚ και της Ν.Δ., από το 1974 μέχρι το 2007, με βάση τη θεωρία της επαγγελματοποίησης της πολιτικής και μία από τις βασικές ερευνητικές υποθέσεις που απορρέουν από αυτή, την υπόθεση περί σταδιακής σύγκλισης και ομοιογενοποίησης του πολιτικού λόγου των κομμάτων εξουσίας. Για τον σκοπό αυτόν εφαρμόζεται ένας πρωτότυπος πειραματικός σχεδιασμός αναδρομικής αξιολόγησης. Ο έλεγχος γίνεται στο επίπεδο της πρόσληψης του πολιτικού λόγου και έχει δύο πτυχές: αφορά τόσο την πιθανή ιδεολογική σύγκλιση στην πορεία του χρόνου από το 1974 έως το 2007, όσο και την πιθανή σύγχυση της κομματικής ταυτότητας του πολιτικού λόγου την ίδια περίοδο. Τα ερευνητικά αποτελέσματα επιβεβαιώνουν προκαταρκτικά την υπόθεση εργασίας, ιδίως στο επίπεδο της ταυτοδότησης, αποτυπώνοντας μια πορεία διαρκώς αυξανόμενης δυσκολίας των ερωτώμενων να διαχωρίσουν τον λόγο ΠΑΣΟΚ και Ν.Δ. κατά τη διερευνώμενη περίοδο. Ταυτόχρονα, ανιχνεύονται ενδιαφέρουσες εκλεκτικές συγγένειες του λόγου των δύο κομμάτων με τα υπόλοιπα κόμματα του ελληνικού πολιτικού συστήματος. Αναδεικνύεται, τέλος, η αξία της χρήσης πειραματικών μεθοδολογιών στον χώρο των κοινωνικών επιστημών.

---

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Εδώ και περίπου τρεις δεκαετίες, γίνεται λόγος για την «αμερικανοποίηση» ή την «επαγγελματοποίηση» ή και την «εμπορευματοποίηση»<sup>1</sup> της πολιτικής, ό-

\* Ο Γιάννης Τσίρμπας είναι Διδάκτωρ Πολιτικής Επικοινωνίας και Ειδικός Επιστήμονας σε θέματα Κοινωνικής και Πολιτικής Ανάλυσης της Επικοινωνίας στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης. Το άρθρο αποτελεί μετεξέλιξη της εργασίας «Από την επικοινωνία της ιδεολογίας στην ιδεολογία της επικοινωνίας» που ανακοινώθηκε στις 4.12.2008 στο συνέδριο «Σύγχρονη Ελληνική Πολιτική» του Κέντρου Πολιτικών Ερευνών του Παντείου Πανεπιστημίου.

1. Για τη θεωρία της επαγγελματοποίησης, τα βασικά χαρακτηριστικά και τις πιθανολογού-

ροι που χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα φαινόμενο το οποίο θεωρείται ότι αποκτά ολοένα μεγαλύτερο εύρος και σημασία, επηρεάζοντας τη διάδραση μεταξύ πολιτικών κομμάτων και εκλογικού σώματος, την παραγωγή πολιτικών ιδεών και προτάσεων πολιτικής, καθώς και γενικότερα την εξέλιξη και αναπαραγωγή του πολιτικού συστήματος και τη διαμόρφωση της πολιτικής και εκλογικής συμπεριφοράς. Ο όρος αναφέρεται ουσιαστικά στην ολοένα αυξανόμενη χρήση, διεθνώς αλλά και στην Ελλάδα, εξειδικευμένων επαγγελματιών από τα πολιτικά κόμματα για μια σειρά από θέματα που μπορεί να αφορούν από τη διοικητική τους οργάνωση μέχρι την επικοινωνιακή τους πολιτική.

Κύριο χαρακτηριστικό του φαινομένου της επαγγελματοποίησης είναι κατ' αρχάς η κεντρική σημασία των ΜΜΕ και ειδικότερα της τηλεόρασης και η μετατόπιση της πολιτικής μάχης στα ραδιοτηλεοπτικά στούντιο. Στην επαγγελματοποίηση της πολιτικής αποδίδεται επίσης η μεταβαλλόμενη κομματική οργάνωση και διεκπεραίωση των εσωκομματικών διεργασιών που πλέον οργανώνονται και δομούνται με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι συμβατές με αυτό που ονομάζεται «λογική των ΜΜΕ»,<sup>2</sup> με έμφαση δηλαδή στο θεαματικό, ψυχαγωγικό και ευσύνοπο χαρακτήρα τους. Οι «μυθικές» ή «μαγικές» διαστάσεις που προσλαμβάνουν στη δημόσια σφαίρα οι δημοσιευμένες έρευνες πρόθεσης ψήφου, πέραν της αναμφισβήτητης πρακτικής χρησιμότητας και αξίας τους τόσο για τα πολιτικά κόμματα όσο και τα ΜΜΕ, αλλά και η συνεχής πλέον χρήση τους από τα κομματικά επιτελεία για τη χάραξη στρατηγικής είναι κεντρικά στοιχεία της επαγγελματοποίησης, όπως εξάλλου και η αντιληπτή ως καίριας σημασίας πολιτική διαφήμιση. Ακόμα, δεν χρειάζεται να υπερτονίσει κανείς ως στοιχείο της επαγγελματοποίησης το ολοένα αυξανόμενο κόστος που έχει πλέον η πολιτική δράση και ιδιαίτερα οι προεκλογικές εκστρατείες ή τον σημαντικό κύκλο εργασιών που σημειώνεται σε μια διαρκώς αναπτυσσόμενη αγορά ιδιωτικών εταιρειών που κινούνται γύρω από την πολιτική.

μενες συνέπειές της, βλ. ενδεικτικά: J. Blumler - D. Kavanagh, «The Third Age in Political Communication: Influences and Features», *Political Communication*, τχ. 16, 1999, σ. 209-230· P. Mancini, «New Frontiers in Political Professionalism», *Political Communication*, τχ. 16, 1999, σ. 231-245· D. Kavanagh, *Election Campaigning. The New Marketing of Politics*, Blackwell, Οξφόρδη 1996· S. Papathanassopoulos - R. Negrine, «The Americanization of Politics», *Press/Politics*, τόμ. 1, τχ. 2, 1996, σ. 45-62.

2. D. McQuail, *Εισαγωγή στη Θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας*, μτφρ.-επιμ.: Σ. Παπαθανασόπουλος, Καστανιώτης, Αθήνα 1997, σ. 559.

Τα παραπάνω προφανώς δεν είναι χωρίς συνέπειες για την πολιτική διαδικασία. Η βασικότερη αυτών είναι η μερική υποκατάσταση των κομμάτων ως μηχανισμών πολιτικής αντιπροσώπευσης, παραγωγής πολιτικής αλλά και ως ιδεολογικών μηχανισμών. Η πολιτική λοιπόν θεωρείται ότι «νοθεύεται», με αποτέλεσμα να αναδεικνύεται δυσανάλογα η *επικοινωνιακή* αξία προτάσεων και πολιτικών και να παραβλέπεται η ιδεολογική και πολιτική «ποιότητα» τους, σε μια διαδικασία που θα μπορούσε να οδηγήσει σε αυτό που θα ονομάζαμε *ιδεολογία της επικοινωνίας*, όπου τα πολιτικά προτάγματα και διακυβεύματα κρίνονται και προ-κρίνονται με βάση την επικοινωνιακή τους αξία και μόνον αυτή.

