



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών

Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης & Δημόσιας Διοίκησης

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ: Καθηγητής ΜΙΧΑΛΗΣ ΣΠΟΥΡΔΑΛΑΚΗΣ

Τετράδια Εργασίας 1

Το **αρχείο Πολιτικής Αφίσας** του Εργαστηρίου

**ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΚΑΙ
ΜΕΣΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

Ιανουάριος 2015

Αιόλου 42-44 & Κολοκοτρώνη

4^{ος} όροφος, ΑΘΗΝΑ, 105 60

το **αρχείο Πολιτικής Αφίσας** του Εργαστηρίου

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια προέκυψε στο Εργαστήριο Πολιτικής Επικοινωνίας και Μέσων Πληροφόρησης μια ιδανική συνθήκη: η δυνατότητα να προσφέρει, θεσμικά και οργανωμένα, ένα πλαίσιο πρακτικής άσκησης σε ό,τι αφορά τους προπτυχιακούς φοιτητές του Τμήματος Πολιτικής Επιστήμης και Δημόσιας Διοίκησης.

Για την εξέλιξη αυτήν, οφείλουμε ευχαριστίες στο Διευθυντή του Εργαστηρίου, Καθηγητή Μ. Σπουρδαλάκη, διότι μερίμνησε για την οργανική ένταξη του Εργαστηρίου στον κατάλογο των φορέων που προσφέρουν θέσεις για την εξάσκηση των φοιτητών μας, όπως και στον Επιστημονικό Υπεύθυνο του προγράμματος πρακτικής άσκησης, Επ. Καθηγητή Π. Παναγιωτόπουλο.

Ταυτόχρονα, αλλά εντελώς συγκυριακά, συνέβη η μετακόμιση του Εργαστηρίου σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις του Τμήματος, γεγονός που επέφερε ανακατατάξεις.

Όταν, λοιπόν, εμφανίστηκαν το 2013 οι τρεις συνάδελφοι, για την πρώτη – στα χρονικά του Εργαστηρίου– πρακτική τους άσκηση, θεωρήσαμε ότι ήταν μια εξαιρετική ευκαιρία να μπει σε σειρά ένα αρχειακό υλικό, που επί δεκαπέντε και πλέον χρόνια παρέμενε σκονισμένο σε απειράριθμα κιβώτια.

Σήμερα, έχοντας ήδη συνεργασθεί και με τη δεύτερη ομάδα πρακτικής συναδέλφων το 2014, είμαστε σε θέση να παρουσιάσουμε όλο αυτό το υλικό, κατά τρόπο πολλαπλό:

- Στο γραφείο 1 του Εργαστηρίου, στον 4^ο όροφο της Αιόλου, βρίσκονται δύο υπερμεγέθεις φορτισμοί, οι οποίοι έχουν ταξινομημένο όλο το αρχείο Πολιτικών Αφισών του Εργαστηρίου.
- Στο αρχείο, αυτή τη στιγμή υπάρχουν **συνολικά 777 αφίσες**, οι οποίες αρχίζουν από το 1967 και καταλήγουν στα μέσα της δεκαετίας του 2000.
- Ο αρχικός πυρήνας της συλλογής αφορούσε στην περίοδο 1974-1996 και στην κατάσταση αυτή παρέμεινε επί 19 ολόκληρα χρόνια. Το τμήμα αυτό της συλλογής είχε φωτογραφηθεί και ψηφιοποιηθεί πριν από πολύ καιρό, έχοντας όμως επίγνωση της ατελούς ολοκλήρωσης.
- Θεωρητικά, αυτό που υπολειπόταν, ήταν το προεκλογικό υλικό από τις βουλευτικές εκλογές του 2000.
- Ωστόσο, και εδώ ακριβώς προκύπτει η γοητεία της ενασχόλησης με πρωτογενές αρχειακό υλικό, ανακαλύψαμε αφίσες εκτός Ελλάδας, πριν από το 1974, με καθαρό αντιδικτατορικό περιεχόμενο, ενώ δεν παρέλειψαν οι αιφνιδιασμοί από αφίσες, είτε μετά το 2000 είτε και εντελώς άσχετες από εκλογικές αναμετρήσεις.

Στο σημείο αυτό, απαιτείται να υπογραμμισθεί και να διακριθεί, η πλέον καθοριστική συμβολή της Ειρήνης Αθανασιάδου και της Αίνης Γιαννακάκου, Επιστημονικών Συνεργατιδών του Τμήματος, οι οποίες επιμελώς και αρμοδίως φρόντισαν τα οργανωτικά του ζητήματος, με τη βοήθεια ομάδων φοιτητών από προηγούμενα ακαδημαϊκά έτη, ώστε πράγματι να συμβεί η φυσική συλλογή του υλικού, εγκαίρως και συγχρόνως με τα -εν εξελίξει- πολιτικά γεγονότα.

Ωστόσο, ένα εισαγωγικό σημείωμα, με αφορμή την 'κοινολόγηση' του αρχείου Πολιτικών Αφισών του Εργαστηρίου, δεν θα μπορούσε να είναι πλήρες, χωρίς τη φυσική, αναγκαία αναφορά, μαζί με την υπόχρεη ευχαριστία κι αναγνώριση, στον Καθηγητή Α-Ι.Δ. Μεταξά, ο οποίος είχε την ενόραση και την πρόνοια, πως οι αφίσες των προεκλογικών περιόδων θα συγκροτούσαν από μόνες τους ένα διακριτό πεδίο μελέτης του πολιτικού φαινομένου, μέσω των αναλυτικών εργαλείων της πολιτικής επικοινωνίας.

Επιτρέψτε μου, τέλος, να καταλήξω εδώ και να παρουσιάσω τους νέους μας συναδέλφους, οι οποίοι με τον ενθουσιασμό που τους διέκρινε, όπως και με τη φιλοτιμία που δεν είναι πλέον χαρακτηριστική στις μέρες μας, συνέβαλαν ώστε το χάος του αρχαιικού υλικού να εκλείψει και να καταστεί προσβάσιμο για κάθε ενδιαφερόμενο. Η ομάδα πρακτικής άσκησης, για το ακαδημαϊκό έτος 2012-2013, απαρτιζόταν από την Τζοάννα Κοσκολέτου, τον Χρήστο Μαρασλή και τον Αντώνη Σαρρή, ενώ η ομάδα πρακτικής άσκησης, για το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014, απαρτιζόταν από τον Ανδρέα Ρούσσο, τον Ανδρέα Τζαναβάρη και τον Χρήστο Τσερώνη. Ένας καλός λόγος θα ήταν πολύ λίγος.

Κωνσταντίνος Μπάσιος

Αναλυτικά δεδομένα για το αρχείο Πολιτικής Αφίσας

- Συνολικός αριθμός: **777 αφίσες**

Διαδικασία φωτογράφισης

- Η πρώτη φωτογράφιση έγινε γύρω στο 2009. Περιελάμβανε τον πρώτο πυρήνα της αρχικής συλλογής, όπως αυτός είχε σχηματισθεί μέχρι το 1997.
- Δεύτερη φωτογράφιση έγινε το 2013 για το άγνωστο, ως τότε, αταξινόμητο υλικό.
- Τρίτη φωτογράφιση έγινε το 2014, για όλο το υπόλοιπο υλικό.

Ενότητες του αρχείου Πολιτικής Αφίσας:

Επιμερίζονται σε χρονολογικές και θεματικές, που αποθηκευτικά βρίσκονται αντίστοιχα στο Φοριαμό Α' και στο Φοριαμό Β'.

- **Χρονολογικές / Φοριαμός Α' (συνολικός αριθμός: 462)**

Στις χρονολογικά ταξινομημένες αφίσες εντοπίζεται υλικό (μέσα στις παρενθέσεις καταγράφεται ο αριθμός τους) για τις βουλευτικές εκλογές του:

- 1977 (16),
- 1981 (41),
- 1985 (102),
- 1989-90 (142),
- 1993 (10),
- 1996 (3),
- 2000 (67).
- για τις ευρωεκλογές του: 1984 (77).
- για τις επαναληπτικές εκλογές στη Β' Αθηνών του: 1992 (4).

- **Θεματικές / Φοριαμός Β' (συνολικός αριθμός: 315)**

Στις θεματικά ταξινομημένες αφίσες εντοπίζεται υλικό (μέσα στις παρενθέσεις καταγράφεται ο αριθμός τους)

- Φωτογραφικά πορτραίτα βασιλικού ζεύγους (2)
- Εικαστικές αναπαραστάσεις από την Επανάσταση του 1821 (7)
- Διάφορες εικαστικού περιεχομένου (18)
- Ετερόκλητες θεσμικές (23)
- Διεθνείς (39)
- Για την ειρήνη (21)
- Για τις γυναίκες ή και φεμινιστικές (21)
- Σοβιετικές (21)
- Διάφορων πολιτικών προσώπων ή και κομμάτων (36)
- Γενικές αυτοδιοικητικές (10)
- Εκλογές Δήμου Αθηναίων: 1978 – 1982 – 1986 (34)
- Φοιτητικές (39)
- Διεθνείς Αντιδικτατορικές (45)
- Συλλογή Γ. Φαρσακίδη για το Πολυτεχνείο (7)

Εργασίες και Σχολιασμοί

Περιεχόμενα

Αντώνης Σαρρής: Αντι-δικτατορικές αφίσες του εξωτερικού	σ. 13
Τζοάννα Κοσκολέτου: Αυταρχισμός και καλλιτεχνική έκφραση	σ. 21
Χρήστος Μαρασλής: Πολιτική αφίσα & ιδεολογική ηγεμονία	σ. 29
Χρήστος Τσερώνης: Πολιτική Αφίσα και Νέα Γενιά: 1981-2000	σ. 35
Ανδρέας Τζαναβάρης: Η αφίσα ως έκφραση μιας εποχής	σ. 39
Ανδρέας Ρούσσος: Από την υπερπολιτικοποίηση στην αποϊδεολογικοποίηση	σ. 45

Αντώνης Σαρρής

ΑΝΤΙ-ΔΙΚΤΑΤΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΣΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Ο λόγος και η μορφή των αφισών
σε συνθήκες
μη δημοκρατικής νομιμότητας:
επισκόπηση και ανάλυση περιεχομένου.

Στη μεταπολεμική περίοδο και ειδικότερα από τη δεκαετία του 1960 και έπειτα, έχουμε μάθει να προσλαμβάνουμε το πολιτικό φαινόμενο στην επικοινωνιακή διάστασή του μέσω των αφισών. Πέρα από άλλα μέσα, όπως εφημερίδες, τηλεόραση και ραδιόφωνο, η αφίσα συνιστά ένα σημείο-σταθμό για τη διάδοση και τη διάχυση πολιτικών θέσεων, προγραμμάτων και υποψηφίων. Αυτές όμως οι λειτουργίες λαμβάνουν χώρα συνήθως σε κατάσταση αστικο-δημοκρατικής νομιμότητας.

Στη συγκεκριμένη παρουσίαση θα επιχειρηθεί να εξετασθεί η λειτουργία της αφίσας σε **συνθήκες δημοκρατικού ελλείμματος**. Όταν οι δημοκρατικοί θεσμοί καταστρατηγούνται και αντικαθίστανται από απολυταρχικά καθεστώτα, πώς η αφίσα ως **ενότητα λόγου και εικόνας** αντιστρατεύεται αυτές τις αναμορφώσεις των πολιτικών δομών; Πώς ανασκευάζεται ο χαρακτήρας και η λειτουργία της αφίσας λόγω των εξωτερικών επιδράσεων και της διαταραγμένης πολιτικής πραγματικότητας;

Πιο συγκεκριμένα, εδώ, θα εξετασθεί ένα μικρό σώμα αφισών, που σχετίζεται με την περίοδο της Δικτατορίας των Συνταγματαρχών (1967-1974).

Καθίσταται προφανές ότι με την έλευση ενός απολυταρχικού καθεστώτος αναστέλλονται οι δημοκρατικές λειτουργίες. Η μεταβίβαση της διαδικασίας λήψης αποφάσεων από το κοινοβούλιο σε ένα μικρό σώμα εξουσιαστών, εξαφανίζει την πολιτική αντιπαράθεση. Αυτή η εξαφάνιση της πολιτικής ως διαδικασίας εκλογής πολιτικών αντιπροσώπων που ασκούν την εξουσία στο όνομα του λαού, έχει ανυπολόγιστες επιδράσεις σε επικοινωνιακό επίπεδο.

Τα ΜΜΕ αδυνατούν να αρθρώσουν πλέον πολιτικό λόγο. Επιπρόσθετα, τους αφαιρείται και η δυνατότητα της προβολής πολιτικών θεμάτων. Πλέον η λειτουργία κάθε μέσου επικοινωνίας είναι εγκλωβισμένη σε ένα μονισμό¹ υπέρ της Δικτατορίας. Το περιεχόμενο κάθε λόγου που αρθρώνεται από ένα Μέσο δε μπορεί παρά να είναι προπαγανδιστικό. Τα επίσημα Μέσα του καθεστώτος θα το παρουσιάζουν ωραιοποιημένο, ενώ κάποια άλλα Μέσα, σχεδόν στην πλειοψηφία τους παράνομα, θα το κατακρίνουν.

Οι αφίσες που θα εξετασθούν εδώ, έχουν όλες τους αντιδικτατορικό πρόσημο, προπαγανδίζουν ενάντια στο καθεστώς της Χούντας. Αρχικά θα γίνει μία ανάλυση των αφισών σε ένα γενικό επίπεδο όπου θα καταστούν εμφανείς οι κοινές συνισταμένες τους σε μορφολογικό και εννοιολογικό επίπεδο. Μετά θα εξετασθεί η

¹ Σε αντίθεση με τον ιδιότυπο δυισμό ξένων ΜΜΕ που θα μπορούσαν να είναι είτε υπέρ είτε κατά ενός αυταρχικού καθεστώτος.

κάθε αφίσα επιμέρους, έτσι ώστε να γίνει μία διάκριση των διαφορετικών λειτουργιών και εκφραστικών μέσων που υπάρχουν στη καθεμία.

Μορφή και περιεχόμενο των αφισών

Μία πρώτη σημαντική επισήμανση πρέπει να γίνει αναφορικά με την προέλευση των αφισών. Αυτές, **προέρχονται** στο σύνολό τους από **χώρες** του **εξωτερικού**, στις οποίες δρουν **αντιδικτατορικές οργανώσεις**.

Το γεγονός αυτό έχει αναμφίβολα σημαντικές επιδράσεις στο τρόπο με τον οποίο "στήνεται" η αφίσα ως εικόνα και ως κείμενο. Η χωρική αποστασιοποίηση από την ελληνική περιφέρεια, αποκόπτει μερικώς τους συντάκτες από επηρεασμούς κάθε είδους. Ήδη χρησιμοποιημένες φόρμες εγκαταλείπονται και η **ελευθερία** στην **επιλογή νέων εκφραστικών μέσων διευρύνεται**. Ούτως η άλλως, η ιστορική ιδιαιτερότητα της δικτατορικής περιόδου και η τομή σε σχέση με τις ομαλές πολιτικές εξελίξεις επιτάσσει τη δημιουργία μίας νέας φόρμας που θα προσιδιάζει καλύτερα σε αυτές.

Οι συγκεκριμένες αφίσες προέρχονται από χώρες της Ευρώπης με πλούσιο πολιτιστικό υπόβαθρο (Γαλλία, Ιταλία, Αγγλία και Ισπανία). Οι επιρροές από το συγκεκριμένο περιβάλλον είναι κάτι παραπάνω από εμφανείς. Πιο συγκεκριμένα, η τεχνοτροπία που υιοθετείται, θυμίζει σε μεγάλο βαθμό τις αφίσες του Μάη του 1968 που τυπώθηκαν στη Γαλλία. **Αφαιρετική γραφή**, μονοχρωματικές και διχρωματικές επιλογές, **λόγος συμβολικός** και **καταγγελτικός** και σχέδια σε μορφή σκίτσου που απεικονίζουν μορφές και εικόνες μέσα από ένα άλλοτε **αφηρημένο** και άλλοτε **εξπρεσιονιστικό** πρίσμα.

Στις περιπτώσεις που θα ήθελα να αναφερθώ, τα έντονα χρώματα και τα σχέδια με τις θετικές προσημάνσεις αντικαθίστανται από τα δυστοπικά αντίθετά τους. Σκούρα χρώματα που συμβολίζουν την καταπίεση επικρατούν και τα σχέδια αποπνέουν βία και επιβολή. Ο στόχος έγκειται στο να εκφραστεί σε εικονολογικό επίπεδο η καταπίεση και ο παραλογισμός του καθεστώτος. Εδώ, η κριτική εμφανίζεται ως άρνηση, ως καταγγελία. Άλλωστε το διακύβευμα δεν είναι μία κριτική του πολιτικού συστήματος, ούτε ένα αίτημα για περισσότερα δικαιώματα. Το μόνο που έχει σημασία όταν αντιτίθεται σε ένα απολυταρχικό καθεστώς **είναι η αποτίναξη του**. Αυτό θα λειτουργήσει ως αφετηρία για περισσότερες μελλοντικές κοινωνικές διεκδικήσεις.

Όσον αφορά το εικονολογικό περιεχόμενο των αφισών, υπάρχουν σύμβολα που αντιπροσωπεύουν ιδέες όπως της ελευθερίας, σκιαγραφήσεις βίας και εξουσίας και παραστάσεις ιστορικής σημασίας που αγγίζουν το θυμικό του παρατηρητή. Χάρτες, ιστορικά μνημεία παρουσιάζονται **αλλοτριωμένα** ως προς την ουσία τους και την αρχική τους νοηματοδότηση. Η δικτατορία δείχνει να βρίσκεται σύμφωνα με τις αφίσες σε **πλήρη διάσταση** με αυτές τις εικόνες. Το έντονο συμβολικό φορτίο τους εμφανίζει την δικτατορική πραγματικότητα ως μία **παραποίηση**, ως μία **μη-κανονικότητα**.

Ερχόμαστε τώρα στο ζήτημα του λόγου. Ο λόγος αλληλεπιδρά συνεχώς με την εικόνα. Σε κάποιες αφίσες είναι **ειρωνικός** προσπαθώντας να καταδείξει το παράδοξο της δικτατορικής κατάστασης. Άλλες φορές είναι γνήσια **καταγγελτικός** και καταφέρει να δίνει προστιθέμενη αξία στην ήδη ισχυρή νοηματικά απεικόνιση της αφίσας. Τέλος,

κάποιες φορές είναι μόνο **περιγραφικός** και βρίσκεται απλά στην υπηρεσία της εικόνας.

Αφού λοιπόν έγινε μία συνοπτική εξέταση και επισκόπηση των αφισών όσον αφορά το χαρακτηριστικά τους, τώρα θα προχωρήσουμε σε μία ανάλυση της κάθε αφίσας ξεχωριστά. Με αυτόν τον τρόπο θα εντοπίσουμε τις διαφοροποιήσεις μεταξύ τους και θα προχωρήσουμε σε μία βαθύτερη κατανόηση.

Ανάλυση κατά περίπτωση

Θα εξετασθούν 7 αφίσες από το σύνολο των αφισών, οι οποίες αποτελούν ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα και συνοψίζουν την κριτική προσέγγιση η οποία επιχειρείται στη συγκεκριμένη παρουσίαση.

A.



