

ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ
ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ ΤΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΥΠΟ
ΠΑΝΟΥ Χ. ΠΑΜΠΟΥΚΗ

I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τέ θέμα, ποὺ ἀπετελεῖ, τὸ ἀντικείμενο τῆς μελέτης τούτης, δηλαδὴ ἡ προπαγάνδα ὡς ὅπλο στὸν ἄγωνα τῶν Ἑλληνικῶν κομμάτων, ἀπαιτεῖ, γιὰ τὴν κατανόησή του, σύντομη ἐπισκόπιση τῆς οὐσίας καὶ τῆς ἀποστολῆς τῶν πολιτικῶν κομμάτων γενικά.

Τὰ σύγχρονα κόμματα ἀποτελοῦν—στὴν πολιτικὴ σημασίᾳ τῆς λέξης—«μαχητικὲς ὁργανώσεις»⁽¹⁾. Σκοπός τους εἶναι ἡ κατάληψη τῆς πολιτικῆς⁽²⁾ ἔξουσίας, ἢ ἀκοιβέστερα, ἡ ἀνιδός στὴν πολιτικὴ ἔξουσία μὲ τὴν ψῆφο τῶν ἑκλογέων. Ἄμεση, λοιπόν, ἐπιδίωξη τῶν συγχρόνων πολιτικῶν κομμάτων εἶναι ἡ κατάκτηση, ὅπως τὸ δυνατὸν εὑρούτερων, λαϊκῶν στρωμάτων καὶ ἰδίως ψηφοφόρων.

Στὸ σημεῖο τοῦτο ἀνάγκη νὰ τονιστεῖ ἡ ἀντινομία, ποὺ ὑφίσταται ἀνάμεσα στὴν οὐσία τῶν κομμάτων καὶ στὴν «τάση τους πρὸς τοὺς μεγάλους ἀριθμούς», ὅπως ὀνομάζεται ἡ τάση αὐτῆ⁽³⁾.

Δηλαδὴ τὰ κόμματα—ὅπως καὶ ἡ λέξη φανερώνει—ἀντιπροσωπεύουν διάφορα τμήματα ὡρισμένης κοινωνίας καὶ ὅχι διόκληη τὴν κοινωνία. Ἀποτελοῦν τὸ μέρος καὶ ὅχι τὸ ὅλον τῆς κοινωνίας pars καὶ ὅχι totum.

Ἐνῶ λοιπὸν δὲν εἶναι παρὰ τμήματα τοῦ κοινωνικοῦ συνόλου, τείνουν νὰ περιλάβουν στοὺς κόλπους τους διόκληη τὴν κοινωνία, γιατὶ ἔτοι θὰ φθάσουν στὸ σκοπό τους, τὴν ἄνοδο πρὸς τὴν πολιτικὴ ἔξουσία. Καὶ γιὰ νὰ τὸ ἐπιτύχουν εὑρούνουν τὶς προγραμματικές τοις ἀρχές, νομεύοντάς τες ἔτοι, ποὺ νὰ ἐλκύσουν μὲ τὸ μέρος τους περισσότερους ψηφοφόρους καὶ διαλαλοῦν ὑποκριτικά, ὅτι ἀντιπροσωπεύουν νὰ συμφέροντα δῆλης τῆς κοινωνίας, διόκληη τοῦ «λαοῦ» καὶ ὅχι μονάχα ἐνὸς ὡρισμένου κοινωνικοῦ στρώματος ἢ διμάδας, ὅπως πρωγματικὰ συμβαίνει.

Ἡ τάση αὐτὴ τῶν κομμάτων πρὸς τοὺς «μεγάλους ἀριθμούς» ἀντι-

1) Σαφέστατα τονίζει τὸ μαχητικὸ στοιχεῖο τῆς οὐσίας τοῦ κόμματος ὁ Wilhelm von Blume, die Bedeutung d. Parteien στὸ Händbuch d. Politik τόμ. I σελ. 316 ἐλ.

2) Kœlreuter, die politischen Parteien im modernen Staat, 1926 σελ. 9,

3) Robert Michels; Zur soziologie des Parteiwesens u.s.w., σελ. 17 ἐπ.

στοιχεῖ στὸ ἴδανικὸ τοῦ «ένιαίου κόμματος», ἐκείνου δηλαδή, ποὺ νὰ καλύπτει ὀλόκληρο τὸ κοινωνικὸ σύνολο. Ἡ ἀντίληψη τοῦ ένιαίου κόμματος ἔθεωρήθη ἄλλοτε χίμαιρα—«τὸ αἰώνιο ὅνειρο τῆς λαϊκῆς σκέψης»⁽¹⁾,—ποὺ δὲν θὰ ἐπραγματοποιεῖτο ποτέ.

Κι' ὅμως στὴν ἐποχή μας ἡ χίμαιρα τούτη ἔγινε πραγματικότητα, ὅπως συνέβη στὶς χῶρες ἐκεῖνες, ποὺ τὸ κράτος ἐταυτίσθηκε μὲ τὸ κόμμα καὶ συγκεκριμένως στὴ φασιστικὴ Ἱταλία, στὴ σοβιετικὴ Ρωσσία καὶ στὴ Γερμανία τοῦ Hitler χωρὶς νὰ ἐπιμείνουμε περισσότερο στὸ ζήτημα τοῦτο, ποὺ δὲν ἐνδιαφέρει ἀμεσα τὸ θέμα μας, διαπιστώνουμε, ὅτι στὴν ἐπίτευξη τοῦ σκοποῦ τους—τὴν κατάκτηση τῆς πολιτικῆς ἔξουσίας—τὰ κόμματα χρησιμοποιοῦν ὡς κυριώτερο ὅπλο τὴν προπαγάνδα.

Οὐ μόνον τὸ κυριώτερο, μὰ ἵσως καὶ τὸ μοναδικό, ποὺ διαθέτουν τὰ κόμματα γιὰ νὰ ἐπιτύχουν τὸν ἀντικειμενικὸ τους σκοπό. Ἀποτελεῖ ἡ προπαγάνδα *conditio sine qua non* τοῦ συγχρόνου κομματικοῦ μηχανισμοῦ. «Κάθε σύγχρονο πολιτικὸ κόμμα—γράφει ὁ Herbert Sultan στὴν κλασικὴ γιὰ τὸ σύστημα τῶν πολιτικῶν κομμάτων μελέτη του—ἀποτελεῖ σᾶν σύγχρονο κόμμα «σωματεῖο προπαγάνδας»⁽²⁾. Μὲ τὸ μέσο τῆς προπαγάνδας κατορθώνουν τὰ κόμματα—καὶ σ' αὐτὸ ἄλλωστε ἔγκειται ἡ ἀξία τους⁽³⁾ «νὰ συγκροτήσουν εἰς θεμέλιον δυνάμεως τὸν κανιορτὸν τῶν ἀτομικῶν θελήσεων», νὰ καταπολεμήσουν τὴν «ἀδράνεια τῆς μάζας»—ποὺ τόσα ἔχουν γριψτεῖ γι' αὐτὴν⁽⁴⁾,—γιατὶ πραγματικὰ «ἡ θετικὴ θέληση εἶναι ὑπόθεση τῶν λίγων ποὺ δροῦν πολιτικά, ἡ δὲ εὐρεῖα μάζα εἶναι ἀπλῶς ὑλικό, ποὺ πρέπει νὰ δργανωθεῖ, νὰ πειοθεῖ καὶ νὰ διδηγηθεῖ στὶς κάλπες»⁽⁵⁾.

Τὸ ζήτημα τῆς προπαγάνδας διαφωτίζεται, ἀν ἔχετάσουμε τὰ κόμματα ὅχι «ἐκ τῶν ἀνω», δηλαδὴ ἀπὸ τὴν ἀποψὴ τῆς δργάνωσης καὶ τοῦ σηστήματος, μὰ «ἐκ τῶν κάτω», δηλ. ἀπὸ τὴν ἀποψὴ τῆς ἐκλογικῆς μάζας, τοῦ συνόλου τῶν ἐκλογέων, ποὺ ἀνήκουν στὰ διάφορα κόμματα, γιατὶ ἡ ἐπίδραση καὶ τὸ ἀποτέλεσμα τῆς προπαγάνδας εἶναι ἀνάλογα μὲ τὴν ίδιοσύσταση τοῦ ἐκλογικοῦ στρώματος, ποὺ σ' αὐτὸ ἀπευθύνεται. Μὰ ποὺν ἀπ' αὐτὸ ἐπιβάλλεται νὰ γνωρίσουμε στὶς κύριες γραμμές τὸν ἐν' ἄλλο ζήτημα, τὴν κοινὴ γνώμη, ποὺ συνδέεται ἀρρηκτὰ μὲ τὴν κατανόηση τοῦ θέματός μας, γιατὶ ἡ προπαγάνδα δὲν ἀποτελεῖ παρὰ μέρος τοῦ «συμπλέγματος ζητημάτων»⁽⁶⁾, ποὺ λέγεται κοινὴ γνώμη.