Πιο συγκεκριμένα, για κάθε πολιτικό κόμμα ξεχωριστά, ο στρατηγικός σχεδιασμός, οι πολιτικές προτάσεις, οι τακτικές κινήσεις δεν αποφασίζονται στα κομματικά συλλογικά όργανα, με συμμετοχή αμιγώς πολιτικού προσωπικού, αλλά ολοένα και συχνότερα σε γραφεία εταιρειών με τη συμμετοχή μικρού αριθμού κομματικών στελεχών ή, τουλάχιστον, στα κομματικά γραφεία με συμμετοχή αμειβόμενων επαγγελματιών συμβούλων. Σε ατομικό επίπεδο, είναι πλέον περισσότερο συμφέρον για τα κομματικά στελέχη να παρακάμψουν την εσωτερική κομματική οργάνωση, δημοσιοποιώντας απευθείας τις απόψεις τους και χτίζοντας προσωπικά δίκτυα με τα ΜΜΕ, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην ολοένα αυξανόμενη έμφαση στα πρόσωπα, εις βάρος των θεμάτων, η οποία αποτελεί κεντρικό χαρακτηριστικό της πολιτικής επικοινωνίας σήμερα.<sup>3</sup> Παράλληλα, σε επίπεδο συνολικής εκφοράς πολιτικού λόγου, όλα τα παραπάνω, σε συνδυασμό με τη μεταφορά από την αγορά και την εφαρμογή κανόνων του μάρκετινγκ, θεωρείται ότι οδηγούν στη σύγκλιση και ομογενοποίηση του πολιτικού λόγου και των προτεινόμενων πολιτικών επιλογών, μια που τα πολιτικά κόμματα στο νέο, επαγγελματοποιημένο περιβάλλον έχουν την τάση να «προσφέρουν τον εαυτό τους ως διαφορετικές εκδοχές του ίδιου προϊόντος».<sup>4</sup> Είναι ακριβώς η πτυχή της σύγκλισης του πολιτικού λόγου που θα μας απασχολήσει κυρίως εδώ, και ιδιαίτερα του λόγου των αποκαλούμενων κομμάτων εξουσίας, του ΠΑΣΟΚ και της Ν.Δ., τα οποία βρίσκονται στο επίκεντρο της διαδικασίας επαγγελματικοποίησης.<sup>5</sup>

3. Βλ. Μ. Edelman, *Η Κατασκευή του Πολιτικού Θεάματος*, πρόλ.-επιμ.: Ν. Δεμερτζής, Παπαζήσης, Αθήνα 1999, σ. 99.

4. D. Nimmo -A. Felsberg, «Hidden Myths in Televisual Political Advertising», στο L. Kaid - D. Nimmo - K. Sanders (επιμ.), *New Perspectives on Political Advertising*, Southern Illinois University Press, Carbondale 1986, σ. 252.

5. Για ανάλυση του φαινομένου στον ελληνικό χώρο, βλ. ενδεικτικά: Γ. Πλειός, *Ο Λόγος*

Δεν υπονοείται βέβαια, σε καμία περίπτωση, πως μόνη η επαγγελματοποίηση ευθύνεται για τα ανωτέρω φαινόμενα. Υπάρχει μια σειρά από παράλληλες διαδικασίες απο-ευθυγράμμισης των ψηφοφόρων, χαλάρωσης των κομματικών ταυτίσεων ή άμβλυνσης των πολιτικών διαιρετικών τομών που επίσης συμβάλλουν. Στον ελληνικό χώρο, ως αφετηριακό σημείο της εντατικοποίησης της επαγγελματοποίησης της πολιτικής θεωρείται η εποχή της απορρύθμισης του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου και ειδικά οι εκλογές του 1990 και η τότε προεκλογική εκστρατεία της Ν.Δ.,<sup>6</sup> χωρίς βεβαίως να αγνοείται το γεγονός ότι οι όροι εμπορευματοποίησης της πολιτικής προκύπτουν ήδη από αρκετά νωρίτερα.<sup>7</sup>

Η υπόθεση της επαγγελματοποίησης στο επίπεδο της σύγκλισης του λόγου των δύο μεγάλων κομμάτων έχει εν πολλοίς επιβεβαιωθεί σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό από έρευνες ανάλυσης περιεχομένου, ενώ αποτελεί σχεδόν κοινό τόπο η άποψη περί απο-ιδεολογικοποίησης του πολιτικού τους λόγου.<sup>8</sup> Ενώ, όμως, σε επίπεδο *εκπομπής* του πολιτικού λόγου το θέμα έχει διερευνηθεί αρκετά, είναι μάλλον αχαρτογράφητο στο επίπεδο της *πρόσληψής* του.

Είναι επομένως σημαντικό να ελέγξουμε την υπόθεση περί σύγκλισης και στο επίπεδο της πρόσληψης του πολιτικού λόγου και εν συνεχεία, αν αυτό είναι εφικτό, να ανιχνεύσουμε ποιο είναι το περιεχόμενο και ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτής της σύγκλισης, δηλαδή *πόσο* και *πώς* μοιάζει ο πολιτικός λόγος των δύο μεγάλων κομμάτων.

της *Εικόνας, Ιδεολογία και Πολιτική*, Παπαζήσης, Αθήνα 2001· Στ. Παπαθανασόπουλος, «Τηλεόραση και Εκλογές στην Ελλάδα τη Δεκαετία 1990-2000», στο Ν. Δεμερτζής (επιμ.), *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, Παπαζήσης, Αθήνα 2002· Μ. Χαρετάκης, «Η Πολιτική Διαφήμιση: Μια εφαρμογή στις βουλευτικές εκλογές του 2000», στο Ν. Δεμερτζής (επιμ.), *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, ό.π., και Β. Βαμβακάς, *Εκλογές και Επικοινωνία στη Μεταπολίτευση*, Σαββάλας, Αθήνα 2006.

6. S. Papathanassopoulos, «Election Campaigning in the Television Age: The Case of Contemporary Greece», *Political Communication*, τχ. 17, 2000, σ. 53.

7. Β. Βαμβακάς, *Εκλογές και Επικοινωνία στη Μεταπολίτευση*, ό.π., σ. 93.

8. Για τη σταδιακή μείωση της χρήσης της ιδεολογίας ως κεντρικού μέρους του κομματικού λόγου ΠΑΣΟΚ και Ν.Δ., βλ. Γ. Τσίρμπας, *Είκοσι Οκτώ Ημέρες: Εκλογές, Πολιτική Διαφήμιση & Ειδοσιογραφία*, Παπαζήσης, Αθήνα, 2007, κεφ. 4.

## 2. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μεθοδολογία που επιλέχθηκε για τον έλεγχο της παραπάνω υπόθεσης ήταν ο σχεδιασμός και η διεξαγωγή ενός πρωτότυπου πειράματος διότι η έμφαση της παρούσας μελέτης είναι στην πρόσληψη και όχι στην εκπομπή των μηνυμάτων. Εναλλακτικά (ή και συμπληρωματικά) θα μπορούσε να ακολουθηθεί η «συμβατική» σε αυτές τις περιπτώσεις μεθοδολογία της ανάλυσης περιεχομένου, δηλαδή η ποσοτικοποίηση των ποιοτικών χαρακτηριστικών του κομματικού λόγου με συστηματικό τρόπο.<sup>9</sup>

Ός πείραμα στις κοινωνικές επιστήμες ορίζεται ο έλεγχος μιας υπόθεσης εργασίας σε απολύτως ελεγχόμενες συνθήκες από τον ερευνητή, σε αντιστοιχία με ό,τι ισχύει στις φυσικές επιστήμες. Βέβαια, τα πειράματα στον χώρο των κοινωνικών επιστημών, όπως και αυτό που αναλύεται εδώ, είναι ορθότερο να αποκαλούνται οιονεί πειράματα [quasi experiments] για τον λόγο ότι στην πλειοψηφία των περιπτώσεων είναι αδύνατο για τον ερευνητή να ελέγξει όλες τις συνθήκες και τις παραμέτρους διεξαγωγής, ούτε μπορεί να επιτύχει την απόλυτη τυχαιότητα στην επιλογή των υποκειμένων του πειράματος, στοιχεία που αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για τη διεξαγωγή γνήσιων πειραμάτων [true experiments]. Συνεπώς, όταν εφεξής αναφερόμαστε στο πείραμα που διεξαγάγαμε, εννοούμε οιονεί πείραμα.<sup>10</sup> Η ανάπτυξη των πειραματικών μεθόδων ακολούθησε την ανάπτυξη του διεπιστημονικού πεδίου της πολιτικής ψυχολογίας, και μεταφέρθηκε στο πεδίο της πολιτικής επικοινωνίας από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 και μετά. Η πλειοψηφία των πειραμάτων αυτών εντάσσεται στην ευρεία οικογένεια της έρευνας των επιδράσεων των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας [media effects research] και λει-

9. «Ανάλυση περιεχομένου είναι η συστηματική κατηγοριοποίηση επικοινωνιακού περιεχομένου σύμφωνα με ορισμένους κανόνες και η ανάλυση των σχέσεων που προκύπτουν με στατιστικές μεθόδους» βλ. D. Riffe - S. Lacy - F.G. Fico, *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*, LEA, New Jersey 1998, σ. 2. Για μια περισσότερο «κλασική» προσέγγιση της μεθοδολογίας ανάλυσης περιεχομένου, βλ. B. Berelson, *Content Analysis in Communication Research*, The Free Press, Νέα Υόρκη 1952, και K. Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, Sage, Beverly Hills CA 1980.

