

ΤΟ ΒΗΜΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
Τόμος ΙΕ, τεύχος 60 Καλοκαίρι 2011

## Οι επικοινωνιακές στρατηγικές των «κυβερνητικών κομμάτων». Οι κυβερνητικές και οι αντιπολιτευτικές τους στιγμές

Φανή Κουντούρη\*

### Περίληψη

Η ανάλυση των επιμέρους στοιχείων μιας ιστορικής διαδικασίας που υπογραμμίζει τη σύγκλιση των στρατηγικών των δύο κυβερνητικών κομμάτων, κατά την τελευταία δεκαετία αποτελεί το επίκεντρο του άρθρου αυτού

Πιο συγκεκριμένα στη μελέτη αυτή επιχειρείται ανάλυση των επικοινωνιακών στρατηγικών, του ΠΑ.ΣΟ.Κ. και της Νέας Δημοκρατίας τόσο στην αντιπολιτευτική όσο και στην κυβερνητική τους περίοδο, κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας (2000-2010) Ακόμη αναδεικνύονται τα επιμέρους ενδιαφέροντα σημεία σχετικά με τα περιθώρια αυτονομίας και ετερονομίας του πολιτικού απέναντι στην ισχύ των ΜΜΕ.

Συμπερασματικά η μελέτη διακρίνει την παγίωση ενός πολιτικού-μεντιακού συστήματος στρατηγικής συνεργασίας αλλά και τις κεντρόφυγες τάσεις που παρατηρούνται εντός του συστήματος αυτού οι οποίες εξαρτώνται από δομικές και διαδραστικές παραμέτρους.

Λέξεις κλειδιά: Επικοινωνιακή στρατηγική, αυτονομία, πολιτικό-μη-ντιακό σύστημα.

---

\* Η Φανή Κουντούρη είναι Δρ Πολιτικών Επιστημών, Université Paris 1-Sorbonne, Ερευνήτρια Δ΄ Βαθμίδας Ινστιτούτο Πολιτικής Κοινωνιολογίας, ΕΚΚΕ.

## 1. Εισαγωγή

Στο άρθρο αυτό στοχεύουμε στη διερεύνηση των επικοινωνιακών στρατηγικών των δύο «κυβερνητικών κομμάτων<sup>1</sup>», του ΠΑ.ΣΟ.Κ. και της Νέας Δημοκρατίας τόσο στην αντιπολιτευτική όσο και στην κυβερνητική τους περίοδο, κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας (2000-2010). Μέσα από τις στρατηγικές τους τα κόμματα διεκδικούν το πεδίο της κοινωνικής ορατότητας και επιχειρούν να ενισχύσουν την επιρροή τους στις δημόσιες αναπαραστάσεις και τις συλλογικές πρακτικές. Αμφότερες οι στρατηγικές αυτές κατευθύνσεις, της ορατότητας των πολιτικών προβλημάτων και της κυριαρχίας επί των προσδιορισμών τους, αποσκοπούν όχι μόνο στην πρόσκαιρη μεγιστοποίηση αλλά και στην μακροπρόθεσμη κεφαλαιοποίηση των κομματικών κερδών μέσα στην πολιτική αγορά.

Το ενδιαφέρον διερεύνησης των στρατηγικών προκύπτει μέσα από δύο συνθήκες που αναδείχθηκαν κατά τρόπο επιτακτικό την τελευταία αυτή δεκαετία και την πρώτη του 21ου αιώνα. Πρόκειται, αφενός, για το «πιεστικό» επικοινωνιακό περιβάλλον που δρομολογήθηκε με την «απελευθέρωση» της ιδιωτικής τηλεόρασης, στις αρχές της δεκαετίας του 90. Η καταϊγιστική εισβολή των ιδιωτικών μέσων επικοινωνίας στο περιβάλλον της πολιτικής δημοσιότητας ήταν ένα καθοριστικό για τις μελλοντικές εξελίξεις «momentum». Η πολιτική πίεση των μέσων επικοινωνίας εκδηλώθηκε κυρίως μέσα από τη δυνατότητά τους να προσδιορίζουν μια θεωρούμενη ως «ευθυγραμμισμένη» με τις διαθέσεις του πλειοψηφικού κοινού πολιτική ατζέντα, η οποία, επιπλέον, μπορούσε να λειτουργεί, λόγω της κοινωνικής ορατότητάς της, πιεστικά ως προς το πολιτικό πεδίο. Απέναντι σε αυτή την εξέλιξη αναζητήθηκαν τρόποι πολιτικής διαχείρισης ή ακόμα και χειραγώγησης του επικοινωνιακού περιβάλλοντος. Στο πλαίσιο αυτό εγγράφεται η επεξεργασία στρατηγικών από τα πολιτικά κόμματα με στόχο την πρόσβαση στο πεδίο της πολιτικής δημοσιότητας και την επιρροή των δημόσιων αντιλήψεων για τα πολιτικά διακυβεύματα. Αυτή είναι η δεύτερη συνθήκη που προσανατολίζει το ενδιαφέρον μας στην ανίχνευση των επικοινωνιακών στρατηγικών των πολιτικών κομμάτων.

Η δημόσια, τόσο επιστημονική όσο και πολιτική, πραγμάτευση των συνθηκών αυτών έπαιξε καθοριστικό ρόλο στη γένεση της πολιτικής πίστης στην αποτελεσματικότητα και τη δύναμη των ΜΜΕ ως κυρίαρχης διαμεσολαβητικής συνιστώσας μεταξύ πολιτικών και πολιτών. Η τάση αυτή υποδηλώνει τη μερική υπαγωγή του πολιτικού στο επικοινωνιακό, την

προσαρμογή, δηλαδή, των πολιτικών κανόνων στους επικοινωνιακούς. Στην κατεύθυνση αυτή αναπτύχθηκαν προσεγγίσεις οι οποίες, αναγνωρίζοντας την πρωτοκαθεδρία στην ισχύ των ΜΜΕ, υποστήριξαν ότι πολιτική σφαίρα υπάγεται στη δυναμική των μέσων. Στο πλαίσιο αυτό, οι δυνατότητες πολιτικής ηγεμονίας κρίθηκαν ευάλωτες και τελικά αμφισβητούμενες από την ολοένα αυξανόμενη επικυριαρχία των ΜΜΕ. Τέτοιου είδους προσεγγίσεις τείνουν να υποτιμούν τη δυνατότητα του πολιτικού πεδίου να διαμορφώνει, απέναντι στη δύναμη των ΜΜΕ, τις προϋποθέσεις της πολιτικής του ύπαρξης και να ηγεμονεύει στο πεδίο των δημόσιων αναπαραστάσεων και αντιλήψεων. Επιπλέον, υπερτιμούν το μιντιακό πεδίο ως προς την αυτονομία που μπορεί να απολαμβάνει έναντι του πολιτικού πεδίου. Απέναντι σε αυτές τις προσεγγίσεις θεωρούμε ότι, από τη μία, το πολιτικό πεδίο τείνει να απολαμβάνει μεγαλύτερης αυτονομίας ως προς την παραγωγή και προώθηση των πολιτικών του προϊόντων αλλά και ότι, από την άλλη, το μιντιακό πεδίο τείνει να εξαρτάται περισσότερο από το πολιτικό ως προς την παραγωγή και επιβολή των προτεινόμενων προϊόντων του. Θα επιχειρήσουμε σε αυτό το άρθρο να διερευνήσουμε, μέσα από τη μελέτη των επικοινωνιακών στρατηγικών των πολιτικών κομμάτων, τα όρια και τα περιθώρια αυτονομίας και ετερονομίας των δύο πεδίων.

## 2. Το θεωρητικό και μεθοδολογικό πλαίσιο της στρατηγικής διάδρασης

Θεωρούμε ότι και οι δύο παραπάνω συνθήκες πρέπει να ανιχνευθούν μέσα από ένα πρίσμα στρατηγικής διάδρασης πολιτικών κομμάτων και μέσων μαζικής επικοινωνίας στο πεδίο της πολιτικής δημοσιότητας. Προσεγγίσεις που προέρχονται από το πεδίο της πολιτικής κοινωνιολογίας, της πολιτικής επικοινωνίας και της κοινωνιολογίας των ΜΜΕ, αναδεικνύουν τα ειδικά επιμέρους χαρακτηριστικά της σχέσης αυτής μεταξύ των δύο βασικών πόλων του πεδίου της πολιτικής δημοσιότητας. Η διερεύνηση των πολιτικών στρατηγικών ως αλυσιδωτών δράσεων που επιδιώκουν την παραγωγή ή την αναπαραγωγή των σχέσεων κυριαρχίας αποτελεί μια προσέγγιση της πολιτικής κοινωνιολογίας που αντιλαμβάνεται το πολιτικό πεδίο μέσα από τον ανταγωνισμό ως «αγώνα για τη νόμιμη αρχή νομιμοποίησης, όπου ανταγωνιστικές ομάδες αναπτύσσουν συμβολικές στρατηγικές που στοχεύουν στην κοινωνική θεμελίωση της κυριαρχίας

του.<sup>2</sup>» Η πολιτική επικοινωνία και, ιδίως η διάσταση του J. G. Blumler, προσθέτει τον παράγοντα ΜΜΕ και αναδεικνύει την παρείσφρηση των μέσων ενημέρωσης στην πολιτική ζωή σε καθοριστικό παράγοντα διαμόρφωσης ενός νέου δημόσιου χώρου που χαρακτηρίζεται από τη «διαδικασία της σύγχρονης δημοσιότητας», δηλαδή από «τον ανταγωνισμό με στόχο την επιρροή και τον έλεγχο, χάρη στα κυρίαρχα μέσα επικοινωνίας, των δημόσιων αντιλήψεων για τα βασικά πολιτικά γεγονότα και τα διακυβεύματα<sup>3</sup>». Τέλος, η κοινωνιολογία της ενημέρωσης αποτελεί μια ιδιαίτερα ανεπτυγμένη επιστημονική παράδοση που διερευνά τη διαδικασία διαμόρφωσης της θεματικής διάταξης των μέσων μέσα από τις σχέσεις ανάμεσα στις πηγές των ειδήσεων και τα μέσα ενημέρωσης «με ενδιαφέρον για τους τρόπους με τους οποίους η ενημέρωση μπορεί να ελεγχθεί και να αναπτυχθεί<sup>4</sup>».

Από τις τρεις αυτές προσεγγίσεις προκύπτει λοιπόν ότι αντιλαμβανόμαστε τη σχέση ΜΜΕ και πολιτικών κομμάτων μέσα από το πρίσμα της στρατηγικής αλληλόδρασης που αναδεικνύει τη σχεσιακή διάσταση της δημόσιας σφαίρας, δηλαδή τη συνύπαρξη και τον ανταγωνισμό ΜΜΕ και πολιτικών ως ένα παιχνίδι σχέσεων εξουσίας όπου χρησιμοποιούνται στρατηγικά ποικίλοι πόροι προκειμένου να διασφαλιστεί η ηγεμονία στο πεδίο της πολιτικής δημοσιότητας. Η επιδιωκόμενη ηγεμονία στο πεδίο της πολιτικής δημοσιότητας μέσα από τις στρατηγικές αποφέρει σημαντικά οφέλη στο πεδίο του πολιτικού ανταγωνισμού. Αφενός, επειδή κρίνεται ο βαθμός ορατότητας των προτεινόμενων από τα πολιτικά κόμματα δημόσιων εναλλακτικών, και, αφετέρου, επειδή κρίνεται ο βαθμός επιρροής και διείσδυσης των προτεινόμενων εναλλακτικών και των κομματικών συνδηλώσεων τους στις δημόσιες αντιλήψεις και πολιτικές. Αναγνωρίζουμε, στο πλαίσιο αυτό, τον ρόλο που παίζουν τα ΜΜΕ τόσο ως ρυθμιστές της πολιτικής και κομματικής ύπαρξης αλλά και την επιρροή που δύνανται να ασκούν μέσω των προτεινόμενων περιεχομένων τους στο πολιτικό πεδίο.