Στὴν κοινὴ, τὴν ἀνεπιστημονικὴ ἀντίληψη εἶναι φιλομένη ἡ πρό-

1) Benedetto Croce, Grundlagen d. Politik, 1924 σελ. 23.

2) Zur Soziologie des Parteiensystems. Separat-Abdruck ἀπὸ Archiv für Sozialwiss u. Sozialpolitik. τόμος 55, τεῦχος 1, σελ. 97.

3) Σχετικὰ μὲ τὴν ἀξιολόγηση τοῦ κόμματος στὴ σύγχρονη πολιτικὴ ἡσωὴ ἵδε τὶς φωτεινὲς σκέψεις τοῦ Michels op. cit. σελ. VIII ἐπ.

4) Ἡδε κυρίως Michels op. cit. σελ. 58 ἐπ.

5) Richard Thoma στὸ Errinnerungsgabe für M. Weber II. σελ. 62,

6) Sultan op. cit. σελ. 124.

ληψη τῆς ἔνιαίας κοινῆς γνωμης. Πιστεύεται δηλαδή, ότι γιὰ ὠρισμένο ζήτημα μπορεῖ νὰ ὑπάρξει ἔνιαία καὶ δμοιόδιορφη γνώμη ὅλων τῶν κοινωνιῶν στρωμάτων καὶ τμημάτων. Ἡ ἀντίληψη αὐτὴ εἶναι τόσον ἐσφαλμένη ὅσον κι' ἔκείνη, ποὺ πιστεύει στὴν ὑπαρξη ἔνιαίας βούλησης τοῦ λαοῦ. Κοινὴ γνώμη δὲν ὑπάρχει, μὰ κοινὲς γνῶμες⁽¹⁾. Κάθε κοινωνικὸ τμῆμα ἔχει τὴν κοινή του γνώμη σχετικὰ μ' ἓνα ζήτημα, ἀνάλογα μὲ τὴν ἀποψη τοῦ ὑλικοῦ ἢ ἡδικοῦ συμφέροντος ἢ τῆς ἰδεολογίας, ποὺ συνδέει μεταξύ τους τὰ μέλη του. Ἡ κοινὴ γνώμη κυκλοφορεῖ σὲ ὠρισμένη μορφή: τὰ συνθήματα. Τοῦτα ἀποτελοῦν τὸ μέσον, ποὺ μ' αὐτὸ κάθε ὠρισμένο κοινωνικὸ τμῆμα προσπαθεῖ νὰ διαδώσει τὴν κοινή του γνώμη, νὰ τὴν κάμη γενικὴ κοινὴ γνώμη. Κι' ἐπειδὴ κάθε κοινωνικὸ στρῶμα ἐπιδιώκει τὸ ἕδιο, τότε μονάχα συμβαίνει νὰ φθάσουμε σὲ μιὰ «γενικὴ» κοινὴ γνώμη, ὅταν οἱ διαφορὲς τῶν μερικῶν κοινῶν γνωμῶν εἶναι ἐλάχιστες. Ὁ ἀγώνας περιορίζεται στὰ συνθήματα, ποὺ χρησιμοποιεῖ δργανωμένα ἢ προπαγάνδα. Ὡστε προπαγάνδα δὲν εἶναι τίποτ' ἄλλο, παρὰ «συστηματικὴ δργάνωση τοῦ ἀγώνα τῶν συνθημάτων, ποὺ ἐμφανίζουν τὶς ἀποκρυσταλλώσεις τῶν κοινῶν γνωμῶν κάθε κοινωνικῆς ὁμάδας».

II. ΧΑΡΑΚΤΗΡΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΚΛΟΓΙΚΗΣ ΜΑΖΑΣ

“Υστεορ’ ἀπὸ τῆς εἰσαγωγικὲς τοῦτες παρατηρήσεις, ποὺ θεωρήσαμε ἀναγκαῖο νὰ προτάξουμε στὴ μελέτη τοῦ κυρίου θέματός μας, θὰ ἔξετάσουμε 1) τοὺς τύπους τῶν ἐκλογέων καὶ τὰ ἴδιαίτερα χαρακτηριστικά τους ὡς ἐκλογικῶν ὁμάδων, καὶ 2) τὶς μορφές, ποὺ πέρονει ἢ προπαγάνδα τῶν κομμάτων στὴν Ἑλλάδα καὶ τὸν τρόπο, ποὺ ἐπιδρᾶ πάνω στοὺς διάφορους τύπους τῶν ἐκλογικῶν ὁμάδων.

Ἡ χαρακτηρολογικὴ ἐπισκόπηση τῆς ἐκλογικῆς μάζας στὴν Ἑλλάδα μᾶς παρουσιάζει τέσσαρες διαφορετικοὺς τύπους ἐκλογέων: τοὺς ἀπέχοντες, τοὺς ἀσταθεῖς, τοὺς ἀποκλειστικούς, καὶ τοὺς ὀπαδούς.

“Ἄς ἔξετάσουμε ἔχωριστὰ καθέναν ἀπὸ τοὺς τύπους αὐτούς.

α) Ἀ πέχοντες τοὺς ὀνομάζουμε ἔκεινους ἀπὸ τοὺς ἐκλογείς, ποὺ δὲν ἀσκοῦν τὸ ἐκλογικό τους δικαίωμα, ποὺ δὲν ψηφίζουν «κατ’ ἀρχήν».

Οἱ λόγοι τῆς ἀποχῆς ἀπὸ τὴν ἀσκηση τοῦ ἐκλογικοῦ τους δικαιώματος εἶναι διάφοροι. Μερικοὶ δὲν ψηφίζουν ἀπὸ ἔλλειψη πολιτικοῦ ἐνδιαφέροντος, ἀπὸ πολιτικὴ ἀναφοροδισία. Στὴν κατηγορία τούτη ὑπάγονται κι' ἔκεινοι, πού, ἀφοσιωμένοι στὴν ἐπιστήμη ἢ σ' ὥρισμένο ἐπάγγελμα, ποὺ ἐπιβάλλει περιορισμοὺς στὶς κοινωνικὲς καὶ προσωπικές τους σχέσεις, ὅπως λ. χ. τὸ δικαστικό⁽²⁾, παραξηγοῦν τὴν ἔννοια κι' ὑποτιμοῦν τὴν σημασία τοῦ

1) Ferdinand Toennies, Kritik der öffentlichen Meinung, 1922, s. 131.

“Ιδε ἐπίσης τὶς σχετικές παρατηρήσεις τοῦ H. Sultan sp, cit s. 124.

2) Σχετικὰ μὲ τὴ δεοντολογία τοῦ δικαστικοῦ λειτουργήματος ἔδει Theodor Sternberg, Einführung in die Rechtswissenschaft (1927) σελ. 175 ἐπ., ὅπου διαγράφεται μία κάποια ἀσκητικὴ ξωὴ τοῦ δικαστῆ “Ομως καὶ ἡ αὐστηρότερη ἐφαρ-

ἐκλογικοῦ δικαιώματος, γι' αὐτὸν καὶ θεωροῦν ἐπιβεβλημένο ν' ἀπέχουν ἀπὸ τίς ἐκλογές. "Αλλοι πάλι δὲν ψηφίζουν ἀπὸ τὴν ἀηδία, ποὺ τὸν προκαλεῖ ἡ δξύτητα τῆς κομματικῆς διαπάλης καὶ ὁ ἥθικός ἔεπεσμὸς τοῦ πολιτικοῦ κόσμου, γι' αὐτὸν καὶ αὐτοκαταδικᾶσσονται στὴν ἀναμονὴ μᾶς χίμαιρας — τὴν δημιουργία τοῦ «ἀρίστου» κόμματος,— ἢ τὴ βελτίωση τῶν πολιτικῶν μας ἥθῶν, χωρὶς ὅμως καὶ νὰ καθορίζουν τὸν «τακτοποὶ δάκτυλο», ποὺ θὰ ἐπιφέρει τὴ βελτίωση αὐτῆς. Καὶ μὲ τὴ σκέψη, ὅτι ὅπου καὶ νὰ δοθεῖ ἡ ψῆφος τους δὲν πρόκειται πάντως νὰ μεταβάλλει τὸ ἐκλογικὸ ἀποτέλεσμα — ποὺ πολλὲς φορές, κατὰ τὴν ἀντίληψη τους, εἶναι προσδιορισμένο «ἐκ τῶν προτέρων» ἀπὸ τὸ κόμμα ποὺ κυβερνᾷ — μὲ τὴ σκέψη τούτη προσχωροῦν στὴν τάξη τῶν ἀπεχόντων, ἔχοντες ἥφεμη τὴ συνείδησή τους, ὅτι αὐτοὶ τοῦλάχιστον δὲν συνεργοῦν σὲ μιὰ κακοήθεια, ὅπως εἶναι κατὰ τὴν γνώμη τους δλόκληρη ἡ ἐκλογικὴ διαδικασία. Καὶ τὸ γεγονὸς ὅτι δὲν ἔχουν νὰ περιμένουν τίποτε ἀπὸ τὴν πολιτική, ὅτι δὲν ἐπιδιώκουν νὰ ἐπιτύχουν κάτι μέσον τῆς πολιτικῆς, γιατὶ τὰ ἀτομικὰ καὶ οἰκογενειακά τους συμφέροντα εἶναι τακτοποιημένα, ἀποτελεῖ τὸν κυριώτερο λόγο γιὰ μερικοὺς ἄλλους νὰ μὴν ἀσκοῦν τὸ ἐκλογικό τους δικαίωμα.

