

Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας

Τόμ. 19 (2008)

Επιχειρηματική ηθική



Τέσσερα σχόλια για τις εκλογές του 2007 και το μετεκλογικό τοπίο

Νίκος Δεμερτζής

doi: [10.12681/sas.662](https://doi.org/10.12681/sas.662)

Copyright © 2015, Νίκος Δεμερτζής



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

Βιβλιογραφική αναφορά:

Δεμερτζής Ν. (2015). Τέσσερα σχόλια για τις εκλογές του 2007 και το μετεκλογικό τοπίο. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 19, 159–163. <https://doi.org/10.12681/sas.662>

Τέσσερα σχόλια για τις εκλογές του 2007 και το μετεκλογικό τοπίο

Νίκος Δεμερτζής*

1. Περί δικομματισμού

Παρά τη μείωση των ποσοστών και των ψήφων των δύο μεγάλων κομμάτων, είναι πρόωρο και ίσως επιπόλαιο να πούμε ότι δέχθηκε πλήγμα ο δικομματισμός ή ότι μπήκε σε τροχιά υποχώρησης. Μήπως έπαψε ο κορμός του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της χώρας να τρέφει κρατο-κεντρικούς προσανατολισμούς; Μήπως υποχώρησε η προσοδοθηρία ή μήπως πατάχθηκε η πατάσεται η διαφθορά που τρέφεται από τα κυβερνητικά κόμματα-καρτέλ; Δομικά, μαζί με τους δυσαναλογικούς εκλογικούς νόμους, αυτοί είναι στην Ελλάδα οι πυλώνες που στηρίζουν τον δικομματισμό, πυλώνες που έχουν βάθος ιστορικού χρόνου, που στηρίζουν και στηρίζονται σε εδραιωμένες πολιτικές παραδόσεις και διαιρετικές τομές. Τα μεγέθη αυτά δεν προσαρμόζονται εύκολα στους ευσεβείς πόθους των υπερασπιστών της απλής αναλογικής. Από την άλλη μεριά, σποραδικές μετεκλογικές μετρήσεις γνώμης για την προτίμηση του κοινού σε κεντροαριστερές κυβερνήσεις συνεργασίας θα πρέπει μάλλον να αποδοθούν στην επιρροή της ατζέντας των υποψηφίων αρχηγών του ΠΑΣΟΚ και στην περιρρέουσα φιλολογία περί 'αριστερής' στροφής του 'κινήματος'. Δύσκολα μπορεί να υποστηριχθεί ότι αποτελεί ώριμη πολιτική προτίμηση μαζικής κλίμακας, δεδομένου ότι από την Ελλάδα απουσιάζει η παράδοση της διακομματικής συναίνεσης έστω και σε θέματα γενικής αποδοχής [valence issues] – η κυβερνητική συνεργασία του 1989-1990 στηριζόταν σε ψευδο-συναίνεση, γι' αυτό και δεν άφησε πίσω της θετική κληρονομιά. Ακόμη, δεν υπάρχει παράδοση δημοκρατικού ή φιλελεύθερου κορπορατισμού που να επιτρέπει συγκλίσεις οργανωμένων κοινωνικών και οικονομικών συμφερόντων στη βάση.

2. Το απόβλεπτο

Όχι σπάνια, κατά τη διάρκεια των προεκλογικών εκστρατειών συμβαίνουν απόβλεπτα γεγονότα που ανατρέπουν αρνητικές προβλέψεις υπέρ του ενός ή του άλλου κόμματος, επιτείνουν τη ρευστότητα και δημιουργούν τάσεις ανασυ-

* Καθηγητής Πανεπιστημίου Αθηνών, ndemert@media.uoa.gr.

σπείρωσης του εκλογικού σώματος (η περίπτωση του SPD και προσωπικά του καγκελάρου Schroeder με τις πλημμύρες του 2002 στη Γερμανία είναι ενδεικτική). Στην Ελλάδα συνέβη το απρόβλεπτο (οι πυρκαγιές με τους 74 νεκρούς), αλλά λειτούργησε ανάποδα. Στις περισσότερες περιοχές που επλήγησαν, αντί να τιμωρηθεί το κυβερνών κόμμα, διατήρησε (αν δεν αύξησε κιόλας) τις δυνάμεις του. Αν μη τι άλλο διαφεύσθηκαν όσοι κατήγγειλαν την επιχείρηση 'εξαγοράς των συνειδήσεων' των πληγέντων. Δέκα-δεκατρείς χιλιάδες ευρώ κάλμαραν τον θυμό και μετέτρεψαν τους πολίτες-θύματα σε εξαρτημένους πελάτες του κράτους. Στο μεταξύ, οι πυρόπληκτοι της Χαλκιδικής περιμένουν ακόμη.