10. Για τα πειράματα και τα οιονεί πειράματα στις κοινωνικές επιστήμες, βλ. T.D. Cook - D.T. Cambell, *Quasi-Experimentation: Design and Analysis Issues for Field Settings*, Rand McNally, Σικάγο 1979· K.M. McGraw, «Political Methodology: Research Design and Experimental Methods», στο R.E. Goodin - H.D. Klingemann (επιμ.), *A New Handbook of Political Science*, Oxford University Press, Οξφόρδη 1996, και P.M. Sniderman - D.B. Grob, «Innovations in Experimental Design in Attitude Surveys», *Annual Review of Sociology*, τχ. 22, 1996, σ. 377-399.

τουργούν μέσω της ανίχνευσης των επιδράσεων συγκεκριμένων επικοινωνιακών ερεθισμάτων στους δέκτες τους.<sup>11</sup>

Το πείραμα αναδρομικής αξιολόγησης που διεξαγάγαμε αποτελεί έναν πρωτότυπο<sup>12</sup> σχεδιασμό, εμπνευσμένο από μια σειρά διαφορετικών ερευνητικών πρακτικών στον χώρο της πολιτικής, της επικοινωνίας και της έρευνας αγοράς. Ειδικότερα, δανείζεται στοιχεία από τις ποιοτικές έρευνες προ-ελέγχου [pre-test] διαφημιστικών μηνυμάτων και συνθημάτων [slogans] πολιτικών κομμάτων και υποψηφίων (αλλά και επιχειρήσεων). Στη συγκεκριμένη ερευνητική πρακτική μία από τις συνθήκες ερωτήσεις την οποία καλούνται να απαντήσουν οι συμμετέχοντες σε ομάδες εστίασης [focus groups] ή σε εις βάθος συνεντεύξεις όταν αξιολογούν ένα μήνυμα, ένα τηλεοπτικό σποτ και ούτω καθεξής, είναι «σε ποιον ταιριάζει περισσότερο» ή «ποιος θα μπορούσε να το εκφέρει».

Η συγκεκριμένη ερώτηση προφανώς γίνεται για να διαπιστωθεί ο βαθμός συμβατότητας του μηνύματος που διερευνάται με τον υποψήφιο εκφορέα του, καθώς και η προοπτική του, η απήχησή του σε συγκεκριμένες κοινωνικοδημογραφικές κατηγορίες και κοινό-στόχο και η μελλοντική αποτελεσματικότητά του. Στο πείραμά μας τέθηκε μια αντίστοιχη ερώτηση, μόνο που ήταν αναδρομικού χαρακτήρα. Αφορούσε δηλαδή μηνύματα που είχαν ήδη μεταδοθεί από συγκεκριμένους πομπούς. Ακόμη, το συγκεκριμένο πείραμα έχει εμφανείς επιρροές από τα κλασικά πειράματα σχετικά με τις επιδράσεις των ΜΜΕ, όπου οι ερωτώμενοι-υποκείμενα εκτίθενται σε συγκεκριμένα επικοινωνιακά ερεθίσματα και στη συνέχεια καταγράφονται οι αντιδράσεις τους. Οι συμμετέχοντες στο πείραμά μας υποβλήθηκαν και αυτοί σε ένα ελεγχόμενο επικοινωνιακό ερέθισμα, δηλαδή σε συγκεκριμένα αποσπάσματα του επίσημου λόγου του ΠΑΣΟΚ και της Ν.Δ. από το 1974 μέχρι το 2007, από τα οποία είχε αφαιρεθεί κάθε στοιχείο κομματικής ταυτότητας ή χρονολογικής αναφοράς. Τέλος, το πείραμα που αναλύεται εδώ φέρει στοιχεία –σε επίπεδο μεταβλητών, διεξαγωγής, διεκπεραίωσης και επεξεργασίας των δεδο-

11. Για μερικές από τις πιο γνωστές πειραματικές έρευνες στο πεδίο της πολιτικής επικοινωνίας, βλ. S. Ansolabehere - S. Iyengar, «Riding the Wave and Claiming Ownership Over Issues», *Public Opinion Quarterly*, τχ. 58, 1994, σ. 335-357· S. Ansolabehere - S. Iyengar - A. Simon - N. Valentino, «Does Attack Advertising Demobilize the Electorate?», *American Political Science Review*, τχ. 88, 1994, σ. 829-838, και S. Ansolabehere - S. Iyengar, *Going Negative: How Political Advertisements Shrink and Polarize the Electorate*, Free Press, Νέα Υόρκη 1996.

12. Δεν κατέστη δυνατή η εύρεση στη βιβλιογραφία κάποιου δημοσιευμένου πειραματικού σχεδιασμού με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του παρόντος.

μένων– και από κλασικές ποσοτικές έρευνες γνώμης, όπου οι ερωτώμενοι καλούνται να τοποθετήσουν κόμματα, πολιτικά πρόσωπα και τους εαυτούς τους σε κλίμακες (στην προκείμενη περίπτωση στην κλίμακα Αριστερά-Δεξιά), ενώ καταγράφονται και συγκεκριμένα κοινωνικοδημογραφικά στοιχεία σε δομημένο ερωτηματολόγιο. Υπό την έννοια αυτή το πείραμά μας μπορεί να χαρακτηριστεί *πολυμεθοδικό* ανεξάρτητα όμως από τη μέθοδο που ακολουθείται, η λογική της εξαγωγής συμπερασμάτων επιδιώκεται να είναι κοινή<sup>13</sup> και διεπόμενη από συγκεκριμένες αρχές, οι σημαντικότερες από τις οποίες είναι η διαψευσιμότητα και η δημοσιότητα. Πάντως, το συγκεκριμένο πείραμα δεν είναι μια έρευνα πολιτικής επιτήδευσης [political sophistication research], παρόλο που εκ πρώτης όψεως μπορεί να παρερμηνευθεί ως τέτοια. Στο πλαίσιο αυτής της έρευνας δεν ενδιαφέρει αν και κατά πόσον οι ερωτώμενοι γνωρίζουν τις σωστές απαντήσεις. Αυτό που διερευνάται είναι *τι σημαίνουν* διαχρονικά τόσο οι σωστές όσο και οι λάθος απαντήσεις που δίνουν για τον πολιτικό λόγο των δύο κομμάτων εξουσίας και πώς αυτός προσλαμβάνεται.

Η έρευνα διεξήχθη με ερωτηματολόγιο αυτοσυμπλήρωσης σε φοιτητές πολιτικής επιστήμης και επικοινωνίας από πέντε πανεπιστημιακά τμήματα.<sup>14</sup> Οι ερωτώμενοι, εκτός από βασικά δημογραφικά στοιχεία –δηλαδή φύλο, ηλικία, έτος σπουδών και πανεπιστημιακό τμήμα– αυτοτοποθετούνταν στη δεκάβαθμη κλίμακα Αριστεράς-Δεξιάς και στη συνέχεια καλούνταν να αντιστοιχίσουν πέντε αποσπάσματα επίσημου λόγου του ΠΑΣΟΚ και της Ν.Δ. από το 1974 μέχρι το 2007 με το πολιτικό κόμμα στο οποίο πίστευαν ότι θα μπορούσε να ανήκει το καθένα και να τοποθετήσουν άλλα πέντε αποσπάσματα στη δεκάβαθμη κλίμακα Αριστερά-Δεξιά. Κρίσιμο στοιχείο της πειραματικής διαδικασίας ήταν ότι οι ερωτώμενοι δεν γνώριζαν ότι επρόκειτο για αποσπάσματα μόνον της Ν.Δ. και του ΠΑΣΟΚ ούτε τη χρονική περίοδο στην οποία αυτά αναφέρονταν. Συνολικά χρησιμοποιήθηκαν τέσσερις διαφορετικές εκδοχές του ερωτηματολογίου, προκειμένου να καλυφθούν τα 40 συνολικά αποσπάσματα που επιλέχθηκαν, να επιτευχθεί η μεγαλύτερη δυνατή διασπορά και ταυτόχρονα να διατηρηθεί η διάρκεια της συμπλήρωσης του ερωτη-

13. G. King - R.O. Keohane - S. Verba, *Designing Social Inquiry. Scientific Inference in Qualitative Research*, Princeton University Press, Princeton 1994, σ. 3.

14. Πολιτικής Επιστήμης & Ιστορίας Παντείου Πανεπιστημίου, Πολιτικής Επιστήμης και Δημόσιας Διοίκησης Πανεπιστημίου Αθηνών, Πολιτικής Επιστήμης & Διεθνών Σχέσεων Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού Παντείου Πανεπιστημίου και Επικοινωνίας και ΜΜΕ Πανεπιστημίου Αθηνών.