Η ηγεμονία στο πεδίο της δημοσιότητας προσδιορίζει τις δυνατότητες κυριαρχίας όχι μόνο στην ανάδειξη των ευνοϊκών θεμάτων αλλά και των προνομιακών προσδιορισμών τους. Με άλλα λόγια, προσεγγίζουμε την πολιτική δημοσιότητα ως το κοινό συμβολικό πεδίο μεταξύ πολιτικών, μιντιακών και κοινωνικών δρώντων όπου διεξάγεται η μάχη για την ανάδειξη και τον ορισμό των δημόσιων και πολιτικών εναλλακτικών ως καθολικών και επιθυμητών καταστάσεων.

Για να διακρίνουμε πιο ξεκάθαρα τη λειτουργία του πεδίου της πολιτικής δημοσιότητας πρέπει να ξεκινήσουμε από το πολιτικό πεδίο. Η ανά-

λυσή μας εδώ επιχειρεί να κατανοήσει την ανάπτυξη των επικοινωνιακών κομματικών στρατηγικών τόσο μέσα από τα στοιχεία αυτονομίας του πολιτικού πεδίου όσο και μέσα από τα στοιχεία ετερονομίας του. Παρακάτω θα αναπτύξουμε τις δύο καταστατικές αυτές συνθήκες του πολιτικού πεδίου: προς τούτο θα εστιάσουμε στη δυναμική του πολιτικού ανταγωνισμού, στη σχεσιακότητα του πολιτικού πεδίου και στις στρατηγικές χρήσεις της μιντιακής πληροφορίας.

Το πολιτικό πεδίο προσδιορίζεται από τον πολιτικό ανταγωνισμό στο βαθμό που «κάθε πεδίο μπορεί να προσεγγίζεται μέσα από τον τρόπο που είναι διαμορφωμένο από τις διαμάχες που φέρνουν αντιμέτωπες οντότητες οι οποίες ανταγωνίζονται για διακυβεύματα και για σπάνια αγαθά και που είναι ικανές να κινητοποιούν στο πλαίσιο αυτού του ανταγωνισμού ιδιαίτερα μέσα ή “είδη κεφαλαίου”<sup>5</sup>». Ο πολιτικός ανταγωνισμός αποτελεί την κεντρική οργανωτική αρχή για τη διασφάλιση ή την τροποποίηση της κυρίαρχης νομιμότητας, για τη «διατήρηση της ιεραρχίας ανάμεσα στις θέσεις που κατέχουν και την εξασφάλιση έτσι των πλεονεκτημάτων που αποκομίζουν από αυτές, ή για την προσπάθεια αντίθετως να την τροποποιήσουν σε βάρος των αντιπάλων τους.<sup>6</sup>»

Με αυτή την έννοια, ο πολιτικός και ιδιαίτερα ο κομματικός ανταγωνισμός είναι το βασικό πλαίσιο μέσα στο οποίο τα προβλήματα επιλέγονται, αναδεικνύονται, ιεραρχούνται, προσδιορίζονται εννοιολογικά, αποκτούν με άλλα λόγια τη νομιμότητά τους. Πολύ δε περισσότερο που αποτελεί ελληνική ιδιαιτερότητα η επικυριαρχία των πολιτικών κομμάτων στο ελληνικό πολιτικό σύστημα<sup>7</sup> ή αλλιώς η *κομματοκρατία*, δηλαδή η αυτονόμηση του κομματικού συστήματος και η κυριαρχία του επί του πολιτικού συστήματος<sup>8</sup>.

Ο κομματικός ανταγωνισμός επί των πολιτικών διακυβευμάτων αποτελεί επομένως προϋπόθεση στον αγώνα για την πολιτική νομιμοποίηση.

Πρέπει να αναγνωρίσουμε δύο καταστατικά στοιχεία του πολιτικού ανταγωνισμού: τις συνθήκες αυτονομίας και ετερονομίας του. Σε αυτό το σημείο ο D. Gaxie σημειώνει ότι ο «πολιτικός ανταγωνισμός είναι ταυτόχρονα ανοιχτός και κλειστός, αυτόνομος και ετερόνομος. Η αμφισημία της πολιτικής δράσης αποτελεί τη συνέπεια της αναγκαιότητάς της να απευθύνεται συχνά διαδοχικά, αλλά μερικές φορές ταυτόχρονα, σε δύο είδη κοινού πολύ διαφορετικά: στο περιορισμένο κοινό των ανταγωνιστών συνεταιίρων και των διευθυνουσών ομάδων και στο διευρυμένο κοινό των «μέσων πολιτών» (*profanes*)<sup>9</sup>». Σε αυτό το πλαίσιο, το πολιτικό πεδίο αυτονομείται όταν «τα πολιτικά προϊόντα παράγονται σχεσιακά σε αντίθεση και σε αντιπαράθεση με τους πολιτικούς αντιπάλους<sup>10</sup>». Πρέπει επομένως

να προσεγγίσουμε τον κλειστό χαρακτήρα του πολιτικού ανταγωνισμού ως μία συνθήκη είτε διαμόρφωσης των πολιτικών διακυβευμάτων σε σχέση με τους αντιπάλους, είτε ιδιοποίησης πόρων που προέρχονται από το εξωτερικό περιβάλλον χωρίς να αίρεται η αυτονομία του πεδίου.

Η δεύτερη καταστατική συνθήκη του πολιτικού ανταγωνισμού είναι η ετερονομία του. Ο πολιτικός ανταγωνισμός είναι ετερόνομος στο βαθμό που η «αντίληψη για τα πολιτικά προϊόντα από τα κοινά στο οποία προορίζονται εξαρτάται, εν μέρει, από την παρουσίασή τους από τους δημοσιογράφους και τους άλλους σχολιαστές<sup>11</sup>.» Τα ΜΜΕ είναι λοιπόν παρόντα στην πολιτική δράση: αποτελούν, με αυτή την έννοια, στόχους των πολιτικών κινητοποιήσεων, παράγοντες εκτίμησης της αποτελεσματικότητας των κινητοποιήσεων αυτών και ταυτόχρονα *πόρους* στις πολιτικές κινητοποιήσεις.

Ερχόμαστε, λοιπόν, στο τρίτο στοιχείο στο οποίο αναφερθήκαμε, τις στρατηγικές χρήσεις των ΜΜΕ στο πλαίσιο του πολιτικού ανταγωνισμού. Προτείνουμε να εξετάσουμε τις πολιτικές χρήσεις των μιντιακών προϊόντων, στο πλαίσιο του πολιτικού ανταγωνισμού, να εξετάσουμε, δηλαδή, πως τα μέσα συγκροτούνται σε πόρους ή/και σε καταναγκασμούς για την πολιτική δράση. Οι στρατηγικές των πολιτικών δρώντων απευθύνονται στις μιντιακές αγορές προκειμένου να μεγιστοποιήσουν την αξία των προτεινόμενων διακυβευμάτων (μέσα από την ορατότητα και τη νομιμοποίηση που παρέχει το δημοσιογραφικό πεδίο) αλλά και να αντλήσουν πόρους από τις εκτός πολιτικού πεδίου αγορές σε μία προσπάθεια τροποποίησης των συσχετισμών δυνάμεων. Οι όποιες επιδράσεις των μέσων μαζικής ενημέρωσης στην πολιτική δράση προκύπτουν, επομένως, μέσα από τις ποικίλες χρήσεις που τους επιφυλάσσουν οι πολιτικοί δρώντες στο πλαίσιο των στρατηγικών τους στόχων, και όχι ως ανεξάρτητες μεταβλητές.

Διακρίνουμε δύο σύνολα παραμέτρων καθοριστικά στην επεξεργασία των επικοινωνιακών κομματικών στρατηγικών: τις δομικές και τις διαδραστικές παραμέτρους.

Οι δομικές παράμετροι αναφέρονται στη συστημική θέση του κόμματος, δηλαδή στη θέση του μέσα στο πολιτικό και κομματικό σύστημα. Η θέση του κόμματος ως κυβερνητικού, της μείζονος ή της ελάσσονος αντιπολίτευσης, αλλά και ως σοσιαλιστικού, κομμουνιστικού, κεντροδεξιού ή ακροδεξιού προσδιορίζουν αναλόγως τις δυνατότητες και τους πόρους που μπορεί να επιστρατεύσει. Εδώ διακρίνουμε μεταξύ πόρων *πολιτικής θέσης* και πόρων *κομματικής θέσης*. Το κόμμα που κυβερνά απολαμβάνει σημαντικών πόρων πολιτικής θέσης λόγω της δεδομένης απήχησης και άρα ορατότητας των προτάσεων και των δράσεών του στο

πεδίο των Μέσων. Από την άλλη, οι πόροι κομματικής θέσης αναφέρονται σε πόρους προερχόμενους από τη θέση του κόμματος στο κομματικό σύστημα: για παράδειγμα, οι συλλογικοί κομματικοί πόροι που προκύπτουν από την ιστορία του κόμματος, τις παραδοσιακές του συμμαχίες, τα μέσα που διαθέτει.

Οι διαδραστικές παράμετροι προσδιορίζονται τόσο από τις δυναμικές των πεδίων μέσα στα οποία λαμβάνει χώρα η επεξεργασία των στρατηγικών (εσωκομματικές και διακομματικές δυναμικές) όσο και από τις δυναμικές των πεδίων στα οποία απευθύνονται οι στρατηγικές αυτές (δυναμικές του μεντιακού πεδίου και δυναμικές της πολιτικής εκπροσώπησης). Οι παράμετροι αυτές προσδιορίζουν τους *εσωκομματικούς* και *εξωκομματικούς* πόρους. Στους εσωκομματικούς πόρους διακρίνουμε μεταξύ του κεφαλαίου του πολιτικού αρχηγού και των επιφανών μελών των πολιτικών κομμάτων (δυνατότητα κινητοποίησης επαφών, συμμαχιών κλπ) και των πόρων κοινωνικής επιρροής (κινητοποίησης υποστηρικτικών ομάδων). Στους εξωκομματικούς πόρους διακρίνουμε μεταξύ των επικοινωνιακών πόρων που προέρχονται από τα περιεχόμενα και τις συμμαχίες με το μιντιακό πεδίο και των πόρων συγκυρίας και επικαιρότητας (γεγονότα που λειτουργούν ως εκπυροσκορητές κοινωνικών και πολιτικών εξελίξεων).