Το απρόβλεπτο των πυρκαγιών έδωσε την ευκαιρία να ασκηθεί – επιτυχημένα για το κυβερνητικό κόμμα, αποτυχημένα για τους αντιπάλους του – μια ιδιαίζουσα πολιτική του συναίσθηματος. Με τα μέτρα που πήρε και τον τρόπο που τα πρόβαλε, η κυβέρνηση κατόρθωσε ο αρχικός υπέρμετρος φόβος και αγωνία να μην μετατραπούν σε θυμό και αγανάκτηση, αλλά σε ελπίδα, ευγνωμοσύνη ή ακόμη και σε κυνική απάθεια. Ο θυμός κινητοποιεί και ενεργοποιεί ευρετικά σχήματα αντίληψης και γνώσης προκειμένου να αντιμετωπιστεί κατά πρόσωπο ο κίνδυνος και το πρόβλημα. Τρέφεται από την ύπαρξη αντιπάλων. Απενάντιας, ο φόβος αδρανοποιεί, ακινητοποιεί, υπαγορεύει σερεότυπους τρόπους επεξεργασίας της πληροφορίας και δημιουργεί θύματα (Isbell, Ottati & Burns 2006). Τα υπόλοιπα κόμματα ελάχιστα έως ουδόλως μπόρεσαν να διαχειριστούν τον θυμό και την αγανάκτηση των πυρόπληκτων και, έτσι, αυτό που επικράτησε ήταν ο φόβος και η ταύτιση με εκείνους που προβλήθηκαν ότι μπορούν να τους απαλλάξουν από αυτόν.

3. Τηλεοπτικο-κεντρισμός

Για άλλη μία φορά, η εκλογική αναμέτρηση έγινε περισσότερο στις και για τις τηλεοπτικές οθόνες παρά στη βάση αυτόνομης κομματικής-πολιτικής δράσης. Η τηλεδημοκρατία είναι για τα καλά εδώ και τείνει πλέον να καταστεί μόνιμο πολιτικό *habitus*, ένα πολιτικό πρακτικο-αδρανές, η μοναδική δηλαδή εκδοχή δημοκρατίας που γνωρίζουν οι νέες γενιές. Μολονότι δεν μπορούμε να φανταστούμε πια την πολιτική διαδικασία εν γένει εκτός των και χωρίς τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας, το ζητούμενο είναι η αναζήτηση και θέσπιση των νέων εκείνων όρων που διατηρούν και αναβαθμίζουν τα τρία βασικά συστατικά της δημοκρατίας: συμμετοχή, αντιπροσώπευση και διαβούλευση (Held 1995, Fishkin 1991). Η τηλεδημοκρατία υπονομεύει και μεταλλάσσει τα συστατικά αυτά, αντικαθιστώντας τα από αυτό που εδώ και κάποια χρόνια έχω ονομάσει θεαματιστική 'ανταγωνιστική συμβίωση' ηλεκτρονικών (και όχι μόνον) μέσων και πολιτικών (Δεμερτζής 1996). Και στις εκλογές του 2007 και αμέσως μετά από αυτές επιβεβαιώθηκε ότι η ατζέντα των Μέσων και η ατζέντα των πολιτικών δεν ταυτίζονται (γιατί θα έπρεπε, άλλωστε;) αλλά διέπονται από μια σχέση φανερού ή/και άδηλου ανταγωνισμού στον οποίο εκφράζεται και διαμεσολαβείται όχι το

δημόσιο συμφέρον, αλλά επενδυμένα συμφέροντα μεγάλων επιχειρηματικών ομίλων.

4. Δημοσκοπήσεις και υπεκφυγές

Καθώς υποδηλώθηκε στο προηγούμενο σχόλιο, και αυτές οι εκλογές ήταν 'εκλογές του καναπέ'. Η βραχεία προεκλογική περίοδος, η μισή σχεδόν μέσα στο καλοκαίρι, δεν άφησε σοβαρά περιθώρια διαλόγου και δημόσιας επιχειρηματολογίας. Κατά κανόνα, κόμματα και υποψήφιοι αρκέστηκαν και πάλι στη συνηθισμένη παρακαμπτήριο υπεκφυγή: στην περιστροφή του πολιτικού διαλόγου γύρω από το ότι δεν γίνεται ουσιαστικός πολιτικός διάλογος! Τι φταίει άραγε; Η υπαγωγή του πολιτικού λόγου στον τηλεοπτικό; Ή μήπως η έλλειψη εδραίων προγραμματικών θέσεων και η ρευστή προσαρμογή στις εφήμερες θεματολογίες των δημοσκοπήσεων; Μήπως οφείλεται στην προγραμματική σύγκλιση των κομμάτων υπό την πίεση της χρηματοπιστωτικής παγκοσμιοποίησης; Μήπως φταίει η ανεπάρκεια του πολιτικού προσωπικού εν γένει;

