

ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ ΤΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΥΠΟ
ΠΑΝΟΥ Χ. ΠΑΜΠΟΥΚΗ

Ι. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τὸ θέμα, πὸ ἀποτελεῖ, τὸ ἀντικείμενο τῆς μελέτης τούτης, δηλαδὴ ἡ προπαγάνδη ὡς ὄπλο στὸν ἀγῶνα τῶν ἐλληνικῶν κομμάτων, ἀπαιτεῖ, γιὰ τὴν κατανόησή του, σύντομη ἐπισκόπηση τῆς οὐσίας καὶ τῆς ἀποστολῆς τῶν πολιτικῶν κομμάτων γενικῶς.

Τὰ σύγχρονα κόμματα ἀποτελοῦν—στὴν πολιτικὴ σημασίᾳ τῆς λέξης—«μαχητικὲς ὀργανώσεις» (1). Σκοπὸς τους εἶναι ἡ κατάληψη τῆς πολιτικῆς (2) ἐξουσίας, ἢ ἀκριβέστερα, ἡ ἄνοδος στὴν πολιτικὴ ἐξουσία μὲ τὴν ψήφο τῶν ἐκλογέων. Ἄμεση, λοιπὸν, ἐπιδίωξη τῶν συγχρόνων πολιτικῶν κομμάτων εἶναι ἡ κατάκτηση, ὅσων τὸ δυνατόν εὐρύτερων, λαϊκῶν στρωμάτων καὶ ἰδίως ψηφοφόρων.

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

Δηλαδὴ τὰ κόμματα—ὅπως καὶ ἡ λέξη φανερῶνει—ἀντιπροσωπεύουν διάφορα τμήματα ὀρισμένης κοινωνίας καὶ ὄχι ὀλόκληρη τὴν κοινωνία. Ἀποτελοῦν τὸ μέρος καὶ ὄχι τὸ ὅλον τῆς κοινωνίας parts καὶ ὄχι totum.

Ἐνῶ λοιπὸν δὲν εἶναι παρὰ τμήματα τοῦ κοινωνικοῦ συνόλου, τείνουν νὰ περιλάβουν στοὺς κόλπους τους ὀλόκληρη τὴν κοινωνία, γιατί ἔτσι θὰ φθίσουν στὸ σκοπὸ τους, τὴν ἄνοδο πρὸς τὴν πολιτικὴ ἐξουσία. Καὶ γιὰ νὰ τὸ ἐπιτύχουν εὐρύνουν τίς προγραμματικὰς τους ἀρχάς, νοθεύοντάς τες ἔτσι, πὸ νὰ ἐλκύσουν μὲ τὸ μέρος τους περισσότερους ψηφοφόρους καὶ διαλαλοῦν ὑποκριτικῶς, ὅτι ἀντιπροσωπεύουν νὰ συμφέροντα ὅλης τῆς κοινωνίας, ὀλόκληρου τοῦ «λαοῦ» καὶ ὄχι μονάχι ἐνός ὀρισμένου κοινωνικοῦ στρώματος ἢ ὀμίδας, ὅπως πραγματικῶς συμβαίνει.

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

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

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

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

στοιχεῖ στὸ ἰδανικὸ τοῦ «ἐνιαίου κόμματος», ἐκείνου δηλαδή, ποῦ νὰ καλύπτει ὁλόκληρο τὸ κοινωνικὸ σύνολο. Ἡ ἀντίληψη τοῦ ἐνιαίου κόμματος ἐθεωρήθη ἄλλοτε χίμαιρα—τὸ αἰώνιο ὄνειρο τῆς λαϊκῆς σκέψης» (1).— ποῦ δὲν θὰ ἐπραγματοποιεῖτο ποτέ.

Κι' ὅμως στὴν ἐποχὴ μας ἡ χίμαιρα τούτη ἔγινε πραγματικότητα, ὅπως συνέβη σις γῶρες ἐκείνες, ποῦ τὸ κράτος ἐταυτίσθηκε μὲ τὸ κόμμα καὶ συγκεκριμένως στὴ φασιστικὴ Ἰταλία, στὴ σοβιετικὴ Ρωσσία καὶ στὴ Γερμανία τοῦ Hitler χωρὶς νὰ ἐπιμείνουμε περισσότερο στὸ ζήτημα τοῦτο, ποῦ δὲν ἐνδιαφέρει ἄμεσα τὸ θέμα μας, διαπιστώνουμε, ὅτι στὴν ἐπίτευξη τοῦ σκοποῦ τους—τὴν κατὰκτηση τῆς πολιτικῆς ἐξουσίας—τὰ κόμματα χρησιμοποιοῦν ὡς κυριώτερο ὄπλο τὴν προπαγάνδα.

Ὅχι μόνον τὸ κυριώτερο, μὰ ἴσως ἴσως καὶ τὸ μοναδικό, ποῦ διαθέτουν τὰ κόμματα γιὰ νὰ ἐπιτύχουν τὸν ἀντικειμενικὸ τους σκοπό. Ἀποτελεῖ ἡ προπαγάνδα *conditio sine qua non* τοῦ σύγχρονου κομματικοῦ μηχανισμοῦ. «Κάθε σύγχρονο πολιτικὸ κόμμα—γράφει ὁ Herbert Sultan στὴν κλασικὴ γιὰ τὸ σύστημα τῶν πολιτικῶν κομμάτων, μελέτη του—ἀποτελεῖ σὰν 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 δυνάμει τὸν καιροῦ τῶν ἀτομικῶν θελήσεων», νὰ καταπολεμήσουν τὴν «ἀδράνεια τῆς μάζας»—ποῦ τόσα ἔχουν γρῖφετὶ γι' αὐτὴν (4).—γιατὶ πραγματικὰ «ἡ θετικὴ θέληση εἶναι ὑπόθεση τῶν λίγων ποῦ δροῦν πολιτικά, ἡ δὲ ἐφεῖρα μάζα εἶναι ἀπλῶς ὑλικό, ποῦ πρέπει νὰ ὁργανωθεῖ, νὰ πειοθεῖ καὶ νὰ ὀδηγηθεῖ σις κάλπες» (5).

Τὸ ζήτημα τῆς προπαγάνδας διαφωτίζεται, ἂν ἐξετάσουμε τὰ κόμματα ὄχι «ἐκ τῶν ἄνω», δηλαδή ἀπὸ τὴν ἄποψη τῆς ὁργάνωσης καὶ τοῦ σητήματος, μὰ «ἐκ τῶν κάτω», δηλ. ἀπὸ τὴν ἄποψη τῆς ἐκλογικῆς μάζας, τοῦ συνόλου τῶν ἐκλογέων, ποῦ ἀνήκουν στὰ διάφορα κόμματα, γιατί ἡ ἐπίδραση καὶ τὸ ἀποτέλεσμα τῆς προπαγάνδας εἶναι ἀνάλογα μὲ τὴν ἰδιουσύσταση τοῦ ἐκλογικοῦ σιρώματος, ποῦ σ' αὐτὸ ἀπευθύνεται. Μὰ πρὶν ἀπ' αὐτὸ ἐπιβιάλλεται νὰ γνωρίσουμε σις κύριες γραμμὰς τὸν ἐν' ἄλλο ζήτημα, τὴν κοινὴ γνώμη, ποῦ συνδέεται ἀρρηκτὰ μὲ τὴν κατανόηση τοῦ θεματός μας, γιατί ἡ προπαγάνδα δὲν ἀποτελεῖ παρὰ μέρος τοῦ «συμπλέγματος ζητημάτων» (6), ποῦ λέγεται κοινὴ γνώμη.