Σε αυτή την απόπειρα διάκρισης μεταξύ δομικών και διαδραστικών παραμέτρων εντάσσεται η χρήση της έννοιας της «στρατηγικής» ως μεθοδολογικού εργαλείου. Επικεντρώνουμε στις πολιτικές στρατηγικές ως συντεταγμένα σύνολα δράσης που αποσκοπούν σε στόχους περισσότερο ή λιγότερο μακροπρόθεσμους. Όπως συμπληρώνουν οι J. Lagroye κ.α. «με τον όρο στρατηγικές χαρακτηρίζονται σειρές αλυσιδωτών δράσεων οι οποίες ανταποκρίνονται στις δράσεις των συντελεστών και τείνουν να επιδιώκουν την επικράτηση στόχων περισσότερο ή λιγότερο σαφών.<sup>12</sup>» Οι στρατηγικές ανάδυσης και προσδιορισμού των προβλημάτων αποτελούν τα μέσα εκείνα που επιτρέπουν στους φορείς των προβλημάτων να δεσμεύσουν την προσοχή στα ποικίλα δημόσια πεδία στα οποία αποσκοπούν να εγγράψουν τα προβλήματα. Πρέπει εδώ να σημειώσουμε ότι σε ό,τι αφορά τις στρατηγικές λαμβάνουμε υπόψη τις μεθοδολογικές προφυλάξεις όπως τις έχει διατυπώσει ο P. Bourdieu και οι οποίες αφορούν στην υπενθύμιση ότι στην ανάπτυξη των στρατηγικών λαμβάνουμε υπόψη τόσο τους δομικούς περιορισμούς όσο και την δυνατότητα ενεργητικών απαντήσεων σε αυτούς τους περιορισμούς.<sup>13</sup>

Η χρήση, επομένως, των στρατηγικών από την πλευρά μας εντάσσεται στο πλαίσιο θεωρητικού συγκερασμού της δομικής με τη διαδραστική προσέγγιση. Δείξαμε πιο πάνω πως μέσα σε αυτό το πλαίσιο οι δρώ-



ντες κάνουν χρήση πόρων που προέρχονται τόσο από τα κομματικά περιβάλλοντα και τη θέση που κατέχουν στο πολιτικό σύστημα όσο και πόρων από τα ποικίλα εξωτερικά περιβάλλοντα. Αυτό σημαίνει ότι η κινητοποίηση πόρων (πολιτικών αλλά και εκτός πολιτικού πεδίου) μπορεί να ενεργοποιήσει διαδικασίες αλλαγής από στρατηγικές που επιχειρούν και πετυχαίνουν να εισαγάγουν νέα διακυβεύματα τροποποιώντας τους όρους του πολιτικού παιχνιδιού.

### 3. Το ιστορικό πλαίσιο της τυπολογίας

Οι στρατηγικές των κυβερνητικών κομμάτων, κατά την αντιπολιτευτική τους περίοδο, τη δεκαετία 2000-2010, επέφεραν τροποποιήσεις στους κανόνες του πολιτικού παιχνιδιού, κυρίως στην κατεύθυνση της παγίωσης πολιτικών κατηγοριών που προσδιόρισαν τελικά μακροπρόθεσμα την πολιτική αντιπαράθεση.

Θα δείξουμε ότι η μετατόπιση της πολιτικής αντιπαράθεσης σε θέματα διαφθοράς και «καθημερινότητας», δηλαδή σε θέματα ηθικής πολιτικής και βιωμένης εμπειρίας έρχεται να συσκοτίσει τη συναίνεση των δύο κομμάτων εξουσίας ως προς τα μείζονα πολιτικά διακυβεύματα. Αποτελεί, ωστόσο, και μία πολιτική διαχείριση του επικοινωνιακού περιβάλλοντος. Αποτελεί, με άλλα λόγια, αποτέλεσμα της πολιτικής πρόσδεσης στην έγνοια της επικοινωνιακής διαχείρισης των πολιτικών διακυβευμάτων. Γιατί τα δύο κυβερνητικά κόμματα όταν βρίσκονται στην αντιπολίτευση συμπλέουν σε μεγάλο βαθμό με τα μιντιακά περιεχόμενα προκειμένου να πλήξουν την κυβερνητική αξιοπιστία και αρμοδιότητα παράγοντας ωστόσο πιο μακροπρόθεσμα αποτελέσματα στο πολιτικό πεδίο και ευρύτερα στη δημόσια σφαίρα. Επιχειρώντας να πλήξουν την κυβερνητική αρμοδιότητα παγώνουν στο πεδίο της πολιτικής δημοσιότητας πολιτικές κατηγορίες που τείνουν να επικυριαρχούν και, τελικά, να δεσμεύουν την πολιτική αντιπαράθεση.

Αναφερόμενοι στις στρατηγικές των δύο κυβερνητικών κομμάτων τόσο κατά την κυβερνητική όσο και την αντιπολιτευτική τους περίοδο, πρέπει να σημειώσουμε ότι κατά τις δύο αυτές περιόδους τα κόμματα παρουσιάζουν ομοιότητες στον τρόπο που αναπτύσσουν τις στρατηγικές τους.

Κατά την κυβερνητική περίοδο, τα δύο κόμματα εφαρμόζουν στρατηγικές διαχείρισης της δημοσιότητας επιδιώκοντας την ηγεμονία στο πε-



δίο διαμόρφωσης των δημόσιων αντιλήψεων και αναπαραστάσεων. Η διαδικασία αυτή εγγράφεται σε μια πορεία απομάκρυνσης των πολιτικών κομμάτων από πολωτικές στρατηγικές και διαιρετικές ταυτοτικές τομές των προηγούμενων ετών<sup>14</sup>. Σύμφωνα με την ανάλυση του Χ. Λυριντζή «μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1990, τα δύο μεγάλα κόμματα είχαν αναπτύξει έναν μετριοπαθή, διαχειριστικό και μινιμαλιστικό πολιτικό λόγο, ο οποίος αντικατόπτριζε μια σαφή σύγκλιση μεταξύ των δύο διεκδικητών της εξουσίας<sup>15</sup>». Ο Μ. Σπουρδαλάκης αναφέρεται στη δημιουργία ενός πολιτικού κλίματος που ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, και λόγω της πίεσης που δημιουργούσε η αναγκαιότητα σύγκλισης με την Ε.Ε. «έδινε προβάδισμα σε από-ιδεολογικοποιημένες, τεχνοκρατικές και αγοραίες λογικές<sup>16</sup>». Η στροφή αυτή συνολικά του πολιτικού κλίματος στην Ελλάδα, σε συνδυασμό και με οργανωτικές αλλαγές, όπως στη σχέση του κόμματος με την κομματική του βάση, επιφέρει αλλαγές στον πολιτικό λόγο των κυβερνητικών κομμάτων που επικεντρώνονται στη διατύπωση προτάσεων κυβερνητικής διαχείρισης. Η απομάκρυνση από τις κοινωνικές συντεταγμένες του προγραμματικού λόγου και η επικέντρωση στην κρατική αποτελεσματικότητα και διαχείριση σηματοδοτεί την μετατροπή της επικοινωνίας σε βασικό εργαλείο πολιτικής νομιμοποίησης. Οι στρατηγικές των κυβερνητικών κομμάτων όταν βρίσκονται στην εξουσία αποσκοπούν κατά κύριο λόγο στη διαχείριση της εικόνας κυβερνητικής αποτελεσματικότητας και αρμοδιότητας.

Το δεύτερο ενδιαφέρον στοιχείο που παρατηρούμε στην ανάπτυξη κομματικών επικοινωνιακών στρατηγικών αφορά στην αντιπολιτευτική περίοδο των διεκδικητών της εξουσίας. Τα κυβερνητικά κόμματα όταν βρίσκονται στην αντιπολίτευση επιχειρούν να πλώσουν και να πολιτικοποιήσουν την πολιτική αντιπαράθεση, προσδοκώντας μέσα από αυτή τη διαδικασία τη μεγιστοποίηση των πολιτικών τους κερδών, ενώ παράγουν αποτελέσματα που υπερβαίνουν τις αρχικές επιδιώξεις. Η αποτελεσματικότητα των στρατηγικών αυτών δεν κρίνεται μόνο άμεσα, σε σχέση με την επιδιωκόμενη εκλογική νίκη, αλλά και έμμεσα, σε σχέση με την επιδιωκόμενη ηγεμονία στο πεδίο του πολιτικού ανταγωνισμού. Με άλλα λόγια, οι στρατηγικές αυτές εγγράφουν τις πολιτικές κατηγορίες που προωθούν στο πεδίο του πολιτικού ανταγωνισμού μεταφέροντας εκεί την πολιτική αντιπαράθεση μεταξύ των δύο κομμάτων.

Μπορούμε, και θα αναφερθούμε διεξοδικότερα στη συνέχεια, να διακρίνουμε ανάμεσα σε *στρατηγικές πώλωσης* (ανάδειξης διαιρετικών τομών μεταξύ των πολιτικών κομμάτων) όσο και σε *στρατηγικές πολιτικοποίησης* (εγγραφής πολιτικών διακυβευμάτων στο πολιτικό πεδίο και

ανάληψης της πολιτικής ευθύνης διαχείρισής τους). Και τα δύο κόμματα ΝΔ και ΠΑΣΟΚ, κατά την αντιπολιτευτική τους περίοδο, τη δεκαετία 2000-2010, ανέπτυξαν στρατηγικές πόλωσης και πολιτικοποίησης που διαφέρουν από ανάλογες στρατηγικές του παρελθόντος. Σε ό,τι αφορά τις στρατηγικές πόλωσης αυτές δεν αφορούν στην ανάδυση διαιρετικών τομών και ανταγωνιστικών ερμηνειών επί θεμάτων κοινωνικής, οικονομικής ή εξωτερικής πολιτικής, ούτε στην ανάδυση διαιρετικών ταυτοτικών τομών αλλά ηθικού τύπου διαιρετικές τομές και μία ηθικοπλαστική αντίληψη της δημοκρατίας. Επιπλέον αναπτύχθηκαν στρατηγικές πολιτικοποίησης διακυβευμάτων που δεν προκύπτουν από συγκροτημένα κοινωνικά αιτήματα αλλά από μία ατομικότητα υπερβατική, τον «πολίτη», ο οποίος ενώ δεν φέρει άλλα κοινωνικοπολιτικά και ταυτοτικά χαρακτηριστικά, αναδεικνύεται, ωστόσο, μέσα από τη μεσοποιημένη δημόσια σφαίρα ως ο κύριος φορέας πολιτικού λόγου και κοινωνικών αιτημάτων.

Αντιλαμβανόμαστε, λοιπόν, το πέρασμα σε μία διαχειριστικού τύπου αταξική πολιτική και σε μία ηθικού τύπου διαίρεση και αταξικού τύπου πρόσληψη του κοινωνικού. Η απουσία βασικής διαχωριστικής πολιτικής γραμμής μεταξύ των αντιπάλων υποκαταστάθηκε από την ανάπτυξη ενός ηθικιστικού λόγου παράλληλα με την εμμονή στις αποκαλύψεις σκανδάλων<sup>17</sup>. Ταυτόχρονα έκαναν την εμφάνισή τους νέες πολιτικές κατηγορίες όπως είναι η «καθημερινότητα του πολίτη» η οποία συνοδεύτηκε από την άνοδο και κυριαρχία της κατηγορίας *πολίτης*<sup>18</sup> ως κεντρικού ρητορικού άξονα αλλά και πολιτικού εντολέα που σταδιακά υποκατέστησε τον Λαό, την Ελλάδα, τους Έλληνες, τους εργαζόμενους κλπ.