- Στη συγκεκριμένη αφίσα, γαλλικής προελεύσεως, βλέπουμε αρχικά τη σημειολογία των δύο βασικών χρωμάτων, άσπρο και γαλάζιο, που αντιπροσωπεύουν τα χρώματα της ελληνικής σημαίας.
- Απεικονίζονται τρεις κίονες της κλασσικής αρχαιότητας τυλιγμένοι με αλυσίδες. Η σημειολογία της εικόνας δείχνει μία **συνέχεια** του ιστορικού παρελθόντος με το προβληματικό πολιτικό παρόν.
- Στην εικόνα, η εμφάνιση μνημείων τέτοιας ιστορικής σημασίας ως αλυσοδομένα, έρχεται σε ευθεία **αντιπαράθεση** με την συμβολική και ιστορική σημασία τους. Πολιτισμικά στοιχεία που έχουν επηρεάσει το δυτικό πολιτισμό στο σύνολο του, είναι στη καθεστωτική πραγματικότητα μη προσβάσιμα.

- Αυτή η πραγματικότητα μεταστρέφει θεμελιώδεις αξίες που έκτισαν τη δημοκρατία. Είναι οπισθοδρομική στη φύση της. Η εικόνα συνιστά μία καταγγελία, μία παρουσίαση του ελέγχου που διαπερνάει κάθε τομέα της ελληνικής επικράτειας.
- Αρχικά λόγω του μεγέθους της εικόνας, το μάτι του θεατή είναι φυσικό ότι θα την προσέξει περισσότερο σε σχέση με τον τίτλο της. Η αποστροφή που προκαλείται από τη συγκεκριμένη ματιά, έρχεται να συμπληρωθεί από το κέλευσμα για απελευθέρωση που βρίσκεται άνω της εικόνας με μαύρα γράμματα. Το συγκεκριμένο δίνει ένα τόνο έντονης **επιτακτικότητας**.
- Η όλη εικονολογική σύνθεση της αφίσας, ενώ αποτελείται από μία ηχηρή, εμβληματική παράσταση, την ίδια ακριβώς στιγμή το κειμενικό της στοιχείο (Liberté pour la Grèce) με έναν ιδιότυπο τρόπο αποτυπώνει μία εγγελιανή διάσταση: υπάρχει το στοιχείο της θέσης, όπως προκύπτει από την εικόνα, προβάλλεται η αντίθεση με την εκφορά του λόγου και εξυπονοείται, δηλαδή κατά τρόπο εντελώς ελλειπτικό ότι η διαλεκτική υπέρβαση των αντιθέτων θα προκύψει μόνο από την ενεργή αντίθεση των πολιτών στους οποίους απευθύνεται.

B.



- Εδώ έχουμε μία αφαιρετική εικόνα με έντονο συμβολικό περιεχόμενο.
- Η επιλογή των χρωμάτων και πάλι παραπέμπει στην Ελλάδα χωρίς κάποια άλλη εμφανή σημειολογία (γαλάζιο background).
- Όλη η κριτική της αφίσας συνοψίζεται στην απεικόνιση της λέξης Grèce δεμένης με μία αλυσίδα. Η μεταφορά εδώ είναι κάτι παραπάνω από έντονη. Η λέξη ως **αφαίρεση**, αποδίδει ένα αίσθημα **ολότητας** με πολύ επιτυχημένο τρόπο. Η **καταγγελία** της καταπίεσης με τη συμβολική κατεξουσίαση λειτουργεί στον υπέρτατο βαθμό.

Γ.



- Στη συγκεκριμένη αφίσα βλέπουμε μία **ελεύθερη απεικόνιση** ενός Αρχαιοελληνικού ναού. Το μάτι δεν μπορεί να τον προσεγγίσει παρά από απόσταση. Βρίσκεται στο βάθος του πεδίου και παρεμβάλλεται από κάποιες σκοτεινές, δυσδιάκριτες μορφές οι οποίες κρατούν όπλα.
- Η ετυμηγορία όπως εκφράζεται στις λέξεις της αφίσας είναι «αντιτουριστική». Η ελληνική πραγματικότητα είναι στρατιοκρατούμενη, καταπιεστική, απαγορευτική για οποιονδήποτε επισκέπτη. Σχηματικά τίθεται ένα ερώτημα στο οποίο η απάντηση είναι σαφώς αρνητική και προτρεπτική, χωρίς να επιτρέπει περιθώρια διαφοροποίησης. «Forget it!».

Δ.

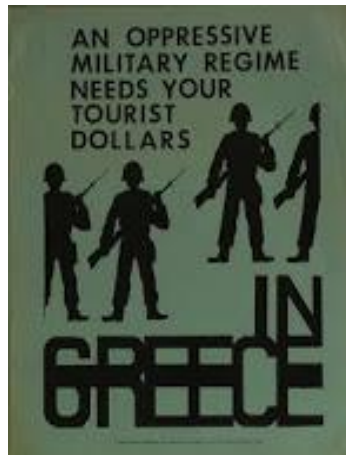


- Εδώ βλέπουμε μία συγκεκριμένη αφίσα η οποία έχει έντονες πολιτικές συνδηλώσεις. Παρατηρούμε ένα χάρτη της Ελλάδας με τα χρώματα της σημαίας των ΗΠΑ.
- Το μαύρο φόντο της αφίσας επιτυγχάνει να υπερτονίσει αυτήν την παρατυπία.
- Το πολιτικό σχόλιο είναι η **ιδεολογική χρωμάτιση** του καθεστώτος. Αυτό δεν είναι ούτε επαναστατικό, ούτε εκπροσωπεί εθνικά συμφέροντα. Αντίθετα ανέρχεται στην εξουσία υπό την ανοχή της κυβέρνησης των ΗΠΑ και εκπροσωπεί ευρύτερα συμφέροντα. Οι ιδεολογικές βάσεις του έτσι αποδομούνται και διαστρεβλώνεται η -κατά τα φαινόμενα- απρόσβλητη, από εξωτερικές επιδράσεις, πολιτική του.

Ε.



- Ερχόμαστε σε άλλη μία αφίσα με έντονο κριτικό περιεχόμενο, αυτή τη φορά σε ένα επίπεδο αξιών.
- Βλέπουμε μία έκταση γεμάτη πασσάλους και σύρματα που υποδεικνύει έναν εδαφικό χώρο ο οποίος είναι περιφρουρημένος, ελεγχόμενος, προσομοιάζει σε στρατόπεδο συγκέντρωσης.
- Ένα περιστέρι είναι καρφωμένο στην ξιφολόγχη ενός τυφεκιού. Το περιστέρι λειτουργεί ως συμβολοποίηση της ελευθερίας. Το γεγονός του θανάτου του μεταφράζεται και στην παύση της ελευθερίας και την αντικατάσταση της από την υποδούλωση, την εξάρτηση.



ΣΤ.

- Στη συγκεκριμένη αφίσα η έμφαση δίνεται στη χρήση του λόγου. Χρησιμοποιούνται όροι με έντονη πολιτική και ιδεολογική φόρτιση. Η χούντα χαρακτηρίζεται ως ένα καταπιεστικό και στρατιωτικό καθεστώς (oppressive military regime).
- Η στόχευση γίνεται ακόμα πιο οξεία στη συνέχεια της πρότασης, όπου αναφέρεται η ανάγκη για έσοδα από το τουριστικό τομέα. Το σχήμα είναι καθόλα ειρωνικό και φωτίζει άλλη μία πλευρά εξάρτησης του καθεστώτος (έσοδα που θα οδηγήσουν στην διατήρησή του).
- Η εικόνα με στρατιώτες σε στάση αναμονής συμπληρώνει και συμπυκνώνει εικονολογικά τους όρους «military» και «oppressive».

Ζ.



- Η τελευταία αφίσα που επελέγη, ίσως είναι αυτή που εικονολογικά είναι και η ισχυρότερη όσον αφορά την αναπαράσταση των πρακτικών του καθεστώτος.
- Διακρίνουμε έναν αστυνομικό να ασκεί βία σε έναν διαδηλωτή. Η πρακτική που έφερε το καθεστώς στην εξουσία και που χρησιμοποιείται για να το

νομιμοποιήσει και να το διατηρήσει είναι καταφανέστατα η άσκηση της βίας και η παρεμπόδιση οποιασδήποτε αντίδρασης.

- Το κόκκινο χρώμα που υπάρχει πάνω από τις μορφές αναπαριστά το αίμα. Σημειολογικά το κόκκινο τοποθετούμενο στο πάνω μέρος της αφίσας κατέχει, σχεδόν, μια ανάλογη θέση τίτλου.
- Είναι το φόντο μέσα στο οποίο υπάρχουν οι λέξεις Ελλάδα και Νοέμβριος του 1973. **Το αίμα ως τίτλος, εισαγωγή, επίλογος του καθεστώτος.** Η απομετουσίωση της επιφανειακής πολιτικής ατζέντας του και η προβολή της βάσης του κατασκευάσματός του. Προφανώς και κάνουμε λόγο για την καταστολή και τη βία.

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- Δεμερτζής, Ν., (επιμ.) (2002) *Η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Μεταξάς, Α-Ι.Δ., (2001) *Προεισγωγικά για τον πολιτικό λόγο, δεκατέσσερα μαθήματα για το στυλ*. Αθήνα: Σάκκουλας.
- Νικολακόπουλος, Η., (2001) *Η καχεκτική δημοκρατία, Κόμματα και εκλογές 1946 – 1976*. Αθήνα: Πατάκης.

Αυταρχισμός και καλλιτεχνική έκφραση

Μέρος της συλλογής των αφισών του Εργαστηρίου Πολιτικής Επικοινωνίας αποτελούν οι 6 αφίσες που φιλοτέχνησε ο **Γιώργος Φαρσακίδης**. Ο καλλιτέχνης δημιούργησε το συγκεκριμένο λεύκωμα κατά την περίοδο της δικτατορίας των συνταγματαρχών, αντλώντας την έμπνευσή του από τα βάνουσα βιώματα που του είχε προκαλέσει το καθεστώς κι αποδίδοντας οπτικά την πραγματικότητα της εποχής του. Το έργο του δεν δημοσιοποιείται, παρά μόνο μεταπολιτευτικά.

Ο Γ. Φαρσακίδης, γνωστός για την αντιστασιακή του δράση, καλλιεργεί το ταλέντο του στους τόπους κράτησης που τον στέλνει το μετεμφυλιακό κράτος (Μακρόνησος, Αη Στράτης, Γυάρος, Λέρος). Παρά τον βαρύ τραυματισμό του στη μάχη της Κρήνης, που τον άφησε ανάπηρο και στα δυο του χέρια, επιμένει να ζωγραφίζει και χρησιμοποιεί την τέχνη του ως διάυλο επικοινωνίας αγωνιστικών μηνυμάτων.

Ζωγραφίζει κι αποδίδει ρεαλιστικά, θέματα με περιεχόμενο από τη ζωή των συγκερατούμενων συναγωνιστών και από τους αγώνες του ελληνικού λαού. Οι ιδεολογικές του κατευθύνσεις είναι άμεσα κι ευδιάκριτα αποτυπωμένες στα έργα του, όπως και στο λεύκωμα αυτό. Υπό το καθεστώς που ζει όμως, δεν μπορεί να στοχεύει σε έγκαιρη δημοσίευσή τους, εξ' αιτίας της λογοκρισίας που υφίσταται. Η επιρροή που ασκεί η στρατευμένη τέχνη στις μάζες κρίνεται από τους καθεστωτικούς ως επικίνδυνη, γι' αυτό και στην επταετία της χούντας κάθε καλλιτεχνική δραστηριότητα πρέπει πρώτα να περάσει από την επιτροπή λογοκρισίας. Ο ίδιος κανόνας ισχύει και για τις αφίσες, αφού αποτελούν ένα πολύ εύληπτο επικοινωνιακό μέσο και δύνανται να δεσπόζουν παντού και το μήνυμά τους να μεταφέρεται σε όλους ανεξαιρέτως.

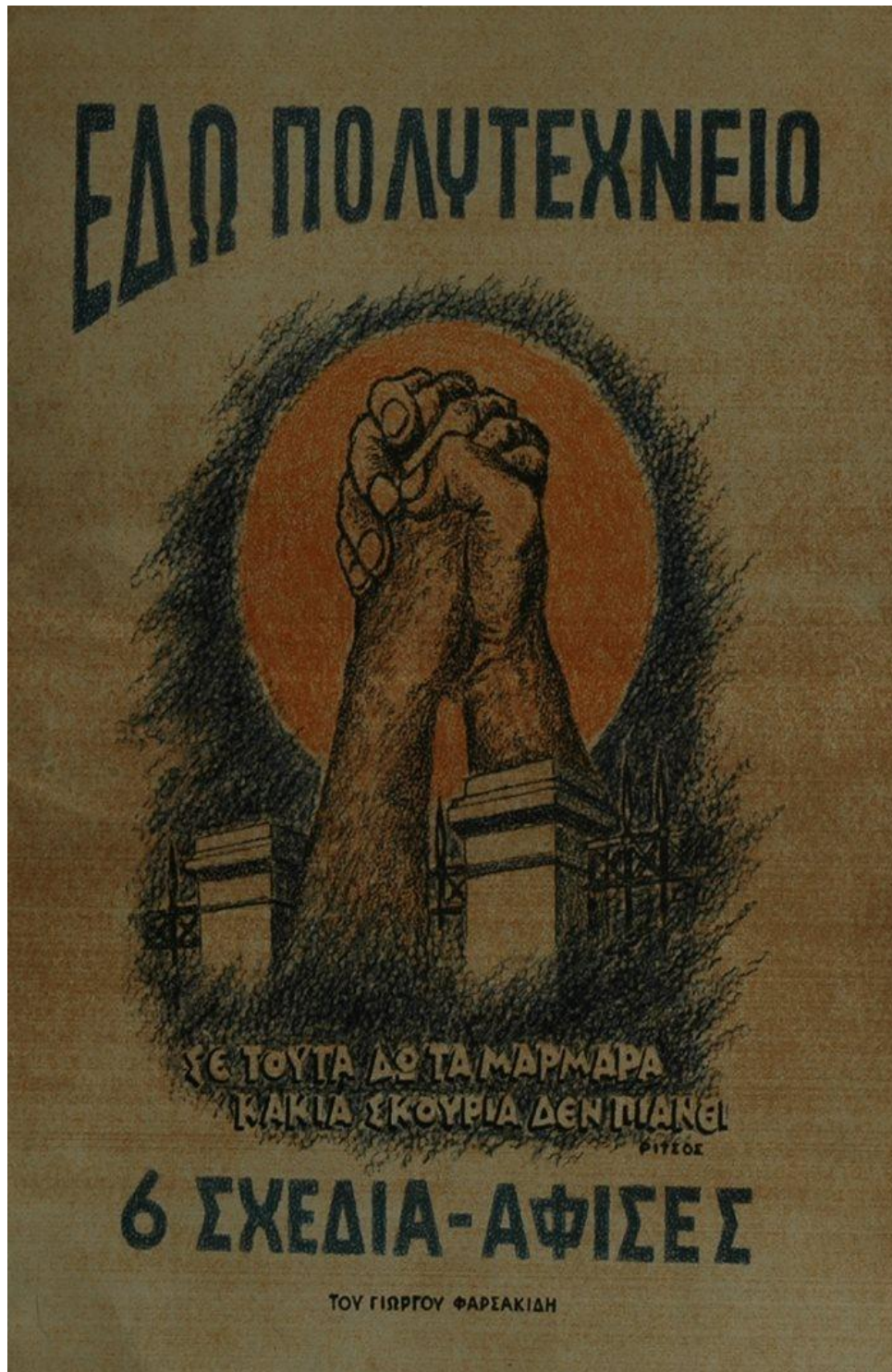
Το περιεχόμενο των αφισών

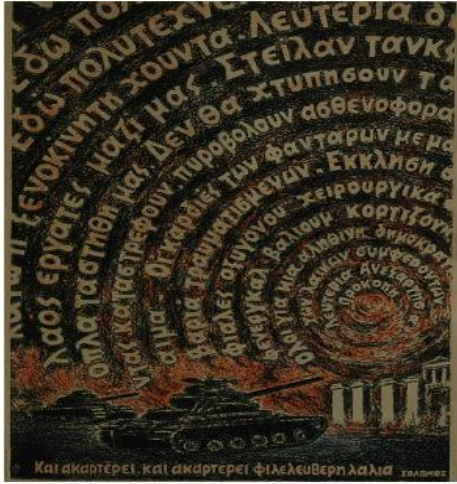
Για τα εικαστικά τεκμήρια ακολουθήθηκε η **τεχνική της χρωμολιθογραφίας**, που δεν είναι άλλη από τη διαδικασία «της έγχρωμης εκτύπωσης εικόνων που έχουν χαραχτεί σε λίθινες πλάκες»².

Όλες απεικονίζουν στοιχεία που αφορούν στην εξέγερση του Πολυτεχνείου. Αποτυπώνονται τα τανκς, οι φοιτητές-αγωνιστές εν ώρα δράσης ή κράτησης, το ίδιο το κτήριο του Πολυτεχνείου και τα κάγκελά του που γκρεμίζονται από τα τανκς και στηρίζονται από τους αντιστασιακούς. Η αμερικανοκρατία δηλώνεται ξεκάθαρα σε δύο από αυτές με τα ακρωνύμια "USA", "NATO" γραμμένα στα άρματα μάχης και το "CIA" να φαίνεται ως ο «δάκτυλος» του πολέμου. Μία από τις αφίσες αφιερώνεται στο ακροτελεύτιο άρθρο του Συντάγματος του 1952, άρθρο 114, το οποίο όριζε πως «Η τήρησις του παρόντος συντάγματος επαφίεται εις τον πατριωτισμόν των Ελλήνων». Το συγκεκριμένο άρθρο αποτελούσε μάλιστα ένα από τα βασικά συνθήματα των φοιτητικών αγώνων, το ιστορικό «Ένα-ένα-τέσσερα». Το εξώφυλλο, παρ' ότι δεν προσμετράται ως ένα από τα 6 σχέδια-αφίσες, ταυτίζεται στο στυλ.

Ως τίτλους, οι αφίσες φέρουν στίχους ποιημάτων. Ο λόγος τους έχει αγωνιστικό περιεχόμενο, αυτονομημένο όμως από την πηγή του κι ανεξαρτητοποιημένο, αφού

² www.lexigram.gr, ημερομηνία πρόσβασης: 20/09/2014





είναι γραμμένα σε προγενέστερη εποχή και με διαφορετικές αφορμές. Μόνο οι στίχοι του εξώφυλλου είναι εμπνευσμένοι από τη δικτατορία των συνταγματαρχών. «Δε τούτα δω τα μάρμαρα κακιά σκουριά δεν πιάνει». Αποτελεί απόσπασμα από το ποίημα του Γ. Ρίτσου «Εδώ το φως» που συμπεριλαμβάνεται στα «18 Λιανοτράγουδα της πικρής πατρίδας». Ο Ρίτσος είχε γράψει τα ποιήματα αυτά κατόπιν παρότρυνσης του Μίκη Θεοδωράκη, στοιχείο ενδιαφέρον αν αναλογιστεί κανείς πως και οι δύο συνελήφθησαν από πραξικοπηματίες με το πρόσχημα ότι η τέχνη τους αποτελούσε σύνδεσμο μεταξύ των κομμουνιστών.

Συνδυάζει, συνεπώς, στις αφίσες του δύο διαφορετικές μορφές λόγου: τη **γραφή** και την **εικόνα**, ή αλλιώς δύο διαφορετικές μορφές τέχνης: την **ποίηση** και τη **ζωγραφική**.