Στὴν κοινὴ, τὴν ἀνεπιστημονικὴν ἀντίληψη εἶναι ριζωμένη ἡ πρό-

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

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

3) Σχετικὰ μὲ τὴν ἀξιολόγησιν τοῦ κόμματος στὴ σύγχρονον πολιτικὴν ζωὴν ἴδε τὶς φωτεινὰς σκέψεις τοῦ Michels op. cit. σελ. VIII ἔπ.

4) Ἴδε κυρίως Michels op. cit. σελ. 58 ἔπ.

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

6) Sultan op. cit. σελ. 124.

ληψη τῆς ἐνιαίας κοινῆς γνώμης. Πιστεύεται δηλαδή, ὅτι γιὰ ὄρισμένο ζήτημα μπορεῖ νὰ υπάρξει ἐνιαία καὶ ὁμοιόμορφη γνώμη ὅλων τῶν κοινωνικῶν στρωμάτων καὶ τμημάτων. Ἡ ἀντίληψη αὐτὴ εἶναι τόσον ἐσφαλμένη ὅσον καὶ ἐκείνη, ποὺ πιστεύει στὴν ὑπαρξὴ ἐνιαίας βούλησης τοῦ λαοῦ. Κοινὴ γνώμη δὲν ὑπάρχει, μὰ κοινὲς γνώμες (!). Κάθε κοινωνικὸ τμῆμα ἔχει τὴν κοινὴν του γνώμην σχετικὰ μ' ἓνα ζήτημα, ἀνάλογα μὲ τὴν ἄποψη τοῦ ἕλικοῦ ἢ ἠθικοῦ συμφέροντος ἢ τῆς ἰδεολογίας, ποὺ συνδέει μεταξὺ τους τὰ μέλη του. Ἡ κοινὴ γνώμη κυκλοφορεῖ σὲ ὄρισμένη μορφή: τὰ συνθήματα. Τοῦτα ἀποτελοῦν τὸ μέσον, ποὺ μ' αὐτὸ κάθε ὄρισμένο κοινωνικὸ τμῆμα προσπαθεῖ νὰ διαδώσει τὴν κοινὴν του γνώμην, νὰ τὴν κάμῃ γενικὴ κοινὴ γνώμη. Κι' ἐπειδὴ κάθε κοινωνικὸ στῶμα ἐπιδιώκει τὸ ἴδιο, τότε μονάχα συμβαίνει νὰ φθιάσουμε σὲ μιὰ «γενικὴ» κοινὴ γνώμη, ὅταν οἱ διαφορὲς τῶν μερικῶν κοινῶν γνώμῶν εἶναι ἐλάχιστες. Ὁ ἀγῶνας περιορίζεται στὰ συνθήματα, ποὺ χρησιμοποιεῖ ὀργανωμένα ἢ προπαγάνδα. Ὡστε προπαγάνδα δὲν εἶναι τίποτ' ἄλλο, παρὰ «συστηματικὴ ὀργάνωση τοῦ ἀγῶνα τῶν συνθημάτων, ποὺ ἐμφανίζουν τὶς ἀποκρυσταλλώσεις τῶν κοινῶν γνώμῶν καὶ θε κοινωνικῆς ὁμάδας».

II. ΧΑΡΑΚΤΗΡΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΚΛΟΓΙΚΗΣ ΜΑΖΑΣ

Ἦστερ' ἀπὸ τῆς εἰσαγωγικῆς τοῦτες παρατηρήσεις, ποὺ θεωρήσαμε ἀναγκαῖο νὰ προτάξουμε στὴ μελέτη τοῦ κυρίου θέματός μας, θὰ ἐξετάσουμε 1) τοὺς τύπους τῶν ἐκλογέων καὶ τὰ ἰδιαίτερα χαρακτηριστικὰ τους ὡς ἐκλογικῶν ὁμάδων, καὶ 2) τὶς μορφές, ποὺ πέρνει ἢ προπαγάνδα τῶν κομμάτων στὴν Ἑλλάδα καὶ τὸν τρόπο, ποὺ ἐπιδραῖ πάνω στοὺς διάφορους τύπους τῶν ἐκλογικῶν ὁμάδων.

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

Ἄς ἐξετάσουμε ξεχωριστὰ καθέναν ἀπὸ τοὺς τύπους αὐτοὺς.

α) Ἀ π έ χ ο ν τ ε ς ὀνομάζουμε ἐκείνους ἀπὸ τοὺς ἐκλογεῖς, ποὺ δὲν ἀσκοῦν τὸ ἐκλογικὸ τους δικαίωμα, ποὺ δὲν ψηφίζουν «κατ' ἀρχήν».

Οἱ λόγοι τῆς ἀποχῆς ἀπὸ τὴν ἄσκηση τοῦ ἐκλογικοῦ τους δικαιώματος εἶναι διάφοροι. Μερικοὶ δὲν ψηφίζουν ἀπὸ ἔλλειψη πολιτικοῦ ἐνδιαφέροντος, ἀπὸ πολιτικὴ ἀναφροδισία. Στὴν κατηγορίαν αὐτὴν ὑπάγονται καὶ ἐκεῖνοι, ποὺ, ἀφοσιωμένοι στὴν ἐπιστήμην ἢ σ' ὄρισμένο ἐπάγγελμα, ποὺ ἐπιβάλλει περιορισμοὺς στὶς κοινωνικὲς καὶ προσωπικὰς τους σχέσεις, ὅπως λ. χ. τὸ δικαστικὸ (!), παραξήγοῦν τὴν ἔννοια καὶ ὑποτιμοῦν τὴ σημασίαν τοῦ

1) Ferdinand Toennies, Kritik der öffentlichen Meinung, 1922, s. 131. Ἴδε ἐπίσης τὶς σχετικὰς παρατηρήσεις τοῦ H. Sultan sp, cit s. 124.

2) Σχετικὰ μὲ τὴ δεοντολογία τοῦ δικαστικοῦ λειτουργήματος ἴδε Theodor Sternberg, Einführung in die Rechtswissenschaft (1927) σελ. 175 ἐπ., ὅπου διαγράφεται μιὰ κάποια ἀσκητικὴ ζωὴ τοῦ δικαστῆ. Ὅμως καὶ ἡ αὐστηρότερη ἐφαρ-

ἐκλογικοῦ δικαίωματος, γι' αὐτὸ καὶ θεωροῦν ἐπιβεβλημένο ν' ἀπέχουν ἀπὸ τὶς ἐκλογές. Ἄλλοι πάλι δὲν ψηφίζουν ἀπὸ τὴν ἀηδία, ποὺ τοὺς προκαλεῖ ἡ ὀξύτητα τῆς κομματικῆς διαπάλης καὶ ὁ ἠθικὸς ξεπεσμὸς τοῦ πολιτικοῦ κόσμου, γι' αὐτὸ καὶ αὐτοκαταδικάζονται στὴν ἀναμονὴ μιᾶς χίμαιρας — τῆ δημιουργία τοῦ «ἀρίστου» κόμματος. — ἢ τῆ βελτίωση τῶν πολιτικῶν μας ἠθῶν, χωρὶς ὅμως καὶ νὰ καθορίζουν τὸν «τακτοποιοὺ δίκτυλο», ποὺ θὰ ἐπιφέρει τῆ βελτίωση αὐτή. Καὶ μὲ τῆ σκέψη, ὅτι ὅπου καὶ νὰ δοθεῖ ἡ ψήφος τοὺς δὲν πρόκειται πίντως νὰ μεταβάλλει τὸ ἐκλογικὸ ἀποτέλεσμα — ποὺ πολλὰς φορὲς, κατὰ τὴν ἀντίληψή τους, εἶναι προσδιορισμένο «ἐκ τῶν προτέρων» ἀπ' τὸ κόμμα ποὺ κυβερνᾷει — μὲ τῆ σκέψη τοῦτη προσχωροῦν στὴν τάξιν τῶν ἀπεχόντων, ἔχοντες ἴσρημὴ τῆ συνείδησίν τους, ὅτι αὐτοὶ τοῦλάχιστον δὲν συνεργοῦν σὲ μιὰ κακοήθεια, ὅπως εἶναι κατὰ τὴν γνώμη τους ὁλόκληρη ἡ ἐκλογικὴ διαδικασία. Καὶ τὸ γεγονός ὅτι δὲν ἔχουν νὰ περιμένουν τίποτε ἀπὸ τὴν πολιτικὴν, ὅτι δὲν ἐπιδιώκουν νὰ ἐπιτύχουν κάτι μέσον τῆς πολιτικῆς, γιὰ τὰ ἀτομικὰ καὶ οἰκογενειακὰ τους συμφέροντα εἶναι τακτοποιημένα, ἀποτελεῖ τὸν κυριώτερον λόγον γιὰ μερικὸς ἄλλους νὰ μὴν ἀσκοῦν τὸ ἐκλογικὸ τοὺς δικαίωμα.