#### 4. Η κυβερνητική προσφορά: Μία διαχειριστική κινητοποίηση

Θα εξετάσουμε εδώ την κινητοποίηση των δύο εναλλασσόμενων στην εξουσία κομμάτων κατά την κυβερνητική τους περίοδο προκειμένου να ελέγξουν την πολιτική θεματολογία και να νομιμοποιήσουν τη δράση τους ώστε να διατηρήσουν την πολιτική τους ηγεμονία στο πεδίο του πολιτικού ανταγωνισμού. Βάσει αυτής της προσέγγισης μπορούμε να πούμε ότι «ορισμένοι λειτουργοί, ή ομάδες λειτουργών, οι κοινωνικές ιδιότητες των οποίων απέκτησαν μια κυρίαρχη νομιμότητα στο πολιτικό πεδίο, οδηγούνται στην ανάπτυξη στρατηγικών με στόχο τη διαφύλαξη της θε-

σμικής τάξης, των νόμιμων αναπαραστάσεων της πολιτικής επιδεξιότητας, και των κανόνων που εγγυώνται την υπεροχή τους.<sup>19</sup> Προς τούτο, εφαρμόζουν στρατηγικές ελεγχόμενης επικοινωνίας και επιλεκτικής εστίασης σε πληροφορίες και πολιτικούς ορισμούς.

Θα μπορούσαμε να προσδιορίσουμε αυτόν τον τύπο κινητοποίησης ως *διαχειριστική κινητοποίηση* εμπνεόμενοι από την δουλειά των Αμερικανών συγγραφέων Cobb, Elder και Ross<sup>20</sup> (1972, 1983). Οι συγγραφείς ανέπτυξαν την υπόθεση του «*agenda-building*» όπου η διαμόρφωση της πολιτικής θεματολογίας είναι μία σύνθετη συλλογική διαδικασία συμμετοχής διαφορετικών ομάδων στη διαμόρφωση των δημόσιων πολιτικών. Μεταξύ των μοντέλων που διακρίνουν οι συγγραφείς αναφέρεται το «μοντέλο της κινητοποίησης» το οποίο αφορά στην προσπάθεια των δημόσιων αρχών να αποσπάσουν τη δημόσια συγκατάθεση στην πολιτική τους. Θα δούμε ότι αυτού του τύπου η κινητοποίηση ενεργοποιεί πόρους που εγγράφονται σε μεγάλο βαθμό στη θέση του κυβερνώντος κόμματος και στην αξιοποίηση των σχέσεων που προκύπτουν από αυτή.

Τα στελέχη της κυβέρνησης στην προσπάθεια ελέγχου και διατήρησης της πολιτικής ηγεμονίας ή, με άλλα λόγια, της καθημερινής διαχείρισης της δημόσιας προσοχής στα διακυβεύματα και τις προτεινόμενες εναλλακτικές έρχονται αντιμέτωπα με ένα πλήθος περιορισμών και πιέσεων, ενώ ταυτόχρονα βασίζονται σε σημαντικούς πόρους.

Το κόμμα στην κυβέρνηση αντιμετωπίζει πιέσεις προερχόμενες από τη συγκυρία και την επικαιρότητα. Αναφερόμαστε σε αναπάντεχα και απροσδόκητα γεγονότα όπως φυσικές καταστροφές, γεγονότα με κοινωνικές και πολιτικές συνέπειες όπως αντισυστημικές δράσεις ή ακόμα προβλήματα που προκύπτουν μέσα από τον κρατικό μηχανισμό. Ισχυρές πιέσεις δέχονται τα κυβερνητικά από τα άλλα κόμματα του πολιτικού συστήματος που στην προσπάθειά τους να πλήξουν την κυβερνητική ηγεμονία κινητοποιούνται καθημερινά προκειμένου να εγγράψουν τα θέματά τους και τους προτεινόμενους ορισμούς τους στην ημερήσια θεματολογία. Επιπλέον, είναι πιθανό να ασκούνται πιέσεις και από το εσωτερικό κομματικό περιβάλλον, δηλαδή από βουλευτές του κυβερνώντος κόμματος, τα αιτήματα των οποίων απολαμβάνουν ιδιαίτερης ορατότητας. Επιπλέον, πιέσεις ασκούνται από τα κοινωνικά κινήματα, τους συνδικαλιστές, κινήσεις της κοινωνίας πολιτών, αλλά και από τα ΜΜΕ. Τα τελευταία σε μία προσπάθεια ελέγχου της κυβερνητικής εξουσίας, κινητοποιούνται προκειμένου να εξυπηρετήσουν στρατηγικές αντιπάλων, να ασκήσουν πίεση στην εξουσία με αντάλλαγμα κάποια εξυπηρέτηση σε επιχειρηματικά συμφέροντα, είτε μπορεί απλά να δεσμεύονται από δημο-

σιογραφικούς κανόνες που προωθούν θέματα με στόχο την θεαματικότητα ή την αναγνωσιμότητα.

Απέναντι σε αυτές τις πιέσεις τα κυβερνώντα κόμματα διαθέτουν σημαντικούς πληροφοριακούς πόρους που απορρέουν κυρίως από τη θέση που κατέχουν στο πολιτικό σύστημα. Η κυβέρνηση διαθέτει καταρχάς το *μονοπώλιο της πληροφορίας* που αφορά στην ίδια της τη δράση. Τόσο σε ορισμένες «κρίσιμες» κατηγορίες της πολιτικής αντιπαράθεσης όπως η εξωτερική πολιτική και η οικονομία, όσο και στο σύνολο σχεδόν των δημοσίων πολιτικών, η κυβέρνηση αποτελεί, όχι μόνο τη βασική, αλλά και την αποκλειστική πηγή πληροφόρησης έχοντας έτσι τη δυνατότητα να «διαχειριστεί» ανάλογα το επικοινωνιακό περιβάλλον. Έτσι οι αποφάσεις σε θέματα υγείας, παιδείας, κοινωνικής ασφάλισης αποτελούν δέσμη πληροφοριών που βρίσκονται στο επίκεντρο του δημοσιογραφικού ενδιαφέροντος λόγω της ειδησεογραφικής αξίας που προκύπτει από τη θέση της κυβέρνησης και τη συνεπαγόμενη ευρεία απήχηση των κυβερνητικών αποφάσεων, με μεγάλο περιθώριο χειρισμού τους από την κυβέρνηση.

Τα στελέχη της κυβέρνησης απολαμβάνουν μιας ιδιαίτερα προνομιακής πρόσβασης στο πεδίο της κοινωνικής ορατότητας<sup>21</sup>, προνόμιο που εκπορεύεται τόσο από εξαρτήσεις ρουτίνας (δημοσιογραφικές ρουτίνες, εργασιακοί περιορισμοί του δημοσιογραφικού πεδίου) όσο και από πολιτικές εξαρτήσεις. Μπορούμε μεταξύ άλλων να διακρίνουμε: τις οργανωτικές δομές των ειδησεογραφικών επιχειρήσεων (κατανομή των δημοσιογράφων ανά υπουργείο), τη σιγουριά των κυβερνητικών πηγών καθώς τα υπουργεία αποτελούν χώρους διαρκούς παραγωγής πολιτικών ειδήσεων και μπορούν να ανταποκρίνονται με ευκολία στις οργανωτικές απαιτήσεις παραγωγής των μέσων ενημέρωσης. Το γεγονός αυτό επιτρέπει την ελαχιστοποίηση του ρίσκου, τον προγραμματισμό στη συλλογή ειδήσεων, την αξιοποίηση του περιορισμένου χρόνου στην παραγωγή των ειδήσεων κατά τη διαδικασία συλλογής τους. Να σημειώσουμε, επίσης, τον χαμηλό προϋπολογισμό, το μη εξειδικευμένο προσωπικό ως καθοριστικούς παράγοντες του περιορισμού των εναλλακτικών πηγών. Παράλληλα αναφερθήκαμε στις πολιτικές εξαρτήσεις άμεσες και έμμεσες. Στις άμεσες πολιτικές εξαρτήσεις διακρίνουμε την εξάρτηση του δημόσιου καναλιού και τις ιδεολογικές συγγένειες μέρους του τύπου και της ιδιωτικής τηλεόρασης με τα δύο κυβερνητικά κόμματα. Στις έμμεσες εξαρτήσεις διακρίνουμε τις εξαρτήσεις της ιδιωτικής τηλεόρασης (οφειλές στο ΕΣΡ, άδειες λειτουργίας) και την κατανομή θέσεων σε δημοσιογράφους σε γραφεία τύπου υπουργείων και δημόσιων οργανισμών.

Παράλληλα, η κυβέρνηση κινητοποιεί πόρους προερχόμενους τόσο από τις κομματικές δεξαμενές (ιστορία, σύμβολα, ιδεολογικές εγγραφές) όσο και από τις προσωπικές δεξαμενές του κάθε ηγέτη και πρωθυπουργού. Η διαδικασία αυτή επηρεάζεται από τον πολιτικό ανταγωνισμό. Ανάλογα με τις θεματολογίες και τις δυναμικές των άλλων κομμάτων του πολιτικού συστήματος, τα κόμματα στην εξουσία αναπτύσσουν εναλλακτικούς πόρους που μπορεί να προέρχονται και από συμμαχίες με μη θεσμικά εκπροσωπούμενα μέρη του πολιτικού συστήματος.

Η δυνατότητα αποκλειστικής παραγωγής πληροφόρησης που αφορά στην ίδια της τη δράση, παράλληλα με το γεγονός της ευρείας απήχησης αυτών των δράσεων και του μεγάλου δημοσιογραφικού τους ενδιαφέροντος, αποτελούν πόρους σημαντικούς στην επεξεργασία των κυβερνητικών στρατηγικών.

Στο πλαίσιο της διαχειριστικής κινητοποίησης για τον έλεγχο της πολιτικής δημοσιότητας, τα κυβερνώντα κόμματα αναπτύσσουν *στρατηγικές υπέρ- και υπό- πληροφόρησης*, επιδιώκοντας τη διαχείριση της επικοινωνίας των προτεινόμενων πολιτικών τους διακυβευμάτων μέσω της επιλεκτικής εστίασης ή απόκρυψης πληροφοριών. Η κυβέρνηση «παίζει» δημιουργώντας ροές πληροφορίας σε θέματα ευνοϊκά πάνω στα οποία επενδύει πολιτικά προσανατολίζοντας εκεί το ενδιαφέρον του κοινού, ενώ παράλληλα λειτουργεί αποτρεπτικά ως προς την παραγωγή και διάθεση πληροφοριών αναφορικά με μη ευνοϊκά ή δυνητικά μη ευνοϊκά θέματα. Για τον σκοπό αυτό, οι κυβερνητικές τακτικές αφορούν τόσο στη συγκράτηση ή στην προώθηση πληροφοριών αλλά και στη διαχείριση των πλαισιώσεων των πολιτικών προσδιορισμών.

Οι *τακτικές προώθησης πληροφοριών* αφορούν σε επιλεκτικές διαρροές πληροφοριών στον φιλικό τύπο με απώτερο στόχο την προετοιμασία της πρόσληψης των γεγονότων, τη διοργάνωση μιντιακών γεγονότων (ψευδο-γεγονότων<sup>22</sup>) που απολαμβάνουν υψηλής προσβασιμότητας στο δημόσιο χώρο, τη σταδιακή αλλά συνεχόμενη προώθηση νέων πληροφοριών πάνω σε νομοσχέδια ή σε κυβερνητικές δράσεις, την αξιοποίηση της ορατότητας που απολαμβάνει ο Πρωθυπουργός και τη συνεπακόλουθη διοργάνωση συνεντεύξεων τύπου ή δηλώσεων.