ματολογίου σε λογικά όρια, καθώς η έρευνα διεξαγόταν κατά τη διάρκεια πανεπιστημιακών παραδόσεων.<sup>15</sup>

Κατόπιν ενδελεχούς αναζήτησης,<sup>16</sup> επελέγησαν είκοσι αποσπάσματα από κάθε κόμμα, από το 1974 μέχρι το 2007, ισόρροπα κατανεμημένα χρονικά ανά δεκαετία. Όταν επομένως αναφερόμαστε στον λόγο ενός κόμματος για μια συγκεκριμένη δεκαετία, εννοούμε συνολικά πέντε διαφορετικά αποσπάσματα του λόγου αυτού, μέγεθος που κρίνεται ικανοποιητικό από την άποψη της εσωτερικής εγκυρότητας, τουλάχιστον σε πιλοτικό επίπεδο. Η επιλογή των αποσπασμάτων έγινε βάσει τεσσάρων αντικειμενικών κανόνων:

- να συγκροτούν αυτοτελή νοήματα –να μην είναι, δηλαδή, απομονωμένα από το κειμενικό τους περιβάλλον·
- να αποτελούν κεντρικά κομματικά κείμενα, δηλαδή κείμενα που φέρουν την υπογραφή είτε του κόμματος συνολικά είτε του αρχηγού·
- να μην περιέχουν προφανείς ιδεολογικούς ή άλλους όρους που θα πρόδιδαν την ταυτότητα του αντίστοιχου κόμματος, όπως «σοσιαλισμός», «φιλελευθερισμός», το όνομα του κόμματος κ.λπ.· και
- να μην περιέχουν εξειδικευμένα πραγματολογικά στοιχεία που επίσης θα μπορούσαν να προδώσουν την ταυτότητα του αποσπάσματος, όπως ημερομηνίες εκλογών ή εξειδικευμένες προτάσεις πολιτικής δυνητικά αναγνωρίσιμες.<sup>17</sup>

Τα αποσπάσματα που επελέγησαν καλύπτουν όλες τις μορφές δημόσιου κομματικού λόγου: ιδρυτικές διακηρύξεις, προεκλογικά προγράμματα, προγραμματικές δηλώσεις, ομιλίες, άρθρα και συνεντεύξεις αρχηγών, αποφάσεις συνεδρίων και συνδιασκέψεων.

Η έρευνα διεξήχθη το διάστημα 3-25 Νοεμβρίου 2008 και συγκεντρώθηκαν συνολικά 303 ερωτηματολόγια. Είναι προφανές ότι το συγκεκριμένο δείγμα φοιτητών αποτελεί ένα δείγμα ευχέρειας ή δείγμα «ευκολίας» [convenience

15. Ο γράφων οφείλει θερμές ευχαριστίες στους Β. Γεωργιάδου, Ν. Δεμερτζή, Π. Ζέρη, Σ. Σεφεριάδη, Δ. Σωτηρόπουλο και Μ. Τσατσάνη για την καλοσύνη τους να δεχτούν να φιλοξενίσουν την έρευνα στο πλαίσιο των πανεπιστημιακών τους παραδόσεων. Χωρίς τη συμβολή τους η ολοκλήρωσή της θα ήταν αδύνατη.

16. Ο γράφων ευχαριστεί τη Λ. Ρόρη για την παραχώρηση μέρους του αρχείου της για το ΠΑΣΟΚ, για τις δεκαετίες του 1970 και του 1980.

17. Να σημειωθεί ότι σε δύο αποσπάσματα της Ν.Δ., από τη δεκαετία του 1970, πραγματοποιήθηκε ήπια γλωσσική επιμέλεια, η οποία δεν επηρέασε το καθαυτό περιεχόμενό τους –πρόκειται για αποσπάσματα που ήταν απολύτως κατάλληλα να συμπεριληφθούν στην έρευνα με βάση τους αντικειμενικούς κανόνες επιλογής, αλλά ο λόγος τους μπορούσε να «δείξει» την εποχή και την κομματική τους προέλευση.

sampling].<sup>18</sup> Δεν διεκδικεί δηλαδή, σε καμία περίπτωση, τον χαρακτήρα της αντιπροσωπευτικότητας του γενικού πληθυσμού, αλλά ούτε καν ενός πληθυσμού έρευνας που θα μπορούσε να αποτελείται μόνο από τους φοιτητές των συγκεκριμένων πανεπιστημιακών τμημάτων. Ακόμη και για αυτό θα απαιτούνταν η εφαρμογή επιστημονικής δειγματοληψίας, κάτι που δεν συνέβη στην παρούσα περίπτωση για προφανείς πρακτικούς λόγους περιορισμένων υλικών και ανθρώπινων πόρων. Από την άποψη αυτή, η δυνατότητα για γενικεύσεις είναι εξαιρετικά περιορισμένη και τα αποτελέσματα που θα παρουσιαστούν στη συνέχεια αφορούν, από επιστημολογική άποψη, τους *συγκεκριμένους* φοιτητές που μετείχαν στην έρευνα και μόνον αυτούς. Ο βασικός αυτός περιορισμός είναι ο λόγος για τον οποίο αποκαλούμε *πilotική* την έρευνά μας: δεν στοχεύει στην εξαγωγή γενικεύσεων για κάποιο πληθυσμό έρευνας, αλλά στην εξαγωγή ενδιάμεσων και ενδεικτικών συμπερασμάτων από μια καινούρια σκοπιά, τα οποία θα ελεγχθούν έναντι της ήδη σωρευμένης γνώσης για τα θέματα της πολιτικής επικοινωνίας στην Ελλάδα και θα μπορέσουν να χρησιμοποιηθούν, σε επίπεδο θεωρίας και κατάρτισης υποθέσεων εργασίας, ως βάση για μια μεταγενέστερη έρευνα ευρύτερης στοχοθεσίας. Τα δείγματα ευκαιρίας αποτελούν αναγκαστικά τη βέλτιστη προσέγγιση για έρευνες αυτού του είδους. Παράλληλα, στόχος της έρευνας ήταν και η πρακτική δοκιμασία της χρησιμότητας ενός νέου ερευνητικού σχεδιασμού, τόσο από καθαρά μεθοδολογική άποψη όσο και από την άποψη της εύστοχης χρήσης συγκεκριμένων μεταβλητών, αλλά και αποσπασμάτων λόγου των πολιτικών κομμάτων. Ο *pilotικός* χαρακτήρας του πειράματος αποτελεί λοιπόν το απαραίτητο πρίσμα μέσα από το οποίο πρέπει να αναγνωσθούν τα ερευνητικά αποτελέσματα που ακολουθούν.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με την ερευνητική υπόθεση –όπως αυτή προαναφέρθηκε– της επαγγελματοποίησης την οποία θα ελέγξουμε, προβλέπεται αυξανόμενη ομοιογενοποίηση και ιδεολογική σύγκλιση των δύο κομμάτων και συνεπώς αναμένεται, όσο κινούμαστε από τη δεκαετία του 1970 προς τη δεκαετία του 2000, αφενός να συγκλίνει η τοποθέτηση των αποσπασμάτων των δύο κομμάτων στη δεκάβαθμη κλίμακα Αριστεράς-Δεξιάς και, αφετέρου, η «ορθή» κομματική αντιστοίχιση των αποσπασμάτων, δηλαδή η επιτυχημένη απόδοσή τους σε ΠΑΣΟΚ ή Ν.Δ., να φθίνει.

18. Για τα δείγματα ευχέρειας, βλ. D.A. de Vaus, *Surveys in Social Research*, UCL Press, Λονδίνο 1996, σ. 78-79.

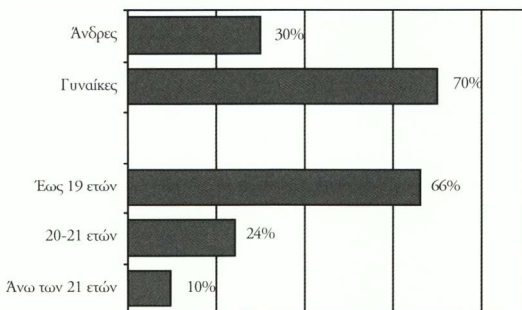
## 3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

## α. Το προφίλ των ερωτώμενων

Παρότι δεν προκύπτει θέμα σύγκρισης του δείγματός μας με κάποιον πληθυσμό έρευνας προκειμένου να ελέγξουμε την αντιπροσωπευτικότητά του, είναι απαραίτητο να περιγράψουμε το προφίλ όσων μετείχαν στην έρευνα, βάσει κύριων δημογραφικών κατηγοριών. Σημειώνεται επίσης ότι για λόγους πολύ χαμηλών βάσεων αναφοράς σε επιμέρους κατηγορίες, τα αποτελέσματα παρουσιάζονται μόνο στο σύνολο των ερωτώμενων.