Τὸ τμήμα τοῦτο τῆς ἐκλογικῆς μάζας. οἱ ἀπέχοντες, ἔχει μεγάλη σημασία στὸ ἐκλογικὸ ἀποτέλεσμα. Ὅχι λίγες φορὲς ἡ αὐξομείωση τοῦ ἀριθμοῦ του ἐπηρεάζει σημαντικὰ τὸ καθολικὸ ἀποτέλεσμα τῶν ἐκλογῶν. Παράδειγμα πρόσφατο, μὰ καὶ ποὺ δὲν μπορεῖ ν' ἀμνησθηθῆ, γιὰ τὴν προκύπτει κα' ἀπὸ τὴν στατιστικὴν μελέτη τοῦ ἐκλογικοῦ ἀποτελέσματος, ἡ ἀποτυχία τοῦ Βενιζέλου στὶς ἐκλογές τοῦ 1933, ὀφειλόμενη κατὰ μέγα μέρος στὴ μερικὴ ἀποχή, ποὺ σημειώθηκε στὴν Ἀθήνα καὶ ποὺ μπορεῖ νὰ αἰτιολογηθῆ κα' ἐξηγηθῆ μὲ τοὺς λόγους ποὺ ἐσημειώσαμε παραπάνω.

Ὁ ρόλος, ποὺ παίζει στὴ διαμόρφωση τοῦ συνολικοῦ ἀποτελέσματος τῶν ἐκλογῶν ἢ προσέλκυση στὶς ἐκλογικὰς κλίμακας τῶν ἀπεχόντων τοὺς καθιστᾷ ἐπίμονο στόχον τῆς κομματικῆς προπαγάνδας, ποὺ ἡ ἀξία της ἐξαρτᾶται ἀκριβῶς ἀπὸ τὴν ἀριθμητικὴν ἐπιτυχία πίνω στους ἀπέχοντες καὶ στὴ δεύτερη κατηγορία ἐκλογέων, τοὺς ἀσταθεῖς, ποὺ θὰ ἐξετίσουμε σὲ λίγο. Στὴν κοινὴ γλῶσσα οἱ ἀπέχοντες εἶναι γνωστοὶ μὲ τὴν ὀνομασίαν «ἐλευθεροὶ σκοπευτές», γιὰ τὴν μὴν ἔχοντες στενοὺς δεσμοὺς μὲ καμμιά κομματικὴ παρίσταξιν, διατηροῦν τὴν εὐχέρεια νὰ ψηφίζουν ὅποτε καὶ ὅποιους θέλουν.

β') Ἡ δεύτερη κατηγορία ἐκλογέων, οἱ ἀσταθεῖς, δὲν εἶναι λιγώτερον σημαντικὴ ἀπὸ τὴν πρώτην στὴ διαμόρφωση τοῦ ἐκλογικοῦ ἀποτελέσματος. Ἀστειεῖς χαρακτηρίζουμε ἐκείνους ἀπὸ τοὺς ἐκλογεῖς ποὺ δὲν ψηφίζουν «κατ' ἀρχὴν» ὠρισμένο κόμμα. Ὅ,τι διακρίνει τοὺς ἀσταθεῖς ἀπὸ τοὺς ἀπέχοντες ἔγκειται, στὸ ὅτι οἱ δεῦτεροι δὲν ψηφίζουν «κατ' ἀρχὴν»,

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

δὲν μετέχουν γενικά στίς ἐκλογές, ἐνῶ οἱ πρῶτοι, οἱ ἀσταθεῖς, δὲν ψηφίζουν ὠρισμένο «κατ' ἀρχὴν κόμμα». Ἡ διαίκριση τούτη ἔχει σημασία, ὅπως θὰ δοῦμε, γιὰ τὴν προπαγάνδα καὶ τὸν τρόπο πού ἐπιδιᾶ πᾶνω στίς δυὸ αὐτὲς κατηγορίες τῆς ἐκλογικῆς μάζας. Ἡ ἐξήγηση τῶν λόγων τῆς στάσης τῶν ἀσταθῶν συνδέεται μὲ τὴν ἠθολογία τῆς ἐκλογικῆς μάζας στὴν Ἑλλάδα. Οἱ ἀσταθεῖς ἀντιπροσωπεύουν κατὰ πλειοψηφία ἐκείνους, πού δὲν ψηφίζουν παρὶ ὅποιο κόμμα ἐξυπηρετεῖ τὰ συμφέροντά τους. πολλές φορές τὰ πιὸ εὐτελῆ καὶ ταπεινὰ συμφέροντα. Εἶναι οἱ «ἐπιτήδειοι» ποὺ κατορθώνουν νὰ βρῶσκονται σὲ φιλικές σχέσεις μὲ ὅλες τίς κομματικὲς παρατάξεις καὶ πού θεωροῦν ἀπόδειξη «πολιτικῆς εὐφυΐας» τὸ γεγονός, ὅτι κάνουν «τὴ δουλειά τους» ὅποιο κόμμα καὶ νὰ κυβερνάει. Στὸ πλαίσιο τῆς κατηγορίας τούτης τῶν ἐκλογέων κινοῦνται καὶ ἐκεῖνοι, πού δὲν ψηφίζουν «κατ' ἀρχὴν» ὠρισμένο κόμμα γιατί ἔχουν τὴν ψυχολογικὴ ἀδυναμία νὰ θέλουν νὰ βρῶσκονται πάντα μὲ τὴν παράταξη τῶν νικητῶν. Ὅ,τι διακρίνει τοὺς ἀσταθεῖς ἐπιτήδειους ἀπὸ τούτους τοὺς τελευταίους ἀσταθεῖς ἔγκειται, στὸ ὅτι, ὁ λόγος τῆς ἀστάθειας τῶν πρώτων, τῶν ἐπιτήδειων, εἶναι ἠθικός, ἐνῶ τῶν δεύτερων, ψυχολογικός. Ὅ,τι ἐλκύει, τοὺς πρώτους σὲ ὠρισμένο κόμμα εἶναι τὸ συμφέρον, τοὺς δεύτερους ἢ «ἐντύπωση τῆς νίκης», ὅτι δηλ. τὸ κόμμα τοῦτο θὰ νικήσει στίς ἐκλογές. Γι' αὐτὸ καὶ ἡ στάση τῆς προπαγάνδας τῶν κομμάτων ἐναντι τῶν δυὸ αὐτῶν τύπων [τῆς ἴδιας πάντα κατηγορίας εἶναι, ὅπως θὰ ἰδοῦμε, διαφορετικὴ καὶ τὰ μέσθ ἐπηρεασμοῦ διάφορα.