Η αισθητηριακή συμμετοχή του ακροατή

Η επικοινωνιακή τακτική της αφίσας στηρίζεται κατ' εξοχήν στην αίσθηση της **όρασης**. Είναι μια εικόνα που θέλει να εισβάλει στο οπτικό μας πεδίο τόσο συχνά ώστε να μας καταστεί συνειδησιακά οικεία και ιδανικά να υιοθετήσουμε το μήνυμα που μεταφέρει. Παρ' ότι οι εν λόγω αφίσες δεν έγιναν μέσω προπαγάνδας, υπάρχουν στοιχεία που λειτουργούν έντονα επικοινωνιακά και μας επιτρέπουν να υποθέσουμε το αντίκρισμα που θα είχαν στην πιθανή κυκλοφορία τους:

- Η **οπτική κωδικοποίηση** της επικαιρότητας γίνεται πολύ εύστοχα με τα χρώματα που έχει επιλέξει ο Γ. Φαρσακίδης. Είναι μουντά, σκοτεινά, σε αποχρώσεις του γκρι. Γεμίζουν το μάτι αποδίδοντας τη σύγχυση των συμπλοκών και το χάος. Κάπου υπάρχει και λίγο κόκκινο, συνυποδηλωτικό καταστροφών κι αιματοχυσίας. Ήδη έχει πετύχει τη συναισθηματική φόρτιση του ακροατή.
- Οι **οπτικές αποδόσεις** είναι πολύ συγκεκριμένες, συμπεριλαμβάνοντας σε κάθε μία μόνο όσα στοιχεία είναι απαραίτητα για την επικοινωνιακή τους αποδοτικότητα. Γι' αυτό το λόγο, στα πρόσωπα δεν υπάρχουν λεπτομέρειες, δεν στοχεύει στο να είναι «ωραία», αλλά στην ταύτιση του ακροατηρίου και στην διεύρυνσή του.
- Στο ίδιο αποσκοπεί και με άλλες **σχεδιαστικές επιλογές**, όπως η δυναμική κατεύθυνση που δίνει στις πινελιές του και τα δεικτικά του σχέδια (το χέρι που δείχνει, τα βλέμματα στραμμένα στον ορίζοντα, ο σφιχτός χαιρετισμός του εξώφυλλου, η δυναμική στάση των σωμάτων).

Πέραν της όρασης, πετυχαίνει να ενεργοποιήσει μια ακόμα αίσθηση. Την **ακοή**. Όλες οι εικόνες έχουν μεγάλη «**ηχηρότητα**»: Υπάρχουν τανκς εν κινήσει. Οι φοιητές καταβάλλουν μεγάλο σωματικό κόπο κρατώντας αντίσταση στα κάγκελα του Πολυτεχνείου. Οι λεκτικοί ομόκεντροι κύκλοι δημιουργούν «αναστάτωση» με τις έντονες και προσεκτικά επιλεγμένες λέξεις που θέλουν να αποδώσουν τον ήχο της μάχης. Τα ανοιχτά στόματα των φοιητών διαδηλώνουν και φωνάζουν. Η εικόνα κρύβει μέσα της όλα αυτά τα στοιχεία που δηλώνουν ομιλία, ήχο, σωματική κίνηση (που κι αυτή παράγει ήχο). Η πρόσληψη του ήχου, μέσω μιας φαινομενικά στάσιμης εικόνας, ενισχύει με τη σειρά της τη συμμετοχή του ακροατή, αφού προκαλεί την περαιτέρω προσοχή και το ενδιαφέρον του. Τα ποιήματα ίσως είναι μόνο το επιστέγασμα σε αυτό το αισθητηριακό παιχνίδι, συνοδεύοντας υποσυνείδητα το οπτικό ερέθισμα με μια ισχυρή ακουστική υπόσταση.

Η λογοκρισία στη στρατευμένη τέχνη

Ο Γ. Φαρσακίδης εκφράζεται καθαρά απεικονιστικά. Επικοινωνεί την πραγματικότητα ρεαλιστικά, έτσι όπως είναι, συνδυάζοντας το λόγο ως γραφή κι ως εικόνα. Η **λαϊκή λιθογραφία** άλλωστε, ως κίνημα με πολιτικοκοινωνικό περιεχόμενο, εντάσσεται στο ρεύμα του ρεαλισμού, και πιο συγκεκριμένα του κοινωνικού ρεαλισμού. Σε αυτόν βρίσκουν τη θέση τους σκηνές από την καθημερινή ζωή κι ειδικότερα των χαμηλότερων λαϊκών τάξεων.

Μια ακόμα μορφή του ρεαλισμού είναι ο σοσιαλιστικός, η αναφορά του οποίου εξυπηρετεί την καλύτερη κατανόηση της λογοκρισίας στην τέχνη. Τον συναντάμε τη δεκαετία του '30 στη Σοβιετική Ένωση³. Αναπτύχθηκε και καθιερώθηκε με την παγίωση της εξουσίας του Στάλιν. Ο σοβιετικός καλλιτέχνης όφειλε να μένει πιστός στην υπηρεσία του κόμματος και μέσω της τέχνης του να παρουσιάζει την «πραγματικότητα» στο πλαίσιο της επαναστατικής της εξέλιξης. Τα έργα του έπρεπε να είναι προσιτά προς όλους, ώστε να λειτουργούν παιδαγωγικά, σύμφωνα με το πνεύμα του σοσιαλισμού. Η τέχνη εθεωρείτο ισχυρό εργαλείο προπαγάνδας. Είναι σαφές ότι τα δύο κινήματα δεν πρέπει να συγχέονται μεταξύ τους, σχετίζονται όμως σε μεγάλο βαθμό.

Ο Γ. Φαρσακίδης με την τέχνη του καταδεικνύει την αθλιότητα της κοινωνίας εμφανίζοντας απροσποίτητα τη σκληρή καθημερινότητα. Οι παρατηρήσεις του είναι αντικειμενικές, δίνοντας θέση στην ανάλυση της αλήθειας και στα αισθήματα που είναι γνήσια για το λαό. Δεν ενδιαφέρεται για τον καλλωπισμό, κι όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, οι «ήρωες» του απεικονίζονται όπως είναι, «αντι-ήρωες», χωρίς εξωραϊσμούς. Πολιτικοποιεί την τέχνη του με στόχο να εκφράσει το αντιστασιακό κοινό αίσθημα. Η θέση του σε σχέση με τους σοβιετικούς είναι μεν διαμετρικά αντίθετη, αφού αντιμάχεται την εξουσία και δε λειτουργεί ως φερέφωνό της, η λογοκρισία παραμένει όμως και στις δύο περιπτώσεις κοινός παρονομαστής. Αν ακολουθούσε την κυβερνητική επιταγή, οι εικαστικές του αναφορές θα έπρεπε να αποστρέφονται το πολιτικό περιεχόμενο ή έστω να κινούνται σε καθεστωτικά όρια. Κι από την άλλη, αν ο στόχος ήταν η έγκαιρη δημοσίευση των έργων του, ώστε να λειτουργήσει προπαγανδιστικά, θα έπρεπε να εκφραστεί πιο **παραλλακτικά**, καθιστώντας την τέχνη του δυσκόλως αντιληπτή από την επιτροπή λογοκρισίας και διακριτικά υποδηλούμενη στους συντρόφους αγωνιστές.

Φαίνεται πως και στις δύο περιπτώσεις, της κυριαρχίας του Στάλιν αφ' ενός και της ελληνικής δικτατορίας αφ' ετέρου, οι κυβερνήσεις θεσπίζουν αυθεντικά κι αυταρχικά το καλλιτεχνικό περιεχόμενο.

Η πολιτιστική διάσταση του εγκλήματος της χούντας

Εγείρεται λοιπόν το θέμα της πολιτιστικής διάστασης του εγκλήματος της χούντας. Την περίοδο της δικτατορίας, η λογοκρισία έχει ιδιαίτερα κατασταλτικό χαρακτήρα. Δημιουργείται μία σχέση όπου η πολιτική δοκιμάζει τον πολιτισμό κι αντίστροφα. Η τέχνη ψάχνει τρόπους έκφρασης σε κάθε καλλιτεχνική μορφή και η δικτατορία βρίσκεται προληπτικά παρούσα, έτοιμη να λογοκρίνει· στοιχείο ικανό να αποδείξει πόσο ισχυρή είναι η επιρροή της τέχνης σε κάθε της μορφή όταν στρατεύεται κι εκφράζει την ιδεολογική οπτική του καλλιτέχνη.

³ Αντίστοιχο καλλιτεχνικό ρεύμα του κοινωνικού ρεαλισμού αναπτύσσεται την ίδια περίοδο στη Γερμανία και μένει γνωστό ως «Νέα Αντικειμενικότητα». Το κίνημα αυτό προσεγγίζει παραστατικά-ρεαλιστικά τα φαινόμενα κι απεικονίζει ψυχρά τη διεφθαρμένη μεταπολεμική Γερμανία. Αγαπημένα θέματα είναι άνθρωποι του περιθωρίου (πόρνες, ζητάνοι, ανάπηροι) κι απωθητικοί νεόπλουτοι τύποι. Κύριοι εκφραστές του είναι οι Otto Dix, Max Beckmann, Georg Grosz.

Ξεπερνώντας την αρχική αντίσταση των πνευματικών ανθρώπων στη λογοκρισία των στρατοκρατών που για μεγάλο χρονικό διάστημα δεν δημοσίευαν, δημιουργείται ένα λαϊκό κίνημα που εκμεταλλεύεται την κοινωνική συγκυρία κι ευνοεί την στρατευμένη καλλιτεχνική άνθηση. Μεγάλη απήχηση φαίνεται να έχει η ελληνική ποίηση. «Δίνει μια διάσταση στον αγώνα πιο έντεχνη. Μυεί τις μάζες στα μυστικά της μεγάλης τέχνης. Βγάζει μέσα από τις μάζες καινούριες δυνάμεις. Περήφανοι οι νέοι τραγουδούν Ρίτσο, Βάρναλη, Σεφέρη. Γίνονται έτσι όχι μόνο αισθητικά πλουσιότεροι αλλά πολιτικά κι ανθρώπινα», λέει ο Μίκης Θεοδωράκης⁴. Ίσως αυτός είναι και ο λόγος που επέλεξε ο Γιώργος Φαρσακίδης να συγκεράσει στις αφίσες του τη ζωγραφική με την ποίηση.

Πολιτικοποίηση της τέχνης κι αισθητικοποίηση της πολιτικής

Η σχέση μεταξύ πολιτικής κι επικοινωνίας είναι άρρηκτη. Όταν η αφίσα λειτουργεί ως μέσον διάδοσης του πολιτικού μηνύματος, τότε η συζήτηση στρέφεται και στο αισθητικό πεδίο. Στόχος είναι να διαμεσολαβηθούν οι αισθητικές μορφοποιήσεις με κοινωνικά διακυβεύματα και με πολιτικές κατανοήσεις. Ο τρόπος που αυτό επιτυγχάνεται οδηγεί σε δύο διαμετρικά αντίθετες προσεγγίσεις: «πολιτικοποίηση της τέχνης» ή «αισθητικοποίηση της πολιτικής».

Ο δεύτερος όρος εισήχθη από τον Walter Benjamin και περιγράφει μία κατάσταση κατά την οποία η έμφαση του κοινού δεν δίνεται στο πολιτικό περιεχόμενο αλλά στην πολιτική μορφή νοούμενη ως αυτοσκοπός κι όχι απλώς ως απόδοση αισθητικών σημασιών. Για τον W.B. «Ο φασισμός καλλιεργεί την αισθητικοποίηση της πολιτικής, ο κομμουνισμός απαντά με την πολιτικοποίηση της τέχνης». Ο αισθητισμός ως στάση μπορεί να σχετιστεί ιστορικά με τον φασισμό, κι ευρύτερα μπορεί να ερμηνεύσει την εμπορευματική αγορά της τέχνης, την βιομηχανοποίησή της και την μαζική κουλτούρα της.

Από την άλλη, η πολιτικοποίηση της τέχνης ενώνει αδιάρρηκτα τη μορφή και το περιεχόμενο. Για τον W.B. νοείται «ως αναδιάταξη κι αυτοδιαχείριση των όρων παραγωγής κι ως κοινωνικών χρήσεων του καλλιτεχνικού έργου». Αυτή η προσέγγιση μπορεί είτε να παραπέμπει σε μια στρατευμένη τέχνη που εξυπηρετεί συγκεκριμένες ιδεολογικές επιταγές με κομματική υπογραφή, μπορεί όμως να νοηθεί κι ως μέσον υπεράσπισης των όσων πρεσβεύει ο δημιουργός.

Επομένως, δεν μπορούμε να μιλήσουμε για αισθητικοποίηση της πολιτικής από τον Φαρσακίδη, αλλά για πολιτικοποίηση της τέχνης. Οι οπτικές αποδόσεις του έχουν βιωματικές εμπνεύσεις με κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο. Ο καλλιτέχνης στρατεύει τις εικαστικές επιδόσεις στο δικό του ιδεολογικό πιστεύω και δηλώνει σχετικά: «...Αργότερα, ζώντας τη ζούγκλα της "ελεύθερης αγοράς" πιστοποιούσα όλο και περισσότερο ότι: Η τέχνη που δεν ξανοίγει προοπτικές ενός κόσμου καλλίτερου, που προβάλλει σαν αυτοσκοπό τη βία και την απληστία του κέρδους, μια τέχνη που της είναι αδιάφορος ο ανθρώπινος πόνος, που πολεμά τις χαρές της ζωής, την ομορφιά, τη φύση, τον έρωτα, δεν είναι παρά μια τέχνη σύμφωνη με τις επιταγές των προνομιούχων της Νέας Τάξης Πραγμάτων».

⁴ Συνέντευξη από την εκπομπή «Ρεπορτάζ χωρίς σύνορα», *Η αιωνιότητα της λογοκρισίας*, 08/05/2013, <https://www.youtube.com/watch?v=ot2lnktWJU>, ημερομηνία πρόσβασης: 17/09/2014

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

Μεταξάς, Α-Ι.Δ., «Προεισγωγικά στον Πολιτικό Λόγο. Δεκατέσσερα μαθήματα για το στυλ», 3^η έκδοση, εκδόσεις Αντ. Ν Σάκκουλα, 2001.

<http://www.farsakidis.gr>, ημερομηνία πρόσβασης: 05/09/2014

<http://diavasinet.gr/η-τέχνη-στην-επταετία>, ημερομηνία πρόσβασης: 07/09/2014

Ντοκιμαντέρ, «Το Σεληνόφως - ΤΟ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΕΓΚΛΗΜΑ ΤΗΣ ΧΟΥΝΤΑΣ»,
<https://www.youtube.com/watch?v=UOq07RUCPDE>, ημερομηνία πρόσβασης:
17/09/2014

«Το αισθητικό και το πολιτικό: θεωρητικό και ιστορικό πλαίσιο μιας συζήτησης»,
http://stratigos-anemos.blogspot.gr/2011/01/blog-post_09.html, ημερομηνία
πρόσβασης: 02/10/2014

«Δημοκρατία κι επικοινωνία: Η Αισθητικοποίηση του Πολιτικού»,
http://www.intellectum.org/articles/issues/intellectum4/ITL04P027034_Dimokratia_epikoinonia.pdf, ημερομηνία πρόσβασης: 20/10/2014

Συνέντευξη: «Η αιωνιότητα της λογοκρισίας» από την εκπομπή «Ρεπορτάζ χωρίς σύνορα», 08/05/2013 <https://www.youtube.com/watch?v=ot2zlnktWJU>, ημερομηνία
πρόσβασης: 17/09/2014

Πολιτική αφίσα & ιδεολογική ηγεμονία

«Η αντιιμπεριαλιστική “Ελλάδα” που “ανήκει στους Έλληνες” ήταν το μόνο υπαρκτό συλλογικό ιδεώδες στην Ελλάδα της μεταδικτατορικής περιόδου»

Κύρκος Δοξιάδης⁵

Εισαγωγή

Πριν από περίπου ενάμιση χρόνο βρεθήκαμε με τους συναδέλφους, για πρώτη φορά, ενώπιον του αρχείου πολιτικών αφισών του Εργαστηρίου Πολιτικής Επικοινωνίας. Βασική μας μέριμνα στο πλαίσιο της πρακτικής άσκησης ήταν η επιμέλεια, η ταξινόμηση, και τελικά, η αρχειοθέτησή του. Το υλικό, που ανακαλύφθηκε μέσα σε πολυάριθμες σκονισμένες κούτες, περιελάμβανε προεκλογικά φυλλάδια και αφίσες του 2000, μα και μία μεγάλη γκάμα αφισών από την περίοδο της δικτατορίας μέχρι και την ύστερη δεκαετία του '90. Μεταξύ αυτών, αφίσες διαφόρων μη κυβερνητικών φορέων, αντιδικτατορικές και φυσικά πολιτικές αφίσες της μεταπολιτευτικής περιόδου.

Όπως γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό, ο πλούτος του -υπό ταξινόμηση αρχειακού υλικού- που έως τότε αγνοούσαμε, αποτέλεσε μία έκπληξη για όλους μας. Κάθε ξετύλιγμα μίας αφίσας σήμαινε και μία μικρή καταβύθιση στην πολιτική ιστορία της χώρας. Με τον ίδιο τρόπο ξετυλίχθηκε και η αφίσα που θα σας παρουσιαστεί στην συνέχεια, η προεκλογική αφίσα του Πα.Σο.Κ. κατά το 1977.

Μεθοδολογικά ερείσματα

Πλην, όμως, της δεδομένης βιωματικής τριβής με το αρχειακό υλικό υπήρξε και ένας άλλος παράγοντας, που συνέβαλε κρίσιμα στην επιλογή της συγκεκριμένης αφίσας. Πρόκειται για την **σύνδεσή της με την μελέτη του πολιτικού λόγου στην Ελλάδα** της Μεταπολίτευσης και κατ' επέκταση για την συσχέτισή της με ακαδημαϊκά πεδία, που ως φοιτητές είχαμε την ευκαιρία να θεραπεύσουμε στο πλαίσιο του Τμήματος Πολιτικής Επιστήμης. Χωρίς το απαραίτητο γνωστικό υπόβαθρο μαθημάτων, όπως η πολιτική ιστορία, η πολιτική επικοινωνία, η ανάλυση λόγου ή το ελληνικό πολιτικό σύστημα, δε θα υπήρχε ανάλογο ενδιαφέρον για την εν λόγω αφίσα. Πολλώ δε μάλλον, από την στιγμή που η αφίσα αυτή με παρέπεμψε ευθέως σε ένα κείμενο του Κύρκου Δοξιάδη, σχετικά με την ιδεολογία και τον πολιτικό λόγο στην μεταπολεμική Ελλάδα.

Πράγματι, το συγκεκριμένο τεκμήριο **φανερώνει** και διά του **περιεχομένου** του και διά της **μορφής** ή της **εμφάνισής** του το κεντρικό πρόταγμα και το κλίμα της πρώιμης Μεταπολίτευσης. Αξίζει, λοιπόν, στο σημείο αυτό να αναστοχαστούμε το ιστορικό πλαίσιο της εποχής.

⁵ Λεβιάθαν, τεύχος 13, 1993, σ. 123-148.