Τὸ τμῆμα τοῦτο τῆς ἐκλογικῆς μάζας, οἱ ἀπέχοντες, ἔχει μεγάλη σημασία στὸ ἐκλογικὸ ἀποτέλεσμα. "Θρὶ λίγες φορές ἡ αὐξομείωση τοῦ ἀριθμοῦ του ἐπηρεάζει σημαντικὰ τὸ καθολικὸ ἀποτέλεσμα τῶν ἐκλογῶν. Παραδειγματικό, μὰ καὶ ποὺ δὲν μπορεῖ ν' ἀμφισβητηθεῖ, γιατὶ προκύπτει κι' ἀπὸ τὴ στατιστικὴ μελέτη τοῦ ἐκλογικοῦ ἀποτελέσματος, ἡ ἀποτυχία τοῦ Βενιζέλου στὶς ἐκλογές τοῦ 1933, διφειλόμενη κατὰ μέγα μέρος στὴ μερικὴ ἀποχή, ποὺ σημειώθηκε στὴν Ἀθήνα καὶ ποὺ μπορεῖ νὰ αἰτιολογηθεῖ κι' ἔξηγηθεῖ μὲ τοὺς λόγους ποὺ ἐσημειώσαμε παραπάνω.

"Ο όρος, ποὺ παίζει στὴ διαμόρφωση τοῦ συνολικοῦ ἀποτελέσματος τῶν ἐκλογῶν ἡ προσέλκυση στὶς ἐκλογικὲς κάλπες τῶν ἀπεχόντων τοὺς καθιστᾶ ἐπίμονο στόχο τῆς κομματικῆς προπαγάνδας, ποὺ ἡ ἀξία της ἔξαρταται ἀκριβῶς ἀπὸ τὴν ἀριθμητικὴ ἐπιτυχία πάνω στοὺς ἀπέχοντες καὶ στὴ δεύτερη κατηγορία ἐκλογέων, τοὺς ἀσταθεῖς, ποὺ θὰ ἔξετάσουμε σὲ λίγο. Στὴν κοινὴ γλῶσσα οἱ ἀπέχοντες εἶναι γνωστοὶ μὲ τὴν δνομασία «ἔλευθεροι σκοπευτές», γιατί, μὴν ἔχοντες στενοὺς δεσμοὺς μὲ καμμιὰ κομματικὴ παράταξη, διατηροῦν τὴν εὐχέρεια νὰ ψηφίζουν ὅποτε καὶ ὅποιος θέλουν.

β') "Η δεύτερη κατηγορία ἐκλογέων, οἱ ἀσταθεῖς, δὲν εἶναι λιγώτερο σημαντικὴ ἀπὸ τὴν πρώτη στὴ διαμόρφωση τοῦ ἐκλογικοῦ ἀποτελέσματος. "Α σ τα θεῖς χαρακτηριζοῦνται ἐκείνους ἀπὸ τοὺς ἐκλογεῖς ποὺ δὲν ψηφίζουν «κατ' ἀρχὴν» ὠρισμένο κόμμα. "Οι πιο διακρίνει τοὺς ἀσταθεῖς ἀπὸ τοὺς ἀπέχοντες ἔγκειται, στὸ ὅτι οἱ δεύτεροι δὲν ψηφίζουν «κατ' ἀρχὴν»,

μογὴ τῶν δεοντολογικῶν αὐτῶν ἀρχῶν δὲν δικαιολογεῖ, νομίζω, τὴν ἀποχὴ τῶν δικαιοστῶν ἀπὸ τὴν ἀσκηση τοῦ ἐκλογικοῦ δικαιώματος.

δὲν μετέχουν γενικὰ στὶς ἐκλογές, ἐνῷ οἱ πρῶτοι, οἱ ἀσταθεῖς, δὲν ψηφίζουν δωρισμένο «κατ' ἀρχὴν κόμμα». Ἡ διάκριση τούτη ἔχει σημασία, ὅπως θὰ δοῦμε, γιὰ τὴν προπαγάνδα καὶ τὸν τρόπο ποὺ ἐπιδεῖ πάνω στὶς δυὸς αὐτὲς κατηγορίες τῆς ἐκλογικῆς μάζας. Ἡ ἔξηγηση τῶν λόγων τῆς στάσης τῶν ἀσταθῶν συνδέεται μὲ τὴν ἡθολογία τῆς ἐκλογικῆς μάζας στὴν Ἑλλάδα. Οἱ ἀσταθεῖς ἀντιπροσωπεύουν κατὰ πλειστηφθία ἐκείνους, ποὺ δὲν ψηφίζουν παρὰ ὅποιο κόμμα ἔξυπηρετεῖ τὰ συμφέροντά τους, πολλὲς φορές τὰ πιὸ εὐτελῆ καὶ ταπεινὰ συμφέροντα. Εἶναι οἱ «ἐπιτήδειοι» ποὺ κατορθώνουν νὰ βρίσκωνται σὲ φυλικὲς σχέσεις μὲ ὅλες τὶς κομματικὲς παρατάξεις καὶ ποὺ θεωροῦν ἀπόδειξη «πολιτικῆς εὐφυΐας» τὸ γεγονός, ὅτι κάνουν «τὴ δουλειά τους» ὅποιο κόμμα καὶ νὰ κυβερνάει. Στὸ πλαίσιο τῆς κατηγορίας τούτης τῶν ἐκλογέων κινοῦνται κι' ἐκεῖνοι, ποὺ δὲν ψηφίζουν «κατ' ἀρχὴν» δωρισμένο κόμμα γιατὶ ἔχουν τὴν ψυχολογικὴν ἀδυναμία νὰ θέλουν νὰ βρίσκονται πάντα μὲ τὴν παράταξη τῶν νικητῶν. Ὁ, τι διακρίνει τοὺς ἀσταθεῖς ἐπιτήδειους ἀπὸ τούτους τοὺς τελευταίους ἀσταθεῖς ἔγκειται, στὸ ὅτι, ὁ λόγος τῆς ἀστάθειας τῶν πρώτων, τῶν ἐπιτήδειων, εἶναι ἡθικός, ἐνῷ τῶν δεύτερων, ψυχολογικός. Ὅ, τι ἐλκύει, τοὺς πρώτους σὲ δωρισμένο κόμμα εἶναι τὸ συμφέρον, τοὺς δεύτερους ἡ «ἐντύπωση τῆς νίκης», ὅτι δηλ. τὸ κόμμα τοῦτο θὰ νικήσει στὶς ἐκλογές. Γι' αὐτὸ κι' ἡ στάση τῆς προπαγάνδας τῶν κομμάτων ἔναντι τῶν δυὸς αὐτῶν τύπων ἵτης ἴδιας πάντα κατηγορίας εἶναι, ὅπως θὰ ίδομε, διαφορετικὴ καὶ τὰ μέσα ἐπηρεασμοῦ διάφορα.