γ) Ἡ τρίτη κατηγορία ἐκλογέων, οἱ ἀποκλειστικοί, εἶναι ἡ πιὸ ιδιόρρυθμη. Ὅ,τι χαρακτηρίζει τοὺς ἀποκλειστικοὺς ἔγκειται στὴν ἀρνητικὰ ἀποκλειστικὴ στάση τους πρὸς ἓνα ὠρισμένο κόμμα. Δηλαδή μπορεῖ νὰ ψηφίσουν ὅλα τ' ἄλλα κόμματα, μὰ ἐκεῖνο τὸ ἓνα κόμμα ποτέ, σὲ καμμιὰ περίπτωση. Ἡ στάση τους αὐτή, ἡ ἀρνητικὰ ἀποκλειστικὴ πρὸς ἓνα ὠρισμένο κόμμα, αἰτιολογεῖται εἴτε ἀπὸ συμφέρον, εἴτε ἀπὸ νοστοροπία, εἴτε ἀπὸ ἰδεολογία. Ὅσοι λ. χ. ἔχουν συνδέσει τὰ περιουσιακά τους συμφέροντα μὲ τὴ διατήρηση τοῦ σημερινοῦ κοινωνικοῦ καθεστῶτος, ἢ ὅσοι, ἀνεξάρτητα ἀπὸ τὸ ὕλικό τους συμφέρον, πιστεύουν, ὅτι ἡ ἀνατροπὴ τοῦ κοινωνικοῦ καθεστῶτος θ' ἀποβεῖ εἰς βίαιος τοῦ Ἑθνους, ὅλοι αὐτοὶ οὐδέποτε θὰ ψηφίσουν τὸ κομμουνιστικὸ κόμμα. Μπορεῖ νὰ ψηφίσουν ἐκ περιτροπῆς ὅλα τὰ «ἀστικά» λεγόμενα κόμματα, μὰ τὸ κομμουνιστικὸ ἢ κόμμα ἀριστερίζον—ὅπως πολλοὶ θεωροῦν τὸ Ἐργατο-αγροικὸ—ἀποκλείεται a priori νὰ τὸ ψηφίσουν. Παράδειγμα, ὅσοι ἀνήκουν στὴ «Πανελληνίαν Ἐνωσιν Κτηματιῶν» ἢ σ' ἄλλες παρόμοιων σκοπῶν καὶ ἀντιλήψεων ὀργανώσεις ἀποκλείεται νὰ ψηφίσουν τὸ κομμουνιστικὸ κόμμα ἢ ἄλλα ἀριστερίζοντα κόμματα, χωρὶς ὅμως καὶ νάχουν ξεχωριστοὺς δεσμοὺς μ' ἓνα ἀπὸ τὰ ἀστικά κόμματα. Τὸ ἴδιο μπορεῖ νὰ ποῦμε καὶ γιὰ τὴν «ὀμοταξία» τῶν παλαιοσημερολογιτῶν.

Ἡ τρίτη τούτη κατηγορία ἐκλογέων, τῶν ἀποκλειστικῶν, λόγῳ τῆς

χαρακτηρολογικῆς τῆς ιδιορρυθμίας, παρουσιάζει ὀρισμένες δυσκολίες στὴν κινητοποίησίν της ἀπὸ τὴν προπαγάνδα, ὅπως θὰ ἴδοῦμε, ὅταν θὰ πραγματευθοῦμε τὸ ζήτημα τοῦ χειρισμοῦ τῶν διαφόρων κατηγοριῶν ἐκλογέων ἀπὸ τὴν κομματικὴν προπαγάνδα.

δ') Ἡ πῶς ἐνδιαιφέρουσα κί' ἀξιοπρόσεχτη κατηγορία τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου εἶναι ἡ τετάρτη, ὀ ἰ ὀ π α δ ο ἰ. Ὅπαδοὺς ὀνομάζουμε τοὺς ἐκλογεῖς, πού συνδέονται μ' ἓνα κόμμα σὲ τρόπο, πού νὰ τὸ ψηφίζον σταιθεροῦ καὶ ἀπαρέγγλιτα. Ὁ σύνδεσμος (1) δὲν εἶναι πάντα ὀργανικὸς ἢ, μὲ ἄλλη ἔκφραση, ἐπίσημος, «κεκυρωμένος».

Ἡ ὀργάνωση τῶν κομμάτων στὴ χώρα μας δὲν ἔχει τὴ μορφὴν, πού ἐπικρατεῖ ἄλλοῦ, ὅπου κάθε κόμμα ἔχει πολυσύνθετο γραφειοκρατικὸ μηχανισμό, μὲ μητροῦα ὀπαδῶν, βιβλιόρια ταυτότητος κτλ. Γι' αὐτὸ καὶ γιὰ τὸ χαρακτηρισμὸ τοῦ ἐκλογέως ὡς μέλους ἑνὸς κόμματος δὲν παίρνομε ὑπόμην μας ἂν εἶναι ἢ ὄχι γραμμένος στὰ βιβλία τοῦ κόμματος. Γιατί μπορεῖ κανεὶς «ν' ἀνήκει» σ' ἓνα κόμμα, νὰ εἶναι ὀπαδὸς του, χωρὶς νὰ τηρήσει καμμὴ ἰδιαίτερη γραφειοκρατικὴ διατύπωση. Ἡ ὀργανικὴ σύνδεση τοῦ ὀπαδοῦ μὲ τὸ κόμμα δημιουργεῖ, βέβαια, σταιθερότερες σχέσεις κί' ὀμως τοῦτο στὴν Ἑλλάδα δὲν ἀποτελεῖ τὸν κανόνα, γιατί ὑπάρχουν ὀπαδοί, πού οὐδέποτε ἐπάτησαν τὸ πόδι τους στὰ γραφεῖα τοῦ κόμματος, κί' ἐν τούτοις τὸ ἀκολουθοῦν πιστὰ καὶ μὲ φανατισμὸ.

Τὰ συνδετικὰ στοιχεῖα τοῦ ὀπαδοῦ μὲ τὸ κόμμα εἶναι τὰ ἑξῆς: 1) ἡ π α ρ ἄ δ ο σ η' πολλοὶ δηλαδὴ ἀκολουθοῦν ἓνα κόμμα, γιατί ἡ οἰκογένειά τους ἀνέκαθεν ἦταν μὲ τὸ κόμμα τοῦτο. Καὶ τὸ ἀκολουθοῦν χωρὶς νὰ ὑπολογίζον ἂν τὰ συμφέροντά τους τὸ ἐπιβάλλουν, γιατί τότε πρόκειται γιὰ ἄλλο συνδετικὸ στοιχεῖο τὸ 2), τὸ σ υ μ φ ε ρ ο ν τ ο λ ο γ ι κ ὸ, πού κατ' αὐτὸ ὄτι συνδέει τὸν ὀπαδὸ μὲ τὸ κόμμα ἔγκεται στὸ γεγονός, ὅτι τὰ συμφέροντά του ἔξυπηρετοῦνται καλύτερα ἀπὸ τὸ κόμμα τοῦτο' τὸ συνδετικὸ αὐτὸ στοιχεῖο εἶναι τὸ ἀσθενέστερο, γιατί ἡ σύνθεση τοῦ ὀπαδοῦ καὶ τοῦ κόμματος παύει ὅταν πάψει καὶ ἡ ἔξυπρητέτηση τοῦ συμφέροντος. Τὸ 3), τὸ ἰ δ ε ο λ ο γ ι κ ὸ στοιχεῖο, πού κατ' αὐτὸ ἡ πίστη τοῦ ὀπαδοῦ στὴν ἰδεολογία πού ἐνσαρκώνει τὸ κόμμα τοὺς συνδέει, εἶναι τὸ ἰσχυρότερο καὶ τὸ ἀγνότερο συνδετικὸ στοιχεῖο. Μπορεῖ, βέβαια, «ἀποχωρῶν λόγος» τοῦ συνδέσμου ὀπαδοῦ καὶ κόμματος νὰ εἶναι καὶ ἡ σκέψη τοῦ πρώτου, ὅτι