Ιστορικό υπόβαθρο

Στο κοινωνικό επίπεδο οι πληγές, που άφησαν στη χώρα, τόσο η περίοδος της «καχεκτικής Δημοκρατίας»⁶ (1947-1967), όσο φυσικά και η δικτατορία, καθώς και οι παρεπόμενοι διχασμοί και τομές, δεν έχουν επουλωθεί. Ως απότοκο του αποκλεισμού μεγάλου μέρους της ελληνικής κοινωνίας από την πολιτική δραστηριότητα, του καθεστώτος ανελευθερίας και των διώξεων της Δικτατορίας εμφανίζεται το **διάχυτο κλίμα ριζοσπαστισμού**, που χαρακτηρίζει τη δεκαετία του '70. Με λίγα λόγια, τα αποκλεισμένα κοινωνικά στρώματα και οι ομόλογες ιδεολογικές συσσωματώσεις της μεταπολεμικής Ελλάδας μπαίνουν δυναμικά στο πολιτικό γίγνεσθαι διεκδικώντας αναβαθμισμένο και αποφασιστικό ρόλο. Ωστόσο μέχρι τη δεκαετία του '80, δεν έχουν σταθερή και ενιαία εκπροσώπηση σε πολιτικό-κομματικό επίπεδο. Σε αυτό το πεδίο ασκεί γοητεία και ηγεμονία ο Κωνσταντίνος Καραμανλής, με καθοριστικό ρόλο στη δημοκρατική μετάβαση του 1974, την νομιμοποίηση του Κομμουνιστικού Κόμματος και τη διενέργεια δημοψηφίσματος για την κατάργηση της Μοναρχίας – στοιχεία που χτίζουν το προφίλ του «Εθνάρχη».

Εντούτοις, οι κοινωνικοπολιτικές τομές και διαιρέσεις αποδεικνύονται κρισιμότερες από τις χαρισματικές ηγεσίες. Το αίτημα της κοινωνικής πλειοψηφίας παρέμενε το ξήλωμα του «Κράτους της Δεξιάς», το οποίο επιβίωνε και μετά την πτώση της Χούντας, ενώ αυτός ο μετασχηματισμός *de facto* δε θα μπορούσε να προωθηθεί από τις Κυβερνήσεις της Ν.Δ., λόγω δομικών και ιδεολογικών περιορισμών, ήτοι της ανοχής, που επιδείκνυε απέναντι στους ακροδεξιούς θύλακες, που ως τότε υπήρχαν στον κρατικό και στρατιωτικό μηχανισμό του Κράτους.

Αυτό ακριβώς το έλλειμμα πολιτικής εκπροσώπησης των «μη προνομιούχων» έρχεται να καλύψει Πα.Σο.Κ., ως η άφθαρτη πολιτική δύναμη, που διεκδικεί πολιτικό χώρο τόσο από το παραδοσιακό Κέντρο όσο και από την κομμουνιστική Αριστερά και ως εκ τούτου συγκροτείται εξ αρχής ως προϊόν έντονων αντιφάσεων. Το νεοπαγές μόρφωμα του Ανδρέα Παπανδρέου απλοποιεί και εκφράζει ιδεολογικά τις αντιθέσεις του προδικτατορικού παρελθόντος, μέσα από το **διλημματικό σχήμα Δεξιά – Αντιδεξιά**. Αυτό το ιδεολογικό, αντιπολιτευτικό σχήμα εδράζεται σε τρεις άξονες ή αλλιώς σε τρία «αντί»: α) το κατεξοχήν **αντιδεξιό**, δηλαδή, την εναντίωση στο μεταπολεμικό και μετεμφυλιακό Κράτος της Δεξιάς β) το **αντιιμπεριαλιστικό**, δηλαδή, την αντίθεση απέναντι στον παρεμβατικό ρόλο των Η.Π.Α. στα εσωτερικά πράγματα της χώρας και γ) το **αντιμονοπωλιακό**, ήτοι τη διάθεση σύγκρουσης με το μεγάλο, μονοπωλιακό κεφάλαιο, που ευνοήθηκε από τη Χούντα.

Παρεπόμενα, οι τακτικές κινήσεις και τα ρητορικά σχήματα του Πα.Σο.Κ., κατά την περίοδο 1975-1981, οπότε και ασκεί αντιπολίτευση, υπηρετούν ακριβώς την συνεχή επαναφορά του διπόλου Δεξιά – Αντιδεξιά. Σε αυτή την προσπάθεια δε θα μπορούσε, παρά να επιστρατευθεί επικοινωνιακά το βασικό μέσο πολιτικής προπαγάνδησης στην μεταπολιτευτική Ελλάδα, δηλαδή η **αφίσα** ως κεντρικός φορέας πολιτικού λόγου. Το εάν αυτή η αφίσα του 1977 συμβάλλει καθοριστικά, ώστε η **αντιδεξιά ρητορεία** του Πα.Σο.Κ. να γίνει **ηγεμονική** στον πολιτικό λόγο της Μεταπολίτευσης, μένει να αποδειχτεί παρακάτω.

⁶ βλ. και το ομώνυμο βιβλίο, Ηλίας Νικολακόπουλος, *Η καχεκτική δημοκρατία, Κόμματα και εκλογές 1946 – 1976*, Αθήνα, Πατάκη, 2001.



Τα στοιχεία της αφίσας

Η καταγραφή, λοιπόν, των **εικονολογικών στοιχείων** της αφίσας καθ' εαυτών μα και η **ερμηνεία** τους έχουν ως εξής:

- Στο πρώτο πλάνο της αφίσας εμφανίζεται μία μαύρη σελίδα. Επάνω σε αυτήν αναγράφονται οι τίτλοι-λογότυποι συγκεκριμένων πολυεθνικών εταιρειών.
- Μεταξύ αυτών μπορούμε να διακρίνουμε τους εξής: Motor Oil, TEXACO, CITY BANK, Coca-Cola, IBM και SIEMENS. Η σελίδα αυτή, σκίζεται όμως –μάλλον βίαια- από ένα χέρι που καταλήγει στο κάτω και αριστερό μέρος της αφίσας κι έτσι εμφανίζεται το πραγματικό και καίριο φόντο της σύνθεσης· πρόκειται για την ελληνική σημαία τοποθετημένη στο βάθος σε κατακόρυφη διάταξη. Έτσι μπορούμε να παρατηρήσουμε μία **χρωματική και οπτική αντίθεση** βλέποντάς την μάλιστα εν τη γενέσει της: όσο περισσότερο σκίζεται η μαύρη σελίδα με τους γκριζαρισμένους τίτλους, τόσο περισσότερο μπορεί να δεσπόζει η ελληνική σημαία – χρωματισμένη με ένα πιο έντονο γαλάζιο.
- Τέλος, το **κειμενικό στοιχείο**, περιορίζεται σε έναν εξόχως λακωνικό υπότιτλο, δηλαδή στο δήλωμα «η ελλαδα στους ελληνες», που εμφανίζεται με μικρά γράμματα, δίχως τόνους, ενώ χρωματίζεται με το ίδιο έντονο γαλάζιο που φιλοτεχνεί την ελληνική σημαία. Ο δε τίτλος του Πα.Σο.Κ. αποτυπώνεται ολογράφως με πράσινα, κεφαλαία γράμματα, ενώ ο εννεάκτινος ήλιος, το σήμα κατατεθέν του κόμματος, απουσιάζει.
- Στην σύνθεση αυτή, λοιπόν, μπορεί να εντοπιστεί -τόσο διὰ της ενδελεχούς καταγραφής των στοιχείων της όσο και με την πρωτόλεια ενατένισή της- μία κρίσιμη, **επικοινωνιακή αντίθεση**. Τα μεν εικαστικά στοιχεία της αφίσας, το σχεδιασμά και το «σενάριο» που κρύβουν από πίσω τους, χαρακτηρίζονται όλα από την αίσθηση της πληρότητας. Βάσει αυτού, ο δέκτης της αφίσας βρίσκεται μπροστά από μία καλά σκηνοθετημένη και ολοκληρωμένη πράξη, στην οποία δεν μπορεί να παρέμβει ή να φανταστεί πως μπορεί να παρέμβει, παρά μόνο να έχει την στάση του απαθούς θεατή. Το δε κειμενικό στοιχείο της αφίσας, ωστόσο, παραπέμπει σε έναν **λόγο ελλειπτικό, επιγραφικό, συνθηματικό**, ένα μότο που δεν έχει ούτε καν ρήμα. Εδώ, ο δέκτης δύναται να ερμηνεύσει το μήνυμα κατά το δοκούν, να το συμπληρώσει, με άλλα λόγια προ(σ)καλείται να συμμετάσχει σε αυτό ασυνείδητα.⁷

Η αφίσα υπό το πρίσμα της θεωρίας

Πώς όμως συνδέεται η επιτηδευμένη ελλειπτικότητα του συνθήματος «η ελλαδα στους ελληνες», με τη θεωρία του Κύρκου Δοξιάδη για την **κυρίαρχη ιδεολογία της Μεταπολίτευσης**, που ανέφερα στην αρχή του κειμένου; Ας επανεξετάσουμε το μότο αυτό από την σκοπιά της εκφοράς του. Αυτό το σύνθημα διαφέρει ριζικά από την παραδοσιακή προεκλογική προτροπή του τύπου «ψηφίστε» ή «στηρίξτε» τον τάδε κομματικό σχηματισμό. Το **ελλειπτικό δήλωμα** «η ελλαδα στους ελληνες» δεν έχει ως υποκείμενο ούτε το πολιτικό πομπό του μηνύματος (το Πα.Σο.Κ.), μα ούτε και τον δέκτη του μηνύματος (το εκλογικό σώμα) και επιπλέον δεν έχει αντικείμενο. Αντιθέτως, έχει ως υποκείμενο την «ελλαδα», που συνοδεύεται από τον εμπρόθετο προσδιορισμό «στους ελληνες. Καθώς μάλιστα, η τεχνηέντως ανορθόγραφη «ελλαδα» αναγράφεται με μικρό «ε», όπως και οι «ελληνες», εμφανίζεται ένα ζεύγος, που υπακούει σε όρους **επικοινωνιακής συμμετρίας** ή ισοδυναμίας, αίσθηση που στην αφίσα ενισχύεται από την κατακόρυφη διάταξη του συνθήματος. Μπορούμε, λοιπόν, να υποθέσουμε, πως -

⁷ Α-Ι.Δ., Μεταξάς, Προεισαγωγικά για τον πολιτικό λόγο, δεκατέσσερα μαθήματα για το στυλ, ΑΘΗΝΑ – ΚΟΜΟΤΗΝΗ, ΑΝΤ.Ν. ΣΑΚΚΟΥΛΑ, 1995, σ. 196.

με όρους πολιτικής επικοινωνίας- η «ελλαδα» και οι «ελληνες» συγχέονται, υψώνονται στο ίδιο επίπεδο, γίνονται ένα.

Σε αυτό το σημείο πράγματι διαφαίνεται η σύνδεση της πασοκικής συνθηματολογίας με την **ηγεμονία του λαϊκισμού** κατά την πρώιμη Μεταπολίτευση. Σύμφωνα με τον Κ. Δοξιάδη,⁸ το συλλογικό ιδεώδες του λαϊκισμού δεν συναρτάται με κάποιο ιδεολογικό όραμα (όπως στην περίπτωση του κομμουνισμού ή του φιλελευθερισμού), αλλά με τον «λαϊκό», δηλαδή, τον λαϊκό άνθρωπο, το οποιοδήποτε μέλος της κοινωνίας, **ανεξαρτήτως της ταξικής του θέσης ή των ιδεολογικών καταβολών**. Εν ολίγοις, το λαϊκιστικό και αντιδεξιό αφήγημα του Πα.Σο.Κ. επιδιώκει να ταυτιστεί με όλους τους «από κάτω», το σύνολο του λαού και να έρθει σε αντίθεση με όλους τους «από πάνω», καθώς αυτοί (φαίνεται να) εκπροσωπούν το Κράτος της Δεξιάς. Με τον ίδιο τρόπο η συνθηματολογία της αφίσας –που υπηρετεί το εν λόγω αφήγημα- επιδιώκει να επικοινωνήσει μία ασαφή ενότητα μεταξύ της Ελλάδας και των ελλήνων, την οποία μπορεί να φέρει εις πέρας μονάχα η διαμεσολάβηση του Πα.Σο.Κ.

Ευθύτερα ακόμη από την συνθηματολογία της αφίσας, παραπέμπει στον αντιδεξιό λόγο της Μεταπολίτευσης η εικονολογική – αισθητική της «σκηνοθεσία». Εδώ η διαλεκτική της εικόνας γίνεται ξεκάθαρη: Ο μόνος τρόπος για να εμφανιστεί και να δεσπόσει στην ολότητά της η ελληνική σημαία, είναι να εξαφανιστεί πλήρως το μαύρο πέπλο, η «μαύρη λίστα» των πολυεθνικών εταιρειών, που έχουν εισβάλλει στην ελληνική οικονομία και κουλτούρα. Μεταφερόμαστε έτσι σχεδόν ευθύγραμμα στον πολιτικό λόγο και την τακτική του Πα.Σο.Κ. Σε αυτόν συναρμολογούνται αδιάσπαστα ο **εθνικός** με τον **αντιιμπεριαλιστικό** και τον **αντιμονοπωλιακό λόγο**, ως απαραίτητα στοιχεία για την μετάβαση σε έναν τριτοκοσμικού τύπου, εθνικό σοσιαλισμό. Αφού, όμως, στο Πα.Σο.Κ. δεν ηγεμονεύει ιδεολογικά το συλλογικό όραμα του σοσιαλισμού, αλλά του λαϊκισμού και παρεπόμενα ο σοσιαλιστικός μετασχηματισμός εγκαταλείπεται, τα προσωρινά σχήματα, που θα οδηγούσαν σε αυτόν, γίνονται μόνιμα.

Με αυτό τον τρόπο οικοδομείται η κυρίαρχη ιδεολογία της Μεταπολίτευσης, μέσα από την αντίθεσή της στο ζεύγος ιμπεριαλιστικό-μονοπωλιακό και την προσήλωσή της στο ζεύγος εθνικό-λαϊκό. Κυρίαρχη, σύμφωνα με τον Κύρκο Δοξιάδη, διότι «Το 'αντιιμπεριαλιστικό' έθνος ήταν ένα ιδεολόγημα με τον οποίο δεν μπορούσε να ταυτιστεί κανένας δεξιός –αλλά ούτε και το τολμούσε να το αμφισβητήσει- και το οποίο παράλληλα δεν μπορούσε να κατακρίνει κανένας αριστερός – αλλά ούτε και να το οικειοποιηθεί.». Στο τεκμήριό μας, επομένως, η μαύρη σελίδα, που σκίζεται, συμβολίζει το ιμπεριαλιστικό και μονοπωλιακό καθεστώς, το οποίο γκρεμίζεται, ενώ η ελληνική σημαία, το εθνικό και λαϊκό, το οποίο οικοδομείται· την Ελλάδα, που προοριζόταν να ανήκει στους Έλληνες.

Ο ρόλος της αφίσας στην Μεταπολίτευση

Θα ήθελα, στο σημείο αυτό, να μεταβώ σε ένα υψηλότερο επίπεδο αφαίρεσης με όχημα την αφίσα του Πα.Σο.Κ., που παρουσιάστηκε. Κι αυτό διότι αξίζει μία γενικότερη αναφορά στον ρόλο της πολιτικής αφίσας ως **φορέα πολιτικού λόγου ή Λόγων**. Εικάζεται, λοιπόν, πως ένα τέτοιο τεκμήριο μπορεί άλλοτε επιτυχημένα –όπως σε αυτή την περίπτωση- και άλλοτε αποτυχημένα να επικοινωνήσει ιδέες, ιδεολογικά σχήματα και αναπαραστάσεις στα υποκείμενα στα οποία απευθύνεται. Μπορεί να ειπωθεί σχεδόν με βεβαιότητα, ωστόσο, ότι κατέστη τεράστια η δυνατότητα της αφίσας να συμβάλλει στην άσκηση ιδεολογικής ηγεμονίας, ειδικά κατά την πρώιμη μεταπολιτευτική περίοδο. Οι ιστορικές συνθήκες της εποχής, κατά την οποία μεσουρανούσε η «μάχη της αφίσας» το επέτρεπαν. Τα περιορισμένα πεδία δημόσιου λόγου και παράλληλα

⁸ Κ. Δοξιάδης, *Λεβιάθαν*, τεύχος 13, 1993, σελ. 123-148.

αυτά που δεν είχαν εμφανιστεί ακόμη (ιδιωτική ραδιοτηλεόραση, κρατική χωρίς λογοκρισία, διαδίκτυο) το επέβαλλαν.

Αντί επιλόγου

Θα άξιζε να ανιχνεύσουμε –εν είδει συμπερασματικών σχολίων- μία **ειρωνεία** τραγική για την ελληνική, πολιτική Ιστορία. Διότι μόνο ειρωνική μπορεί να είναι η όψιμη ματιά του Πολιτικού Επιστήμονα ή του υπηρέτη της Κλειούς πάνω στην πορεία και τον μετασχηματισμό του κεντρικού πολιτικού φορέα, που εξετάστηκε. Τα προωθούμενα από αυτόν ιδεολογικά σχήματα και οι αντίστοιχες εξαγγελίες εξανεμίστηκαν σχεδόν ταυτόχρονα με την ανάληψη της πολιτικής εξουσίας. Οι δε πολυεθνικές εταιρείες του μαύρου φόντου, όχι μόνο δεν εκδιώχθηκαν αλλά συγκρότησαν έναν ισχυρό εσμό μεταξύ των εκπροσώπων τους, του πολιτικού προσωπικού και του διαπλεκόμενου Τύπου. Οι πολυεθνικές εταιρείες παρέμειναν, ενώ το μόνο που άλλαξε ήταν το φόντο, που από μαύρο βάφτηκε φαιοπράσινο.

Τη μεγαλύτερη, όμως, **διάψευση** τη γνώρισαν οι ελπίδες των κυριαρχούμενων στρωμάτων: η κοινωνική διαθεσιμότητα και οι λαϊκοί αγώνες της Μεταπολίτευσης μετασχηματίστηκαν ραγδαία και κρατικοποιήθηκαν, συγκροτώντας εν τέλει την μικροαστική ραχοκοκαλιά της εκσυγχρονιστικής περιόδου. Και όταν αυτή η διάψευση βιώθηκε ως η βαθύτερη **πολιτική** και **οικονομική κρίση**, τότε τα **κυριαρχούμενα στρώματα** επανήλθαν στο προσκήνιο, ώστε να ανατρέψουν ακριβώς αυτόν τον πολιτικό φορέα, στον οποίο πριν από περίπου 30 χρόνια είχαν εναποθέσει τις ελπίδες τους για μία δικαιότερη οργάνωση του κοινωνικού βίου.

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

Βούλγαρης Γ., Νικολακόπουλος Η., Ριζάς Σ., Σακελλαρόπουλος Τ., Στεφανίδης Ι., *Ελληνική Πολιτική Ιστορία 1950 – 2004*, Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα, 2009.

Δοξιάδης, Κ., «Λεβιάθαν», τεύχος 13, 1993, σελ. 123-148.

Μεταξάς, Α-Ι.Δ., *Προεισαγωγικά για τον πολιτικό λόγο, δεκατέσσερα μαθήματα για το στυλ*, ΑΘΗΝΑ – ΚΟΜΟΤΗΝΗ, ΑΝΤ.Ν. ΣΑΚΚΟΥΛΑ, 1995.

Νικολακόπουλος, Η., *Η καχεκτική δημοκρατία, Κόμματα και εκλογές 1946 – 1976*, Αθήνα, Πατάκη, 2001.