ΓΡΑΦΗΜΑ 1

*Προφίλ ερωτώμενων: φύλο-πλικία*

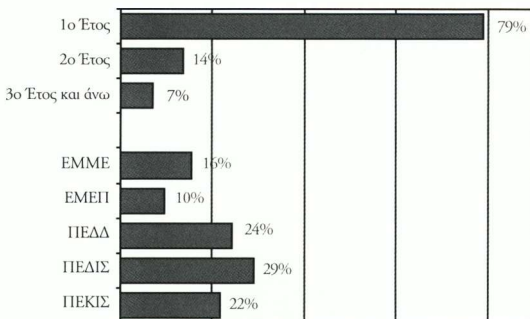


Αναφορικά με το δημογραφικό τους προφίλ, όπως καταγράφεται στα Γραφήματα 1 & 2, οι ερωτώμενοι είναι στην πλειοψηφία τους γυναίκες, ηλικίας έως 19 ετών και βρίσκονται στο πρώτο έτος των σπουδών τους. Το πανεπιστημιακό τμήμα με τη μεγαλύτερη εκπροσώπηση είναι το ΠΕΔΙΣ του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου (29%) και ακολουθεί το ΠΕΔΔ του Πανεπιστημίου Αθηνών (24%).

Σε επίπεδο πολιτικής αυτοτοποθέτησης, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων φοιτητών συνωστίζονται στις κεντρικές θέσεις 4, 5 και 6 (69%), ενώ στα άκρα της κλίμακας δεν τοποθετείται παρά ελάχιστος αριθμός (Γράφημα

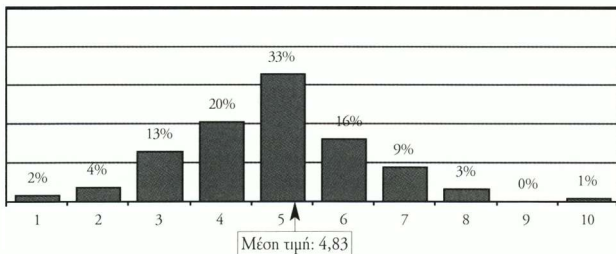
## ΓΡΑΦΗΜΑ 2

Προφίλ ερωτώμενων: έτος σπουδών-πανεπιστημιακό Τμήμα



## ΓΡΑΦΗΜΑ 3

Προφίλ ερωτώμενων: πολιτική αυτοτοποθέτηση σε κλίμακα 1-10  
 Βάση: 283 άτομα που αυτοτοποθετήθηκαν



3). Η μέση τιμή της αυτοτοποθέτησης των συμμετεχόντων στο πείραμα είναι 4,83, όταν στο σύνολο της χώρας είναι 5,57.<sup>19</sup> Συγκριτικά με το συνολικό εκλογικό σώμα λοιπόν, οι συμμετέχοντες στο πείραμα φοιτητές εκτός από νεότεροι αυτοτοποθετούνται και ελαφρώς αριστερότερα.

19. Metron Analysis, συνδρομητική έρευνα Metron Forum, Μάρτιος 2008.

**β. Τοποθέτηση αποσπασμάτων στην κλίμακα Αριστερά-Δεξιά**

Το πρώτο μέρος των κυρίως αποτελεσμάτων αφορά την τοποθέτηση των αποσπασμάτων του ΠΑΣΟΚ και της Ν.Δ. στην κλίμακα Αριστερά-Δεξιά (Πίνακας 1), όπου σύμφωνα με την υπόθεση εργασίας μας αναμένουμε σταδιακή σύγκλιση της θέσης τους.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1**

*Τοποθέτηση αποσπασμάτων στην κλίμακα Αριστερά-Δεξιά  
Μέση τιμή (1-10)*

	ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΑ Ν.Δ.	ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΑ ΠΑΣΟΚ	ΔΙΑΦΟΡΑ Ν.Δ.-ΠΑΣΟΚ
Δεκαετία του 1970	5,95	5,31	0,64
Δεκαετία του 1980	5,08	5,71	-0,63
Δεκαετία του 1990	5,07	5,82	-0,75
Δεκαετία του 2000	5,25	5,80	-0,55

Παρατηρούμε στον Πίνακα 1 ότι οι διαφορές δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλες και κινούνται εντός της περιοχής μιας μονάδας, μεταξύ δηλαδή του 5 και του 6, με τη δεξιότερη επίδοση της Ν.Δ. να βρίσκεται στη δεκαετία του 1970 (5,95), όπου βρίσκεται ταυτόχρονα και η αριστερότερη επίδοση του ΠΑΣΟΚ (5,31). Δεν σημειώνεται όμως τότε η μεγαλύτερη διαφορά μεταξύ των δύο κομμάτων, αλλά στη δεκαετία του 1990, όταν η Ν.Δ. τερματίζει μια σταθερή αριστερόστροφη πορεία, σύμφωνα με την κατάταξη των αντίστοιχων αποσπασμάτων από τους ερωτώμενους, φτάνοντας στο 5,07, ενώ το ΠΑΣΟΚ διαγράφει μια σταθερά δεξιόστροφη μετακίνηση, με 5,71 τη δεκαετία του 1980 και 5,82 τη δεκαετία του 1990. Η δε μικρότερη διαφορά μεταξύ τους σημειώνεται το 2000, όταν τα αποσπάσματα της Ν.Δ. τοποθετούνται στο 5,25 και του ΠΑΣΟΚ στο 5,80.

Συνεπώς, δεν παρατηρείται κάποια σταδιακή, γραμμική πορεία σύγκλισης μέσα στον χρόνο, όπως προβλέπει η υπόθεση της επαγγελματοποίησης, αλλά τα δύο κόμματα βρίσκονται γενικά κοντά σε όλο το διερευνώμενο διάστημα, με τις καταγραφόμενες διαφορές να είναι μάλλον μικρές. Ακόμη, είναι ενδιαφέρον ότι μετά τη δεκαετία του 1970, για όλες τις υπόλοιπες δεκαετίες, τα αποσπάσματα δημόσιου πολιτικού λόγου του ΠΑΣΟΚ τοποθετούνται από τους ερωτώμενους δεξιότερα από τα αντίστοιχα αποσπάσματα της Ν.Δ. Η α-

ναντιστοιχία αυτή, σε σχέση με τη δημόσια εικόνα των δύο κομμάτων, αποτέλεσε ένα από τα λιγότερο αναμενόμενα ευρήματα της έρευνας και χρήζει περαιτέρω διερεύνησης.

Άρα, στο επίπεδο της πρόσληψης του πολιτικού λόγου των δύο κομμάτων και της τοποθέτησής του στον άξονα Αριστερά-Δεξιά, η υπόθεση εργασίας περί σύγκλισης δεν επιβεβαιώνεται ξεκάθαρα. Η αντίληψη της απόστασης του λόγου των δύο κομμάτων είναι όντως μικρότερη τη δεκαετία του 2000 από ό,τι παλαιότερα, χωρίς όμως να ακολουθεί γραμμική πορεία στον χρόνο και χωρίς να καταγράφεται σε κάποια χρονική περίοδο ως σημαντικά αποκλίνουσα.

#### γ. Απόδοση ταυτότητας στα αποσπάσματα κομματικού λόγου

Στην έρευνά μας, ο βαθμός ορθής αντιστοίχισης των αποσπασμάτων με το πολιτικό κόμμα στο οποίο ανήκουν δεν χρησιμοποιείται ως δείκτης πολιτικής επιτήδευσης, όπως έχουμε ήδη υπογραμμίσει, αλλά ως δείκτης του βαθμού σύγκλισης του πολιτικού λόγου ΠΑΣΟΚ και Ν.Δ.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 2

*Ποσοστό ορθής απόδοσης αποσπασμάτων λόγου σε Ν.Δ. και ΠΑΣΟΚ*

	ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΑ Ν.Δ.	ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΑ ΠΑΣΟΚ
Δεκαετία του 1970	44%	11%
Δεκαετία του 1980	27%	17%
Δεκαετία του 1990	21%	34%
Δεκαετία του 2000	28%	35%

Παρατηρούμε στον Πίνακα 2 ότι τα αποσπάσματα της Ν.Δ. από τη δεκαετία του 1970 αποδίδονται ορθά σε αυτήν από το 44% των ερωτώμενων, με τις ορθές απαντήσεις για τα αποσπάσματα των υπόλοιπων δεκαετιών να βρίσκονται αρκετά χαμηλότερα, με ποσοστά από 21% έως 28%.