1) Τὸ ζήτημα τῆς «θεληματικῆς» (voluntaristisch) συμμετοχῆς τῶν ὀπαδῶν στὶς κομματικὰς ὀργανώσεις, πού πρώτος ἀνεκίνησε ὁ Max Weber (Wirtschaft u. Gesellschaft 1922 σ. 167 ἔπ.) δὲν μπορεῖ νὰ μᾶς ἀπασχολήσει εἰδικώτερο στὴ μελέτη μας τούτη. Παρατηροῦμε μόνον διὰ ἡ ὀξύτατη σκέψη τοῦ Herbert Sultán (op. cit. σ. 104 ἔπ.), πὸς ἡ συμμετοχὴ τοῦ μεγάλου πλῆθους τῶν ὀπαδῶν στὸ κόμμα εἶναι ἀναγκαστικὴ γιὰ λόγους ἰδίως ψυχολογικοῦς (ὅπως εἶναι ἡ Παράδοση), ἐπαληθεύεται ἀπὸ τὴν ἔρευνα τῶν συνδετικῶν στοιχείων ὀπαδοῦ καὶ κόμματος, πού ἐπιχειροῦμε στὸ κείμενο.

τὰ συμφέροντά του ὡς μέλους μιᾶς κοινωνικῆς ὁμάδας τοῦ ἐπιβάλλουν ν' ἀκολουθήσει τὸ κόμμα τοῦτο. Μὰ ἡ σκέψη τούτη δὲν νοθεύει τὴν ἀγνότητα τοῦ συνδέσμου, γιατί πρόκειται γιὰ συμφέροντα ὄχι ἀτομικά, ἀλλὰ κοινά, ὑπερατομικά. Τὸ 4) συνδετικὸ στοιχεῖο, τὸ π ρ ο σ ω π ι κ ὸ, συνίσταται στὸ σύνδεσμο τοῦ ὁπαδοῦ πρὸς ὠρισμένο κόμμα εἴτε ἀπὸ ἐκτίμηση καὶ θαννισμό πρὸς τὸ πρόσωπο τοῦ ἀρχηγοῦ του ἢ κίποιου στελέχους τοῦ κόμματος, εἴτε ἀπὸ συγγενειακὴ σχέση.

Ἀριθμητικὰ περισσότεροι εἶναι οἱ ὁπαδοὶ τοῦ προσωπικοῦ συνδετικοῦ στοιχείου καὶ λιγότεροι τοῦ ιδεολογικοῦ, γιατί στὸν τύπο μας τὰ κόμματα εἶναι προσωπικά, στηρίζονται δηλαδὴ στὴν προσωπικὴ ἐκτίμηση τοῦ ἀρχηγοῦ, κι' ὄχι ιδεολογικά, «κόμματα ἀρχῶν» ὅπως τὰ λένε.

Ἡ σημασία τοῦ τμήματος αὐτοῦ τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου, τῶν ὁπαδῶν, γιὰ τὰ κόμματα εἶναι σημαντικὴ. Ἀποτελοῦν τὴ βάση, τὰ θεμέλια τοῦ ἀγῶνά τους. Γιὰ τοῦτο κι' ἡ προπαγάνδα κάθε κόμματος παίρνει στίσιον διαφορευτικὴ ἀπέναντί τους.

Μὲ κριτήριον τὴ δράση ὑποδιαιροῦνται οἱ ὁπαδοὶ σὲ ἐνεργητικὸς καὶ παθητικὸς. Οἱ ἐνεργητικοὶ ἐπεκτείνουν τὸν κύκλο τῶν ὁπαδῶν τοῦ κόμματος. Δὲν ἀρκοῦνται στὸ ν' ἀκολουθοῦν παθητικὰ τὸ κόμμα—νά τὸ ψηφίζουν ἢ νὰ μετέχουν στὶς ἐκλογικὰς ἐκδηλώσεις του, μὰ προσπαθοῦν νὰ «φέρουν» κι' ἄλλους ὁπαδοὺς, νὰ συγκρατήσουν τοὺς παθητικὸς ἀπὸ τὴ διαρροή καὶ νὰ ἐξασφαλίσουν τὴν ἐκλογικὴ νίκη. Σ' αὐτοὺς στηρίζεται ἡ ἐπιτυχία τοῦ κόμματος. Οἱ ἐνεργητικοὶ ὀνομάζονται «παράγοντες» (στὴν πρωτεύουσα: συνδικατικοί, στὴν ἐπαρχία: τοπικοί) καὶ χρησιμεύουν γιὰ σύνδεσμοι καὶ μέσα γνωριμίας τῶν παλιῶν καὶ τῶν νέων ὁπαδῶν μὲ τοὺς ἀρχηγοὺς καὶ τοὺς πολιτευτὰς τοῦ κόμματος. Ὁ ρόλος τῶν παθητικῶν περιορίζεται ἔτσι στὸ νὰ ψηφίζουν καὶ νὰ μετέχουν στὶς ἐκλογικὰς διαδηλώσεις καὶ συγκεντρώσεις.

III. ΜΟΡΦΕΣ, ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

Μετὰ τὴν ἐξέταση καὶ διάγνωση τῶν χαρακτηριστικῶν τῶν διαφόρων κατηγοριῶν τῆς ἐκλογικῆς μάζας στὴν Ἑλλάδα, καιρὸς νὰ ἰδοῦμε μὲ ποιὰς μορφὰς ἐμφανίζεται ἡ προπαγάνδα καὶ πῶς ἐπιδρᾷ πάλιν στοὺς διαφόρους τύπους ἐκλογέων, στὶς διάφορες κατηγορίες τῆς ἐκλογικῆς μάζας, ποὺ ἀναλύσαμε παραπάνω.

Σὲ τρεῖς μορφὰς ἐμφανίζεται ἡ προπαγάνδα ἀνάλογα μὲ τὸ μέσο ποὺ ἐκδηλώνεται: τὴ γραπτὴ, τὴν προφορικὴ καὶ τὶς εἰκόνας. Ὅταν λέμε γραπτὴ ἐννοοῦμε κυρίως τὸν τύπο, τὰ ἐκλογικὰ προγράμματα, ποὺ κυκλοφοροῦν σὲ φυλλάδια (brochures) καὶ τὰ διάφορα μανιφέστα. Προφορικὴ εἶναι ἡ προπαγάνδα, ποὺ συνίσταται σιτοὺς προεκλογικοὺς λόγους τῶν ὑποψηφίων τοῦ κόμματος καὶ τὶς συζητήσεις ποὺ διεξάγουν οἱ ἐνεργητικοὶ ὁπαδοὶ καὶ φίλοι τοῦ κόμματος μὲ σκοπὸ νὰ δημιουργήσουν «ρεῦμα» γιὰ τὴν παράταξί τους. Ἡ «προπαγάνδα μὲ εἰκόνας» συνίσταται σὲ εἰκόνας

τῶν ὑποψηφίων, καὶ σὲ συμβολικὰς παραστάσεις γιὰ τὴν ἀξία τῆς κοιμη-
τικῆς παρτάξης.