γ') Ἡ τρίτη κατηγορία ἐκλογέων, οἱ ἀποκλειστικοί, εἶναι ἡ πιὸ ίδιορρυθμη. Ὅ, τι χαρακτηρίζει τοὺς ἀποκλειστικοὺς ἔγκειται στὴν ἀρνητικὰ ἀποκλειστικὴ στάση τους πρὸς ἔνα δωρισμένο κόμμα. Δηλαδὴ μπορεῖ νὰ ψηφίσουν ὅλα τ' ἄλλα κόμματα, μὰ ἐκεῖνο τὸ ἔνα κόμμα ποτέ, σὲ καμμιὰ περίπτωση. Ἡ στάση τους αὐτή, ἡ ἀρνητικὰ ἀποκλειστικὴ πρὸς ἔνα δωρισμένο κόμμα, αἰτιολογεῖται εἴτε ἀπὸ συμφέρον, εἴτε ἀπὸ νοοτροπία, εἴτε ἀπὸ ίδεολογία. Ὅσοι λ. χ. ἔχουν συνδέσει τὰ περιουσιακά τους συμφέροντα μὲ τὴ διατήρηση τοῦ σημερινοῦ κοινωνικοῦ καθεστῶτος, ἡ ὅσοι, ἀνεξάρτητα ἀπὸ τὸ ὑλικό τους συμφέρον, πιστεύουν, ὅτι ἡ ἀνατροπὴ τοῦ κοινωνικοῦ καθεστῶτος θ' ἀποβεῖ εἰς βάρος τοῦ Ἐθνους, ὅλοι αὐτοὶ οὐδέποτε θὰ ψηφίσουν τὸ κομμουνιστικὸ κόμμα. Μπορεῖ νὰ ψηφίσουν ἐκ περιτροπῆς ὅλα τὰ «ἀστικὰ» λεγόμενα κόμματα, μὰ τὸ κομμουνιστικὸ ἡ κόμμα ἀριστερίζον—ὅπως πολλοὶ θεωροῦν τὸ Ἐργατο-αγορικὸ-ἀποκλείεται a priori νὰ τὸ ψηφίσουν. Παράδειγμα, ὅσοι ἀνήκουν στὴν «Πανελλήνιαν Ἐνωσιν Κτηματιῶν» ἡ σ' ἄλλες παρόμοιων σκοπῶν καὶ ἀντιλήφεων δραγμῶσεις ἀποκλείεται νὰ ψηφίσουν τὸ κομμουνιστικὸ κόμμα ἡ ἄλλα ἀριστερίζοντα κόμματα, χωρὶς δύμας καὶ νάχουν ἔχωριστοὺς δεσμοὺς μ' ἔνα ἀπὸ τὰ ἀστικὰ κόμματα. Τὸ ίδιο μπορεῖ νὰ ποῦμε καὶ γιὰ τὴν «δμοταξία» τῶν παλαιοημερολογιτῶν.

Ἡ τρίτη τούτη κατηγορία ἐκλογέων, τῶν ἀποκλειστικῶν, λόγῳ τῆς

χαρακτηρολογικῆς της Ἰδιορρυθμίας, παρουσιάζει ὠρισμένες δυσκολίες στὴν κινητοποίησή της ἀπὸ τὴν προπαγάνδα, ὅπως θὰ ἴδούμε, ὅταν θὰ πραγματευθοῦμε τὸ ζήτημα τοῦ χειρισμοῦ τῶν διαφόρων κατηγοριῶν ἐκλογέων ἀπὸ τὴν κομματικὴν προπαγάνδα.

δ') 'Η πιὸ ἐνδιμαφέρουσα καὶ ἀξιοπρόσεχτη κατηγορία τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου εἶναι ἡ τετάρτη, οἱ δὲ παῖδες οἱ. Ὁπαδοὺς δονομάζουμε τοὺς ἐκλογεῖς, ποὺ συνδέονται μὲν ἔνα κόμμα σὲ τρόπο, ποὺ νὰ τὸ ψηφίζουν σταθερὰ καὶ ἀπαρέγκλιτα. 'Ο σύνδεσμος (¹) δὲν εἶναι πάντα δργανικὸς ἢ, μὲν ἄλλη ἔκφραση, ἐπίσημος, «κεκυρωμένος».

'Η δργάνωση τῶν κομμάτων στὴ χώρα μας δὲν ἔχει τὴ μορφή, ποὺ ἐπικρατεῖ ἀλλοῦ, ὅπου κάθε κόμμα ἔχει πολυσύνθετο γραφειοκρατικὸ μηχανισμό, μὲν μητρῶα ὀπαδῶν, βιβλιάρια ταυτότητος κτλ. Γι' αὐτὸ καὶ γιὰ τὸ χαρακτηρισμὸ τοῦ ἐκλογέως ὡς μέλους ἐνὸς κόμματος δὲν πάρονυμε ὑπόψιν μας ἀν εἶναι ἢ ὅχι γραμμιένος στὰ βιβλία τοῦ κόμματος. Γιατὶ μπορεῖ κανεὶς «ν^ο ἀνήκει» σ^ο ἔνα κόμμα, νὰ εἶναι ὀπαδός του, χωρὶς νὰ τηρήσῃ καμιὰ ἰδιαίτερη γραφειοκρατικὴ διατύπωση. 'Η δργανικὴ σύνδεση τοῦ ὀπαδοῦ μὲ τὸ κόμμα δημιουργεῖ, βέβαια, σταθερώτερες σχέσεις καὶ δημως τοῦτο στὴν Ἑλλάδα δὲν ἀποτελεῖ τὸν κανόνα, γιατὶ ὑπάρχουν ὀπαδοί, ποὺ οὐδέποτε ἐπάτησαν τὸ πόδι τους στὰ γραφεῖα τοῦ κόμματος, καὶ ἐν τούτοις τὸ ἀκολουθοῦν πιστὰ καὶ μὲ φανατισμό.

Τὰ συνδετικὰ στοιχεῖα τοῦ ὀπαδοῦ μὲ τὸ κόμμα εἶναι τὰ ἔξης: 1) ἡ παραδοσιαὶ δηλαδὴ ἀκολουθοῦν ἔνα κόμμα, γιατὶ ἡ οἰκογένεια τους ἀνέκαθεν ἥταν μὲ τὸ κόμμα τοῦτο. Καὶ τὸ ἀκολουθοῦν χωρὶς νὰ ὑπολογίζουν ἄν τὰ συμφέροντά τους τὸ ἐπιβάλλουν, γιατὶ τότε πρόκειται γιὰ ἄλλο συνδετικὸ στοιχεῖο τὸ 2), τὸ συμφέροντα τὸν ὀπαδὸ μὲ τὸ κόμμα ἔγκειται στὸ γεγονός, ὅτι τὰ συμφέροντά του ἔξυπηρετοῦνται καλύτερα ἀπὸ τὸ κόμμα τοῦτο· τὸ συνδετικὸ αὐτὸ στοιχεῖο εἶναι τὸ ἀσθενέστερο, γιατὶ ἡ σύνδεση τοῦ ὀπαδοῦ καὶ τοῦ κόμματος παύει ὅταν πάψει καὶ ἡ ἔξυπηρετηση τοῦ συμφέροντος. Τὸ 3), τὸ ἀσθενέστερο στοιχεῖο, ποὺ κατ' αὐτὸ ἡ πίστη τοῦ ὀπαδοῦ στὴν ἴδεολογία ποὺ ἐνσάρκωνται τὸ κόμμα τοὺς συνδέει, εἶναι τὸ ἰσχυρότερο καὶ τὸ ἀγνότερο συνδετικὸ στοιχεῖο. Μπορεῖ, βέβαια, «ἀποχρῶν λόγος» τοῦ συνδέσμου ὀπαδοῦ καὶ κόμματος νὰ εἶναι καὶ ἡ σκέψη τοῦ πρώτου, ὅτι

1) Τὸ ζήτημα τῆς «θεληματικῆς» (voluntaristisch) συμμετοχῆς τῶν ὀπαδῶν στὶς κομματικές δργανώσεις, ποὺ πρῶτος ἀνεκίνησε ὁ Max Weber (Wirtschaft u. Gesellschaft 1922 σ. 167 ἐπ.), δὲν μπορεῖ νὰ μᾶς ἀπασχολήσει εἰδικότερα στὴ μελέτη μας τούτη. Παρατηροῦμε μόνον ὅτι ἡ ἔξυπηρετη σκέψη τοῦ Herbert Sultan (op. cit. σ. 104 ἐπ.), πὼς ἡ συμμετοχὴ τοῦ μεγάλου πλήθους τῶν ὀπαδῶν στὸ κόμμα εἶναι ἀναγκαστικὴ γιὰ λόγους ἴδιως ψυχολογικούς (ὅπως εἶναι ἡ Παράδοση), ἐπαληθεύεται ἀπὸ τὴν ἔρευνα τῶν συνδετικῶν στοιχείων ὀπαδοῦ καὶ κόμματος, ποὺ ἐπικειμοῦμε στὸ κείμενο.

τὰ συμφέροντά του ὡς μέλους μιᾶς κοινωνικῆς ὁμάδας τοῦ ἐπιβάλλον ν' ἀκολουθήσει τὸ κόμμα τοῦτο. Μὰ ἡ σκέψη τούτη δὲν νοθεύει τὴν ἄγνοτητα τοῦ συνδέσμου, γιατὶ πρόκειται γιὰ συμφέροντα ὅχι ἀτομικά, ἀλλὰ κοινά, ὑπερατομικά. Τὸ 4) συνδετικὸ στοιχεῖο, τὸ πρόσωπο πικό, συνίσταται στὸ σύνδεσμο τοῦ ὀπαδοῦ πρὸς ὥρισμένο κόμμα εἴτε ἀπὸ ἐκτίμηση καὶ θαυμασμὸ πρὸς τὸ πρόσωπο τοῦ ἀρχηγοῦ του ἢ κάποιου στελέχους τοῦ κόμματος, εἴτε ἀπὸ συγγενειακὴ σχέση.