Οι *τακτικές συγκράτησης ή απόκρυψης πληροφοριών* συνδυάζουν την απώθηση ενημέρωσης και παροχής πληροφοριών για λόγους εθνικής ασφάλειας ή τουλάχιστον με πρόσχημα αυτό (συνήθως σε θέματα εξωτερικής πολιτικής)? την αποφυγή παροχής πληροφοριών με το πρόσχημα της κυβερνητικής αναρμοδιότητας (άρνηση σχολιασμού συζητήσεων μεταξύ κοινωνικών εταίρων ή παραπομπή στην αρμοδιότητα άλλης εξου-

σίας, π.χ. δικαστικής)? τη μετατόπιση του ενδιαφέροντος σε άλλα θέματα μέσω της παροχής πληροφοριών σε δευτερεύοντα ζητήματα που όμως προσανατολίζουν το δημοσιογραφικό ενδιαφέρον (ανάδειξη ακόμα και νομοσχεδίων προκειμένου να προσελκύσουν εκεί τη δημοσιότητα αποφεύγοντας την αναφορά σε θέματα μη ευνοϊκά). Τέλος, ως τεχνική συγκράτησης μπορούμε να αναφέρουμε την τεχνικοποίηση των θεμάτων, δηλαδή την ανάδειξη και προώθηση των τεχνικών, και μη ιδιαίτερα ελκυστικών για τις δημοσιογραφικές ρουτίνες, πλευρών ενός ζητήματος.

Παράλληλα με αυτές τις τακτικές τα κυβερνητικά στελέχη κινητοποιούν *τακτικές διαχείρισης πλαισιώσεων* των προβαλλόμενων πολιτικών διακυβευμάτων. Πρόκειται για την παράλληλη με τη διαχείριση των ροών πληροφορίας, επιλεκτική παρουσία ενός διακυβεύματος με στρατηγικό στόχο τον προσανατολισμό της ερμηνείας του<sup>23</sup>. Όπως εύστοχα αναφέρουν οι Nelson κ.α., «τα πλαίσια υποδεικνύουν στο κοινό πως να αξιολογήσουν ανταγωνιζόμενα επιχειρήματα που αποτελούν μέρη της καθημερινής πολιτικής διαβούλευσης. Τα πλαίσια δεν μπορούν να επιφέρουν καμία καινούρια πληροφορία, η επιρροή τους όμως στις απόψεις μας μπορεί να είναι αποφασιστική για την συμβολή τους στην ιεράρχηση των εναλλακτικών επιχειρημάτων<sup>24</sup>». Παράλληλα με τη διαχείριση των πληροφοριών τα κόμματα όταν βρίσκονται στην κυβέρνηση έχουν μεγάλο περιθώριο διαχείρισης των ορισμών των πρωτοβουλιών τους προωθώντας, κυρίως, πλαίσια *διαμόρφωσης<sup>25</sup>, καταλογισμού<sup>26</sup>, εθνικής αναγκαιότητας και ισοδυναμίας<sup>27</sup>*. Πιο ειδικά:

Με το πλαίσιο διαμόρφωσης αποδίδεται το επίμαχο πρόβλημα σε μία κατηγορία: πρόκειται για τον ορισμό και την κατασκευή του περιγράμματος του προβλήματος. Η οικονομική κρίση μπορεί να παρουσιαστεί ως ευρωπαϊκή κρίση, ως κρίση του δημόσιου τομέα ή ως ευκαιρία. Οι πυρκαγιές παρουσιάζονται ως απρόβλεπτο φαινόμενο, ως πρόβλημα κρατικής κινητοποίησης ή ως εξωτερική απειλή.

Με το πλαίσιο του καταλογισμού περνάμε στον αιτιακό καταλογισμό της ευθύνης διαχείρισης ή πρόκλησης του προβλήματος σε άλλες πολιτικές δυνάμεις, σε υπερεθνικούς οργανισμούς (ΕΕ, eurogroup), σε απρόσωπες δομές (αγορές), σε επιμέρους επαγγελματικές ή και κοινωνικές ομάδες (δημόσιοι υπάλληλοι). Αποτελεί, λοιπόν, ένα πλαίσιο μετάθεσης ευθυνών πρόκλησης αλλά και διαχείρισης του προβλήματος προκειμένου το κόμμα που διαχειρίζεται την εξουσία να αποσείσει την πολιτική ευθύνη.

Με το πλαίσιο της εθνικής αναγκαιότητας κινητοποιείται μία κανονιστική αρχή της δημοκρατίας, ότι η κυβέρνηση έχει εξουσιοδοτηθεί να κυβερνά προς όφελος του συλλογικού συμφέροντος και του κοινού καλού.



Επιχειρείται δηλαδή μέσω του πλαισίου αυτού η ενσωμάτωση των αντικρουόμενων συμφερόντων και των αντιδράσεων σε μία κοινή δεσμευτική αρχή, της εθνικής αναγκαιότητας και του εθνικού συμφέροντος. Επιπλέον, πρόκειται για ένα πλαίσιο που κινητοποιείται για να δώσει διέξοδο στις συγκρούσεις.

Με το πλαίσιο ισοδυναμίας επιχειρείται η παρουσίαση της ευνοϊκότερης πλευράς μιας κατάστασης. Στην περίπτωση αυτή ένα νομοσχέδιο προωθείται υπό την ευνοϊκότερη πλευρά του τονίζοντας για παράδειγμα την εξοικονόμηση πόρων από το δημόσιο και αποσιωπώντας τις ενδεχόμενες απολύσεις προς επίτευξη του στόχου αυτού.

Οι διαβαθμίσεις αυτών των στρατηγικών διαφέρουν ανάλογα με το κόμμα που είναι στην εξουσία, τους ευρύτερους στρατηγικούς του στόχους και τους πόρους που διαθέτει ή που μπορεί να κινητοποιήσει. Η κυβέρνηση του Κ. Σημίτη την περίοδο 2000-2004 διαχειρίστηκε στρατηγικά την επικοινωνία του επενδύοντας σε «τομείς κυβερνητικής υπεροχής» και αποφεύγοντας τους «τομείς κυβερνητικής υποχώρησης»<sup>28</sup>. Οι στρατηγικοί και μετρήσιμοι, ως προς την αποδοτικότητά τους, στόχοι της εισόδου της χώρας στην ΟΝΕ, της οικονομικής και κοινωνικής σύγκλισης, της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων, των έργων υποδομής παράλληλα με τη συναίνεση μεταξύ κυβέρνησης και μεγάλης μερίδας του έντυπου τύπου και των ιδιωτικών καναλιών, δημιούργησαν τις ευνοϊκές προϋποθέσεις αποτελεσματικής διαχείρισης της επικαιρότητας και της πολιτικής ηγεμονίας εναλλάσσοντας τις στρατηγικές υπέρ- και υπό- πληροφόρησης ανάλογα με τα διακυβεύματα. Η αποτελεσματικότητα των στρατηγικών ήταν σημαντική ως προς τις επιδράσεις της στο μιντιακό και το κομματικό πεδίο: περιορίστηκε, αφενός, το πεδίο πρόσβασης των εναλλακτικών των κομμάτων της αντιπολίτευσης, ενώ επετεύχθη, αφετέρου, η εγγραφή στο δημόσιο χώρο θεμάτων που ευνοούσαν την εικόνα της κυβερνητικής αρμοδιότητας.

Η κυβέρνηση της Νέας Δημοκρατίας ενώ αντιπολιτευτικά επικεντρώθηκε στο πρόταγμα της *Επανάδρυσης του Κράτους* δεν κατάφερε να εναρμονίσει την ατζέντα της με την στρατηγική της υπερθεμάτισης σε θέματα ευνοϊκά, ακολουθώντας περισσότερο τη στρατηγική επιλογή της υπο-πληροφόρησης. Η αποφυγή ελέγχου της πολιτικής δημοσιότητας μέσω τακτικών συγκράτησης των πληροφοριακών ροών, οι εσωκομματικές συγκρούσεις, η αδυναμία ελέγχου μέρους των ΜΜΕ αλλά και η σύμπτωση αντιπολιτευτικών στρατηγικών με τα περιεχόμενα των ΜΜΕ κυρίως σε ό,τι αφορά την ανάδυση σκανδάλων δημιούργησαν ένα πλαίσιο αρνητικής, για την κυβέρνηση, δημοσιότητας. Είναι πιθανό η συγκράτη-



ση πληροφοριακών ροών από την πλευρά της κυβέρνησης Καραμανλή να άφησε ελεύθερο χώρο στο δημοσιογραφικό πεδίο αλλά και σε αντιπολιτευτικές δυνάμεις να αναδείξουν θέματα που έπληξαν την κυβερνητική αξιοπιστία.

Η κυβέρνηση του Γιώργου Παπανδρέου ακολούθησε, κατά το πρώτο έτος της διακυβέρνησης, μία τελείως διαφορετική στρατηγική «μπλοκάροντας» ουσιαστικά τη σφαίρα της πολιτικής δημοσιότητας με πληροφοριακές ροές πάνω σε προωθούμενα νομοσχέδια (ταυτόχρονη ανάδειξη νομοσχεδίων σε κρίσιμους τομείς) ενώ παράλληλα ακολούθησε μια πρωτόγνωρα εξωστρεφή επικοινωνιακή στρατηγική. Οι τηλεοπτικές συνεδριάσεις του υπουργικού συμβουλίου, οι καθημερινές εμφανίσεις υπουργών και υφυπουργών στα δελτία ειδήσεων και στις πρωινές ενημερωτικές εκπομπές αλλά και οι τακτικές εμφανίσεις του Πρωθυπουργού φαίνεται να αξιοποιούν τους διαθέσιμους συστημικούς πόρους κερδίζοντας την πρόσβαση στη δημοσιότητα. Η ίδια στρατηγική ακολουθήθηκε και στην περίπτωση της δημοσιονομικής κρίσης τροφοδοτώντας διαρκώς το πεδίο της δημοσιότητας αναφορικά με τις δράσεις της κυβέρνησης, τις κινήσεις του υπουργικού επιτελείου, τις απαντήσεις των ευρωπαϊκών εταίρων κλπ.

## 5. Τα κυβερνητικά κόμματα στην αντιπολίτευση:

### Μια πολυμορφική κινητοποίηση

Οι διεκδικητές της εξουσίας λειτουργώντας σε ένα περιβάλλον πολιτικής δημοσιότητας που έχει καταληφθεί από την κυβερνητική δράση και μη έχοντας πρόσβαση στα πεδία της πολιτικής απόφασης ενδιαφέρονται να θέσουν στην ατζέντα μια διακριτή αλλά και πολυμορφική προσφορά που στόχο έχει την προώθηση και εγγραφή στον δημόσιο χώρο καινοτόμων προβλημάτων και προσδιορισμών, τη δέσμευση της προσοχής των πολλαπλών κατηγοριών κοινού στις εναλλακτικές προτάσεις, την μετάθεση του πολιτικού ανταγωνισμού στα πεδία που τους είναι ευνοϊκά, την καταγγελία των κυβερνητικών πρωτοβουλιών και την διαχείριση της δυναμικής της πολιτικής εκπροσώπησης.