Αντίστοιχα, παρατηρούμε ότι η ορθή αντιστοίχιση των αποσπασμάτων του ΠΑΣΟΚ είναι χαμηλή για τις δύο πρώτες δεκαετίες της Μεταπολίτευσης, με 11% και 17% των ερωτώμενων να αποδίδουν ορθά στο ΠΑΣΟΚ τα αποσπάσματα του δημόσιου λόγου του, ποσοστά που σχεδόν υπερδιπλασιάζονται για τις δύο επόμενες δεκαετίες, με το 35% περίπου των ερωτώμενων να

αποδίδει «τα του Κάισαρος τω Κάισαρι», δηλαδή τα αποσπάσματά του στο ΠΑΣΟΚ. Θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς για τη Ν.Δ. ότι το «παρελθόν» του πολιτικού της λόγου και ιδιαίτερα η δεκαετία του 1970 έχει σήμερα πιο καθαρή «νεοδημοκρατική» ταυτότητα από το παρόν του πολιτικού της λόγου, ενώ για το ΠΑΣΟΚ φαίνεται ότι ισχύει το αντίθετο. Στη συνολική αντίληψη των ερωτώμενων για τα πολιτικά πράγματα τη στιγμή διεξαγωγής της έρευνας, η οποία προφανώς αποτελεί και το γνωστικό εργαλείο που επιστρατεύουν για την ταυτοδότηση των κομματικών αποσπασμάτων, αναγνωρίζονται δύο μάλλον διακριτές ομαδοποιήσεις στα αποσπάσματα ΠΑΣΟΚ: εκείνη των δεκαετιών 1970 και 1980 και εκείνη των δεκαετιών 1990 και 2000.

Στο επίπεδο των λανθασμένων αντιστοιχίσεων, οι οποίες παρουσιάζουν ακόμα μεγαλύτερο ενδιαφέρον, ελέγξαμε καταρχάς τη «σύγχυση» μεταξύ Ν.Δ. και ΠΑΣΟΚ, πόσοι δηλαδή ερωτώμενοι θεωρούν τα αποσπάσματα της Ν.Δ. ως ανήκοντα στο ΠΑΣΟΚ και το αντίστροφο.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 3

*Ποσοστό λανθασμένης απόδοσης αποσπασμάτων ΠΑΣΟΚ στη Ν.Δ.  
και αντιστρόφως*

	ΑΠΟΔΟΣΗ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΩΝ ΠΑΣΟΚ ΣΤΗ Ν.Δ.	ΑΠΟΔΟΣΗ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΩΝ Ν.Δ. ΣΤΟ ΠΑΣΟΚ
Δεκαετία του 1970	9%	27%
Δεκαετία του 1980	27%	19%
Δεκαετία του 1990	43%	14%
Δεκαετία του 2000	23%	36%

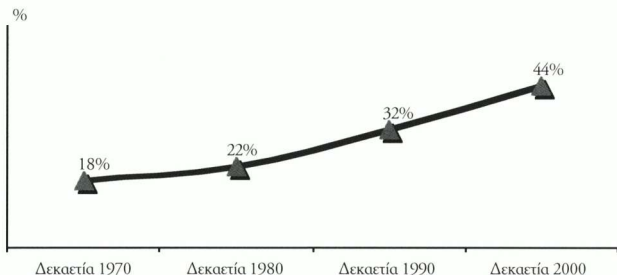
Συνδυάζοντας τις δύο προηγούμενες προσεγγίσεις καταλήγουμε σε έναν συνολικό «δείκτη σύγχυσης», ο οποίος παρουσιάζεται στο Γράφημα 4 και απεικονίζει τη συνολική λανθασμένη απόδοση αποσπασμάτων μεταξύ Ν.Δ. και ΠΑΣΟΚ ανά δεκαετία, δηλαδή το συνολικό ποσοστό των ερωτώμενων που αποδίδουν λανθασμένα αποσπάσματα της Ν.Δ. στο ΠΑΣΟΚ και το αντίθετο.

Η πορεία του δείκτη σύγχυσης αποτελεί την ισχυρότερη ένδειξη για το πόσο τείνουν να μοιάσουν τα δύο μεγάλα κόμματα σε επίπεδο κορυφαίου δημόσιου λόγου, εύρημα που ευθυγραμμίζεται απόλυτα με την υπόθεση της επαγγελματοποίησης.

Από το 18% των ερωτώμενων για τα αποσπάσματα του 1974, ακολουθεί-

## ΓΡΑΦΗΜΑ 4

«Δείκτης σύγχυσης» διαχρονικά  
(Συνολικό ποσοστό ερωτώμενων που αποδίδουν τα αποσπάσματα λόγου της Ν.Δ.  
στο ΠΑΣΟΚ και αντιστρόφως)



ται γραμμική αύξηση έως το 44% των ερωτώμενων οι οποίοι αντιστοιχίζουν λανθασμένα τα αποσπάσματα Ν.Δ. και ΠΑΣΟΚ του 2000, αποδίδοντάς τα αντίστροφα. Βέβαια, η ισχύς των αποτελεσμάτων μετριάζεται σε έναν βαθμό από το γεγονός ότι η «σύγχυση» δεν σημειώνει τα υψηλότερα ποσοστά της για τον λόγο του 2000 και στο επίπεδο κάθε κόμματος ξεχωριστά, αφού για τα αποσπάσματα του ΠΑΣΟΚ η σύγχυση είναι μεγαλύτερη τη δεκαετία του 1990. Σε κάθε περίπτωση πάντως, το σαφώς πλειοψηφικό συνολικό ποσοστό σύγχυσης των αποσπασμάτων των δύο κομμάτων για τη δεκαετία του 2000, καθώς και η γραμμική αύξησή του μέχρι τότε, αποτελούν σοβαρές ενδείξεις περί της πορείας σύγκλισης του πολιτικού λόγου των δύο κομμάτων, όπως αυτός προσλαμβάνεται από τους συμμετέχοντες.

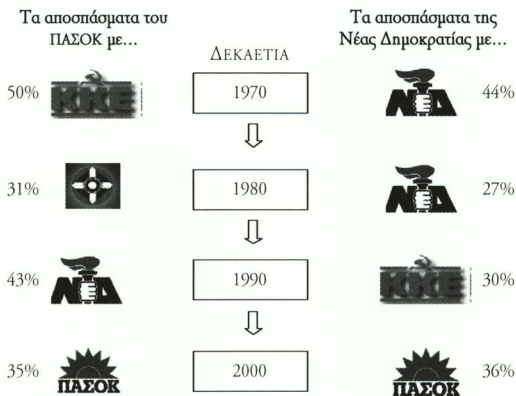
Τα ανωτέρω ευρήματα αναδεικνύουν την ανάγκη μεγαλύτερης εμβάθυνσης στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της καταγραφόμενης σύγχυσης. Στο Σχεδιάγραμμα 1 παρουσιάζεται η διάρθρωση της σύγχυσης αυτής, αναφορικά με το κόμμα με το οποίο πλειοψηφικά αντιστοιχίζονται τα αποσπάσματα λόγου ΠΑΣΟΚ και Ν.Δ. σε κάθε δεκαετία. Πρόκειται ουσιαστικά για ένα «χάρτη εξέλιξης» του δημόσιου λόγου των δύο κομμάτων, από το 1974 μέχρι το 2007, σύμφωνα πάντα με την αντίληψη των ερωτώμενων της έρευνας κατά το διάστημα διεξαγωγής της.

Το 50% των ερωτώμενων, λοιπόν, θεωρεί ότι τα αποσπάσματα του ΠΑΣΟΚ



## ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

«Χάρτης» διαχρονικής εξέλιξης και εκλεκτικών συγγενειών κομματικού λόγου



της δεκαετίας του 1970 ανήκουν στο ΚΚΕ, συμπέρασμα το οποίο βρίσκεται σε συμφωνία με ευρήματα και αναλύσεις που διαθέτουμε για εκείνη την περίοδο σχετικά με τον έντονα αριστερόστροφο λόγο του ΠΑΣΟΚ.<sup>20</sup> Ιδιαίτερα στα πρώτα χρόνια της ζωής του, αμέσως μετά το τέλος της δικτατορίας, το ΠΑΣΟΚ προσλαμβάνεται ως το αριστερότερο κόμμα του κομματικού συστήματος.<sup>21</sup> Από την άλλη μεριά, όπως έχουμε ήδη αναφέρει (Πίνακας 2), η πλειοψηφία των ερωτώμενων αποδίδει σωστά τα αποσπάσματά της στη Ν.Δ. (44%) για την ίδια δεκαετία. Επιβεβαιώνεται δηλαδή ότι η ταυτότητα του λόγου της Ν.Δ. της δεκαετίας του 1970 αντέχει στον χρόνο, μια που ο λόγος

20. Βλ. Χ. Λυριντζής, «Το Μεταβαλλόμενο Κομματικό Σύστημα: Σταθερή Δημοκρατία, Αμφισβητούμενος «Εκουγχρονισμός»», στο Κ. Featherstone (επιμ.), *Πολιτική στην Ελλάδα. Η Πρόκληση του Εκουγχρονισμού*, εκδόσεις Οκτώ, Αθήνα 2006, σ. 46.