Ἄριθμητικὰ περισσότεροι εἰναι οἱ ὀπιδοὶ τοῦ προσωπικοῦ συνδετικοῦ στοιχείου καὶ λιγάτεροι τοῦ ἰδεολογικοῦ, γιατὶ στὸν τόπο μας τὰ κόμματα εἰναι προσωπικά, στηρίζονται δηλαδὴ στὴν προσωπικὴ ἐκτίμηση τοῦ ἀρχηγοῦ, καὶ ὅχι ἰδεολογικά, «κόμματα ἀρχῶν» ὅπως τὰ λένε.

Ἡ σημασία τοῦ τιμήματος αὐτοῦ τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου, τῶν ὀπαδῶν, γιὰ τὰ κόμματα εἰναι σημαντική. Ἀποτελοῦν τὴν βάση, τὰ θεμέλια τοῦ ἀγῶνα τους. Γιὰ τοῦτο καὶ ἡ προπαγάνδα κάθε κόμματος παίρνει στάση διαφορετικὴ ἀπέναντι τους.

Μὲ κριτήριο τὴν δράση ὑποδιαιροῦνται οἱ ὀπιδοὶ σὲ ἐνεργητικοὺς τοῦ κόμματος καὶ παθητικούς. Οἱ ἐνεργητικοὶ ἐπεκτείνουν τὸν κύκλο τῶν ὀπαδῶν τοῦ κόμματος. Δὲν ἀρκοῦνται στὸ ν' ἀκολουθοῦν παθητικὰ τὸ κόμμα —νὰ τὸ ψηφίζουν ἢ νὰ μετέχουν στὶς ἐκλογικὲς ἐκδηλώσεις του, μὰ προσπαθοῦν νὰ «φέρουν» καὶ ἄλλους ὀπαδούς, νὰ συγκρατήσουν τοὺς παθητικοὺς ἀπὸ τὴν διαρροὴ καὶ νὰ ἔξασφαλίσουν τὴν ἐκλογικὴ νίκη. Σ' αὐτοὺς στηρίζεται ἡ ἐπιτυχία τοῦ κόμματος. Οἱ ἐνεργητικοὶ δονομάζονται «παράγοντες» (στὴν πρωτεύουσα: συνοικιακοί, στὴν ἐπαρχία: τοπικοί) καὶ χρησιμεύουν γιὰ σύνδεσμοι καὶ μέσα γνωριμίας τῶν παληῶν καὶ τῶν νέων ὀπαδῶν μὲ τοὺς ἀρχηγοὺς καὶ τοὺς πολιτευτὲς τοῦ κόμματος. Ὁ ρόλος τῶν παθητικῶν περιορίζεται ἔτσι στὸ νὰ ψηφίζουν καὶ νὰ μετέχουν στὶς ἐκλογικὲς διαδηλώσεις καὶ συγκεντρώσεις.

III. ΜΟΡΦΕΣ, ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

Μετὰ τὴν ἔξέταση καὶ διάγνωση τῶν χαρακτηριστικῶν τῶν διαφόρων κατηγοριῶν τῆς ἐκλογικῆς μάζας στὴν Ἑλλάδα, καιρός νὰ ἴδοιμε μὲ ποιὲς μορφὲς ἐμφανίζεται ἡ προπαγάνδα καὶ πῶς ἐπιδρᾷ πάνω στὸν διαφόρον τύπους ἐκλογέων, στὶς διάφορες κατηγορίες τῆς ἐκλογικῆς μάζας, ποὺ ἀναλύσαμε παραπάνω.

Σὲ τρεῖς μορφὲς ἐμφανίζεται ἡ προπαγάνδα ἀνάλογα μὲ τὸ μέσο ποὺ ἐκδηλώνεται: τὴν γραπτήν, τὴν προφορικήν καὶ τὶς εἰκόνες. "Οταν λέμε γραπτὴν ἐννοοῦμε κυρίως τὸν τύπο, τὰ ἐκλογικὰ προγράμματα, ποὺ αυτοφοροῦν σὲ φυλλάδια (brochures) καὶ τὰ διάφορα μανιφέστα. Προφορικὴ εἶναι ἡ προπαγάνδα, ποὺ συνίσταται στοὺς προεκλογικοὺς λόγους τῶν ὑποψηφίων τοῦ κόμματος καὶ τὶς συζητήσεις ποὺ διεξάγονται οἱ ἐνεργητικοὶ ὀπαδοὶ καὶ φίλοι τοῦ κόμματος μὲ σκοπὸ νὰ δημιουργήσουν «φεῦμα» γιὰ τὴν παράταξή τους. Ἡ «προπαγάνδα μὲ εἰκόνες» συνίσταται σὲ εἰκόνες

τῶν ὑποψηφίων, καὶ σὲ συμβολικὲς παραστάσεις γιὰ τὴν ἀξία τῆς κοινωνικῆς παράταξης.

Γιὰ νὰ διαπιστώσουμε τώρα τὸ βαθμὸ τῆς ἐπίδρασης κάθε μορφῆς προπαγάνδας πάνω στοὺς διάφορους τύπους ἐκλογέων, πρέπει νὰ διακρίνουμε τὴν ἐποχὴ ἡρεμού, διμαλοῦ ἐκλογικοῦ ἀγῶνα ἀπὸ τὴν ἐποχὴ ἔντονου, ἀνώμαλου. Σ' ἐποχὴ «ἡρεμού» ἐκλογικοῦ ἀγῶνα κυριαρχεῖ ἡ γραπτὴ μορφὴ προπαγάνδας. Βέβαια καὶ οἱ ἄλλες δυὸ μορφές, ἡ προφορικὴ καὶ οἱ εἰκόνες, χρησιμοποιοῦνται, μὰ περισσότερο καὶ κατὰ πρῶτο λόγο ἡ γραπτή. Καὶ τοῦτο, γιατὶ σὲ τέτοια ἐποχὴ, ποὺ τὰ πνεύματα τῶν ἐκλογέων εἶναι ἡρεμα καὶ δὲν τὰ συσκοτίζουν πάθη καὶ φανατισμοί, μποροῦν νὰ κρίνουν καὶ νὰ σκεφθοῦν μὲ ἄνεση κι ἔχουν ὅλη τὴν ἴκανότητα νὰ συζητήσουν λογικὰ πάνω στὰ σημεῖα, ποὺ διαγνωίζονται τὰ διάφορα κόμματα.

Σὲ τέτοια ἐποχὴ φανερώνεται ὁ ρόλος τοῦ τύπου (¹), τῆς ἐφημερίδας τοῦ κόμματος, ποὺ ἐπηρεάζει κυρίως τοὺς διπαδοὺς καὶ τονώνει τὸ φρόνημά τους.

“Ομως σ' ἐποχὴ ἔντονου «ἐκλογικοῦ ἀγῶνα» ὑποχωρεῖ ἡ κυριαρχία τῆς γραπτῆς μορφῆς μπρὸς στὴ δύναμη τῆς προφορικῆς καὶ στὴν ἐπίδραση τῶν εἰκόνων. Ο προφορικὸς λόγος, δηλαδὴ οἱ προεκλογικὲς διμιλίες τῶν ὑποψηφίων στὶς ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις τοῦ «κέντρου», τείνει νὰ τονώσει τὸ φρόνημα τῶν «παθητικῶν διπαδῶν», νὰ ἔξαψει τὰ πάθη καὶ νὰ δημιουργήσει τὴν «πεποίθηση τῆς νίκης» πρὸς τοὺς ἀπέχοντες καὶ τοὺς ἀσταθεῖς. Τὴ δύναμη τοῦ προφορικοῦ λόγου συμπληρώνει ἡ «προπαγάνδα μὲ εἰκόνες» μὲ τὶς διάφορες παραστάσεις καὶ τὶς μουσικὲς ἐκδηλώσεις, ὅπως εἶναι τὰ λαϊκὰ μουσικὰ ὅργανα ποὺ προηγοῦνται τῶν ἐκλογικῶν διαδηλώσεων, τὰ τραγούδια ποὺ κυκλοφοροῦν, πειραχτικὰ γιὰ τους ἀντιπάλους κι ἔξυμνηστικὰ γιὰ τὴν παράταξη, καὶ ὅλες οἱ ἄλλες ἀσχήμιες καὶ κατωτερότητες, ποὺ ἐμφανίζει, δυστυχῶς, ἡ πολιτική μας ζωῆ.