Πουланτζάς, Ν., *Η κρίση των δικτατοριών Πορτογαλία – Ελλάδα – Ισπανία*, Αθήνα, Θεμέλιο, 2006.

Πολιτική Αφίσα και Νέα Γενιά: 1981-2000

Η απόπειρα της παρουσίασης κάποιου τεκμηρίου από το αρχείο πολιτικών αφισών που υπάρχει στο Εργαστήριο Πολιτικής Επικοινωνίας και Μέσων Πληροφόρησης, παρουσιάζει δυσκολίες λόγω του μεγάλου αριθμού, αλλά κυρίως λόγω των δυνητικά πολλαπλών θεματικών επιλογών που εμφανίζονται. Επιδιώκοντας, ωστόσο, τη διερεύνηση του ζητήματος της απεύθυνσης των πολιτικών φορέων της μεταπολίτευσης προς τη νέα γενιά και το πώς χρησιμοποιούν την αφίσα ως το μέσο για την εκπομπή του μηνύματός τους σ' ένα νεανικό, άρα **ειδικό πολιτικό ακροατήριο**, επιλέχθηκαν προεκλογικές αφίσες των κομμάτων της εποχής με θεματικές που αποτυπώνουν, καλούν ή αναφέρονται στη νεολαία.

Σε πρώτο στάδιο, σημαντικό να αναφερθεί είναι αυτό που στάθηκε **αφορμή** για αυτήν την προσέγγιση. Είναι μία αφίσα της **νεολαίας** του ΚΚΕ Εσωτερικού, **ΕΚΟΝ Ρήγας Φεραίος**. Πρόκειται, συγκεκριμένα, για μία προεκλογική αφίσα των βουλευτικών εκλογών του 1985. Επιτρέψτε μου, καταρχάς, να διατυπώσω ένα βιωματικό σχόλιο αναφέροντας πως, διατρέχοντας όλο το υλικό των αφισών, η συγκεκριμένη με έκανε να σταματήσω και να αναλογιστώ. Με άλλα λόγια, την ξεχώρισα με έναν πολύ σαφή τρόπο, αυτήν, ανάμεσα σε πολλές άλλες.



Και σίγουρα δεν είναι τυχαίο ή χωρίς λόγο που η συγκεκριμένη εικονολογική αποτύπωση προκαλεί εντύπωση. **Σε επίπεδο αισθητικής**, ξεχωρίζουν:

- τα έντονα χρώματα, που σε καμία των περιπτώσεων δεν προτιμούσε η τάση των αφισών της εποχής,
- τα στοιχεία pop art, με το συννεφάκι τύπου comic στο επάνω μέρος της αφίσας,
- η κόκκινη καρδιά αντί για το γράμμα "ο" του "ΕΚΟΝ" στην εικονιζόμενη κονκάρδα, και
- τα μικρά εικονίδια (ας τα χαρακτηρίσουμε ένα είδος προπομπού των σημερινών «εικονομηνυμάτων») αντί για φράσεις, προκειμένου να διατυπωθούν τα πολιτικά προτάγματα του φορέα.

Επιπλέον, εκτός από την αισθητική της αφίσας, ακόμα και **σε επίπεδο περιεχομένου** οι λιγοστές εκφορές λόγου που χρησιμοποιούνται αιφνιδιάζουν:

- η αφίσα απευθύνεται τόσο στους «Νέους» όσο και στις «Νέες», δίνοντας σαφώς μια έμφυλη διάσταση,
- η χρήση της έκφρασης «προς τ' ΑΡΙΣΤΕΡΑ», αντί «η Αριστερά», μειώνει πιθανόν την διάθεση επιβολής στον λήπτη, και
- τα διεθνιστικά προτάγματα της αφίσας (οικολογικό, αντιμιλιταριστικό, νεολαιίστικο) φαίνονται παράταιρα σε σύγκριση με τα συνήθη προτάγματα και προβαλλόμενα μηνύματα των πολιτικών φορέων της εποχής σε μια προεκλογική περίοδο. Ίσως είναι κρίσιμο να υπογραμμισθεί ότι αναφερόμαστε σε μια περίοδο κατά την οποία η πολιτική σκηνή και η επικοινωνία που τη συνόδευε κυριαρχούνταν κατά τεκμήριο από μια προσήλωση στα εθνικά, εγχώρια ζητήματα, όπου ένα πολύ χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι προεκλογικές εκστρατείες των κομμάτων κατά την περίοδο των ευρωεκλογών.

Σίγουρα, δεν πρόκειται για μια τυπική ή συνηθισμένη αφίσα της εποχής, τόσο από την πλευρά της κυρίαρχης ρητορικής του πολιτικού συστήματος, όσο και από αυτήν του τρόπου απεύθυνσης στη νεολαία από τους πολιτικούς φορείς. Με άλλα λόγια, **φαίνεται να ξεφεύγει από το γενικότερο κανόνα του πώς αποτυπώνεται η νεολαία την συγκεκριμένη περίοδο**. Τέλος, δεν πρέπει να παραληφθεί το προοιμιακό του περιεχομένου της αφίσας και ο, ίσως, προφητικός της χαρακτήρας, με την έννοια ότι ξεφεύγει εμφανώς από το τρόπο που αντιλαμβανόταν τότε η ίδια η Αριστερά τον εαυτό της.

Αναζητώντας τον κανόνα

Βέβαια, είναι προφανές πως, αναφέροντας ότι πρόκειται για μια «ιδιαιτέρη περίπτωση» και για μια «εξαίρεση», θα πρέπει να υπάρχει ο «κανόνας». Η εικονολογική αποτύπωση που έχουμε μπροστά μας ξεχωρίζει, ενώ ταυτόχρονα **αποτελεί μέρος μιας κατηγορίας**, ενός συνόλου. Και ως σύνολο φυσικά νοείται όλος εκείνος ο αριθμός πολιτικών αφισών που αποτυπώνουν ή απευθύνονται στη νέα γενιά· αφίσες που διατρέχουν ολόκληρη την περίοδο της Μεταπολίτευσης, εισάγοντας ένα νέο πολιτικό ζητούμενο.

Αναμφισβήτητα, η δεκαετία του 1980 αποτελεί την κατεξοχήν περίοδο κατά την οποία οι πολιτικοί φορείς αναγνωρίζουν τη **νέα γενιά** ως **ένα νέο, ειδικό ακροατήριο**. Ως εκ τούτου η συγκεκριμένη περίοδος χαρακτηρίζεται από μια ολοένα αυξανόμενη επικοινωνία, επικοινωνία που σταδιακά αποκτά το ιδιαίτερο **«στυλ»** της. Και είναι γνωστό πως όταν μιλάμε για επικοινωνία και στυλ, μιλάμε στην ουσία για μια σχέση: σχέση πομπού και δέκτη. Η απουσία σχέσης συνεπάγεται την απουσία επικοινωνίας⁹. Και είναι το ίδιο το ακροατήριο που επηρεάζει την επιλογή του στυλ του πολιτικού λόγου (εκτός από το περιεχόμενο του μηνύματος). Έτσι, λοιπόν, στη δεκαετία του '80 «ανακαλύπτεται» ένα νέο ακροατήριο, και μαζί του ένα νέο **στυλ πολιτικής απεύθυνσης**. Μία εξέχουσας σημασίας εκδήλωση αυτού του νέου στυλ επικοινωνίας αποτελούν οι πολιτικές αφίσες, και δη οι προεκλογικές αφίσες των κομμάτων.

Σε αυτό το πλαίσιο, έχει ενδιαφέρον να αναφερθεί πως η πρώτη κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ ιδρύει το 1982 την «Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς», οργανισμός που συστήνεται τότε «ως επιτελικό κυβερνητικό όργανο με κύριο στόχο τη διαμόρφωση, την παρακολούθηση και τον συντονισμό της κυβερνητικής πολιτικής για τη νέα γενιά και τη σύνδεσή της με την κοινωνία και τους φορείς της»¹⁰. Ενώ σημασία, μάλλον, έχει και το γεγονός πως η σύσταση του συγκεκριμένου οργανισμού έρχεται να εναρμονίσει την Ελλάδα με «την ευρωπαϊκή και διεθνή πρακτική», δίνοντάς μας και μια εικόνα του ζητήματος της απεύθυνσης στη νεολαία που ξεφεύγει από τα καθαρά εθνικά πλαίσια.

Τα όρια της απεύθυνσης

Μεγάλο έλλειμμα θα ήταν επίσης να αποσυνδέσουμε το ζήτημα που μας απασχολεί, από ένα άλλο, πολύ μεγάλης σημασίας, φαινόμενο: την **έντονη πολιτικοποίηση της μεταπολιτευτικής περιόδου**. Η ολοένα και αυξανόμενη πολιτική επικοινωνία προς τη νέα γενιά, από τις αρχές της δεκαετίας του '80 κι έπειτα, δεν μπορεί να γίνει κατανοητή αν αποσυνδεθεί από την νέα γενική πολιτική κουλτούρα της μεταπολίτευσης και τις ριζικές αλλαγές στο πολιτικό σώμα κατά την εικοσιπενταετία 1975-2000. Οι προεκλογικές αφίσες, λοιπόν, που απευθύνονται στη νεολαία αποτελούν μια εκδήλωση της προσπάθειας, από μέρος των πολιτικών φορέων, συσσωμάτωσης περισσότερων νέων ομάδων στο εκλογικό ακροατήριο.

Ξεκινώντας από το 1981 και φθάνοντας μέχρι το 2000, έχουμε οχτώ εκλογικές αναμετρήσεις. Σε καμιά από αυτές δεν λείπει η συνεχής αναφορά και απεύθυνση στη νέα γενιά. Μάλιστα, καθ' όσο προχωράμε στο πέρασμα του χρόνου η επικοινωνία αυτή πυκνώνει ολοένα και περισσότερο. Σε αυτό το πλαίσιο, κανένα πολιτικό κόμμα της εποχής δεν αποκλίνει από τη «νέα κατάσταση». Μεγάλο ή μικρό, αριστερό ή δεξιό, προοδευτικό ή συντηρητικό, κανένα δεν παραλείπει να συμμετάσχει στον **αγώνα για την «κατάκτηση» του νέου αυτού πολιτικού ακροατηρίου**.

Παρατηρώντας, ωστόσο, τις προεκλογικές αφίσες που απευθύνονται σε αυτόν ακριβώς τον νέο λήπτη του πολιτικού μηνύματος, που είναι η νέα γενιά, μάλλον έρχεται κανείς αντιμέτωπος με μια **αντίφαση**. Ενώ οι πολιτικοί φορείς αναγνωρίζουν, όπως είπαμε, τη νεολαία ως νέο ακροατήριο, την ίδια στιγμή φαίνεται πως αδυνατούν να τη χειριστούν ως ειδικό ακροατήριο. Και εννοώ με αυτό πως η επικοινωνία της εκάστοτε αφίσας που αποβλέπει στο να κινητοποιηθεί πολιτικά η νεολαία μάλλον δεν διαφέρει και πολύ από την επικοινωνία μιας προεκλογικής αφίσας που απευθύνεται στον γενικό εθνικό πληθυσμό.

Αφενός, οι περισσότερες αφίσες δεν αναφέρονται σε ζητήματα που άπτονται αποκλειστικά του ενδιαφέροντος και συμφέροντος της νεολαίας, αλλά εμμένουν στα

⁹ Α-Ι. Δ. Μεταξάς, *Προεισαγωγικά για τον Πολιτικό Λόγο, Δεκατέσσερα Μαθήματα για το Στυλ*, Αθήνα-Κομοτηνή: Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1997.

¹⁰ Γενική Γραμματεία / Ιστορικό-Νομοθεσία, διαθέσιμο στο www.neagenia.gr [πρόσβαση: 20.09.2014]

«καυτά» ζητήματα της προεκλογικής περιόδου, στους διακηρυγμένους προγραμματικούς στόχους ή στις γενικές ιδεολογικές αντιπαραθέσεις, αφετέρου, όσες αφίσες εστιάζουν σε πιο «εξειδικευμένα», θα λέγαμε, προτάγματα για τη νέα γενιά, δεν διαφοροποιούν εντέλει το τρόπο απεύθυνσης, δεν αναπτύσσουν μια νέα πολιτική επικοινωνία με ειδοποιά χαρακτηριστικά. Και στις δυο περιπτώσεις, πολλές φορές αρκεί να αφαιρέσουμε τις λέξεις «νεολαία», «νέοι», «νιάτα» ή το όνομα της εκάστοτε κομματικής νεολαίας, και θα έχουμε άλλη μία προεκλογική αφίσα του αντίστοιχου πολιτικού φορέα.

Σε σχέση με την εποχή μας

Κλείνοντας, δεν θα μπορούσαμε παρά να προβούμε στις **απαραίτητες συνδέσεις με το σήμερα**, και να δούμε τί πραγματικά μπορεί να μας προσφέρει η επαφή με τις αφίσες μιας εποχής που φαίνεται πια να έχει παρέλθει. Η προεκλογική αφίσα, αφού επί ένα τέταρτο του αιώνα δέσποσε σε όλες τις μεταπολιτευτικές εκλογικές αναμετρήσεις, υποχωρεί συνεχώς, εδώ και μία δεκαετία, μπροστά στην ηλεκτρονική πραγματικότητα και στα νέα μέσα, παραχωρώντας τους την πρωτοκαθεδρία στο παιχνίδι των εντυπώσεων και το πεδίο των αντιπαραθέσεων. Γυρίζοντας πίσω στο 2000, η απόφαση της διακομματικής επιτροπής, μετά την αναγγελία της ημερομηνίας των εκλογών, να μην κυκλοφορήσουν αφίσες τους οι υποψήφιοι, ακούστηκε σαν προ-άκουσμα του αποχαιρετιστήριου εμβλητίου της προεκλογικής αφίσας, όπως την γνωρίζαμε μέχρι τότε¹¹.

Η προεκλογική αφίσα έχοντας διαγράψει έναν λίγο ως πολύ πλήρη κύκλο ζωής -στενά συνδεδεμένο με την προαναφερθείσα έντονη πολιτικοποίηση της μεταπολιτευτικής περιόδου που έκλεισε μάλλον κι αυτή τον δικό της- έχει σήμερα άλλο είδους υπηρεσίες να προσφέρει· ως ιστορικό τεκμήριο, ως υλικό για τη μελέτη του πολιτικο-κοινωνικού γίνεσθαι, ως πρώτη ύλη, ακόμη, για τη σύνθεση του ψυχογραφήματος μιας εποχής. Στη δικιά μας περίπτωση, ενός ψυχογραφήματος που μένει ανολοκλήρωτο χωρίς την εικόνα της «πολιτικής» νεολαίας.

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

Μεταξάς, Α-Ι. Δ., *Προεισαγωγικά για τον Πολιτικό Λόγο, Δεκατέσσερα μαθήματα για το Στυλ*, Αθήνα-Κομοτηνή: Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1997.

Γενική Γραμματεία / *Ιστορικό-Νομοθεσία*, διαθέσιμο στο www.neagenia.gr

Επτά Ημέρες, *Καθημερινή*, 09.04.2000

¹¹ Επτά Ημέρες, *Καθημερινή*, 09.04.2000

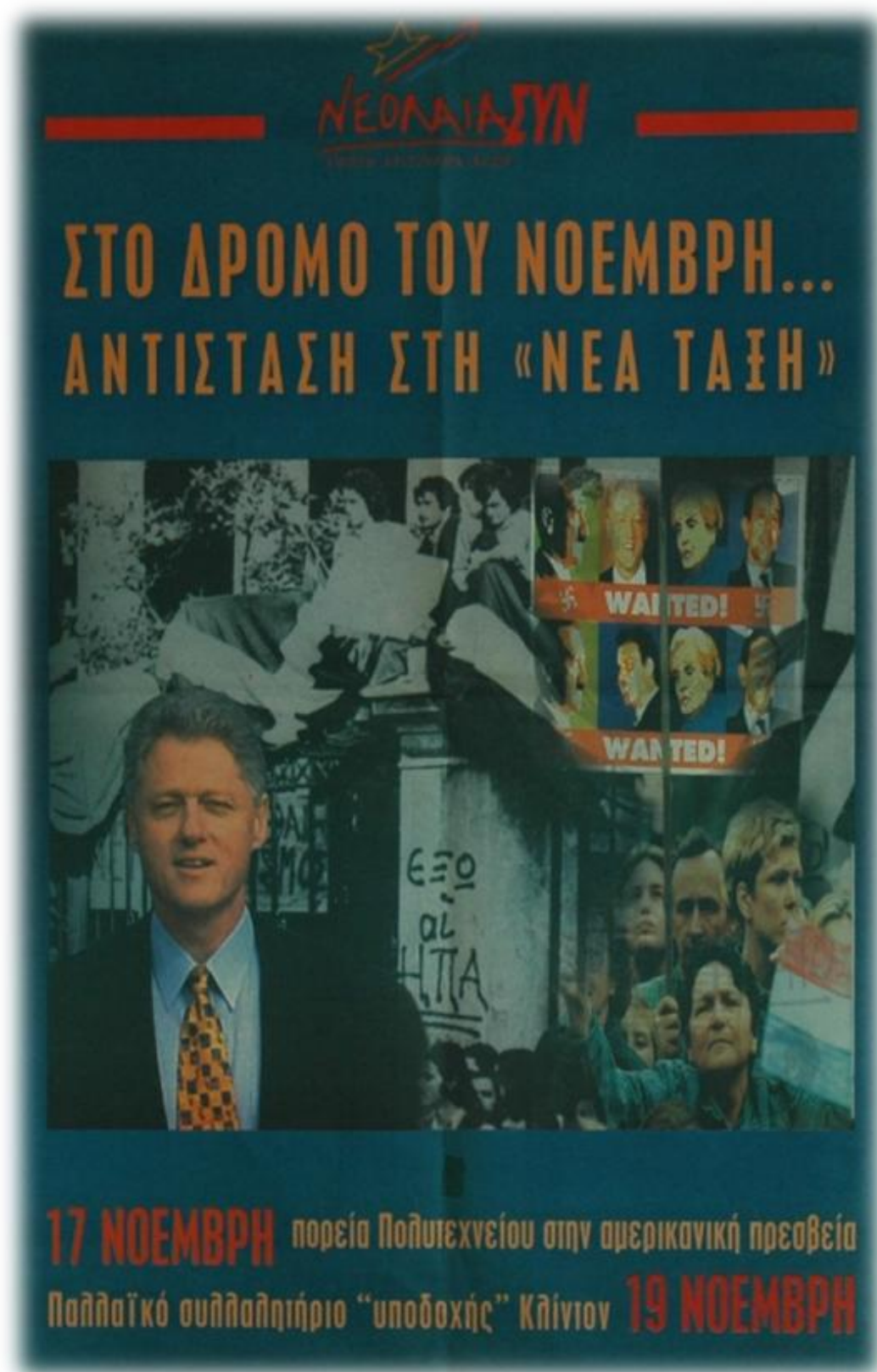
Η αφίσα ως έκφραση μιας εποχής

Κάθε μελέτη ξεκινά από το σημείο όπου από στην σκέψη του/της ερευνητή/τριας γεννάται η απορία και το ενδιαφέρον, για το κατά πόσο το υλικό το οποίο έχει στα χέρια του/της αξίζει μια ενδελεχέστερη ματιά. Ο λόγος που η συγκεκριμένη αφίσα μου προκάλεσε το ενδιαφέρον είναι διότι ενώ εκ πρώτης όψεως δεν φανερώνει κάτι το εξαιρετικό, είτε σε επίπεδο αισθητικής, είτε σε επίπεδο θεματικής, δύναται να γεννά ταυτόχρονα τόσους πολλούς συνειρμούς, συνδηλώσεις και ερωτήματα. Οι προβληματισμοί, λοιπόν, που προκύπτουν από μια τέτοια αφίσα, μπορούν να αποτελέσουν μια πολύ ενδιαφέρουσα πρώτη τριβή με την, μακρά και άκρως ενδιαφέρουσα, μεταπολιτευτική ιστορία και σημειολογία της αφίσας.