21. Σε αναλύσεις που έχει πραγματοποιήσει ο γράφων στη βάση δεδομένων του Party Manifestos Project του ECPR, κατόπιν ευγενικής παραχώρησης του Ian Budge, το ΠΑΣΟΚ κατατάσσεται αριστερότερα και του ΚΚΕ κατά τις εκλογές του 1974, για να ομαλοποιηθεί σταδιακά η θέση του προς το Κέντρο έως τις εκλογές του 1981. Βλ. Y. Tsirbas, «Does Dictatorship Produce an Ideological Reaction at the Party Level? The Cases of Spain, Portugal and Greece», αδημοσίευτη μεταπτυχιακή εργασία, University of Essex, 2000.

της γίνεται και σήμερα αντιληπτός ως «Ν.Δ.» από ένα σώμα ερωτώμενων που δεν έχουν ίδια αντίληψη εκείνης της εποχής.

Για τη δεκαετία του 1980, η δεξιοστροφή τοποθέτηση των αποσπασμάτων του ΠΑΣΟΚ που καταγράφηκε στον Πίνακα 1 αποτυπώνεται στο γεγονός ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων (31%) θεωρεί ότι τα αποσπάσματα του από εκείνη τη δεκαετία ανήκουν στο ΛΑΟΣ. Πρόκειται για εύρημα που συνάδει με τις κυριάρχες αναλύσεις για τη δεκαετία του 1980, οι οποίες αποδίδουν στη ρητορική αλλά και στην τακτική του ΠΑΣΟΚ στοιχεία αντιδυτικά και λαϊκιστικά, στο πλαίσιο ενός ριζοσπαστικού πατριωτισμού.<sup>22</sup> Πρόκειται για χαρακτηριστικά από τα οποία εμφορείται κατά την τρέχουσα δεκαετία ο λόγος του ΛΑΟΣ.<sup>23</sup> Όπως έχει ήδη αναφερθεί παραπάνω, τα αποσπάσματα της Ν.Δ. της αποδίδονται ορθά σε ποσοστό 27% για τη δεκαετία του 1980, με τη συγκεκριμένη δεκαετία να προξενεί τη μεγαλύτερη σύγχυση στους ερωτώμενους ως προς την ταυτότητα του λόγου της (Πίνακες 2 & 3).

Η δεκαετία του 1990, η δεκαετία δηλαδή της αρχής και του τέλους του νεοφιλελευθερισμού, της πτώσης του Τείχους, της λαϊκής δεξιάς, της «ειρηνικής επανάστασης» του Μιλτιάδη Έβερτ, του πολέμου στη Γιουγκοσλαβία και των απαρχών του εκουγχρονισμού του Κώστα Σημίτη, φαίνεται πως είναι η δεκαετία του 1970 αντεστραμμένη. Πρόκειται και πάλι για κυριαρχία των ταυτοτήτων Ν.Δ. και ΚΚΕ, μόνο που είναι το ΠΑΣΟΚ που γίνεται αυτή τη φορά αντιληπτό ως «Ν.Δ.» από την πλειοψηφία των ερωτώμενων (43%), ενώ η Ν.Δ. «παρεξηγείται» για ΚΚΕ (30%), αντανakλώντας και την αριστερόστροφη πορεία του λόγου της που καταγράφηκε σε προηγούμενο σημείο (Πίνακας 1).

22. Για τον λαϊκισμό στον λόγο του ΠΑΣΟΚ κατά τη δεκαετία του 1980, βλ. Χ. Λυριντζής, «Λαϊκισμός: Η Έννοια και οι Πρακτικές», στο Χ. Λυριντζής - Η. Νικολακόπουλος (επιμ.), *Εκλογές και Κόμματα στη Δεκαετία του '80*, Θεμέλιο, Αθήνα 1990, σ. 56-60. Για το πατριωτικό/εθνικό στοιχείο στον λόγο του ΠΑΣΟΚ την ίδια περίοδο, βλ. Α. Πανταζόπουλος, «Για το Λαό και το Έθνος», *Η Στιγμή Ανδρέα Παπανδρέου 1965-1989*, Πόλις, Αθήνα 2001. Για μια συνολική θεώρηση της φυσιογνωμίας του ΠΑΣΟΚ υπό την ηγεσία του Ανδρέα Παπανδρέου, βλ. Τ. Παπιάς, *Το Χαρismaticό Κόμμα. ΠΑΣΟΚ, Παπανδρέου, Εξουσία*, Πατάκης, Αθήνα 2009.

23. Για τη φυσιογνωμία του ΛΑΟΣ, βλ. ενδεικτικά: Γ. Κουκουράκης, «Ο Λαϊκός Ορθόδοξος Συναγερμός (ΛΑΟΣ) και ο Χώρος της Άκρας Δεξιάς στο Ελληνικό Πολιτικό Σύστημα», στο Χ. Βερναρδάκης (επιμ.), *Η Κοινή Γνώμη στην Ελλάδα 2004*, Σαββάλας, Αθήνα 2004, σ. 128-140. Α. Πανταζόπουλος, «Ο Λαϊκισμός της Δεξιάς. Το Φαινόμενο της Αποχής, η Νέα Δημοκρατία και ο ΛΑΟΣ πριν και μετά τις Ευρωεκλογές», στο Χ. Βερναρδάκης (επιμ.), *Η Κοινή Γνώμη στην Ελλάδα 2004*, ό.π., σ. 141-163. και Β. Γεωργιάδου, «Ψηφίζοντας την Άκρα Δεξιά. Η Εκλογική Επιλογή του ΛΑΟΣ», *Επιστήμη και Κοινωνία*, τχ. 19, 2000, σ. 243-256.

Τα ευρήματα είναι εξίσου ενδιαφέροντα για τα αποσπάσματα του λόγου ΠΑΣΟΚ και Ν.Δ. για τη μόνη δεκαετία που οι ερωτώμενοι έχουν προσωπικό βίωμα. Για τη δεκαετία του 2000 λοιπόν, τόσο ο λόγος του ΠΑΣΟΚ όσο και αυτός της Ν.Δ. θεωρούνται από την πλειοψηφία των ερωτώμενων ως ΠΑΣΟΚ (35% και 36% αντίστοιχα, όπως ήδη έχει παρουσιαστεί στους Πίνακες 2 και 3). Από το τελευταίο αυτό στοιχείο συνάγεται καταρχάς το συμπέρασμα περί της ισχυρότερης πολιτικής φυσιογνωμίας του ΠΑΣΟΚ, το οποίο φαίνεται ότι στη συνείδηση των ερωτώμενων ταυτοδοτεί κυριαρχικά τον λόγο εξουσίας της δεκαετίας του 2000, της μόνης δεκαετίας στην έρευνά μας που ένα μόνο κόμμα επικρατεί στην αντίληψη των ερωτώμενων ως σημείο αναφοράς του πολιτικού λόγου. Ακόμη, αξίζει να τονιστεί η «προσαρμοστικότητα» της Ν.Δ., η οποία αξιολογείται ως συγκλίνουσα προς το ΠΑΣΟΚ σε επίπεδο πολιτικού λόγου και είναι εν μέσω αυτής της κίνησης που διάγει τελικά την πιο επιτυχημένη εκλογικά δεκαετία της –πιο επιτυχημένη και από τις, με περισσότερα «ειδικά» χαρακτηριστικά, περιόδους της δεκαετίας του 1970 ή του τέλους της δεκαετίας του 1980– με δύο συνεχόμενες νίκες σε βουλευτικές εκλογές και μία νίκη σε ευρωεκλογές. Η δεκαετία του 2000 δηλαδή, γίνεται αντιληπτή στο πεδίο του κεντρικού κομματικού λόγου ως ένας ανταγωνισμός μεταξύ δύο διαφορετικών «ΠΑΣΟΚ», από τα οποία το πιο επιτυχημένο αποδείχθηκε τελικά η Ν.Δ. Με άλλα λόγια, στην αντίληψη των ερωτώμενων, το ΠΑΣΟΚ ταυτοδοτούσε τον πολιτικό λόγο μιας εποχής που τις εκλογές τις κέρδιζε η Ν.Δ.