“Ανάγκη νὰ παρατηρηθεῖ, δι τὴν ἡ σημασία ποὺ ἔχουν οἱ ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις στὸ «κέντρο» τοῦ κόμματος εἶναι μεγάλη γιὰ τὸ ἐκλογικὸ ἀποτέλεσμα. Γιατὶ μὲ τὴ συνήθεια, ποὺ ὑπάρχει σ' ἐμᾶς, νὰ πηγαίνουμε σ' ὅλες τὶς ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις—γιὰ νὰ κάνουμε «γοῦστο», ὅπως λέμε—συμβαίνει πολλὲς φορὲς ἡ ἐπίδραση, ποὺ ἀσκεῖ δ ὅργος τῆς ἐκλογικῆς συγκεντρώσης καὶ ἡ τέχνη καὶ δύναμη τοῦ φήτορα, νὰ παρασύρουν τοὺς ἀπέχοντες καὶ τοὺς ἀσταθεῖς ἀπὸ τοὺς ἐκλογεῖς, κι ἔτσι νὰ κερδίζεται ἡ ἐκλογικὴ μάχη. Ἐκεῖ στὶς ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις δημιουργεῖται ἡ «ἔντυπωση τῆς νίκης», ποὺ τόση ἐπίδραση ἀσκεῖ στὶς δυὸ αὐτὲς κατηγορίες ἐκλογέων, ποὺ ὅχι σπάνια ἔχαρτοῦν τὸ καθολικὸ ἀποτέλεσμα τῶν ἐκλογῶν.

1) Γενικὰ γιὰ τὸν τύπο ἦδε τὴν ἔξοχη μελέτη τοῦ Julius Goldstein, Die Presse. Eine Kulturphilosophische Studie, στὸ Archiv f. Sozialis u. Sozialpolitik Bd. 51. S. 362. Εἰδικώτερα γιὰ τὴν ἐπίδραση τοῦ κομματικοῦ τύπου στὶς σχέσεις διπαδῶν καὶ κόμματος: Adolf Braun, Geschäfts u. Parteipresse στὸ ἵδιο Archiv Bd. 50. S. 204.

“Η κατεύθυνση, που παίρνει ή προπαγάνδα μπρός στίς διάφορες κατηγορίες του ἐκλογικοῦ συνόλου είναι διαφορετική.

Τοὺς ἀπέχοντες προσπαθεῖ νὰ τοὺς κινήσει πρὸς τὶς κάλπες, νὰ κατανικήσει τὴν ἀρνητικὴ στάση τους σχετικὰ μὲ τὴ συμμετοχὴ στὶς ἐκλογές. Γιὰ τοῦτο καὶ διακηρύσσει, προσπαθώντας νὰ δημιουργήσει καὶ σ' αὐτοὺς τὴν ἴδια ἐντύπωση, ὅτι οἱ περιστάσεις είναι κρίσιμες καὶ πῶς δλοι πρέπει νὰ ἐκφράσουμε μὲ τὴν ψῆφο μας τὴν προτίμησή μας πρὸς ἓνα κόμμα, εἰδεμὴ ἔγκληματοῦμε. Καὶ μάλιστα νὰ ψηφίσουμε τὸ κόμμα, που εὖνοεῖ ή προπαγάνδα, εἰδεμὴ ἔγκληματοῦμε δυὸς φορές.

Τοὺς ἀσταθεῖς προσπαθεῖ νὰ τοὺς κερδίσει ή προπαγάνδα, δημιουργῶντας τὴν «ἐντύπωση τῆς νίκης» καὶ τοῦτο, δπως εἴδαμε, γίνεται στὶς ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις καὶ διαδηλώσεις.

Ο κύριος ἀγῶνας τῆς προπαγάνδας είναι νὰ κερδίσει δλο καὶ πὸ πολὺ ἔδαφος στοὺς ἀσταθεῖς καὶ τοὺς ἀπέχοντες, γι' αὐτὸ καὶ μεταχειρίζεται μέσα, που συγκρούονται σκληρὰ μὲ τὴν ἥθηκή, δπως τὶς ὑποσχέσεις ἵκανοποίησεως ὁρισμένων συμφερόντων καὶ τὴν ἀγοραπωλησία τῆς ψήφου.

Φορούτιδα ἐπίσης μεγάλη καταβάλλει γιὰ νὰ κερδίσει δσο μπορεῖ καὶ πὸ πολλοὺς ἀπὸ τοὺς ἀποκλειστικούς. Γι' αὐτοὺς τὰ διάφορα κόμματα, ποὺ δὲν τὰ ἀφορᾶ ἡ ἀρνητικὰ ἀποκλειστικὴ στάση τῆς κατηγορίας τούτης τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου, ἔνα μέσον ἔχουν γιὰ νὰ τοὺς προσελκύσουν, νὰ ἐμφανίσουν τὶς ἀρχές τους ἔτσι ποὺ νὰ ἵκανοποιοῦνται οἱ πεποιθήσεις τους.

Τὴ λιγώτερη προσπάθεια κατιυθάλλει γιὰ τοὺς δπαδοὺς τοῦ κόμματος ή προπαγάνδα του, γιατὶ αὐτοὶ δυσκολώτερα ἀπὸ δλους παρασύρονται ἀπὸ τὴν ἐπιχειρηματολογία καὶ τὰ μέσα προπαγάνδας τῶν ἀντιπάλων. Αὐτού ητο ὅτι γιὰ τοὺς ἐνεργητικοὺς δπαδοὺς δὲν ὑπάρχει ἀνάγκη καμμιᾶς φροντίδας, γιατὶ αὐτοὶ είναι ἀπὸ τοὺς «φορεῖς» καὶ τὰ ὄργανα τῆς προπαγάνδας. “Οσο γιὰ τοὺς παθητικοὺς μιὰ μόνον χρείαζεται φροντίδα, νὰ τονωθεῖ τὸ φρόνιμά τους, γιὰ νὰ μεταδίνουν ἀσυνείδητα τὴν «ἐντύπωση τῆς νίκης», καὶ νὰ συντελοῦν ἔτσι κι' αὐτοὶ ἔμμεσα στὴ προπαγάνδα. Κι' ή τόνωση αὐτὴ τοῦ φρονήματος ἐπιτυγχάνεται μὲ τὸ φιλικὸ τύπο τοῦ κόμματος καὶ τὶς ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις.

Κατὰ περιεχόμενο ἔξεταζόμενη ή προπαγάνδα, ἀπὸ ἄποψη δηλαδὴ ἐπιχειρηματολογίας, ἐμφανίζεται ποιοτικὰ κατώτερη. Τοῦτο ἔξηγεται ἀπὸ δυὸ λόγους, α) ἀπὸ τὸ γεγονός, ὅτι προπαγάνδα κατ' ἀνάγκην ἀσκεῖται χρονικὰ ἔνιαία, πρὸς δλες τὶς κατευθύνσεις τῆς ἐκλογικῆς μάζας, σύγχρονα δηλαδὴ καὶ πρὸς τοὺς μορφωμένους καὶ πρὸς τοὺς ἀμορφώτους. Συνεπῶς βρίσκεται στὴ ἀνάγκη, νὰ βρεῖ τὸν μέσον δρο (ποὺ στὴ χώρα μας λόγῳ τῆς ἀγραμματοσύνης είναι πολὺ χαμηλὸς) τῆς διανοητικότητας καὶ πνευματικῆς ἀνάπτυξης τοῦ λαοῦ καὶ νὰ προσαρμόσει ἀνάλογα τὴν ἐπιχειρηματολογία της. β) Ἀπὸ τὶς διαπιστώσεις τῆς διαδικηῆς ψυχολογίας σχετικὰ μὲ τὴ λειτουργία τῆς κρίσης καὶ τῆς ἀντίληψης τῶν μαζῶν. Είναι γνωστὸν ὅτι οἱ μάζες δὲν κρίνουν μὲ τὴ λογική, μὰ μὲ τὸ αἴσθημα καὶ τὸ ἔνστι-

κτο. «Ο νωτιαῖος μυελός—γράφει κάπου ὁ Leben— ἐπιδρᾶ σὺς πράξεις τῆς μάζας περισσότερο ἀπὸ τὸν ἐγκεφαλικό». Οἱ μάζες σκέπτονται μὲ ὶδεες ποὺ ἐμφανίζονται ἀπλῶ. Γιὰ νὰ πεισθοῦν δὲν θέλουν ἐπιχειρήματα λογικά, μὰ ὶδεες ποὺ νὰ συγκινοῦν τὸ αἰσθήμα καὶ νὰ γεννοῦν ἐνθουσιασμόν.

Σ' αὐτοὺς τοὺς δυὸ λόγους, ποὺ εἶναι γενικοὶ— ἐμφανίζονται δηλαδὴ καὶ ἄλλοι, μὰ σ' ἐμᾶς ἐντονώτεροι— ὀφεύλεται ἡ μετριότητα τῆς ἐπιχειρηματολογίας; τῆς προπαγάνδας καὶ ἡ ἐπιτυχία, ποὺ προκαλεῖ ἡ χρησιμοποίηση συμβολικῶν ἐκφράσεων, πομποδῶν σχημάτων, καὶ λέξεων κτυπητῶν ἀπὸ τοὺς πολιτικοὺς οἵτορες στὶς ἀγορεύσεις τους. Ἐτοι ἐξηγεῖται καὶ τὸ γεγονός, ὃι οὐδέποτε ἀποτελοῦν ἀντικείμενο σοβαρῆς καὶ ἐπίμονης προεκλογική συζήτησης οἱ ὶδειλογικὲς προγραμματικὲς ἀρχὲς τῶν κομμάτων. Σ' ἐμᾶς τοῦτο τούτερο περισσότερο, γιατὶ τὰ διάφορα κόμματα, ἐκτὸς ἀπὸ τὸ κομμουνιστικό, βασίζονται στὴν ἴδια ἀστικὴ ὶδεολογία καὶ τὰ προγράμματά τους δὲν παραλλάσσουν παρὰ μονάχα στὴν ἐξωτερική τους διατύπωση.