Γιὰ νὰ διαπιστώσουμε τώρα τὸ βαθμὸ τῆς ἐπίδρασης κάθε μορφῆς
προπαγάνδας πῶς στρεφόμενοι εἰς τοὺς διάφορους τύπους ἐκλογέων, πρέπει νὰ διακρί-
νουμε τὴν ἐποχὴ ἡρεμου, ὁμαλοῦ ἐκλογικοῦ ἀγῶνα ἀπὸ τὴν ἐποχὴ ἔντο-
νου, ἀνώμαλου. Σ' ἐποχὴ «ἡρεμου» ἐκλογικοῦ ἀγῶνα κυριαρχεῖ ἡ γραπτὴ
μορφὴ προπαγάνδας. Βέβαια καὶ οἱ ἄλλες δύο μορφές, ἡ προφορικὴ καὶ οἱ
εἰκόνες, χρησιμοποιοῦνται, μὰ περισσότερο καὶ κατὰ πρῶτο λόγο ἡ γραπτή.
Καὶ τοῦτο, γιὰ τὸ σὲ τέτοια ἐποχὴ, ποὺ τὰ πνεύματα τῶν ἐκλογέων εἶναι
ἡρεμα καὶ δὲν τὰ συσκοτίζουν πάθη καὶ φανατισμοί, μποροῦν νὰ κρίνουν
καὶ νὰ σκεφθοῦν μὲ ἀνεση κα' ἔχουν ὅλη τὴν ἰκανότητα νὰ συζητήσουν λογι-
κὰ πῶς τὰ σημεῖα, ποὺ διαγωνίζονται τὰ διάφορα κόμματα.

Σὲ τέτοια ἐποχὴ φανερῶνται ὁ ρόλος τοῦ τύπου (1), τῆς ἐφημερίδας
τοῦ κόμματος, ποὺ ἐπισημαίνει κυρίως τοὺς ὁπαδοὺς καὶ γινώσκει τὸ φρό-
νημά τους.

Ὅμως σ' ἐποχὴ ἔντονου «ἐκλογικοῦ ἀγῶνα» ὑποχρεῖ ἡ κυριαρχία τῆς
γραπτῆς μορφῆς μπρὸς στὴ δύναμη τῆς προφορικῆς καὶ στὴν ἐπίδραση τῶν
εἰκόνων. (1) προφορικὸς λόγος, δηλαδή οἱ προεκλογικὲς ὁμιλίαι τῶν ὑποψη-
φίων στὶς ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις τοῦ «κέντρο», τείνει νὰ τονώσῃ τὸ φρό-
νημα τῶν «παθητικῶν ὁπαδῶν», νὰ ἐξάγει τὰ πάθη καὶ νὰ δημιουργήσῃ
τὴν «λεποίθησιν τῆς νίκης» πρὸς τοὺς ἀπέχοντες καὶ τοὺς ἀσταθεῖς. Τὴ δύ-
ναμη τοῦ προφορικοῦ λόγου συμπληρῶναι ἡ «προπαγάνδα μὲ εἰκόνες» μὲ
τις διαφορὰς παραστάσεις καὶ τις μουσικὰς ἐκδηλώσεις, ὅπως εἶναι τὰ λαϊκὰ
μουσικὰ ὄργανα ποὺ προηγοῦνται τῶν ἐκλογικῶν διαδηλώσεων, τὰ τραγού-
δια ποὺ κυκλοφοροῦν, πειραχτικὰ γιὰ τοὺς ἀντιπάλους κα' ἐξυμνηστικὰ γιὰ
τὴν παρτάξιν, καὶ ὅλες οἱ ἄλλες ἀσχίμιες καὶ κατωτέρωτες, ποὺ ἐμφανί-
ζει, δυστυχῶς, ἡ πολιτικὴ μας ζωὴ.

Ἄνῃκα νὰ παρατηρηθῇ, ὅτι ἡ σημασία ποὺ ἔχουν οἱ ἐκλογικὲς συγ-
κεντρώσεις στὸ «κέντρο» τοῦ κόμματος εἶναι μεγάλη γιὰ τὸ ἐκλογικὸ ἀπο-
τέλεσμα. Γιὰ τὴν συνήθειαν, ποὺ ὑπάρχει σ' ἐμᾶς, νὰ πηγαίνομε σ' ὅλες
τις ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις—γιὰ νὰ κάνομε «γοῦστο», ὅπως λέμε—συμ-
βαίνει πολλὰς φορὰς ἡ ἐπίδραση, ποὺ ἀσχεῖ ὁ ὕγκος τῆς ἐκλογικῆς συγ-
κεντρώσεως καὶ ἡ τέχνη καὶ δύναμη τοῦ ρήτορα, νὰ παρουσιάζουν τοὺς
ἀπέχοντες καὶ τοὺς ἀσταθεῖς ἀπὸ τοὺς ἐκλογεῖς, κα' ἔτσι νὰ κροδίζονται ἡ
ἐκλογικὴ μάχη. Ἐκεῖ στὶς ἐκλογικὲς συγκεντρώσεις δημιουργεῖται ἡ «ἐντύ-
πωση τῆς νίκης», ποὺ τόση ἐπίδραση ἀσχεῖ στὶς δύο αὐτὰς κατηγορίας ἐκλο-
γέων, ποὺ ὅχι σπάνια ἐξαρτοῦν τὸ καθολικὸ ἀποτέλεσμα τῶν ἐκλογῶν.

1) Γενικὰ γιὰ τὸν τύπον ἴδε τὴν ἐξοχὴ μελέτη τοῦ Julius Goldstein, Die
Presse. Eine Kulturphilosophische Studie, στὸ Archiv f. [Soz. u. Sozialpo-
litik Bd. 51. S. 362. Εἰδικότερα γιὰ τὴν ἐπίδραση τοῦ κοιμητικῶν τύπων στὶς σχέ-
σεις ὁπαδῶν καὶ κόμματος: Adolf Braun, Geschäfts u. Parteipresse στὸ ἴδιο
Archiv Bd. 50. S. 204.

Ἡ κατεύθυνση, πού παίρνει ἡ προπαγάνδα πρὸς τίς διάφορες κατηγορίες τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου εἶναι διαφορετική.

Τοὺς ἀπέχοντες προσπαθεῖ νὰ τοῖς κινήσει πρὸς τίς κίλipes, νὰ κατανικήσει τὴν ἀρνητικὴν στάση τους σχετικὰ μὲ τὴ συμμετοχὴ στίς ἐκλογές. Γιὰ τοῦτο καὶ διακηρύσσει, προσπαθώντας νὰ δημιουργήσει καὶ σ' αὐτοὺς τὴν ἴδια ἐντύπωση, ὅτι οἱ περιστάσεις εἶναι κρίσιμες καὶ πὼς ὅλοι πρέπει νὰ ἐκφράσουμε μὲ τὴν ψῆφόν μας τὴν προτίμησή μας πρὸς ἓνα κόμμα, εἰδεμὴ ἐγκληματοῦμε. Καὶ μάλιστα νὰ ψηφίσουμε τὸ κόμμα, πού εἰςνοεῖ ἡ προπαγάνδα, εἰδεμὴ ἐγκληματοῦμε δυὸ φορές.

Τοὺς ἀσταθεῖς προσπαθεῖ νὰ τοῖς κερδίσει ἡ προπαγάνδα, δημιουργώντας τὴν «ἐντύπωση τῆς νίκης» καὶ τοῦτο, ὅπως εἶδαμε, γίνεται στίς ἐκλογικὰς συγκεντρώσεις καὶ διαδηλώσεις.