Το Σχεδιάγραμμα 1 και ο χάρτης διαχρονικής εξέλιξης του πολιτικού λόγου ή ο χάρτης εκλεκτικών συγγενειών, δεν παρέχουν πληροφορίες μόνο για τα κόμματα των οποίων τα αποσπάσματα διερευνήθηκαν, δηλαδή το ΠΑΣΟΚ και τη Ν.Δ. Τοποθετούν και τα υπόλοιπα κόμματα σε ένα είδος επικοινωνιακού «καθρέπτη», όπως διαπιστώσαμε ήδη για τις δεκαετίες 1970 και 1990, με την ταυτοποίηση του ΚΚΕ με το ΠΑΣΟΚ και τη Ν.Δ. αντίστοιχα ή, για τη δεκαετία του 1980, με τη συγγένεια του λόγου του ΠΑΣΟΚ με εκείνον του ΛΑΟΣ. Το συγκεκριμένο σχεδιάγραμμα επίσης μας πληροφορεί και για το μοναδικό κοινοβουλευτικό κόμμα κατά τη διεξαγωγή της έρευνας που δεν βρήκε τη θέση του σε αυτό. Πρόκειται για τον ΣΥΡΙΖΑ: οι ερωτώμενοι δεν θεώρησαν κατά πλειοψηφία ότι του ανήκει κάποια ομάδα αποσπασμάτων, παρότι αρκετοί κατέταξαν αποσπάσματα σε αυτόν. Η μη σύνδεσή του (ούτε, εν προκειμένω, οιοδήποτε άλλου κομματικού σχηματισμού της ανανεωτικής Αριστεράς) με κάποια συγκεκριμένη περίοδο ή με τον πολιτικό λόγο ενός από τα δύο κόμματα εξουσίας μπορεί να οφείλεται είτε στην απόλυ-

τα διαφοροποιημένη φυσιογνωμία του πολιτικού του λόγου είτε στη διαχρονικά ασαφή ταυτότητά του. Πρόκειται αναμφισβήτητα για ένα ακόμη ενδιαφέρον ερώτημα προς συζήτηση και μελλοντική διερεύνηση.

#### 4. ΣΥΝΟΨΗ

Επιχειρήσαμε να ελέγξουμε την υπόθεση εργασίας περί σταδιακής σύγκλισης του πολιτικού λόγου των κομμάτων εξουσίας που απορρέει από τη θεωρία της επαγγελματοποίησης της πολιτικής. Επιλέξαμε να πραγματοποιήσουμε τον έλεγχο αυτόν στο επίπεδο της πρόσληψης του πολιτικού λόγου και όχι στο επίπεδο της εκπομπής του. Σχεδιάσαμε λοιπόν και διεξαγάγαμε ένα πιλοτικό πρωτότυπο οιονεί πείραμα αναδρομικής αξιολόγησης πολιτικού λόγου σε φοιτητές. Αναμέναμε, αφενός, ότι ο λόγος του ΠΑΣΟΚ θα συγκλίνει με αυτόν της Ν.Δ., αναφορικά με την τοποθέτησή τους στην κλίμακα Αριστερά-Δεξιά όσο κινούμαστε από τη δεκαετία του 1970 προς τη δεκαετία του 2000 και, αφετέρου, ότι κατά το ίδιο διάστημα θα αυξάνεται η σύγχυση στην ορθή αντιστοίχιση κομματικού λόγου με το κόμμα το οποίο στην πραγματικότητα τον εκφέρει.

Τα ερευνητικά ευρήματα δεν επιβεβαίωσαν την πτυχή της ιδεολογικής σύγκλισης, αφού ο λόγος των δύο κομμάτων τοποθετήθηκε από τους συμμετέχοντες σχετικά κοντά σε όλο το υπό διερεύνηση διάστημα, χωρίς σημαντικές διαφορές ή κάποια γραμμικού τύπου προσέγγιση. Η δεκαετία πάντως που τα αποσπάσματα πολιτικού λόγου των δύο κομμάτων θεωρήθηκαν εγγύτερα ήταν αυτή του 2000. Είναι πιθανό η ασάφεια των αποτελεσμάτων στη συγκεκριμένη ερευνητική πτυχή να οφείλεται στην αναδρομική χρήση της κλίμακας Αριστερά-Δεξιά, η οποία εκτός από πολιτισμικά συγκεκριμένη είναι και χρονικά ή γενεαλογικά προσδιοριζόμενη, με αποτέλεσμα να μην είναι ενδεχομένως κατάλληλη για τέτοιου είδους αναδρομικές ερευνητικές προσεγγίσεις.

Στον αντίποδα, η αναδρομική κομματική ταυτοδότηση φαίνεται ότι αποτελεί μια μέθοδο που δύναται να παραγάγει ενδιαφέρουσες ενδείξεις, όπως, για παράδειγμα, περί της σύγκλισης και ομοιογενοποίησης του πολιτικού λόγου των κομμάτων εξουσίας. Καταρχάς διαπιστώθηκε ότι όσο κινούμαστε από τη δεκαετία του 1970 προς εκείνη του 2000 η σύγχυση μεταξύ των αποσπασμάτων λόγου των δύο κομμάτων αυξάνεται γραμμικά. Επιπρόσθετα, ήμασταν σε θέση να ανακαλύψουμε ορισμένες πολύ ενδιαφέρουσες διαχρονι-

κές εκλεκτικές συγγένειες του πολιτικού λόγου των κομμάτων εξουσίας μεταξύ τους, αλλά και με τα λοιπά πολιτικά κόμματα, όπως η ταυτοποίηση του λόγου του ΠΑΣΟΚ της δεκαετίας του 1970 ή της Ν.Δ. της δεκαετίας του 1990 με το ΚΚΕ, η σύγχυση των αποσπασμάτων του ΠΑΣΟΚ της δεκαετίας του 1980 ως προερχόμενα από το ΛΑΟΣ ή η ταυτοποίηση της Ν.Δ. με το ΠΑΣΟΚ τη δεκαετία του 2000. Οι εκλεκτικές αυτές συγγένειες, αναλυόμενες ανά δεκαετία αποτελούν ταυτόχρονα και έναν χρήσιμο χάρτη εξέλιξης του πολιτικού λόγου των κομμάτων εξουσίας κατά τη διάρκεια της Μεταπολίτευσης που έρχεται να προστεθεί σε ήδη υπάρχουσες αναλύσεις και ερευνητικά αποτελέσματα για την περίοδο αυτή. Το συμπέρασμα που διαφαίνεται πάντως, με βάση τις απαντήσεις των συγκεκριμένων φοιτητών-συμμετεχόντων, είναι ότι έχουμε σαφώς λόγους να θεωρούμε ότι κινούμαστε προς την εποχή της ιδεολογίας της επικοινωνίας.

Βέβαια, λόγω του πιλοτικού χαρακτήρα της έρευνας και των μεθοδολογικών περιορισμών της, τα συμπεράσματά μας δεν μπορούν παρά να θεωρηθούν απολύτως προκαταρκτικά και ενδεικτικά, παρόλο που γενικά ευθυγραμμίζονται, λιγότερο ή περισσότερο, με την υπάρχουσα γνώση για τα διερευνώμενα θέματα. Επίσης, είναι προφανές ότι ακόμη και αν οι τάσεις αυτές είναι υπαρκτές, δεν σημαίνει ότι μπορούν να αποδοθούν αποκλειστικά στο φαινόμενο της επαγγελματισμού, το οποίο συν-επιδρά με αναρίθμητους άλλους παράγοντες. Σε ένα μελλοντικό στάδιο, εκτός από επιστημονική δειγματοληψία σε ευρύτερο πληθυσμό έρευνας, θα χρειαζόνταν επίσης περισσότερες μεταβλητές, όπως για παράδειγμα ο βαθμός πολιτικού ενδιαφέροντος των συμμετεχόντων, οι πηγές ενημέρωσής τους ή η εκλογική τους συμπεριφορά, όπως και περισσότερα και σε κάποιες περιπτώσεις διαφορετικά αποσπάσματα λόγου, αφού κάποια από αυτά που χρησιμοποιήθηκαν εδώ δεν αποτύπωσαν τόσο επιτυχώς την εποχή τους ή το κόμμα-εκφορέα τους όσο κάποια άλλα. Τέλος, σε μεθοδολογικό επίπεδο, ο πειραματικός ερευνητικός σχεδιασμός της αναδρομικής αξιολόγησης που προτείναμε θα μπορούσε επίσης να χρησιμοποιηθεί, με τις κατάλληλες βελτιώσεις και μετατροπές, σε μια σειρά άλλων πεδίων, όπως η κομματική οργάνωση, οι προτάσεις πολιτικής, τα χαρακτηριστικά της ηγεσίας ή ακόμη για τη σχετικότητα στον πολιτικό λόγο και τους γνωστικούς μηχανισμούς πρόσληψης επικοινωνιακών μηνυμάτων.