Ο στρατηγικός στόχος των κυβερνητικών κομμάτων όταν βρίσκονται στην αντιπολίτευση είναι η *πλειοψηφική διαφοροποίησή* τους από την κυβερνητική προσφορά. Οι τάσεις σύγκλισης των δύο κομμάτων σε μία σει-

ρά από μείζονα διακυβεύματα αλλά και η ανάδειξη της διαχειριστικής αρμοδιότητας και αποτελεσματικότητας σε πρότυπο πολιτικής διακυβέρνησης επηρέασαν τον προσανατολισμό των στρατηγικών των κομμάτων της αντιπολίτευσης. Έτσι οι στρατηγικές τους προσανατολίστηκαν, αφενός, σε θεματικές που στοχοποιούσαν την κυβερνητική ανικανότητα και την ηθικοπολιτική κυβερνητική φθορά, και, αφετέρου, σε θεματικές που θα μπορούσαν να κινητοποιήσουν νέες ομάδες ώστε να μεταβληθεί ο συσχετισμός δυνάμεων.

Θα παρουσιάσουμε δύο κοινές στρατηγικές που εφάρμοσαν τόσο το ΠΑΣΟΚ όσο και η ΝΔ όσο ήταν στην αντιπολίτευση κατά τη δεκαετία 2000-2010.

Η *στρατηγική πόλωσης* αφορά στην ανάδειξη των διαιρετικών τομών μεταξύ των δύο κομμάτων<sup>29</sup>. Αν η διάκριση αυτή παραγόταν σε προηγούμενες δεκαετίες στη βάση πολιτικο-κομματικών «γεωγραφικών» τομών ισχυρού συμβολικού φορτίου και ισχυρών ιστορικών αναφορών (Δυνάμεις Δεξιάς- Προοδευτικές δυνάμεις), τη δεκαετία του 2000, οι διαιρετικές αυτές τομές αφορούν πλέον σε ηθικού τύπου διακρίσεις μεταξύ «καθαρών» και «διεφθαρμένων» πολιτικών δυνάμεων. Πρόκειται για μία στρατηγική πόλωσης που αποσκοπεί μέσω συντονισμένων δράσεων στην ανάδειξη της «διαφθοράς» σε πολιτική κατηγορία<sup>30</sup> η οποία θεμελιώνεται στην ηθικού τύπου αξιολόγηση των πολιτικών κομμάτων. Η πολιτική σημασία της κατηγορίας συγκροτείται μέσα από τη σύνδεσή της με το δημόσιο συμφέρον ενώ προσδιορίζεται εννοιολογικά ως καταστρατήγηση των συλλογικών ηθικών αξιών και τελικά της δημοκρατίας.

Πιο ειδικά, κατά τη δεκαετία του 2000, η πολιτική κατηγορία της «διαφθοράς» επανέρχεται στο προσκήνιο και αναδεικνύεται σε κυρίαρχη στον πολιτικό ανταγωνισμό κατηγορία και σε διακύβευμα από το οποίο κρίνεται η πολιτική αξιολόγηση των πολιτικών κομμάτων. Το περιεχόμενο της διαφθοράς κατά την αντιπολιτευτική περίοδο της Ν.Δ. χαρακτηρίζεται από την ανακίνηση και τον στιγματισμό της κυβέρνησης για το «σκάνδαλο του Χρηματιστηρίου», το «σκάνδαλο των ελληνοποιήσεων», και τη «διαπλοκή». Στη διάρκεια της αντιπολιτευτικής περιόδου του ΠΑΣΟΚ το «σκάνδαλο των υποκλοπών» και «των ομολόγων», το «σκάνδαλο Ζαχόπουλου», το «σκάνδαλο Siemens» και κυρίως το «σκάνδαλο Βατοπεδίου» καθώς και μία σειρά προσωπικών υποθέσεων υπουργών της Ν.Δ. (η άδεια «αναψυκτηρίου του Β. Μαγγίνα», η μεταγραφή του φοιτητή υιού του Σ. Τσιτουρίδη, οι off shores εταιρίες του Γ. Βουλγαράκη) στιγματίζουν αρνητικά το περιεχόμενο της πολιτικής δημοσιότητας αναδεικνύοντας την πολιτική σημασία της κατηγορίας «διαφθορά».

Οι πόροι που κινητοποιούνται είναι ποικίλοι και εξαρτώνται από τη συγκυρία και τις δυνατότητες του κάθε κόμματος. Στην περίπτωση της αντιπολιτευτικής περιόδου του Κ. Καραμανλή η μετατροπή της «διαφθοράς» σε κυρίαρχη πολιτική κατηγορία που φέρει επιδράσεις στον κομματικό ανταγωνισμό στηρίζεται στους εντός του Τύπου ανταγωνισμούς μεταξύ «φιλοκυβερνητικών» και «αντιπολιτευτικών» εφημερίδων, ενώ παράλληλα κινητοποιεί πολιτικές υποστηρίξεις. Ο Τύπος παραμένει πολωμένος πολιτικά και διχασμένος στο μεγάλο του μέρος οπότε λίγες είναι οι εφημερίδες που κινητοποιούνται υπέρ των προτάσεων Καραμανλή. Αυτό δεν ισχύει στην περίπτωση της αντιπολιτευτικής περιόδου του ΠΑΣΟΚ όπου παρατηρείται έντονη σύγκλιση μεταξύ των περιεχομένων των μέσων (όχι μόνο του Τύπου αλλά και της τηλεόρασης) και της αντιπολιτευτικής ατζέντας στην ανάδειξη των «σκανδάλων». Εξάλλου, η αποκάλυψη σκανδάλων προκύπτει σε σημαντικό βαθμό από το συνδυασμό της έλξης των μέσων μαζικής ενημέρωσης για «σκανδαλοθηρικά» θέματα και από τις στρατηγικές των αντιπολιτευόμενων πολιτικών κομμάτων που ενδιαφέρονται να πλήξουν την αξιοπιστία του κόμματος που διαχειρίζεται την εξουσία.

Να σημειώσουμε εδώ ότι η στρατηγική της πόλωσης ακολουθεί τακτικές προώθησης και πλαισίωσης σε τρία επίπεδα: το πρώτο είναι επικοινωνιακό και αφορά στην κινητοποίηση των μέσων ενημέρωσης στην κατεύθυνση της προβολής των θεμάτων αυτών. Αυτό επιτυγχάνεται με συνεντεύξεις τύπου, δηλώσεις, ερωτήσεις στην Βουλή κλπ. Η δεύτερη τακτική είναι θεσμική και αφορά στην προώθηση της διαφθοράς και στην εδραίωση της εικόνας της κυβερνητικής ενοχής μέσα από «θεσμικά χτυπήματα»: αίτημα εξεταστικών επιτροπών, προανακριτικών διαδικασιών κλπ. Η τρίτη τακτική είναι πολιτική και αφορά στην ενεργοποίηση υποστηρικτικών πολιτικών και άλλων ομάδων από το στρατόπεδο των μη ευνοημένων (κυρίως τα πολιτικά κόμματα της αριστεράς). Το κόμμα της αξιωματικής αντιπολίτευσης επιχειρεί την παράλληλη κοινωνικοποίηση των προβλημάτων της «διαφθοράς», διάχυσής τους δηλαδή στο κοινωνικό σώμα, και την πολιτικοποίησή τους, εγγραφής τους, δηλαδή, στο πεδίο του πολιτικού ανταγωνισμού, ως πολιτικής κατηγορίας στην οποία στρατεύεται το σύνολο των πολιτικών δυνάμεων της χώρας.

Στην αντιπολιτευτική περίοδο της ΝΔ, η ανακίνηση της κατηγορίας «διαφθορά» δεν αποσκοπούσε τόσο στην προσωποποίηση των σκανδάλων όσο στην ευρύτερη πολιτικοποίησή τους, στην καθιέρωσή τους δηλαδή μέσα στον πολιτικό ανταγωνισμό. Αυτό αλλάζει κατά την αντιπολιτευτική περίοδο του ΠΑΣΟΚ όπου το περιεχόμενο των σκανδάλων προ-

σωποποιείται με αποτέλεσμα τον στιγματισμό συγκεκριμένων υπουργών της κυβέρνησης Καραμανλή. Η προσωποποίηση των προβλημάτων λειτούργησε επομένως συμπληρωματικά ως προς την υψηλή τους δημοσιοποίηση δημιουργώντας έτσι ένα πλαίσιο κυβερνητικής ενοχής που έπληξε την εικόνα της κυβέρνησης Καραμανλή. Αντίστοιχα, η στρατηγική της ΝΔ, κατά την αντιπολιτευτική της περίοδο, δεν κατάφερε άμεσα πλήγμα στην κυβερνητική στοχοποίηση. Η αποτελεσματικότητά της κρίθηκε μακροπρόθεσμα μέσα από την καθιέρωσή της ως πολιτική κατηγορία που στη συνέχεια «πίεσε» την κυβέρνηση Καραμανλή προς μία συνεχή απόδειξη της ηθικής ακεραιότητάς της. Αυτό είχε ένα διπλό αποτέλεσμα τόσο ως προς την υιοθέτηση μέτρων κατά της διαφθοράς και της διαπλοκής (ο βασικός μέτοχος και ο πόλεμος με τα εκδοτικά συμφέροντα) όσο και ως προς την κυβερνητική αυτοκριτική, που είχε ως κατάληξη τις τακτικές αποπομπές υπουργών.

Η δεύτερη στρατηγική της πολιτικοποίησης αφορά, αφενός, στα θέματα της επικαιρότητας τα οποία εγγράφονται άμεσα στη θεματολογία των κομμάτων της αντιπολίτευσης και, αφετέρου, στα «προβλήματα της καθημερινότητας», δηλαδή προβλήματα δευτερεύουσας σημασίας που προβάλλονται έντονα και συχνά από τα μέσα ενημέρωσης, και ειδικά την ιδιωτική τηλεόραση. Θα επιμείνουμε στη δεύτερη περίπτωση και στην μετατροπή της «καθημερινότητας» σε πολιτική κατηγορία στη βάση της οποίας ασκείται κριτική στο κυβερνητικό έργο. Πρόκειται για μία στρατηγική που πολιτικοποιεί διακυβεύματα που δεν προκύπτουν ως συγκροτημένο κοινωνικό αίτημα από συγκεκριμένες ομάδες αλλά που νομιμοποιούνται πολιτικά μέσα από τα ΜΜΕ.