Ὁ κύριος ἀγῶνας τῆς προπαγάνδας εἶναι νὰ κερδίσει ὅλο καὶ πῶς πολὺ ἕδαφος στίς ἀσταθεῖς καὶ τοῦ, ἀπέχοντες, γι' αὐτὸ καὶ μεταχειρίζεται μέσα, πού συγκρούονται σκληρὰ μὲ τὴν ἠθική, ὅπως τίς ὑποσχέσεις ἱκανοποιήσῃ; ὁρισμένων συμφερόντων καὶ τὴν ἀγοραπωλησίαν τῆς ψήφου.

Φροντίδα ἐπίσης μεγάλη καταβάλλει γιὰ νὰ κερδίσει ὅσο μπορεῖ καὶ πῶς πολλοὺς ἀπὸ τοὺς ἀποκλειστικούς. Γι' αὐτοὺς τὰ διάφορα κόμματα, πού δὲν τὰ ἀφορᾷ ἡ ἀρνητικὰ ἀποκλειστικὴ στίσις τῆς κατηγορίας τούτης τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου, ἓνα μέσον ἔχουν γιὰ νὰ τοὺς προσελκύσουν, νὰ ἐμφανίσουν τίς ἰσχύς τους ἔτσι πού νὰ ἱκανοποιῶνται οἱ πεποιθήσεις τους.

Τὴ λιγώτερη προσπάθεια καταβάλλει γιὰ τοὺς ὁπαδοὺς τοῦ κόμματος ἡ προπαγάνδα του, γιατί αὐτοὶ δυσκολώτερα ἀπὸ ὅλους παρασύρονται ἀπὸ τὴν ἐπιχειρηματολογία καὶ τὰ μέσα προπαγάνδας τῶν ἀντιπάλων. Αὐτονόητο ὅτι γιὰ τοὺς ἐνεργητικοὺς ὁπαδοὺς δὲν ὑπάρχει ἀνάγκη καμμιάς φροντίδας, γιατί αὐτοὶ εἶναι ἀπὸ τοὺς «φορεῖς» καὶ τὰ ὄργανα τῆς προπαγάνδας. (Ὅσο γιὰ τοὺς παθητικοὺς μιὰ μόνον χρειάζεται φροντίδα, νὰ τονωθεῖ τὸ φρόνημά τους, γιὰ νὰ μεταδίνουν ἀσυνείδητα τὴν «ἐντύπωση τῆς νίκης», καὶ νὰ συντελοῦν ἔτσι καὶ αὐτοὶ ἔμμεσα στὴ προπαγάνδα. Κι' ἡ τόνωση αὐτὴ τοῦ φρονήματος ἐπιτυγχάνεται μὲ τὸ φιλικὸ τίπο τοῦ κόμματος καὶ τίς ἐκλογικὰς συγκεντρώσεις.

Κατὰ περιεχόμενον ἐξεταζόμενη ἡ προπαγάνδα, ἀπὸ ἀποψη δηλαδὴ ἐπιχειρηματολογίας, ἐμφανίζεται ποιοτικὰ κατώτερη. Τοῦτο ἐξηγεῖται ἀπὸ δυὸ λόγους, α) ἀπὸ τὸ γεγονός, ὅτι προπαγάνδα κατ' ἀνάγκην ἀσκεῖται χρονικὰ ἐνιαία, πρὸς ὅλες τίς κατευθύνσεις τῆς ἐκλογικῆς μάζας, σύγχρονα δηλαδὴ καὶ πρὸς τοὺς μορφωμένους καὶ πρὸς τοὺς ἀμορφώτους. Συνεπῶς βρῖσκεται στὴ ἀνάγκη, νὰ βρεῖ τὸν μέσον ὄρο (ποῦ στὴ χώρα μας λόγῳ τῆς ἀγραμματοσύνης εἶναι πολὺ χαμηλός) τῆς διανοητικότητος καὶ πνευματικῆς ἀνάπτυξης τοῦ λαοῦ καὶ νὰ προσαρμόσει ἀνάλογα τὴν ἐπιχειρηματολογία τῆς. β) Ἀπὸ τίς διαπιστώσεις τῆς ὁμαδικῆς ψυχολογίας σχετικὰ μὲ τὴ λειτουργία τῆς κρίσης καὶ τῆς ἀντίληψης τῶν μαζῶν. Εἶναι γνωστὸν ὅτι οἱ μάζες δὲν κρίνουν μὲ τὴ λογικὴ, μὰ μὲ τὸ αἰσθημα καὶ τὸ ἐνστι-

κτο. «Ὁ νωτιαῖος μυελός—γράφει κάπου ὁ Leben— ἐπιδρᾷ στίς πράξεις τῆς μίζας περισσότερο ἀπὸ τὸν ἐγκεφαλικός». Οἱ μάζες σκέπτονται μὲ ἰδέες ποὺ ἐμφανίζονται ἀπλῶ. Γιὰ νὰ πειθοῦν δὲν θέλουν ἐπιχειρήματα λογικά, μὰ ἰδέες ποὺ νὰ συγκινοῦν τὸ αἶσθημα καὶ νὰ γεννοῦν ἐνθουσιασμόν.

Σ' αὐτοὺς τοὺς δύο λόγους, ποὺ εἶναι γενικοὶ—ἐμφανίζονται δηλαδὴ κα' ἄλλου, μὰ σ' ἐμᾶς ἐντονώτεροι— ὑφείλεται ἡ μετριοφύλαξ τῆς ἐπιχειρηματολογίας τῆς προπαγάνδας καὶ ἡ ἐπιτυχία, ποὺ προκαλεῖ ἡ χρησιμοποίηση συμβολικῶν ἐκφράσεων, πομπῶν σχηματίων, καὶ λέξεων χτυπητῶν ἀπὸ τοὺς πολιτικοὺς ῥήτορες στίς ἀγορεύσεις τους. Ἔτσι ἐξηγεῖται καὶ τὸ γεγονός, ὅτι οὐδέποτε ἀποτελοῦν ἀντικείμενο σοβαρῆς καὶ ἐπίμονης προεκλογικῆς συζήτησης οἱ ἰδεολογικῆς προγραμματικῆς ἀρχῆς τῶν κομμάτων. Σ' ἐμᾶς τοῦτο τονίζεται περισσότερο, γιατί τὰ διάφορα κόμματα, ἐκτὸς ἀπὸ τὸ κομμουνιστικό, βασίζονται στὴν ἴδια ἀστική ἰδεολογία καὶ τὰ προγράμματά τους δὲν παραλλάσσουν παρὰ μονίχα στὴν ἐξωτερικὴ τους διατύπωση.

Ἡ ἐπιχειρηματολογία, συνεπῶς τῆς προπαγάνδας περιορίζεται στὴν ἀντιμετώπιση, ὅχι προγραμματικῶν ἀρχῶν καὶ κατευθύνσεων μὰ λύσεων σὲ ζητήματα τῆς «καθημερινῆς» ζωῆς. Ἐπίσης στὴν ἀνάπτυξη τῆς ἱστορικῆς δράσης τοῦ κόμματος, ποὺ ἐκπροσωπεῖ, στίς προσωπικῆς ἰκανότητες τοῦ ἀρχηγοῦ καὶ τὰ ἠθικὰ ἐφόδιά του.