Τι είναι μια αφίσα; Ένα προσκλητήριο; Μια προσπάθεια πειθούς και χειραγώγησης; Μια αισθητική παρέμβαση σε έναν άδειο τοίχο, ως μια πιθανή προσπάθεια αλλαγής της αστεακής δυσ-αρμονίας ή ως πηγή αυτής; Ένα ενημερωτικό δελτίο; Είναι, τέλος, κάτι παραπάνω απ' όλα αυτά ή μήπως και όλα αυτά μαζί;

Η πολιτική υπογραφή της αναλυόμενης αφίσας είναι από τη **νεολαία Συνασπισμού**, όπως φαίνεται στην επάνω πλευρά του εν λόγω τεκμηρίου. Με αφορμή, λοιπόν, την πορεία ενάντια στην επίσκεψη Κλίντον το 1999 και την ετήσια πορεία για το Πολυτεχνείο σχεδιάζεται η συγκεκριμένη αφίσα. Το θέμα της δομείται σε τρία μέρη :

- I. Στο επάνω μέρος εντοπίζεται ο **προτρεπτικός-ιδεολογικός** υπέρτιτλος, ο οποίος μας καθοδηγεί να συνδέσουμε την ιδεολογική παρακαταθήκη του Πολυτεχνείου με την αντίσταση στην «Νέα Τάξη» Πραγμάτων.
- II. Στην μέση είναι το καθ'εαυτό εικονολογικό μέρος, το οποίο, χρησιμοποιώντας την τεχνική του Photoshop, συνδυάζει 4 εικόνες. Κεντρικό θέμα στις τρεις από τις τέσσερις εικόνες είναι η πάλη ενάντια στον αμερικάνικο ιμπεριαλισμό. Το κεντρικό θέμα της τέταρτης είναι το πρόσωπο του προέδρου Κλίντον και η **προσωποποίηση**, σε αυτό, του **αμερικανικού ιμπεριαλισμού**.
- III. Στο κάτω μέρος της αφίσας, περιλαμβάνεται η **ενημέρωση** -και έμμεση **πρόσκληση**- του/της θεατή/τριας για τις δύο πορείες: για αυτή του Πολυτεχνείου και για αυτή της «υποδοχής» του Κλίντον.



Αισθητική και Αφίσα

Το στοιχείο της αφίσας το οποίο αιχμαλωτίζει το βλέμμα του θεατή είναι το **εικονολογικό**.

Αν και μάλλον αποτυχημένο, αποτελεί έναν ενδιαφέρον προτρεπτικό σημείο για να εμβαθύνουμε στην ανάλυση της αφίσας.

Η χρήση του Photoshop επιδιώκει, μέσω της εντύπωσης που προκύπτει από την «αφήγηση» των φωτογραφιών, να εικονογραφήσει και να δώσει έμφαση στο κάλεσμα του υπέρτιτλου. Περικλείει έτσι, χρησιμοποιώντας τη μεγάλη περιγραφική ικανότητα που έχει η εικόνα, μέσα σε λίγα τετραγωνικά εκατοστά, την προσπάθεια ιστορικής νομιμοποίησης της συμμετοχής στις δυο διαδηλώσεις. Παράλληλα το χρέος της αντίστασης στον Κλίντον παρουσιάζεται ως «νοητή» προέκταση μίας μεγάλης πορείας αντίστασης στον αμερικανικό ιμπεριαλισμό πατώντας και ενισχύοντας το έντονο αίσθημα αντιαμερικανισμού που ήδη υπάρχει στην ελληνική κοινωνία.

Η ανάλυση της εικόνας δεν μπορεί ωστόσο να περιοριστεί στην αντιμετώπισή της ως μια προσπάθεια νομιμοποίησης ή επεξήγησης των λεγομένων του δημιουργού. Είναι ταυτόχρονα μια συνειδητή προσπάθεια **αισθητικής παρέμβασης** στον **δημόσιο χώρο**, αποκαλυπτική για τον/την δημιουργό της. Η αισθητική της αφίσας κορυφώνεται όχι μόνο στην εικόνα *per se*, μα και στον τρόπο που αυτή «δένει» με το περιβάλλον της αφίσας.

Οι κυρίαρχοι κανόνες, όπως τους υπαγορεύει η **αστεακή αισθητική**, η προσήλωση δηλαδή στα διακριτά όρια και στα σαφή περιγράμματα, η χρήση μη προκλητικών χρωμάτων, οι γεωμετρικά «ορθές» γραμμές, εν ολίγοις η αίσθηση της αρχής, της μέσης και του τέλους, αμφισβητούνται.

Αντ' αυτού, στο προσκήνιο έρχεται η ελευθερία της γλώσσας του δημιουργού, που δεν φοβάται να συνδυάσει διαφορετικές μεταξύ τους φωτογραφίες και να ξεφύγει από τις παραδοσιακές νόρμες απεικόνισης. Η γραμμική απεικόνιση των συμβάντων-φωτογραφιών σύμφωνα με την παραδοσιακή αισθητική πρακτική, σε συνδυασμό με την παραδεγμένη αίσθηση του χρόνου, που επιδιώκει να αποδώσει τα συμβάντα με την αίσθηση της αρχής, της μέσης και του τέλους, αντικαθίσταται από την **κυκλική παράθεση** τους (οι φωτογραφίες δεν παρουσιάζονται με αυστηρή χρονολογική, ή κάποιας άλλης μορφής, σειρά, αλλά, θα λέγαμε, σχεδόν άτακτα).

Επιδιώκεται έτσι να δημιουργηθεί μια αίσθηση αέναης κίνησης, **επανάληψης** και **ασάφειας** περί της όποιας σειράς. Οι ιστορικές πλευρές του θέματος περνάνε στο παρασκήνιο. Αντιθέτως, αναδύεται από αυτή την ακανόνιστη παράθεση, το μήνυμα της αντίστασης που δεν γνωρίζει ιστορικά όρια και περιορισμούς. Ο δημιουργός λοιπόν της παρούσας αφίσας, που φαντάζει να αγνοεί την παραδοσιακή αισθητική, γίνεται εκφραστής του καινούργιου, του μη ευπροσήγορου, εν τέλει του αντισυμβατικού.

Αφίσα ως Μέσο και ως Δήλωση

Η αφίσα, ωστόσο, δεν είναι μόνο ένα **αισθητικό συμβάν**, αλλά και ένα **μέσο** με διαφορετικές λειτουργίες. Η μοναδικότητα της αφίσας είναι η συνεχής παρουσία της σε όλα τα κομμάτια της καθημερινότητάς μας, ακόμα και σε αυτά που δεν θεωρούνται «πολιτικά». Αξιώνει, έτσι, να «επιβληθεί» μέσω της μαζικής παρουσίας της και της καθημερινής τριβής μας μαζί της.

Είναι, λοιπόν, ένας τρόπος πρό(σ)κλησης του αναγνώστη της να συμπράξει, να συμμετάσχει, να ενεργοποιηθεί και, στην περίπτωση μας, να συμμετάσχει στις δύο πορείες που δημοσιοποιούνται. Είναι μία **δήλωση**, ένα **αγγελτήριο** και ένα **προσκλητήριο** συνάμα, τοιχοκολλημένο στα πιο απρόσμενα, δημόσια, σημεία. Και αυτές οι ιδιότητες την κάνουν ένα μέσο βαθιά δημοκρατικό (και ίσως αναιδές;), καθώς απευθύνεται σε όποιον/α αφιερώσει χρόνο να την διαβάσει, χωρίς να θέτει εμφανείς γνωστικούς, ιδεολογικούς ή ταξικούς περιορισμούς. Η πρόσκληση για την πορεία ενάντια στον Κλίντον θα φτάσει εξίσου στα μάτια ενός προοδευτικού μεσοαστού, ενός συντηρητικού εργάτη ή ενός ημίτρελου μεγαλοαστού.

Παράλληλα, είναι ένα μέσο μαζικής προπαγάνδισης τόσο του ίδιου του φορέα, όσο και των θέσεων του (όπως η αντίσταση στην –τόσο διφορούμενη- «Νέα Τάξη»¹²). Δημιουργεί συνειρμούς (όπως η ταύτιση των υποστηρικτών της Χούντας με τους επιτιθέμενους στην Γιουγκοσλαβία) και διαπιστώσεις (όπως η επακόλουθη «υποχρέωση» μας να αντισταθούμε), καθοδηγούμενα και τα δύο από τον συντάκτη της αφίσας, που ως στόχο έχουν να πείσουν τον/την αναγνώστη/τρια. Είναι, επομένως, ένα από τα βασικότερα μέσα που έχουν φορείς και κόμματα στα χέρια τους για να κοινωνήσουν τις θέσεις τους και να θέσουν την ατζέντα και τα διλήμματα ενός δημόσιου πολιτικού διαλόγου.

Τέλος, δεν πρέπει να μας διαφύγει μια τελευταία λειτουργία της αφίσας: αποτελεί μια υλική αποτύπωση της διαπάλης (πολιτικής και ιδεολογικής) στον δημόσιο χώρο. Δηλώνει μια έμπρακτη απόπειρα για κυριαρχία επί του δημοσίου, και συνάμα αποκλεισμού ή απόκρυψης του αντιπάλου.

Η σημασία των όρων απεύθυνσης

Μια αφίσα ωστόσο δεν τελειώνει σε αυτό που φαίνεται. Συνεχίζει να υπάρχει και να εννοιοδοτεί αυτά που στέκονται πίσω από τις λέξεις και τις εικόνες, που φανερώνουν πράγματα για τον ίδιο/α τον/την συντάκτη/ρια. Ο λόγος της αφίσας είναι **ελλειπτικός**, **υπαινικτικός** και **προστακτικός**. Η απουσία ρήματος δεν αφήνει στον/ην αναγνώστη/ρια δίλημμα για το κατά πόσο θα συμπράξει ή όχι. Η συμμετοχή στην πορεία και στην «Αντίσταση» προβάλλει ως μονόδρομος και όχι ως ενδεχόμενη επιλογή.

¹² Η περίπτωση του όρου «Νέα Τάξη» παρουσιάζει ένα, παράπλευρο του κειμένου μας, ενδιαφέρον. Ο όρος «Νέα Τάξη» χρησιμοποιήθηκε αρχικά από κόμματα και κινήματα της Αριστεράς για να περιγράψει αυτό που μετέπειτα θα καθιερωθεί ως Νεοφιλελεύθερο υπόδειγμα. Η ασάφεια του όρου είναι ενδεικτική της αδυναμίας της Αριστεράς του 2000 να διακρίνει τα χαρακτηριστικά της νέας αυτής οικονομικής φάσης. Ταυτόχρονα, δεν είναι πλέον οξύμωρο που ο συγκεκριμένος όρος-κλειδί αποτέλεσε στη συνέχεια μία βασική συμβολική αξία στις προσεγγίσεις της Άκρας Δεξιάς.

Παράλληλα ο λόγος πέφτει θύμα ενός ιδιότυπου ελιτισμού ή εννοιολογικής ασάφειας. Ο **υπαινικτικός χαρακτήρας** του και η χρήση ορολογίας που χρήζει αποσαφήνισης, όντας εξαιρετικά διφορούμενη ("Νέα Τάξη") ως αυτόνομου αποδεικτικού μέσου, κάνει την συλλογιστική πλήρως κατανοητή μόνο στους ήδη γνώστες των γεγονότων και της ανάλυσης πίσω από τον όρο. Οι μόνοι/ες οι οποίοι/ες, κατ' ουσίαν, δύνανται να συλλάβουν το πλήρες περιεχόμενο της αφίσας είναι όσοι/ες έχουν ήδη έρθει σε επαφή με τον πολιτικό λόγο του φορέα και γνωρίζουν την ανάλυση του.

Αφίσα και Ταυτότητα

Όπως έχει γίνει έως τώρα σαφές, η αφίσα είναι μια **σημειωτική** του ίδιου του φορέα. Στην μελέτη μιας οργάνωσης Νέων μάς ενδιαφέρει το ποιοι την συγκροτούν, σε ποιους επιδιώκει κυρίως να απευθύνεται και τέλος ποια είναι τα πολιτικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά που την διέπουν. Και είναι όλα αυτά που επικαθορίζουν τους όρους απεύθυνσης.

Το 1999 η Νεολαία Συνασπισμού είναι μια οργάνωση που αναπτύσσεται πάνω σε ένα ιστορικό όσο και σκιώδες σταυροδρόμι. Επιδιώκει να εκφράσει και να απευθυνθεί σε μια γενιά που ψηλαφίζει το νεοφιλελευθερισμό και στηρίζει το αντι-παγκοσμιοποιητικό και αντι-ιμπεριαλιστικό κίνημα. Είναι ιστορική συνέχεια ενός χώρου ο οποίος ανοίγει **θεματικές** πολλές φορές **αποκλίνουσες** από αυτές της παραδοσιακής αριστεράς, όπως η οικολογία, το αντιμιλιταριστικό, το δημοκρατικό, το ειρηνευτικό και το φεμινιστικό κίνημα, εμπνεόμενος από το ρεύμα αναζητήσεων που έπεται του Μάη του '68. Εκφράζει μια γενιά που, μεγαλωμένη αισθητικά στον καιρό του μεταμοντερνισμού, δεν φοβάται να χρησιμοποιήσει το μεταμοντέρνο ως αναγνωριστικό της στοιχείο αλλά και ως μέσο επαναπροσέγγισης της μεταπολιτευτικής Ιστορίας.

Έτσι βλέπουμε, χάρις το Photoshop, το σύμβολο της Μεταπολίτευσης, το Πολυτεχνείο να συνομιλεί με την πράξη της αντίστασης στην «Νέα Τάξη», σε μια προσπάθεια αμφισβήτησης του υπάρχοντος και αναζήτησης του Σοσιαλισμού του 21^{ου} αιώνα.

Το μικρό κείμενο που προηγήθηκε είχε ως ρητό στόχο την παρουσίαση της αφίσας της νεολαίας Συνασπισμού για την επίσκεψη του Κλίντον. Ήταν ωστόσο, συνάμα, και μια υπόρρητη προσπάθεια για την παρουσίαση των θεματικών που μπορεί να βρεί ο ερευνητής στο αρχείο του Εργαστηρίου. Αφίσες που ενημερώνουν, όπως οι αντιδικτατορικές «εφημερίδες τοίχου», που προσκαλούν και προπαγανδίζουν, όπως το αρχείο για τις εκλογές από το 1976 έως το 2000. Αφίσες που παρεμβαίνουν αισθητικά και ανοίγουν ζητήματα, που ξεφεύγουν συχνά της κομματοκεντρικής μονοκρατορίας επί των αφισών και του κοινωνικού consensus, μιλώντας για το γυναικείο ζήτημα, για το ειρηνευτικό και αντιμιλιταριστικό κίνημα, για την οικολογία και για τις τέχνες.

Αντί Επιλόγου

Κρίνοντας την αφίσα εκ των υστέρων, θα μπορούσαμε να πούμε πως η συγκεκριμένη δεν είναι μια επιτυχημένη αφίσα. Αφενός, η αισθητική της είναι **ασαφής** και **ασχημάτιστη**. Δεν επιτρέπει λοιπόν στον θεατή-αναγνώστη να αποκομίσει ένα ακριβές στίγμα του δημιουργού και σίγουρα δεν διασαφηνίζει εξ αρχής ποιος είναι ο στόχος και

η σημασία των εικόνων. Αφετέρου, και εδώ θεωρώ πως κρύβεται η ουσιώδης αποτυχία της αφίσας, ενέχει μια θεμελιώδη **αντίφαση** μεταξύ σημαίνοντος και σημαινόμενου. Ένα **μέσο** που συγκροτείται γύρω από την αρχή της **μαζικής απεύθυνσης** γίνεται φορέας ενός μηνύματος περιορισμένου για ένα **ειδικό ακροατήριο**, όπως παραπάνω αναλύθηκε.

Ανεπιτυχές, επομένως, φαίνεται να είναι το μέσο για το μήνυμα. Είναι παρόλα αυτά η αφίσα αυτή, που εκκίνησε μια τέτοια συζήτηση για το νόημα και τον στόχο της αφίσας, που βοήθησε στο περαιτέρω προβληματισμό μας πάνω στο ζήτημα και σκιαγράφησε με ιδιαίτερη σαφήνεια τα χαρακτηριστικά του φορέα που την δημιούργησε, μια αποτυχημένη αφίσα; Θα έλεγα λοιπόν, πως, μάλλον όχι.

Ενδεικτική βιβλιογραφία

- Gans, H.J., *Popular culture and High culture . An Analysis and evalution of Taste*, Paperback, New York, 1999.
- Καραμανωλάκης Β., Ολυμπίτου Ε., Παπαθανασίου Ι., (Επιμέλεια), *Η ελληνική νεολαία στον 20^ο αιώνα. Πολιτικές διαδρομές, κοινωνικές πρακτικές, πολιτιστικές προεκτάσεις*, εκδ. Θεμέλιο, Αθήνα, 2010.
- Κονδύλης, Π., *Η παρακμή του Αστικού πολιτισμού*. εκδ Θεμέλιο, Αθήνα:1995.
- Simmel, G., *Πόλη και ψυχή*, εκδ. Έρασμος, Αθήνα: 1993.
- Foucault, M., «Χώρος, Γνώση, Εξουσία» στο *Εξουσία, Γνώση, Ηθική*, εκδ. Ύψιλον, Αθήνα: 1987.
- http://users.otenet.gr/~nkarouso/nsyn/thes/thes_c1.htm (3/1/2015)- Απόσπασμα του πρώτου καταστατικού της Νεολαίας Συνασπισμού.

Από την υπερπολιτικοποίηση στην αποϊδεολογικοποίηση

Προς την υπερπολιτικοποίηση - Ιστορικό πλαίσιο

Από τη λήξη του Β' Π.Π. έως και την εδραίωση της μεταπολίτευσης, η πολιτική κατάσταση χαρακτηρίζεται από έναν ασταθή ημικοινοβουλευτισμό με βασικά χαρακτηριστικά: α) την ύπαρξη τριών συστημικών πυλώνων: Στέμμα, Στρατός, Δεξιά και β) ένα άρρητο «Παρασύνταγμα», απότοκο του Εμφυλίου (1945-1949). Η κατάληξη αυτής της περιόδου συμπίπτει με την εγκαθίδρυση ενός αυταρχικού καθεστώτος από μια ομάδα Συνταγματαρχών (1967-1974).

Οι πρώτες ελεύθερες εκλογές ύστερα από σχεδόν 10 χρόνια διεξήχθησαν στις 17-11-1974 κάτω από συνθήκες πολιτικής ηρεμίας και ομαλότητας. Κρίσιμα στοιχεία αποτελούν η νομιμοποίηση του Κ.Κ.Ε. και η εμφάνιση νέων πολιτικών φορέων όπως: η Ν.Δ. και το ΠΑ.ΣΟ.Κ. Μεγάλος νικητής αναδείχθηκε ο Καραμανλής, με δεύτερο κόμμα την Ε.Κ./Ν.Δ. Λύση δόθηκε και στο πολιτειακό ζήτημα με το δημοψήφισμα της 8ης Δεκεμβρίου 1974.