Πιο ειδικά, στην περίπτωση της αντιπολιτευτικής περιόδου της ΝΔ η «καθημερινότητα του πολίτη» συνδέθηκε με θέματα που αφορούν στις κρατικές δυσλειτουργίες σε νοσοκομεία και δημόσιες υπηρεσίες. Κατά τη διάρκεια της αντιπολιτευτικής περιόδου του ΠΑΣΟΚ τα θέματα αυτά αφορούν πιο ειδικά στην ακρίβεια και στην αύξηση του πληθωρισμού και στις δυσμενείς τους επιπτώσεις για τους πολίτες. Πρόκειται για μια διαδικασία κατασκευής μιας κατηγορίας μέσω της πολιτικοποίησης των προσμονών ενός κοινού μη συγκροτημένου σε πολιτική ομάδα, συλλογικότητα, συνδικαλιστικό όργανο ή ομάδα πίεσης. Η μετατροπή της ταραγμένης σχέσης μεταξύ κρατικής πρόνοιας και πολιτών σε πολιτική κατηγορία που φέρει τον τίτλο «καθημερινότητα του Πολίτη», στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στα ρεπορτάζ της ιδιωτικής τηλεόρασης που, και στις δύο αντιπολιτευτικές υπό εξέταση περιόδους, είναι σχεδόν καθημερινά στα δελτία ειδήσεων για μεγάλες χρονικές περιόδους. Η εμπορική, κυρίως,

τηλεόραση έχει εντάξει, τόσο στις πρωινές ενημερωτικές εκπομπές της όσο και στο κυρίως σώμα των δελτίων ειδήσεων, ρεπορτάζ που αφορούν στα προβλήματα καθημερινότητας των πολιτών: γραφειοκρατία, προβλήματα δημοσίων υπηρεσιών (νοσοκομεία, συγκοινωνίες), ακρίβεια κ.λπ.. Ο πολίτης που διαμαρτύρεται και αγανακτεί μπροστά στις κάμερες είναι η βασική πηγή τέτοιων ρεπορτάζ που αποτελούν σταθερή και ποσοτικά σημαντική κατηγορία στην ιδιωτική τηλεόραση<sup>31</sup>. Αυτό άλλωστε διευκολύνεται από οργανωτικά στοιχεία, όπως οι τηλεφωνικές γραμμές καταγγελιών ή τα καθημερινά ρεπορτάζ στις λαϊκές αγορές, στα σούπερ μάρκετ και τις δημόσιες υπηρεσίες, όπου ο απογυμνωμένος από κοινωνικοπολιτικές εντάξεις πολίτης εμφανίζεται να διατυπώνει μια καταγγελία έξω από τις συλλογικές μορφές κοινωνικής διαμαρτυρίας. Αναδεικνύεται έτσι ο α-πολίτικος πολίτης που εκπροσωπείται από τα μέσα ενημέρωσης και κυρίως την τηλεόραση και εμφανίζεται φορέας ενός καταγγελτικού και ατομικού λόγου<sup>32</sup>. Η αναπαράσταση του πολίτη και των προβλημάτων του μέσα από την ιδιωτική τηλεόραση διαμορφώνουν το πλαίσιο νομιμοποίησης τους, ενώ η πολιτικοποίησή τους έρχεται σε δεύτερο στάδιο να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις της πολιτικής τους διαχείρισης.

Η προώθηση των θεμάτων αυτών γίνεται σε δύο επίπεδα. Το πρώτο αφορά στην ανάδειξη της κοινωνικής σημασίας του προβλήματος και της κυβερνητικής αναρμοδιότητας στη διαχείρισή του (ερωτήσεις στη Βουλή, χρήση τηλεοπτικών αναπαραστάσεων στην πολιτική αντιπαράθεση). Το δεύτερο αφορά στην προώθηση του προβλήματος στην κοινωνία και την ταύτισή του με την αντιπολιτευτική δύναμη ως δύναμη διαχείρισης (έκδοση της Χάρτας Καθημερινότητας από τη ΝΔ στις εκλογές του 2004, περιοδείες στην επαρχία από κλιμάκια του ΠΑΣΟΚ για την ακρίβεια, διανομή φυλλαδίων από κλιμάκια του ΠΑΣΟΚ στα δρόμα των εθνικών οδών κλπ).

Οι δύο στρατηγικές αποτελούν προϊόντα εσωτερικών δυναμικών στο πεδίο του πολιτικού ανταγωνισμού, αλλά οι διεκδικητές κινητοποιούν νέους πόρους, καινοτόμα διακυβεύματα και νέες αναπαραστάσεις με τη βοήθεια των οποίων θα εγγράψουν την προσφορά τους αποτελεσματικά. Απέναντι στην κυβέρνηση που διασφαλίζει την άμεση εγγραφή της προσφοράς της στο δημόσιο χώρο προσανατολίζοντας σε αυτή το ενδιαφέρον των μέσων και των πολιτικών αντιπάλων, οι πολιτικές κατηγορίες των διεκδικητών, αν και περιορισμένης ορατότητας καθημερινά, εγγράφονται μακροπρόθεσμα στον πολιτικό ανταγωνισμό ως κατηγορίες κεντρικές στην πολιτική αντιπαράθεση και στο πεδίο της κοινωνικής ορατότητας.

## 6. Συμπεράσματα

Η ανάλυση των επικοινωνιακών στρατηγικών, πέρα από το ειδικό της ενδιαφέρον για την ίδια την πολιτική δράση, αναδεικνύει επιμέρους ενδιαφέροντα σημεία σχετικά με τα περιθώρια αυτονομίας και ετερονομίας του πολιτικού απέναντι στην ισχύ των ΜΜΕ. Προσπαθήσαμε να αναδείξουμε τα επιμέρους στοιχεία μιας ιστορικής διαδικασίας που υπογραμμίζει τη σύγκλιση των στρατηγικών των δύο κυβερνητικών κομμάτων, κατά την τελευταία δεκαετία. Τόσο οι στρατηγικές *διαχειριστικής κινητοποίησης* όσο και οι στρατηγικές *πολυμορφικής κινητοποίησης* που χαρακτηρίζουν αντίστοιχα τις κυβερνητικές και τις αντιπολιτευτικές περιόδους των δύο κομμάτων παρουσιάζουν ομοιότητες ως προς τα πολιτικά διακυβεύματα στην ανάδειξη των οποίων επιστρατεύονται. Παρουσιάζουν, ωστόσο, και ομοιότητες στον τρόπο που διαχειρίζονται στρατηγικά τα ΜΜΕ: παρατηρούμε μία συνεχή χρήση τόσο των περιεχομένων των μιντιακών θεματολογιών όσο και των οργανωτικών απαιτήσεων των ειδησεογραφικών επιχειρήσεων. Πέρα από την όποια εξοικείωση των κομμάτων με την επικοινωνιακή διαχείριση, η σύμπλευση αυτή με τα μιντιακά περιεχόμενα οδηγεί στην αμοιβαία εξάρτηση και στη συνεπαγόμενη δημιουργία ενός πολιτικό-μιντιακού συστήματος.

Παράλληλα, το σύστημα αυτό εμφανίζει και σημάδια ρευστότητας ή μεταβολής. Η διερεύνηση των επικοινωνιακών στρατηγικών των πολιτικών κομμάτων μας δίνει τη δυνατότητα να παρακολουθήσουμε τις αμοιβαίες δυνατότητες «εσωστρέφειας» και «εξωστρέφειας» της κομματικής δράσης έναντι των ΜΜΕ. Υποστηρίζουμε ότι στην περίπτωση των πολιτικών κομμάτων οι τάσεις αυτονομίας ή ετερονομίας προσδιορίζονται σε σημαντικό βαθμό από τη θέση στο πολιτικο-κομματικό σύστημα. Οι τάσεις ετερονομίας των κομμάτων και «εξωστρέφειάς» τους ως προς τα πληροφοριακά περιβάλλοντα είναι πολύ πιο έντονες όταν τα κόμματα βρίσκονται στην αντιπολίτευση και αναζητούν εξωτερικές συμμαχίες προκειμένου να τροποποιήσουν τους υπάρχοντες συσχετισμούς δυνάμεων. Όταν τα κόμματα αναλαμβάνουν την κυβέρνηση μεταβάλλεται η διαχείριση των εξωτερικών επιρροών και ενισχύονται οι τάσεις αυτονομίας ως προς την παραγωγή των πολιτικών προϊόντων. Σε αυτή την περίπτωση ενισχύονται οι στρατηγικές διατήρησης της πολιτικής ηγεμονίας οι οποίες τείνουν να αμφισβητούν τις όποιες στρατηγικές που επιδιώκουν τροποποίηση της υπάρχουσας πολιτικής τάξης. Ένας δεύτερος παράγο-

ντας που επηρεάζει τη διαβάθμιση της σχέσης αυτής είναι η θέση του κόμματος στο κομματικό σύστημα και οι συμμαχίες που μπορεί να συνάψει με το μιντιακό πεδίο: όταν το κυβερνών κόμμα έχει ισχυρές συμμαχίες στο πεδίο των μέσων εμφανίζεται περισσότερο «εξωστρεφές» ως προς αυτά και άρα στα περιεχόμενα και τις ερμηνείες που προτείνουν. Αντίθετα, όταν το εν λόγω κόμμα λειτουργεί σε ένα «αντιπολιτευτικό» επικοινωνιακό περιβάλλον ενισχύει την εσωστρέφειά του ως προς τη διαχείριση των πολιτικών του εναλλακτικών αισθανόμενο την απειλή από το πιεστικό εξωτερικό περιβάλλον.

Είναι επομένως σημαντικό μέσα από την εμπειρική ανάλυση να μπορούμε να διακρίνουμε την παγίωση ενός πολιτικού-μιντιακού συστήματος στρατηγικής συνεργασίας αλλά και τις κεντρόφυγες τάσεις που παρατηρούνται εντός του συστήματος αυτού και που εξαρτώνται από δομικές και διαδραστικές παραμέτρους. Και στις δύο περιπτώσεις καθίσταται αμφισβητήσιμη η προσέγγιση της μονομερούς υπαγωγής του ενός πεδίου στους κανόνες του άλλου.

## Σημειώσεις

1. Ο όρος «κυβερνητικά κόμματα» αναφέρεται στα εναλλασσόμενα, μετά την μεταπολίτευση, κόμματα στην εξουσία.
2. Bourdieu P., *La noblesse de l'Etat*, Minuit, Paris, 1989, σελ. 376-377.
3. Αναφέρεται στο Gerstlé J., *La communication politique*, Armand Colin, Paris, 2008, σελ. 46.
4. Μάνινγκ Π., *Κοινωνιολογία της ενημέρωσης. Ειδήσεις και πηγές ειδήσεων*, Καστανιώτης, Αθήνα, 2007, σελ. 45. Πρέπει να σημειώσουμε ότι μας ενδιαφέρει ιδιαίτερα η απόπειρα του Μάνινγκ να προσεγγίσει μέσα από την ανάλυση των θεωρητικών προσεγγίσεων που εξετάζει (δομικός λειτουργισμός, πλουραλισμός, πολιτική οικονομία, νεομαρξισμός) το πρόβλημα της συμφιλίωσης «μιας θεωρητικής προσέγγισης, η οποία προϋποθέτει ότι η κυριαρχία που συνδέεται με το κεφάλαιο και τις άλλες μεγάλες δομές εξουσίας όντως διαμορφώνει και τις διαδικασίες των μέσων ενημέρωσης, με μια άλλη προσέγγιση, η οποία αναγνωρίζει ένα βαθμό ρευστότητας ή τους ανταγωνισμούς και τις διαμάχες γύρω από την ημερήσια θεματολογία των ειδήσεων». Μάνινγκ Π., όπ.παρ., σελ. 64.
5. Lagroye J., Francois B., Sawicki F., *Πολιτική Κοινωνιολογία*, επιμ.-εισαγ. Μαριάννα Ψύλλα, Τυπωθήτω-Γ. Δαρδανός, Αθήνα, 2008, σελ. 263.



6. Όπ. παρ., σελ. 266.

7. Σύμφωνα με ορισμένους έλληνες πολιτικούς επιστήμονες «η χρονική υστέρηση αυτονόμησης και η καχεξία μερικών πολιτικών θεσμών και μετά το 1974, όπως για παράδειγμα το κοινοβούλιο, η τοπική αυτοδιοίκηση, η κεντρική δημόσια διοίκηση και ο συνδικαλισμός, μπορεί να οφείλονται, πέραν των άλλων ιστορικών λόγων, και στην ταχύτερη και υπερτροφική μεγένθυση δύο κύριων θεσμών: της κεντρικής κυβέρνησης και των κομμάτων.» Λυριντζής Χρ., Νικολακόπουλος Η., Σωτηρόπουλος Δ., «Εισαγωγή: Η ποιότητα και η λειτουργία της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας» στο Χρ. Λυριντζής, Η. Νικολακόπουλος, Δ. Σωτηρόπουλος (επιμ.) *Κοινωνία και Πολιτική: Όψεις της Τρίτης Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994*, Ελληνική Εταιρεία Πολιτικής Επιστήμης, Θεμέλιο, Αθήνα, 1996, σελ. 22.