Ἡ ἐπιχειρηματολογία, συνεπῶς τῆς προπαγάνδας περιορίζεται στὴν ἀντιμετώπιση, ὅχι προγραμματικῶν ἀρχῶν καὶ κατευθύνσεων μὰ λύσεων σὲ ξητήματα τῆς «καθημερινῆς» ζωῆς. Ἐπίσης στὴν ἀνάπτυξη τῆς ἵστορικῆς δράσης τοῦ κόμματος, ποὺ ἐκπροσωπεῖ, στὶς προσωπικὲς ἵκανότητες τοῦ ἀρχηγοῦ καὶ τὰ ἡμικὰ ἔφόδια του.

Σχετικὸ εἶναι καὶ τὸ ζήτημα τοῦ κατάλληλου χειρισμοῦ τῆς ἐπιχειρηματολογίας ἐν σχέσει μὲ τὴ θεωρία ἢ τὴν ὶδεολογία ποὺ ἐκπροσωπεῖ. Δηλαδὴ ἡ χρησιμοποίηση δυνατῶν ἐπιχειρημάτων ζωντανεύει καὶ τὴν πὶ ἀτονηθεωρία καὶ ἀντίστροφα πεζὰ ἐπιχειρήματα, ἀτονα καὶ ἀδύνατα ἐξασθενίζουν καὶ τὴν πὶ ρωμαλέα ὶδεολογία.

Γι' αὐτὸ καὶ στὸ χειρισμὸ τῆς ἐπιχειρηματολογίας δοκιμάζεται ἡ ἵκανότητα τῆς προπαγάνδας καὶ κρίνεται ὁ βαθμὸς τῆς ἐπιτυχίας της.

‘Απὸ ἀποφῆ μεθόδου καὶ τρόπου ἐνέργειας διακρίνεται ἡ προπαγάνδα σὲ ἀ π λ ἡ κ α ᵉ μ ο φ ω τ ι κ ἡ. Μὲ δσα εἴπαμε παραπάνω ἐθίξαμε μόνο τὴν ἀπλῆ, τὴν κοινὴ μορφὴ προπαγάνδας, ποὺ ἀσκεῖται κυρίως προεκλογικά. Ἡ ἐξέταση τῆς μορφωτικῆς προπαγάνδας καὶ τῆς λειτουργίας της θὰ μᾶς ἔκπαθαίσει περισσότερο τὴ διαφορά τῆς ἀπὸ τὴν κοινή. Ἡ προπαγάνδα δὲν ἀπευθύνεται μόνο στὰ ἔνστικτα τῆς μάζας καὶ τὶς ψυχολογικές τῆς ἀδυναμίες· στρέφεται καὶ ποδὸς τὴ διάνοια καὶ τὴ συνείδηση τῶν ἀτόμων ποὺ πολιορκεῖ μὲ σκοπὸ νὰ τὰ παρασύρει στὴν παράταξή της.

Γιὰ τοῦτο καὶ προσπαθεῖ νὰ μορφώσει, ν' ἀνυψώσει τὸ ἡμικὸ καὶ πνευματικὸ ἐπίπεδο τοῦ λαοῦ, γιὰ νὰ ἀποκτήσει καὶ ἀνιδός τὴ δύναμη νὰ βλέπει μὲ τὸ δικό του πρόσωπο καὶ νὰ συγκρίνει τὶς ὶδεολογικὲς ἀντιθέσεις τῶν διαφόρων παρατάξεων. Αὐτονότο ὅτι καὶ στὸ σημεῖο τοῦ τομεροληπτικῆς ἡ προπαγάνδα, ἐμφανίζοντας τὶς ἀπόψεις τῆς δικῆς της παράταξης ζωηρότερες ἀπὸ τὶς ἄλλες, καὶ ἐκβιάζοντας ἔτσι τὴν προτίμηση, μὰ δὲν

παύει ἡ λειτουργία της αὐτὴν νὰ εἶναι παιδαγωγική. Ἡ μορφωτικὴ κατεύθυνση τῆς προπαγάνδας δὲν ἔχει, δυστυχῶς, σ' ἐμᾶς τὴν ἔκτασην καὶ τὴν συστηματικὴν δργάνωσην ποὺ ἔχει ἀλλοῦ. Μὰ φαίνεται πώς καὶ ἐδῶ θ' ἀκολουθήσει τὸ δρόμο ποὺ πῆρε σ' ἄλλες χῶρες. Αὐτὸν τοῦλάχιστον δείχνει ἡ συστηματικὴ φροσπάθεια τῶν διαφόρων κομμάτων νὰ δημιουργήσουν νεολαία, ποὺ νὰ τὴν μορφώσουν πάνω στὴν ἰδεολογία καὶ τὶς προγραμματικές τους ἀρχές. Αὐτὸν φανερώνει ἡ ἐπικοινωνία τους μὲν διάφορες ἐπαγγελματικὲς δργανώσεις γιὰ νὰ κάμουν γνωστὴ τὴν ἰδεολογία τους καὶ γενικότερα ἡ τάση τῶν διαφόρων πολιτικῶν κινήσεων νὰ ἐπιδράσουν μορφωτικὰ στὸ λαό.

IV ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

Τὰ μέσα, ποὺ χρησιμοποιεῖ ἡ προπαγάνδα εἶναι διάφορα.

Στὴν πρώτη σειρὰ ἔχεται τὸ χρῆμα, ποὺ εἶναι ἀπὸ πολλὲς ἀπόφεις ἀπαραίτητο στὴν προπαγάνδα καὶ γιὰ τὴν προμήθεια τῶν τεχνικῶν μέσων καὶ γιὰ τὴν προσέλκυση ψηφοφόρων, ἢ καθαρότερα, τὴν ἀγοραπλησία τῶν ψήφων (ψηφοθηρία), ποὺ δεργιάζει, ἰδίως στὴν ἐπαρχία. "Υστεροῦ τὰ τεχνικὰ μέσα, δηλαδὴ ἡ χρησιμοποίηση ὅλων τῶν προόδων τῆς τέχνης καὶ τῆς ἐπιστήμης, δημοσίευση τυπογραφικὲς τελειοποιήσεις, φωτογραφικές, φαδιοφωνικὲς κλπ.

Καὶ ἡ τρομοκρατία τίς εἶναι μεγάλη, ἰδίως στοὺς ἀπέχοντες καὶ γενικότερα στὸν πολὺ κόσμο τῶν μικρονοικούχων, ποὺ δὲν ἔχει καμμιὰ διάμεση νὰ ἐκτεθεῖ σὲ κίνδυνο ζωῆς. Τὸ ἀποτέλεσμα τῆς τρομοκρατίας ἔγκειται στὴν ἀποχὴ τοῦ φιλήσυχου κόσμου ἀπὸ τὶς ἐκλογές, καὶ ἔτσι στὸν περιορισμὸν τῶν ἀντίθετων ψήφων. Συνίσταται δὲ ἡ τρομοκρατία στὴν ἐντεχνή κυκλοφορία διαδόσεων ὅτι θὰ γίνουν ταραχές, εἴτε καὶ στὴν πραγματοποίηση ταραχῶν, συμπλοκῶν κλπ. Μὰ καὶ ἔργα ἀγαθοεργίας καὶ κοινῆς ωφέλειας, χρησιμοποιεῖ ἡ προπαγάνδα γιὰ τὸ σκοπό της. Τὰ σχολεῖα, ποὺ φέρουν τὸ ὄνομα τοῦ δωρητῆ, τὰ νοσοκομεῖα, ποὺ παρέχουν, ἔστιν καὶ κατ' ἐπίφαση, περίθαλψη γενικὴ καὶ οἱ ἐκκλησίες, ποὺ φανερώνουν, δημοσίευν, τὴν θρησκευτικὴν εὐλάβειαν τοῦ ἰδρυτῆ τους, ἀσκοῦν ἐπίδραση στὸν πολὺ κόσμο.

Σπουδαῖο καὶ ἀποτελεσματικὸν μέσον στὰ χέρια τῆς προπαγάνδας εἶναι καὶ ἡ κριτικὴ εἰς βάρος τῆς ἀντίθετης παράταξης. Ἡ κριτικὴ δὲν ἀφορᾶ μόνον πρόσωπα, μὰ καὶ ἰδεολογικὲς ἀρχές, ἀναλύεται δὲ σὲ γελοιοποίηση καὶ συνεντρόπηση, διάδυση ἰδεολογικῶν ἀρχῶν σὲ γραπτὴν προφορικὴ μορφή, δημιουργία νεολαίας κλπ. ἀρχίζουν νὰ χρησιμοποιοῦνται καὶ ἀπὸ τὴν προπαγάνδα τῶν δικῶν μας κομμάτων ἀποτελεσματικά. "Άλλο στοιχεῖο, ποὺ

ἀποτελεῖ μέσον προπαγάνδας πολύτιμο, εἶναι ή πρόσωπον ποτέ.