Το Σύνταγμα του 1975 εισάγει νέους θεσμούς, ωστόσο οι εκλογές της 20ής Νοεμβρίου 1977 φανερώνουν το στίγμα για τις μελλοντικές μεταπολιτευτικές εξελίξεις. Η Ν.Δ. χάνει ψηφοφόρους προς το ΠΑ.ΣΟ.Κ., αυτό ανέρχεται στη θέση της αξιωματικής αντιπολίτευσης και πλέον διαφαίνεται πως οι κοινωνικές τάσεις είναι σε θέση να αλλάξουν την πολιτική ηγεμονία της Ν.Δ.

Η «Αλλαγή», το κεντρικό σύνθημα του ΠΑ.ΣΟ.Κ. στις εκλογές του 1981 (όπου κυριάρχησε), μια αφηρημένη εννοιολογικά λέξη, συγκρότησε γύρω της ένα σύνολο δεσμεύσεων βάση του οποίου η νέα κυβέρνηση θα προχωρούσε σε ουσιαστικές αλλαγές στο κράτος, την κοινωνία και την οικονομία.

Τα φαινόμενα ακραίων συνθηκών πόλωσης και ανταγωνιστικότητας μεταξύ του πρωτοεμφανιζόμενου δικομματισμού θα εμφανιστούν κυρίως στις ευρωεκλογές του Ιουνίου του 1984¹³. Χρονικά συνέπεσαν πριν τις εθνικές εκλογές του 1985 όπου ο τότε αρχηγός της Ν.Δ. επέμενε πως η προεκλογική εκστρατεία του κόμματός του δεν έπρεπε να επικεντρωθεί μόνο σε ζητήματα σχετικά με την Ευρώπη αλλά να γίνει εφ' όλης της τότε πολιτικής ύλης.

Οι εκλογές της 2ας Ιουνίου 1985 επιβεβαίωσαν τις τάσεις των ευρωεκλογών και το ΠΑ.ΣΟ.Κ. συνέχισε το κυβερνητικό του έργο. Η νίκη, εν τούτοις, κατάφερε μόνο επιφανειακά να εξομαλύνει τα στρατηγικά λάθη του κυβερνώντος κόμματος. Ζητήματα που σχετίζονταν με την εκλογή του νέου Προέδρου της Δημοκρατίας ακριβώς πριν τις εθνικές εκλογές, σε συνδυασμό με τη μεθοδευμένη αναθεώρηση του Συντάγματος το 1985, την αποτυχία του ΠΑ.ΣΟ.Κ. να σχεδιάσει-εκπληρώσει ένα εκσυγχρονιστικό πρόγραμμα λόγω της οικονομικής λιτότητας και τα σκάνδαλα πολιτικής διαφθοράς είχαν ως απότοκο να πλήξουν την αξιοπιστία του κόμματος. Την κρίση συνέτεινε και η

¹³ Μ. Μενδρινού, «Εσωτερική πολιτική 1981-1990», στο Ν. Βαρδιάμπασης & Σ. Ριζάς (επιμ.) *Ιστορία των Ελλήνων*, Τόμος ΙΔ', Δομή, Αθήνα 2006, σελ. 291-292.

σταδιακή αποδυνάμωση του δίπολου «Δεξιάς – Αντιδεξιάς» καθώς και έκτακτες καταστάσεις (π.χ. τρομοκρατικές ενέργειες κ.α.)

Τα όλο πιο διογκούμενα προβλήματα συνετέλεσαν τελικά στην αλλαγή των συσχετισμών δυνάμεων και στη συνεργασία της κομμουνιστογενούς Αριστεράς με τη Δεξιά, διεκδικώντας μια ηθικού τύπου απαίτηση, την «Κάθαρση». Οι αλληπάλληλες εκλογικές αναμετρήσεις τον Ιούνιο και τον Νοέμβριο του 1989, καθώς και τον Απρίλιο του 1990, θα επιτρέψουν την ανάκαμψη της Ν.Δ.¹⁴.

Εκφάνσεις της πολιτικής συμπεριφοράς ως προς τη λειτουργία της πολιτικής αφίσας 1974-1990

Μέσα σε αυτήν την περίοδο, η **πολιτική επικοινωνία** ξεκίνησε να κάνει τα πρώτα βήματά της. Η δημοκρατική διαπάλη των πολιτικών κομμάτων για την ένταξή τους στο κοινοβούλιο τα οδήγησε σε μια ισόρροπη πολιτική συνεκτίμηση της επικοινωνίας ως απαιτούμενου στοιχείου της ύπαρξής τους. Η εισαγωγή και χρήση αμερικανικών επικοινωνιακών τεχνικών (κυρίως από τα δύο μεγάλα κόμματα, ΠΑ.ΣΟ.Κ. και Ν.Δ.) θα καταστούν τελικά απαραίτητα εργαλεία για την αποτελεσματική διαχείριση των ανησυχιών των νέων πολιτικών υποκειμένων.

Δεδομένης, λοιπόν, της παράλληλης πολιτικής έκρηξης, η ιδεολογική μάχη δεν θα αργήσει να διαφανεί και στον τομέα της πολιτικής επικοινωνίας και ειδικότερα στην πρακτική της αφισοκόλλησης. Πολύ πριν από τις μάχες εντυπώσεων στα «μεταμοντέρνα» μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τις τηλεοπτικές κόντρες και τις προεκλογικές πολιτικές διαφημίσεις στα κανάλια, οι «κλασσικοί» δρόμοι της πόλης και του χωριού αποτελούσαν το πεδίο μάχης ανάμεσα στους κομματικούς φορείς για το ποιος θα κυριαρχήσει ιδεολογικοπολιτικά. Οι «οδομαχίες» τη δεκαετία του '80 ήταν ένα σύνηθες φαινόμενο, είτε με «κόντρα αφισοκόλληση», δηλαδή τις επάλληλες επικολλήσεις αφισών, είτε με συμπλοκές μεταξύ αφισοκολλητών.

Η πρακτική της αφισοκόλλησης στη διάρκεια της Χούντας ήταν παράνομη και η παραβίαση της απαγόρευσης οδηγούσε μέχρι και σε 20 χρόνια φυλάκιση. Αντίθετα, στα πρώτα χρόνια της μεταπολίτευσης η αντιμετώπιση της αφίσας διακρίνεται από ανεκτικότητα. Το κυνηγητό σταμάτησε από την αστυνομία κατά την περίοδο της διακυβέρνησης Καραμανλή, ενώ ο Ν. 1491/84 επί ΠΑ.ΣΟ.Κ. οριοθετεί την κατάσταση.

Η μάχη της αφίσας

- Η πολιτική αφίσα, ως μέσο επικοινωνιακής έκφρασης των πολλών νέων κομματικών σχημάτων, προκρίνεται ως το πιο άμεσο και διεισδυτικό όργανο και καθίσταται αναγκαίο συστατικό της συσχέτισης μεταξύ κομμάτων και πολιτών σε διπλό επίπεδο: α) διαφημίζει τις θέσεις του κόμματος και β) οδηγεί σε μια συγκρότηση κομματικού στελεχικού δυναμικού από τα κάτω.

¹⁴ Μ. Μενδρινού, «Εσωτερική πολιτική 1981-1990», στο Ν. Βαρδιάμπασης & Σ. Ριζάς (επιμ.) *Ιστορία των Ελλήνων*, Τόμος ΙΔ', Δομή, Αθήνα 2006, σελ. 295-308.

- Αντίθετα, με τις κομματικές διαφωνίες εντός κοινοβουλίου που είναι ελεγχόμενες και λειτουργούν υπό ένα πλαίσιο μίνιμουμ συναίνεσης, στο επίπεδο του «δρόμου» υπάρχει όξυνση, σε τέτοιο βαθμό, που παίρνει τα χαρακτηριστικά μάχης. Η μαζικότητα των κομματικών οπαδών και ο ζήλος που επιδεικνύουν σε πολιτικές και παραπολιτικές δραστηριότητες, μπορεί να ερμηνευθεί και ως οπαδοποίηση της πολιτικής ζωής.
- «Μπαντιέρα και γροθιά» είναι η φράση που χρωματίζει την αγωνιστική δράση των αφισοκολλητών, με αποκορύφωμα τους τραμπουκισμούς μεταξύ διαφορετικών κομματικών ομάδων, έτσι όπως περιγράφονται με αναφορές στον Τύπο της εποχής. Η συνήθης πρακτική-κινητοποίηση ήταν η εξής: βραδινές εξορμήσεις στους δρόμους για επικόλληση της «δικής μας» αφίσας πάνω στην αφίσα του πολιτικού μας αντιπάλου, που με τη σειρά του ο πολιτικός αντίπαλος, για να μην ντροπιαστεί, πρέπει να απαντήσει με το ίδιο νόμισμα.
- Ειδικότερα, πριν από προεκλογικές συγκεντρώσεις, ο χώρος γύρω από τον τόπο ομιλίας του πολιτικού αρχηγού ήταν αναγκαίο να υπενθυμίζει τον κομματικό φορέα από τον οποίο διοργανωνόταν, παίζοντας μεγάλο ρόλο έτσι τα λεγόμενα «σεντόνια» αφισών πάνω από άλλες αφίσες. Το διακύβευμα είναι η συμβολική **κατίσχυση** στη **δημόσια σφαίρα** και στο **δημόσιο χώρο** με κάθε τίμημα, ακόμη και αν οι προεκλογικές αναμετρήσεις εξελίσσονται για το λόγο αυτό σε θρίαμβο της ρύπανσης, αν συνυπολογίσουμε τα συνθήματα στους τοίχους και την άκρατη ρίψη φέιγ βολάν.
- Η αφίσα, συνήθως, εκτυπωνόταν σε χαρτί διαστάσεων 50x70 εκ., με το μήνυμα κατά κανόνα να βρίσκεται σε κατακόρυφη θέση (χωρίς να λείπουν όμως και οριζόντιες)¹⁵. Η **νοηματική διάχυση** της εικόνας στο κοινό γίνεται μέσω: α) ενός κεντρικού συνθήματος, β) του χρώματος που έχει ταυτιστεί με τον πολιτικό φορέα και γ) της επίδειξης του προσώπου του κομματικού αρχηγού, με αποτέλεσμα να υπάρχει εύνοια της προσωπολατρίας και συμβολικός εγκλιματισμός του ακροατηρίου σε προσωποπαγείς δομές.
- Οι αφίσες που βρίσκονται μέσα σ'ένα classeur στο αρχείο Πολιτικών Αφισών του Εργαστηρίου είναι μέρος της προεκλογικής καμπάνιας των κομμάτων ενόψει των ευρωεκλογών της 17^{ης} Ιουνίου 1984. Τρία έτη μετά τη χρονιά της «Αλλαγής» και ένα πριν από τις βουλευτικές εκλογές της 2^{ας} Ιουνίου 1985, το μήνυμα των αφισών και το αποτέλεσμα των εκλογών κατά κάποιο τρόπο αποτέλεσαν προμήνυμα της επικείμενης πολιτικής αναμέτρησης¹⁶. Ενδιαφέρουσα από άποψη εκφοράς λόγου αποτελεί η κατεξοχήν εστίαση σε υπεραπλουστευμένα **πολωτικά σχήματα** και **ζητήματα** που αφορούσαν το εσωτερικό της χώρας. Ο προεκλογικός αγώνας των κομμάτων για το Ευρωκοινοβούλιο απέιχε παρασάγγας από την πολιτική της Ελλάδος στο πλαίσιο της Ε.Ο.Κ., που θα έπρεπε να είναι το κυρίως περιεχόμενο των εκλογών.

¹⁵ Αρχαιοτάξιο, τ.15, Σεπτέμβριος 2013, σελ. 63-66

¹⁶ Π. Κουστένης, «Ευρωεκλογές», στο Β. Βαμβακάς, & Π. Παναγιωτόπουλος (επιμ.) *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80*, Το Πέρασμα, Αθήνα 2010, σ. 214-215.



Ένα δείγμα πακτωμένων αφισών της δεκαετίας του 1980

- Το μήνυμα των συγκεκριμένων αφισών και ο τρόπος με τον οποίο είναι κολλημένες δεν ξεπερνούν τον εφήμερο χαρακτήρα τους. Αν ειδωθούν όμως ως **ίχνη** μιας άλλης **εποχής**, έντυπα αποδεικτικά στοιχεία του παρελθόντος και τεκμήρια μιας υπερφορτισμένης πολιτικής κουλτούρας κατέχουν πλέον ιστορικά ποιοτικά γνωρίσματα, τα οποία είναι σε θέση να βοηθήσουν στην εξέταση και ανάλυση αυτής της εποχής από έναν μελλοντικό ερευνητή.

Η εμφάνιση της αποϊδεολογικοποίησης

Τα χρόνια από το 1974 έως το 1990 αποτέλεσαν μια σχετικά ομαλή πολιτική περίοδο, όσον αφορά στη νεότερη ιστορία της Ελλάδος. Η εμπέδωση της δημοκρατίας, η σταθεροποίηση του κοινοβουλευτισμού, η διαμόρφωση ενός σταθερού κομματικού συστήματος και η απαλλαγή σε ικανοποιητικό βαθμό από τα μετεμφυλιακά συμπλέγματα κατάφεραν να απελευθερώσουν ένα κοινωνικό δυναμικό που απαιτούσε τη θεσμοποίηση του εκδημοκρατισμού ήδη από τη δεκαετία του '60, αλλά που η πορεία

του διακόπηκε βίαια από τη δικτατορία. Παρόλα αυτά, η ομαλοποίηση της πολιτικής ζωής δεν απέφυγε συνθήκες ανταγωνισμού¹⁷.

Η έντονη πόλωση του κομματικού συστήματος και η έκρηξη της πολιτικής συμμετοχής φτάνουν στο απόγειο τους κατά την περίοδο 1984-85, όπου και σταδιακά αρχίζουν να ξεθυμαίνουν μέχρι και τις εκλογές του 1989-90. Σε αυτήν την περίοδο, οι επικοινωνιακές τακτικές των κομμάτων αναλαμβάνονται κυρίως από άτομα που δεν είναι επαγγελματίες αλλά έχουν εμπειρία, π.χ. στο στήσιμο μιας συγκέντρωσης ή στο ρόλο τους ως οδηγητές γνώμης¹⁸.

Το διάστημα 1990-2000 με την εμφάνιση της ιδιωτικής τηλεόρασης, τη συνακόλουθη επέλαση των Μ.Μ.Ε., τα πολιτικά σκάνδαλα, τις ανακατατάξεις στο εσωτερικό των κομμάτων, την προμηνυόμενη ένταση στην Ο.Ν.Ε. και την έκρηξη του ατομικισμού (που ήδη συντελούντο από το 1980) οι «μάχες» διεξάγονται μέσα σε μια πιο εξευγενισμένη φόρμα. ΠΑ.ΣΟ.Κ. και Ν.Δ. ανασυστήνονται στους πολίτες. Η μεταστροφή των τάσεων και των αξιών συμβαίνει μακρόσυρτα, σκάβοντας βαθιά το υπέδαφος για την αλλαγή των επικοινωνιακών τακτικών και γενικά του πολιτικού φαινομένου. Η επικοινωνιακή διάσταση από το 2000 και ύστερα μετέρχεται ενός πρωτότυπου αλλά και πιο αντιφατικού είδους πολιτικού λόγου απ' ό,τι στην περίοδο της πρώιμης μεταπολίτευσης.

Στο μεταξύ οι προεκλογικές δραστηριότητες των κομμάτων το 2000 μοιάζουν να μην έχουν την ανάλογη ένταση με εκείνων της δεκαετίας του 1980. Οι συγκεντρώσεις κάτω από το προεκλογικό μπαλκόνι, οι πρωτόλειες τηλεοπτικές καλύψεις τους, η κομματική στράτευση, η επαφή αρχηγού και οπαδών και η άκρατη χρήση αφισών ήταν τα χαρακτηριστικά μιας πολιτικής φάσης, η οποία ήταν σε θέση να κινητοποιήσει, να καλέσει και να ενθουσιάσει τους πολίτες. Άλλωστε τούς παρείχε έναν τρόπο συναισθηματικής εκτόνωσης εντός δημοκρατικού πλαισίου, που ήταν ματαιωμένο για πολλά χρόνια.

Η αποκρυστάλλωση των νέων τάσεων μπορεί να εντοπισθεί, ίσως κάπως αυθαίρετα, σε τρία επίπεδα: α) στη σχετική αποστασιοποίηση από το παρελθόν, β) στη συμβολική ή και εννοιολογική αποφόρτιση της ιδεολογίας και γ) στην εύπεπτη κατανάλωση ενός μηνύματος, αντίστοιχη μιας εμπορικής διαφήμισης. Επιδιώκοντας μια συνοπτική αλλά όσο το δυνατόν πιο πλήρη εξέταση του συγκεκριμένου πολιτικού και επικοινωνιακού πλαισίου, η παρουσίαση θα προχωρήσει: α) σε μια εξέταση του κοινωνιολογικού και σημειολογικού υποβάθρου της εποχής και β) σε μια ενδεικτική και επιμερισμένη προσέγγιση ορισμένων πολιτικών αφισών.

Α) Κοινωνιολογικό και σημειολογικό υπόβαθρο

Δρομολογούμενη κατ' αυτόν τον τρόπο, η νέα μιντιακή κατάσταση μειώνει τη σημασία της πολιτικής αφίσας, ως απτού και άμεσου υλικού, και σχεδόν αναπόφευκτα την οδηγεί σε δεύτερη μοίρα εντός της δημόσιας σφαίρας, καθώς η πρωτοκαθεδρία ανήκει πλέον στην **τηλεόραση**. Οι ανταγωνιστικότερες συνθήκες της μάχης της αφίσας και των προεκλογικών συγκεντρώσεων δίνουν τη θέση τους στις πιο εκλεπτυσμένες

¹⁷ Γ. Βούλγαρης, *Η Ελλάδα της Μεταπολίτευσης 1974-1990*, Θεμέλιο, Αθήνα 2001, σελ. 25-56.

¹⁸ Α.-Ι.Δ. Μεταξάς, *Πολιτική επικοινωνία*, Σάκκουλας, Αθήνα 2001, σ. 39.

μορφές των τηλεοπτικών πολιτικών διαφημίσεων και του **ντιμπέιτ**, ενός προκανονισμένου διαλόγου.

Εξ ορισμού, η προνομιακή θέση της τηλεόρασης μέσα στην ιδιωτική-οικογενειακή σφαίρα παρέχει τη δυνατότητα σε μια **διαμεσολαβημένη οιονεί αλληλόδραση**¹⁹. Ως εκ τούτου, δε χρειάζεται ο πολίτης πλέον σε προεκλογικές περιόδους να βρίσκει θέση σε πλατείες και δρόμους, αφού μπορεί να βρεθεί με τον πολιτικό μέσω της τηλεόρασης. Υπό αυτό το πρίσμα όμως, ο παραγωγός του πολιτικού λόγου δεν μπορεί να υποχρεώσει τον αποδέκτη σε συνεχή παρακολούθηση του αλλά ούτε ο αποδέκτης να συνδιαλεχθεί με τον πολιτικό. Σε σχέση με αυτό, φαίνεται πως η τηλεόραση προέκτεινε και στερέωσε μια δομική αλλαγή στη φύση του δημόσιου λόγου. Τα ήρεμα, σε στυλ, μηνύματα βρίσκουν θετικότερη ανταπόκριση στο πολιτικό ακροατήριο σε αντιδιαστολή με τα συναισθηματικά φορτισμένα της προηγούμενης δεκαετίας.