Ασφαλώς όλα παίζουν ρόλο. Θα σταθώ εδώ στην επίδραση των δημοσκοπήσεων, προεκλογικών και μη, στη διαμόρφωση του κλίματος γνώμης, αφενός, και στη διαμόρφωση του εκλογικού αποτελέσματος, αφετέρου. Νομίζω ότι και ο μέσος πολίτης πλέον έχει καταλάβει ότι οι δημοσκοπήσεις δεν αποτυπώνουν απλώς και μόνο την πραγματικότητα μια δεδομένη στιγμή, αλλά συμβάλλουν και στη διαμόρφωσή της. Με τον χρόνο, η αντιπροσωπευτική δημοκρατία αποκτά χαρακτηριστικά μιας 'δημοσκοπικής' δημοκρατίας. Αυτή, με τη σειρά της, επιφέρει ένα δημοψηφισματικό-λαϊκιστικό στοιχείο που αλλοιώνει την αρχή της αντιπροσωπευτικότητας. Η καταλληλότητα για το αξίωμα του πρωθυπουργού, η λεγόμενη παράσταση νίκης, οι λίστες δημοφιλίας είναι μερικά από τα χαρακτηριστικά που δομούν τη 'δημοσκοπική δημοκρατία'. Βεβαίως, η τελευταία χρησιμοποιεί ως ξενιστή την 'ηλεδημοκρατία'. Και τούτο διότι άνευ μέσων επικοινωνίας οι δημοσκοπήσεις θα είχαν μια εντελώς διαφορετική λειτουργία. Καταρχάς δεν θα γνώριζαν οι ίδιοι οι δημοσκοπούμενοι τις αθροισμένες απόψεις τους αν δεν υπήρχαν τα ΜΜΕ. Μέσω της προβολής τους, ο δημοσκοπούμενος διαμορφώνει τρόπον τινά την αυτεπίγνωση ενός πολιτικού βάρους, καθώς η ενικότητα της γνώμης του απορροφάται από τη δημοσιοποίηση αθροιστικών μεγεθών και ποσοστών εντός των οποίων συμμετέχει ως πολλαπλόμοριο. Έτσι κατασκευάζεται νοερά η αίσθηση της 'κοινής γνώμης', στις βουλές και ροπές της οποίας υποκύπτουν κυβέρνηση και κόμματα. Αν όμως δεν προβάλλονταν οι δημοσκοπήσεις από τα ΜΜΕ θα είχαν μεγαλύτερη ευχέρεια χρόνου και ενδεχομένως να πολιτεύονταν προληπτικά και όχι διορθωτικά και εν πολλοίς πυροσβεστικά.

Από αυτό και μόνο, από το γεγονός δηλαδή ότι οι δημοσκοπήσεις επιδρούν στην κυβέρνηση (και τα κόμματα) έτσι ώστε να ενεργεί κατά τρόπο που δεν θα ενεργούσε αν αυτές δεν προβάλλονταν με το γνωστό θεαματικό τρόπο, συνά-