8. Βλ. Κοντογιώργης Γ., «Η κομματοκρατία ως πολιτικό σύστημα», *Τετράδια Πολιτικής Επιστήμης*, τχ4, 2004.

9. Gaxie D., *La démocratie représentative*, Montchrestien, Paris, 2003, σελ. 26.

10. Όπ. παρ.

11. Όπ. παρ.

12. Lagroye J., Francois B., Sawicki F., όπ.παρ., σελ. 267.

13. «Η έννοια της στρατηγικής» γράφει ο P. Bourdieu «όπως την χρησιμοποιώ έχει ως πρώτη αρετή να λαμβάνει υπόψη τους δομικούς περιορισμούς που επηρεάζουν τους δρώντες (ενάντια σε ορισμένες μορφές μεθοδολογικού ατομισμού) την ίδια στιγμή που (λαμβάνει υπόψη) την δυνατότητα ενεργητικών απαντήσεων σε αυτούς τους περιορισμούς (ενάντια σε ορισμένες μηχανικές εκδοχές του δομισμού). Όπως το υποστηρίζει η μεταφορά του παιχνιδιού, οι περιορισμοί αυτοί εγγράφονται ουσιαστικά, στο διαθέσιμο κεφάλαιο (με τα διαφορετικά του είδη), δηλαδή στη θέση που μία ενότητα καταλαμβάνει μέσα στη δομή κατανομής αυτού του κεφαλαίου, δηλαδή μέσα στις σχέσεις εξουσίας με άλλες ενότητες.» Bourdieu P., «Stratégies de reproduction et modes de domination». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, τεύχος 105, Δεκέμβριος 1994, (δεν υπάρχει αναφορά σε σελίδα, παραπομπή από το Cd rom 'Actes de la Recherche en Sciences sociales, 1993-1999') και Bourdieu P., «Les stratégies matrimoniales dans le système de reproduction», *Annales*, τεύχος 4-5, Ιούλιος-Οκτώβριος 1972, σελ. 1105-1127.

14. Για τις πολιτικές διαιρετικές τομές στη μεταπολίτευση βλ. Μοσχονάς Γ., «Η διαιρετική τομή Δεξιάς-Αντιδεξιάς στη μεταπολίτευση (1974-1990)» στο Δεμερτζής Ν. (επιμ.), *Η Ελληνική πολιτική κουλτούρα σήμερα*, Οδυσσέας, 1994, σελ. 159-214.

15. Βλ. Λυριντζής Χ., «Το μεταβαλλόμενο κομματικό σύστημα: Σταθερή

δημοκρατία, αμφισβητούμενος εκσυγχρονισμός», στο Featherstone K. (επιμ.), *Πολιτική στην Ελλάδα. Η πρόκληση του εκσυγχρονισμού*, Οκτώ, Αθήνα, 2007, σελ. 62.

16. Σπουρδαλάκης Μ., «Από το Κίνημα Διαμαρτυρίας στο «Νέο ΠΑΣΟΚ», στο Σπουρδαλάκης Μ. (επιμ.), *ΠΑΣΟΚ : Κόμμα-Κράτος-Κοινωνία*, Πατάκη, Αθήνα, 1998, σελ. 69.

17. Η Chantal Mouffe σημειώνει: «Η ανάπτυξη ενός ηθικιστικού λόγου και η εμμονή στις αποκαλύψεις σκανδάλων σε όλες τις σφαίρες της ζωής καθώς και η ενίσχυση διαφόρων μορφών θρησκευτικού φονταμενταλισμού αποτελούν πολύ συχνά συνέπειες του κενού που δημιουργεί στην πολιτική ζωή η απουσία δημοκρατικών μορφών ταύτισης βασισμένων σε αντίπαλες πολιτικές αξίες (...) Μια ματιά σε άλλες χώρες όπου εξαιτίας των διαφορετικών παραδόσεων δεν μπορεί αν παίξει κανείς το χαρτί των σεξουαλικών σκανδάλων όπως στο αγγλοαμερικανικό κόσμο δείχνει ότι η σταυροφορία εναντίον της διαφθοράς και της διαπλοκής μπορεί να παίξει ανάλογο ρόλο και να υποκαταστήσει την πολιτική διαχωριστική γραμμή μεταξύ των αντιπάλων. Όπως η τάση να επαφίεται στη δικαιοσύνη να βρει τη λύση σε κάθε είδους διαμάχες» Βλ. Mouffe Ch., *Το δημοκρατικό παράδοξο*, Πόλις, Αθήνα, 2004, σελ. 201.

18. Είναι ενδεικτικό ότι από το σύνθημα «Ο Λαός θέλει, το ΠΑΣΟΚ μπορεί να φέρει την Αλλαγή» του 1981 και το σύνθημα «Ο Λαός στηρίζει την Αλλαγή» των ευρωεκλογών του 1984 περάσαμε στο σύνθημα «Ισχυρή Ελλάδα» της οκταετίας Σημίτη ενώ από το 2008 ο «Ισχυρός πολίτης» γίνεται το κεντρικό σύνθημα του ΠΑΣΟΚ.

19. Lagroye J., κ.α., όπ. παρ., σελ. 267.

20. Βλ. Cobb W. R., Elder C. D., *Participation in American politics. The dynamics of Agenda-building*, Johns Hopkins University Press, Baltimore/Londres, 1983, 2η έκδοση και Cobb W. R., Ross K., Ross M. H., «Agenda building as a comparative political process», *The American Political Science Review*, τεύχος 70, no 1, 1976, σελ. 126-138.

21. Είναι πολλές οι έρευνες που αποδεικνύουν ότι οι επίσημες πηγές, οι υπουργοί, τα πολιτικά κόμματα, οι υπηρεσίες ασφαλείας θεωρούνται οι πλέον αξιόπιστες πηγές του δημοσιογραφικού ρεπορτάζ. Βλ. μεταξύ άλλων Herbert J. G., *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*, Vintage, New York, 1979, Tuchman G., *Making News. A study in the construction of reality*, The Free Press, New York, 1978. Ο B.M. Nair σημειώνει πάνω σε αυτό ότι «η πρόσβαση στα μέσα ενημέρωσης για μια πηγή δεν είναι ποτέ τελείως ανοικτή αλλά εξαρτάται από παράγοντες όπως ο βαθμός του θεσμικού κύρους αυτής της πηγής, οι οικονομικοί της πόροι, το «πολιτισμικό της κεφάλαιο» ή το γόητρο, και ο βαθμός επιχειρηματικού πνεύματος

και καινοτομίας που διέπει τη διεύθυνση των ΜΜΕ.». Nair Br. Mc, *Εισαγωγή στην πολιτική επικοινωνία*, Κατάρτι, Αθήνα, 2005, σελ. 244.

22. Αναφερόμαστε εδώ στην ιδέα του Daniel Boorstin περί μη αυθορμητών, κατασκευασμένων συμβάντων που δημιουργούνται από τους πολιτικούς με τη συνενοχή των δημοσιογράφων με σκοπό τόσο την παραγωγή ειδήσεων όσο και την αναπαραγωγή τους. Boorstin D.J., *The image*, Weidenfeld and Nicolson, London, 1962.

23. Όπως σημειώνει ο J. Gerstli, Ο μηχανισμός της πλαισίωσης εστιάζει στη διαδικασία ορισμού ενός προβλήματος, μιας κατάστασης ή ενός πολιτικού διακυβεύματος, ως αποτέλεσμα της επιλεκτικής παρουσίασης και της διάκρισης ορισμένων χαρακτηριστικών που προσανατολίζουν σε μία συγκεκριμένη ερμηνεία του αντικειμένου, Gerstli J., *La communication ...*, όπ. παρ., σελ 89.

24. Nelson T.E., Oxley Z.M., Clawson R.A., "Media framing on civil liberties conflict and its effects on tolerance, *American Political Science Review*, τχ 91(3), 1997, σελ. 567-583.

25. Gertslé J., *La communication....*, όπ.παρ., σελ. 90.

26. Iyengar S., *Is anyone responsible? How TV frames political issues*, Chicago University Press, Chicago, 1991.

27. Druckman J.N., "The implications of framing effects for citizen competence", *Political behavior*, 23 (3), 2001, σελ. 225-256.

28. Kountouri F., *L'agenda politique au quotidien. La construction des problèmes publics en Grèce*, Thèse en science politique, Université Paris 1-Sorbonne, Paris, 2006, σελ. 71-73.

29. Παραμένει, βέβαια, το γεγονός ότι τα πολιτικά κόμματα αναπτύσσουν στρατηγικές πόλωσης οι οποίες αφορούν στην αντιπαράθεση επί των διαφοροποιημένων προγραμματικών αρχών σε κοινά πεδία πολιτικής. Πρόκειται για την πολιτική αντιπαράθεση επί των προγραμματικών αρχών που ακολουθείται, αλλά όχι αποκλειστικά, κατά τη διάρκεια προεκλογικών περιόδων.

30. Για τη διαφθορά και την πολιτική και ηθική της διάσταση παραπέμπουμε στον Γιώργο Κοντογιώργη, «Το ζήτημα της διαφθοράς αποτελεί επιμέρους παράγραφο που ανάγεται στο μείζον κεφάλαιο της ιδιοποίησης της πολιτικής ειδικότερα του δημόσιου χώρου και συγκεκριμένα της οικονομικής πτυχής του κράτους. Ο κάτοχος της πολιτικής λειτουργίας οικειοποιείται μέρος του δημόσιου αγαθού ή το διαχειρίζεται κατά τρόπο καταχρηστικό που δεν συνάδει με το σκοπό της πολιτικής τον οποίον προσδοκά ο εντολέας και ιδίως με την βούλησή του.» Κοντογιώργης Γ., *Η δημοκρατία ως ελευθερία. Δημοκρατία και αντιπροσώπευση*, Πατάκης, Αθήνα, 2007, σελ.746.

31. Για ποσοτικά στοιχεία της κατηγορίας βλ. Κουντούρη Φ., «Ο πολίτης θύμα – Το Κράτος πρόβλημα. Η δημοσιογραφική συμβολή στη σύσταση της

Φανή Κουντούρη

---

πολιτικής κατηγορίας *Καθημερινότητα του πολίτη*», στο Σωτήρης Δημητρίου (επιμ.), *Κριτική Διεπιστημονικότητα*, τομ.3, Σαββάλας, Αθήνα, 2008, σελ. 74-93.

32. Όπως αναφέρουμε αλλού, «οι καταγγελίες μέσω τηλεόρασης γνωρίζουν μεγάλη διάδοση εγκαινιάζοντας μια «καταγγελτική ηθική» η οποία δομεί ένα μεγάλο μέρος της τηλεοπτικής κοινωνικής διαμαρτυρίας αντικαθιστώντας άλλες κοινωνικές πρακτικές κινητοποίησης. Η απειλητική φράση «θα σε βγάλω στα κανάλια», που έπεται της παραβίασης, εκφράζει τη λογική όχι μόνο της ατομικής διαμαρτυρίας αλλά και της εξω-θεσμικής δικαιοσύνης: ο «αδικημένος» βρίσκει επιτέλους το μέσο της διαμαρτυρίας αλλά και το πλαίσιο της άμεσης δικαίωσής του.» Κουντούρη Φ., « Ο πολίτης θύμα ...», όπ. παρ., σελ. 82-83.