Εἴδαμε, ὅταν ἔξετάσαμε τὰ συνδετικὰ στοιχεῖα διαδῶν καὶ κομμάτων, ὅτι τὸ ἴσχυρότερο σ' ἡμᾶς, εἶναι τὸ προσωπικό. Ἀνεξάρτητα δημιώς ἀπ' αὐτό, τὸ πρόσωπο τοῦ ἀρχηγοῦ ἀποτελεῖ ζωντανὴ προπαγάνδα γιὰ τὸ κόμμα του. Ἡ αἰγλὴ ποὺ περιβάλλει τὸνομά του κι' ὁ θρῦλος, ποὺ πλέκεται γύρω ἀκό τὴ δράση του παρασύρουν μὲ δύναμη «στοιχείου τῆς φύσεως» τοὺς διπλαδούς.

Οἱ προσωπικές του ἵκανότητες, οἵ ἐπιτυχίες στὴ δράση του καὶ γενικὰ ἡ ἥμική του ἐπιβολή, ἀποτελοῦν τὰ καλύτερα ἐπιχειρήματα προπαγάνδας. τέλος ἀναφέρομε ἀπὸ τὰ μέσα προπαγάνδας τὸν μεσιτικὸν (πῶς Καὶ νὰ τὸν πεῖ κανεὶς ἀλλοιῶς;), δηλαδὴ τὰ κηρύγματα ἐνδὸς καλυτέρου κύσμου, μιᾶς ἀνθρωπινώτερης ζωῆς—κηρύγματα ποὺ σχεδὸν μαγικὴ ἐπιρροὴ ἀσκοῦν στὰ κουρασμένα πλήθη τῶν δυστυχισμένων καὶ τῶν φτωχῶν. Τὸ μέσον αὐτὸν χρησιμοποιεῖται κυρίως ἀπὸ τὶς παρατάξεις, ποὺ ἐνσαρκώνοντις ἀπολυτρωτικὲς ἰδεολογίες.

Αὐτὰ εἶναι τὰ κυριώτερα μέσα, ποὺ χρησιμοποιεῖ ἡ προπαγάνδα γιὰ νὰ ἐπιτύχει τὸν ἀντικειμενικό της σκοπό, δηλαδὴ τὴν ἄνοδο πρὸς τὴν πολιτικὴ ἔξουσία.

Τελευταῖο ζήτημα ποὺ μένει νὰ ἔξετάσουμε εἶναι οἱ σχέσεις τοῦ οἰκονομικοῦ στοιχείου καὶ τῆς προπαγάνδας.

V. ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ

Ἡ ἀσκησὴ τῆς προπαγάνδας προϋποθέτει οἰκονομικὴ εὐχέρεια. Κάθε μιօρφή της γιὰ νὰ λειτουργήσει ἀποτελεσματικὰ πρέπει νὰ χρησιμοποιήσει δῆλα τὰ τεχνικὰ καὶ τὰ λοιπὰ μέσα, ποὺ συνδέονται μὲ τὴ λειτουργία της.

Κι' ἔτσι βρισκόμαστε μπροστὰ στὸ πρόβλημα τῶν σχέσεων προπαγάνδας τοῦ οἰκονομικοῦ στοιχείου.

Τὸ οἰκονομικὸ στοιχεῖο ἐμφανίζεται καὶ σὲ ἄλλες ἀπόψεις τῆς δράσης τῶν κομμάτων, δπως λ. χ. στὴν ἐπίδραση τῶν πλούσιων μελῶν τοῦ κόμματος στὶς κατευθύνσεις του (¹). Μὰ τὸ θέμα μας δὲν ἐνδιαφέρει παρὰ μόνον δ τρόπος, ποὺ κατορθώνει ἡ προπαγάνδα καὶ βρίσκει τὰ οἰκονομικὰ μέσα, ποὺ χρειάζεται γιὰ τὴν ἀσκησὴ της.

Στὸ σύστημα τῶν δικῶν μας κομμάτων, ποὺ οἱ εἰσφορὲς τῶν μελῶν μόλις τῷρα ἀρχίζουν νὰ ἐπιβάλλωνται ἀπὸ ὀρισμένα νέα κόμματα, μόνη πηγὴ οἰκονομικῶν μέσων εἶναι τὰ πλούσια μέλη τοῦ κόμματος, ποὺ συνεισφέρουν ἀνάλογα γιὰ τὸν ἐκλογικὸ ἀγῶνα. Αὐτοὶ συντελοῦν στὸ σχηματισμὸ τοῦ περιεχομένου τοῦ κομματικοῦ Fiseus. Ποιά, λοιπόν, εἶναι ἡ ἐπίδραση, ποὺ ἀσκεῖ ἡ προπαγάνδα στοὺς χρηματοδότες τοῦ κόμματος;

Συντελεῖ αὐτὴ καθαυτὴν στὴν προσέλκυσή τους ἢ μένει μόνο μὲ τὸ

1) *Ιδε κυρίως R. Michel op. cit. σ. 129 ἐπ.

παθητικὸ ἀποτέλεσμα νὰ δέχεται κι' αὐτὴ τὴν ἐπίδρασή τους— ἐπίδραση, ποὺ ἀφορᾶ δῆλες τὶς κατευθύνσεις τοῦ κόμματος;

Ἡ ἀπάντησή μας πρέπει νὰ διατυπωθεῖ μὲ κάποια ἐπιφύλαξη. Γιατὶ ὅ,τι προσελκύει σ' ἔνα κόμμα ἔνα πλούσιο δὲν εἶναι κυρίως ἡ ἐπίδραση ποὺ ἀσκεῖ ἡ προπαγάνδα τοῦ κόμματος αὐτοῦ.

Οἱ Μαικῆνες, ὅπως λέγονται τὰ πλούσια μέλη τοῦ κόμματος, δὲν ἀποτελοῦν ἔχωριστὴ κατηγορία τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου, τῆς μάζας τῶν ἐκλογέων. ‘Υπάγονται κι' αὐτοὶ σὲ μὰ ἀπὸ τὶς 4 κατηγορίες ἐκλογέων, ποὺ ἀναλύσαμε παραπάνω, τοὺς ὀπαδούς. Ὁσον ἀφορᾶ τὸ συνδετικὸ στοιχεῖο, ποὺ συνδέει τοὺς Μαικῆνες μὲ τὸ κόμμα καὶ τοῦτο δὲν εἶναι διαφορετικὸ ἀπὸ κεῖνα, ποὺ ἀναφέραμε.— “Ο,τι συνδέει τὸν «Μαικῆνα» μὲ τὸ κόμμα μπορεῖ νὰ εἶναι εἴτε ἡ ἰδεολογία, ποὺ ἐνσαρκώνει τὸ κόμμα τοῦτο, εἴτε ἡ ἴστορικὴ δράση τοῦ κόμματος καὶ ἡ οἰκογενειακὴ σχέση του μ' αὐτό, εἴτε ἡ προσωπικὴ ἐκτίμηση πρὸς τὸν ἀρχηγὸ τοῦ κόμματος.

Πάντα ὅμως τὸ συμφέρον του προσαρμόζεται πρὸς τὴν κατεύθυνση τοῦ κόμματος. Ἀπὸ ἀποψη δράσης καὶ σημασίας οἱ «Μαικῆνες» εἶναι παραπάνω ἀπὸ τοὺς ἐνεργητικοὺς ὀπαδούς— εἶναι στυλοβάτες τοῦ κόμματος, ἡ σπονδυλικὴ στήλη του. Οἱ «Μαικῆνες» εἶν' κεῖνοι, ποὺ κατευθύνουν τὸ κόμμα καὶ τὸ διευθύνουν «ἐκ τῶν παρασκηνῶν».

Γιὰ αὐτὸ καὶ δὲν μποροῦμε νὰ ποῦμε πῶς ἐπιδρᾶ σ' αὐτοὺς ἡ προπαγάνδα, ἀφοῦ κι' αὐτὴν οἱ «Μαικῆνες» τὴν καθιορίζουν κατὰ κύριο λόγο, ὅπως καὶ ὅλη τὴν τακτικὴ τοῦ κόμματος. Τὶς περισσότερες μάλιστα φορὲς οἱ «Μαικῆνες» εἶναι οἱ ἕδιοι πολιτευτὲς τοῦ κόμματος, δηλαδὴ οἱ κυριώτεροι τροχοὶ τοῦ κομματικοῦ μηχανισμοῦ.