γεται ότι οι εταιρείες δημοσκοπήσεων ασκούν σαφή επιρροή και συνιστούν *de facto* παράγοντα του πολιτικού συστήματος. Η συχνότατη παρουσίαση ερευνητών κοινής γνώμης δεν σημαίνει τόσο έναν, ούτως ή άλλως, εξωθεσμικό έλεγχο των πεπραγμένων της κυβέρνησης και των κομμάτων που αλλοιώνει την αρχή της 'αντιπροσωπευτικής εντολής', όσο μια υπερφόρτιση του πολιτικού συστήματος από 'αιτήματα' στα οποία δεν μπορεί να ανταποκριθεί. Και αυτό γιατί το πολιτικό προσωπικό καλείται να (αντι)δράσει εντός πιεστικών χρονικών ορίων, υπό συνθήκες διαρκούς και αμοιβαίας παρακολούθησης. Έτσι όμως αφαιρείται το χρονικό βάθος που είναι απαραίτητο για τη διαβούλευση και τη στάθμιση των πολιτικών αποφάσεων. Η υπερφόρτιση του συστήματος επιφέρει αργά ή γρήγορα την υπερθέρμανσή του, με αποτέλεσμα την 'εξάτμιση' της πολιτικής. Πρόκειται ασφαλώς για μια όψη της, κατά Crouch (2006), 'μεταδημοκρατίας': υποχώρηση του κενυσιανισμού (που ούτως ή άλλως στην Ελλάδα εφαρμόστηκε στρεβλά), συνύπαρξη δυσπιστίας και κυνισμού των πολιτών με άκρως επαγγελματική διαχείριση των εντυπώσεων (πολιτικό μάρκετινγκ), θεαματιστική προσωποποίηση της προεκλογικής αντιπαράθεσης, παγίωση πολιτικών και οικονομικών ολιγαρχιών, ρηθικισμός του πολιτικού λόγου.

Δεν γνωρίζουμε πόσες δημοσκοπήσεις διενεργήθηκαν κατά τη σύντομη προεκλογική περίοδο. Ξέρουμε όμως ότι πάνω από 20 προεκλογικές δημοσκοπήσεις είδαν το φως της δημοσιότητας με τη μορφή 'βαρομέτρων', 'τάσεων' κ.λπ. Ακριβής και εξατομικευμένη μέτρηση των επιδράσεών τους δεν μπορεί να υπάρξει. Αθροιστικά όμως, και πάντοτε σε συνέργεια με τα μέσα επικοινωνίας, συνέβαλαν στην προσωποποίηση της πολιτικής διαδικασίας, στη φόρτωση και τη φόρτιση της δημόσιας θεματολογίας. Όπως εννόησα παραπάνω, οι δημοσκοπήσεις κατασκευάζουν σε μεγάλο βαθμό την κοινή γνώμη, τροφοδοτώντας με υλικό το πολιτικό θέαμα και ορίζοντας τη δημόσια 'ατζέντα' (Ginsberg 1986, Champagne 2004). Αυτό το γνωρίζουν πολύ καλά οι πολιτικοί οι οποίοι ασφαλώς δεν λένε όλη την αλήθεια όταν συχνά δηλώνουν ότι οι δημοσκοπήσεις είναι γι' αυτούς ένα χρήσιμο εργαλείο. Είναι και ένας κρίσιμος αντίπαλός τους. Γι' αυτό άλλωστε ο γραμματέας του ΠΑΣΟΚ συγκρούστηκε ανοικτά προεκλογικά με συγκεκριμένη εταιρεία. Γενικότερα, θα έλεγα, τελειώνοντας, ότι οι πολιτικές δημοσκοπήσεις, προεκλογικές και μη, αποτελούν μια ηγεμονική πολιτισμική μορφή (Lewis 2001) της 'μεταδημοκρατίας'.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Champagne, P. (2004). *Η κατασκευή της κοινής γνώμης. Το νέο πολιτικό παιχνίδι*. Αθήνα: Πατάκης.
- Crouch, C. (2006). *Μεταδημοκρατία*. Αθήνα: Εκκρεμές.
- Δεμερτζής, Ν. (1996). 'Πολιτική Δημοσιότητα, Πρόσωπα και Τηλεόραση: η Σχέση Δημόσιου-Ιδιωτικού στην Εποχή της Κοινωνίας του Θεάματος', στο: 'Ι-

- δρυμα Σάκη Καραγιωργα, *Όρια και Σχέσεις Δημόσιου και Ιδιωτικού*, Επιστημονικό Συνέδριο, 23-26 Νοεμβρίου 1994, Αθήνα, σελ. 539-552.
- Held, D. (1995). *Μοντέλα Δημοκρατίας*. Αθήνα: Στάχυ.
- Fishkin, J. (1991). *Democracy and Deliberation. New Directions for Democratic Reform*. New Haven and London: Yale University Press.
- Ginsberg, B. (1986). *The Captive Public. How Mass Opinion Promotes State Power*. New York: Basic Books Publisher.
- Isbell, L., Ottati, V. & Burns, K. (2006). 'Affect and Politics: Effects on judgment, processing, and information seeking', στο David Pedlawsk (επιμ.), *Feeling Politics. Emotion in Political Information Processing*, New York: Palgrave MacMillan.
- Lewis, J. (2001). *Constructing Public Opinion. How political elites do what they like and why we seem to go along with it*. New York: Columbia University Press.