Η αφίσα όμως δεν εξαφανίζεται. Διαλεκτικά κινούμενη, έχει δια-περάσει το μιντιακό χώρο. Οι αφίσες συνυπάρχουν και αξιοποιούνται συμπληρωματικά στην άρθρωση του νέου πολιτικού και επικοινωνιακού συστήματος και ειδικότερα από τα πιο μικρά κόμματα που δεν έχουν τα οικονομικά μέσα να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις των τηλεοπτικών πολιτικών σποτ. Κάποιοι προεκλογικές τηλεοπτικές διαφημίσεις μπορούν να θεωρηθούν κάπως αφαιρετικά ως **αφίσες «εν κινήσει»**. Απλά τώρα τοποθετούνται σε έναν ασφαλή χώρο, αυτόν της τηλεόρασης, όπου δεν γίνεται το ένα κόμμα να υπερκαλύψει το άλλο, να κατισχύσει συμβολικά όπως και στους τοίχους της πόλης. Επιπλέον, η πλειονότητα των προεκλογικών αφισών περιορίζεται στην προβολή προσώπων και συμβόλων.

Από τις αφίσες του 2000 (όπου υπήρξε η δυνατότητα για μελέτη) εκλείπει σχεδόν απ'όλους τους πολιτικούς φορείς η **αρνητική διαφήμιση**, με εξαίρεση κάποια περιθωριακά κόμματα. Η εν λόγω εύκολη και αποτελεσματική τακτική δεν έχει βέβαια χαθεί. Εξακολουθεί να χρησιμοποιείται στα τηλεοπτικά σποτ, χωρίς να κατέχει όμως το δυσανάλογο μέρος της κομματικής εκστρατείας, όπως αυτό συνέβη στις δεκαετίες 1980 και 1990.

Η μετάβαση από την αφίσα στην τηλεόραση ίσως ενέχει και κάποιο πιο ποιοτικό, πιο κρίσιμο χαρακτηριστικό. Η κομματική στράτευση της βάσης, έτσι όπως διαμορφώθηκε τη δεκαετία του 1980 μέσα από την πρακτική της αφισοκόλλησης, τείνει να χαλαρώσει. Η πρώτη δημοκρατική μεταπολιτευτική φάση (1974-1990), λόγω και του πολιτικού δυναμικού που απελευθέρωσε, είχε ανάγκη από τη ριζοσπαστικοποίηση και τη μαχητική στράτευση των μαζών. Μοιάζει η ριζοσπαστικότητα του λόγου κατά την πρώτη μεταπολιτευτική περίοδο να είναι εγγενής του πολιτικού συστήματος, άρα να αυτοαναιρείται²⁰.

Πλέον ο στόχος δεν είναι αυτός, ούτε τα διλήμματα, οι απορίες και οι αγωνίες του 1980 ίδια με του 2000. Σταδιακά έχει επέλθει ένας μετριασμός της ιδεολογικοπολιτικής πόλωσης και μια κάποια σύγκλιση, όσον αφορά τα δυο μεγάλα κόμματα. Καλύτερη αποτύπωση δεν θα μπορούσε να φανεί εκτός από την επίκληση μιας συνθηματολογίας ενωτικής λογικής εκ μέρους των ΠΑ.ΣΟ.Κ. και Ν.Δ.

¹⁹ Τ. Τόμσον, *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*, Παπαζήσης, Αθήνα 1999, σ. 147-149.

²⁰ Β. Βαμβακάς, *Εκλογές και επικοινωνία στη μεταπολίτευση, Πολιτικότητα και θέαμα*, Σαββάλας, Αθήνα 2006, σ. 75.

Τα κείμενα των πολιτικών αφισών (όπως και οι προεκλογικές διαφημίσεις) δεν είναι και δεν μπορούν να είναι πλέον ιδεολογικά φορτισμένα. Δεν γίνεται να αντιτίθενται στο υπάρχον πολιτικό σύστημα αλλά πρέπει να συμμορφώνονται στις απαιτήσεις μια εποχής, που διέπεται από τον καταναλωτισμό. Φαντάζει, λοιπόν, επόμενο ο μετριασμός της πόλωσης προς χάριν της στρογγυλοποίησης του λόγου να είναι απαραίτητος, ώστε να δημιουργηθεί η ανάγκη για την "κατανάλωσή" του²¹.

Σε συνάρτηση με αυτό το γεγονός, κατεξοχήν μέριμνα της αφίσας είναι η έντεχνη ανάδειξη του προφίλ και του στυλ των υποψηφίων βουλευτών. Το επικοινωνιακό ενδιαφέρον εντοπίζεται στο να εμφανιστούν συμπαθείς και «κοντά» στους πολίτες. Το πολιτικό, άλλωστε, δεν μένει μακριά από τη γοητεία και οι κανόνες των Μ.Μ.Ε. συντάσσονται με την προσωποποιημένη κοινωνία. Η προσπάθεια αυτή δεν διακρίνεται για το νεωτερισμό της, μιας και είναι αμερικανόφερτη πρακτική, εγκιβωτισμένη σε κανόνες οιονεί πολιτικού μάρκετινγκ. Το πολιτικό προσωπικό κατεβαίνει από την απόμακρη θέση μιας μεταφυσικής ανωτερότητας σε σχέση με τους απλούς πολίτες, μετασχηματίζοντας την αλληλεξάρτησή του με την κοινωνία και την πολιτική εντός της μεταμοντέρνας κατάστασης.

Προς την ίδια κατεύθυνση συμβάλλει κι η **εξατομίκευση**. Η μονοκρατορία του χαρισματικού ηγέτη δίνει τη θέση της σε μια πολλαπλότητα πολιτικών που αναζητούν την εμπιστοσύνη από το κοινό, αξιώνοντας να επιβεβαιώσουν της σχέση τους με το χώρο που είναι προς "κατάκτηση", δηλαδή τα μεσαία στρώματα. Η διαλλακτική και **οικεία ρητορεία** μεταξύ των αντιπάλων είναι αυτό που αποζητούν και παίρνουν οι ψηφοφόροι-τηλεθεατές²². Ειρωνικές είναι οι τεχνικές Photoshop, που σκοπό έχουν να εξωραϊσουν αισθητικά την εικόνα του πολιτικού, (μερικές φορές όμως με υπερβάλλοντα ζήλο, π.χ. αφίσα Κ. Σημίτη χωρίς τις χαρακτηριστικές ελιές του προσώπου του) καθώς και η συμμετοχή των πολιτικών σε talk shows, με σοβαρές συνέπειες όσον αφορά τη μελλοντική καταρράκωση του κύρους τους²³.

Β) Επιμέρους ανάλυση



- Το **ΠΑ.ΣΟ.Κ.** μονοπωλεί το χρώμα που κυριαρχεί στην αφίσα, δηλαδή το πράσινο.
- Το ευρωπαϊκό πρόταγμα είναι το διακύβευμα για το ΠΑ.ΣΟ.Κ. Στο δεξιό περιθώριο της εικόνας συμβολίζεται η ένωση της Ελλάδας με την Ευρώπη. Το «μέλλον» επισημαίνει το παραπάνω.
- Ενωτικός λόγος. Απευθύνεται σε «όλους», όπου «μαζί» με τον υποψήφιο βουλευτή και κατά συνέπεια με τον πολιτικό φορέα θα κατακτήσουν ένα αδιόρατο μέλλον.
- Η παρακαταθήκη του υποψήφιου -ειλικρίνεια, γνώση, προοπτική- εμφανίζεται ως χειρόγραφη υπογραφή.

²¹ Β. Βαμβακάς, ό.π., σ. 75.

²² Σ. Παπαθανασόπουλος, «Τηλεόραση και εκλογές στην Ελλάδα τη δεκαετία του 1990-2000», στο Ν. Δεμερτζής (επιμ.) *Η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα*, Παπαζήσης, Αθήνα 2002, σ. 52.

²³ Α.-Ι.Δ. Μεταξάς, *Προεισαγωγικά για τον πολιτικό λόγο, δεκατέσσερα μαθήματα για το στυλ*, Σάκκουλας, Αθήνα 2001, σ. 157.

- Το πρόσωπο του υποψήφιου υπερδιακρίνεται σχεδόν στα $\frac{3}{4}$ της αφίσας.
- Ενδιαφέροντα στοιχεία αποτελούν τα σημεία που μπορεί να βρει κανείς τον υποψήφιο και που φανερώνονται στην κάτω άκρη της αφίσας, με διακριτική γραμματοσειρά. Η γνωστοποίηση διευθύνσεων, τηλεφώνων, email ακόμα και της πρώιμης για την εποχή χρήση ιστοσελίδας συνιστούν δείγματα αμεσότητας που θέλει να προσδώσει στον τρόπο επικοινωνίας του, ο υποψήφιος βουλευτής με τους ενδεχόμενους ψηφοφόρους του.



- Το σύνθημα της **Ν.Δ.** είναι το φετίχ της. Όπως σε μια λογική διαφήμισης²⁴, έτσι και εδώ αυτό που προσφέρει προς κατανάλωση («Υπάρχει καλύτερη Ελλάδα και τη θέλουμε!») είναι μία απλή υπόσχεση, μια διαβεβαίωση.
- Ένας γενικά αόριστος α' πληθυντικός καλεί όλους, χωρίς διαχωρισμούς.
- Το πρόσωπο του Κ. Καραμανλή είναι αριστερά τοποθετημένο, με σκοπό να «διαβάζεται» πρώτο. Καλύπτει σχεδόν όλη την αφίσα.
- Τα μπλε και γαλάζια χρώματα του υπόβαθρου έχουν διπλό σκοπό: 1) ως χρώματα έχουν την τάση συμβολικά να δηλώνουν τη δύναμη και την εμπιστοσύνη και 2) τα χρώματα του κόμματος ταιριάζουν με αυτά της ελληνικής

σημαιοί, δηλώνοντας υπόρρητα τη σύνδεση του κόμματος με τη χώρα.

- Το «Νέο ξεκίνημα!» μοιάζει να είναι η προσ-υπογραφή του προσώπου τώρα για ένα επιτυχές αύριο, εν είδη προφητείας.
- Υπάρχει το brand name, αλλά δεν εμφανίζεται το σύμβολο του κόμματος (χέρι που κρατάει τον πυρσό). Σε αυτό συνέβαλε η προσπάθεια για απογύμνωση από φορτισμένα ιδεολογικά σύμβολα.

²⁴ Ζ. Μπωωντριγιάρ, (2000) *Η καταναλωτική κοινωνία*, Νησίδες, Αθήνα 2000, σελ. 150-152.



- Η ρητορική του **Κ.Κ.Ε.** εμμένει σε λόγο ανατρεπτικό εξαιτίας της μαρξιστικής-λενινιστικής ιδεολογίας και ρητορείας του.
- Κεντρική θέση στην αφίσσα κατέχει το σήμα του κόμματος. Ίση έκταση κατέχει όμως και το σύνθημα «Μπορείς!» καθώς και το πολιτικό υποκείμενο στους οποίους απευθύνεται, τους καθημερινούς ανθρώπους, που όπως διακρίνεται από την εικόνα παίρνουν μέρος σε διαδήλωση. Δυνητικά απευθύνεται σε «έναν από εμάς».
- Η αλυσίδα, που εδώ λειτουργεί υπομνηματιστικά, αποτελεί δηλωτική έκφραση της αντίστοιχης κινηματικής πρακτικής.
- Σημειολογικά, ο σχηματισμός αλυσίδας μεταξύ των ανδρών συνδιαλέγεται με τον υπερτονισμό του Κ.Κ.Ε. ως «ισχυρό».
- Το μήνυμα που θέλει να περάσει η αφίσσα είναι πως μόνο με την ισχυροποίηση του κόμματος της πρωτοπορίας θα μπορεί να είναι ισχυρός και ο λαός, εξού και το logo βρίσκεται ακριβώς πάνω από τους διαδηλωτές.



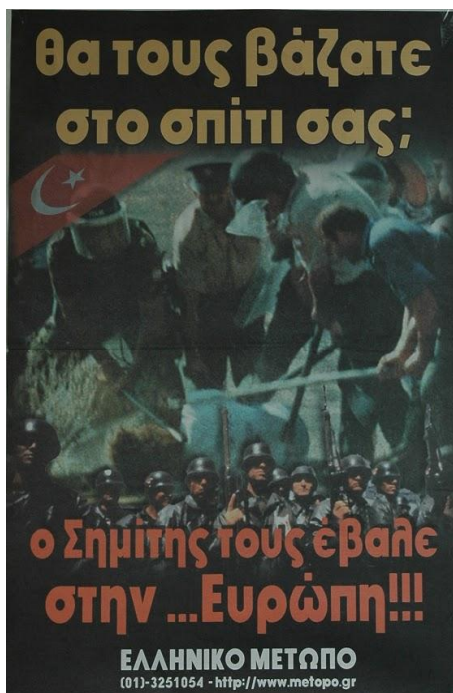
- Χωρίς κάποιο ιδιαίτερο εικονολογικό στοιχείο η αφίσσα του **Συνασπισμού**, πέρα από το logo του κόμματος.
- Έμμεση κριτική, άρα εξευγενισμένη αρνητική διαφήμιση απέναντι στα δυο μεγάλα κόμματα. Αφενός, στοχοποιεί το κατεχοχόν κόμμα της Δεξιάς, δηλαδή τη Ν.Δ. και αφετέρου, εγκαλεί το ΠΑ.ΣΟ.Κ. για δεξιά ιδεολογική μετατόπιση.
- Το παιγνιώδες βρίσκεται στο πλαισίσωμα του «ΔΕΞΙΑ» από πράσινο χρώμα, κάτι που μοιάζει αντιφατικό αν αναλογιστεί κανείς με ποιο χρώμα είναι ταυτισμένη η δεξιά παράταξη.
- Είναι χαρακτηριστική η υπαρξιακή αγωνία του Συνασπισμού. Με τη φράση

«ΑΠΟΦΑΣΙΣΕ ΑΡΙΣΤΕΡΑ» συσχετίζεται το κόμμα με την ηθικά σωστή επιλογή, εφόσον θέλει κάποιος να ψηφίσει πραγματικά αριστερά. Αποτελεί όμως και δείγμα του πως ο φορέας χειρίζεται επικοινωνιακά την πολιτική του: καλεί σε

ψήφο διαμαρτυρίας, αφήνοντας αναπάντητο το ερώτημα το τι θα μπορούσε να προτείνει ο Συνασπισμός αν ήταν ένα κόμμα εξουσίας.



- Χωρίς έμπνευση η αφίσα του **ΔΗ.Κ.ΚΙ.** Η αισθητική του παραπέμπει σε αφίσες ΠΑ.ΣΟ.Κ. δεκαετίας 1980, όπως και το σύνθημα «Πολιτική για τον άνθρωπο!».
- Το πρόσωπο του αρχηγού καλύπτει κάτι παραπάνω από το μισό μέρος της αφίσας.
- Μεσσιανικού τύπου η προοπτική συνέχιση της αφίσας με το τέχνασμα του φωτεινού μονοπατιού και η συμπαραβολή του με τον Δ. Τσοβόλα.



- Φορτισμένη ιδεολογικά η αφίσα του **Ελληνικού Μετώπου**.
- Απευθύνεται στο συναίσθημα, έχοντας ως επίδικο την ασφάλεια και την ξενοφοβία.
- Απεικονίζεται η στιγμή της δολοφονίας του Ελληνοκύπριου διαδηλωτή Τάσου Ισαάκ το 1996 στα κατεχόμενα από αντιδιαδηλωτές Τουρκοκύπριους και αστυνομικούς του ψευδοκράτους.
- Η αφίσα εξάπτει τα εθνικιστικά αντανάκλαστικά, παρομοιάζοντας τους αστυνομικούς με ένα στρατό που βρίσκεται σε παράταξη.
- Ιδιαίτερο στοιχείο αποτελεί και εδώ η χρήση ιστοσελίδας και τηλεφώνου.

Αντί Επιλόγου

Η αιτιώδης συνάφεια με τα παραπάνω βρίσκεται στο πνεύμα της εποχής. Οι κοινωνικοί παράγοντες που καθορίζουν αποφασιστικά τη δημόσια σφαίρα και σχετίζονται με τις νέες συνθήκες του lifestyle, της κατανάλωσης, του ναρκισσισμού και του ευδαιμονισμού, αποτελούν τη βάση της μετατόπισης. Σημαίνουν όλα αυτά πράγματι αποϊδεολογικοποίηση; Μήπως η ιδεολογία ενυπάρχει αλλά σε μια πιο ήπια μορφή, κρυμμένη στις αισθητικές διαφορές; Φαίνεται πως η στράτευση των μαζών τη δεκαετία του '80 και η επακόλουθη αποϊδεολογικοποίηση δεν αντιτίθενται, αλλά είναι οι δύο όψεις του ίδιου πολιτικού νομίσματος.

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

Αρχαιοτάξιο, τ.15, Σεπτέμβριος 2013.

Βαμβακάς, Β., (2006) *Εκλογές και επικοινωνία στη μεταπολίτευση: πολιτικότητα και θέαμα*. Αθήνα: Σαββάλας.

Βούλγαρης, Γ., (2001) *Η Ελλάδα της Μεταπολίτευσης 1974-1990*. Αθήνα: Θεμέλιο.

Κλογκ, Ρ., (1999) *Σύντομη Ιστορία της Νεότερης Ελλάδας*. Μτφρ. Χ. Φουντέας. Αθήνα: Καρδαμίτσας.

Κουστένης, Π., «Ευρωεκλογές», στο Βαμβακάς Β. & Παναγιωτόπουλος Π. (επιμ.) (2010) *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80*. Αθήνα: Το Πέρασμα.

Μενδρινού, Μ., «Εσωτερική πολιτική 1981-1990», στο Βαρδιάμπασης Ν. & Ριζάς Σ. (επιμ.) (2006) *Ιστορία των Ελλήνων, Τόμος ΙΔ'*. Αθήνα: Δομή.

Μεταξάς, Α-Ι.Δ., (2001) *Πολιτική επικοινωνία*. Αθήνα: Σάκκουλας.

-----, (2001) *Προεισαγωγικά για τον πολιτικό λόγο, δεκατέσσερα μαθήματα για το στυλ*. Αθήνα: Σάκκουλας.

Μπωντριγιάρ, Ζ., (2000), *Η καταναλωτική κοινωνία*. Μτφρ. Β. Τομανάς. Αθήνα: Νησίδες.

Παπαθανασόπουλος, Σ., «Τηλεόραση και εκλογές στην Ελλάδα τη δεκαετία του 1990-2000», στο Δεμερτζής Ν. (επιμ.) (2002) *Η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα*. Αθήνα: Παπαζήσης.

Τόμσον, Τ., (1999) *Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*. Μτφρ. Γ. Καραμπίνη – Ν. Σώκου, Αθήνα: Παπαζήσης.

Τα 'Τετράδια Εργασίας 1', εκτυπώθηκαν το 2015, στο Εργαστήριο Πολιτικής Επικοινωνίας και Μέσων Ενημέρωσης, για να πλαισιώσουν την εκδήλωση της Πέμπτης 8 Ιανουαρίου, που έγινε στο κτήριο της οδού Αιόλου 42-44 & Κολοκοτρώνη, σε 100 αντίτυπα, εκτός εμπορίου.