Σχετικὸ εἶναι καὶ τὸ ζήτημα τοῦ κατάλληλου χειρισμοῦ τῆς ἐπιχειρηματολογίας ἐν σχέσει μὲ τὴ θεωρία ἢ τὴν ἰδιολογίαν ποὺ ἐκπροσωπεῖ. Δηλαδή ἡ χρησιμοποίηση δυνατῶν ἐπιχειρημάτων ζωντανεύει καὶ τὴν πιὸ ἄτονη θεωρία καὶ ἀνίστροφα περὶ ἐπιχειρήματα, ἄτονα κα' ἀδύνατα ἐξασθενίζουν καὶ τὴν πιὸ ρωμαλέα ἰδεολογία.

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

Ἀπὸ ἄποψη μεθόδου καὶ τρόπου ἐνέργειας διακρίνεται ἡ προπαγάνδα σὲ ἀπλῆ καὶ μορφωτική. Μὲ ὅσα εἶπαμε παραπάνω ἐθίξαμε μόνον τὴν ἀπλῆ, τὴν κοινὴ μορφή προπαγάνδας, ποὺ ἀσκεῖται κυρίως προεκλογικά. Ἡ ἐξέταση τῆς μορφωτικῆς προπαγάνδας καὶ τῆς λειτουργίας της θίγει μᾶς ξεκαθαρίσει περισσότερο τὴ διαφορά της ἀπὸ τὴν κοινή. Ἡ προπαγάνδα δὲν ἀπευθύνεται μόνον στὰ ἔνστικτα τῆς μίζας καὶ τὶς ψυχολογικῆς ἀδυναμίες· στρέφεται καὶ πρὸς τὴ διάνοια καὶ τὴ συνείδηση τῶν ἀτόμων ποὺ πολιορκεῖ μὲ σκοπὸ νὰ τὰ παρασύρει στὴν παροίταξή της.

Γιὰ τοῦτο καὶ προσπαθεῖ νὰ μορφώσει, ν' ἀνεψώσει τὸ ἠθικὸ καὶ πνευματικὸ ἐπίπεδο τοῦ λαοῦ, γὰ νὰ ἀποκτήσει καὶ αὐτὸς τὴ δύναμη νὰ βλέπει μὲ τὸ δικό του πρῶμα καὶ νὰ συγκρίνει τὶς ἰδεολογικῆς ἀντιθέσεις τῶν διαφόρων παρεκτάσεων. Αὐτονόητο ὅτι καὶ στὸ σημεῖο τοῦ τομεροληπειῖ ἢ προπαγάνδα, ἐμφανίζοντας τὶς ἀλόφειες τῆς δικῆς της παρατάξης ζωηρότερες ἀπὸ τὶς ἄλλες, καὶ ἐκβιάζοντας ἔτσι τὴν προτίμησιν, μὰ δὲν

παύει ή λειτουργία της αὐτῆ νὰ εἶναι παιδαγωγική. Ἡ μορφωτική κατεύθυνση τῆς προπαγάνδας δὲν ἔχει, δυστυχῶς, σ' ἐμᾶς τὴν ἔκταση καὶ τὴ συστηματικὴ ὀργάνωση ποὺ ἔχει ἄλλοι. Μὰ φαίνεται πὼς κι' ἐδῶ θ' ἀκολουθήσει τὸ δρόμο ποὺ πῆρε σ' ἄλλες χῶρες. Αὐτὸ τοῦλάχιστο δείχνει ἡ συστηματικὴ φροσπίαθεια τῶν διαφόρων κομμάτων νὰ δημιουργήσουν νεολαία, ποὺ νὰ τὴ μορφώσουν πῆνω στὴν ἰδεολογία καὶ τὶς προγραμματικὰς ἀρχές. Αὐτὸ φανερώνει ἡ ἐπικοινωνία τους μὲ διάφορες ἐπαγγελματικὰς ὀργανώσεις γιὰ νὰ κίμουν γνωστὴ τὴν ἰδεολογία τους καὶ γενικώτερα ἡ τίσιση τῶν διαφόρων πολιτικῶν κινήσεων νὰ ἐπιδράσουν μορφωτικὰ στὸ λαό.

ΙV ΤΑ ΜΕΣΑ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

Τὰ μέσα, ποὺ χρησιμοποιεῖ ἡ προπαγάνδα εἶναι διάφορα.

Στὴν πρώτη σειρά ἔρχεται τὸ **χρῆμα**, ποὺ εἶναι ἀπὸ πολλὰς ἀπόψεις ἀπαραίτητο στὴν προπαγάνδα καὶ γιὰ τὴν προμήθεια τῶν τεχνικῶν μέσων καὶ γιὰ τὴν προσέλκυση ψηφοφόρων, ἢ καθαρώτερα, τὴν ἀγοραπωλησία τῶν ψήφων (ψηφοθηρία), ποὺ ὀργιάζει, ἰδίως στὴν ἐπαρχία. "Υστερὰ τὰ **τεχνικὰ μέσα**, δηλαδὴ ἡ χρησιμοποίησις ὅλων τῶν προόδων τῆς τέχνης καὶ τῆς ἐπιστήμης, ὅπως εἶναι τυπογραφικὰς τελειοποιήσεις, φωτογραφικὰς, ραδιοφωνικὰς κλπ.

Καὶ ἡ **τρομοκρατία** χρησιμοποιεῖται ὡς μέσο προπαγάνδας ἢ ἐπίδρασὴ της εἶναι μεγάλη, ἰδίως στοὺς ἀπέχοντες καὶ γενικώτερα στὸν πολὺν κόσμον τῶν μικρονοικοκυραίων, ποὺ δὲν ἔχει καμμιά διείθεση νὰ ἐκτεθεῖ σὲ κίνδυνον ζωῆς. Τὸ ἀποτέλεσμα τῆς τρομοκρατίας ἔγκειται στὴν ἀποχὴ τοῦ φιλήσυχου κόσμου ἀπὸ τὶς ἐκλογές, κι' ἔτσι στὸν περιορισμὸ τῶν ἀντιθετῶν ψήφων. Συνίσταται δὲ ἡ τρομοκρατία στὴν ἔντεχνη κυκλοφορία διαδόσεων ὅτι θὰ γίνονταν ταραχές, εἴτε καὶ στὴν πραγματοποίησις ταραχῶν, συμπλοκῶν κλπ. Μὰ καὶ ἔργα ἀγαθοεργίας καὶ κοινῆς ὠφελείας, χρησιμοποιεῖ ἡ προπαγάνδα γιὰ τὸ σκοπὸ της. Τὰ σχολεῖα, ποὺ φέρουν τὸ ὄνομα τοῦ δωρητῆ, τὰ νοσοκομεῖα, ποὺ παρέχουν, ἔστω καὶ κατ' ἐπίφαση, περίθαλψη γενικὴ καὶ οἱ ἐκκλησίαι, ποὺ φανερώνουν, δηθεν, τὴ θρησκευτικὴ εὐλάβεια τοῦ ἰδρυτῆ τους, ἀσκοῦν ἐπίδραση στὸν πολὺν κόσμον.

Σπουδαῖο καὶ ἀποτελεσματικὸ μέσον στὰ χέρια τῆς προπαγάνδας εἶναι καὶ ἡ **κριτικὴ** εἰς βάρος τῆς ἀντίθετης παράταξης. Ἡ κριτικὴ δὲν ἀφορᾷ μόνον πρόσωπα, μὰ καὶ ἰδεολογικὰς ἀρχάς, ἀναλύεται δὲ σὲ γενλοιοποίησις καὶ συκοφαντία τῶν ἀντιπάλων. Ἡ ἐπίδρασὴ της εἶναι τεραστία, παράδειγμα τὸ ἀποτέλεσμα ποὺ ἔχουν εἰς βάρος τῶν κομμουνιστῶν οἱ ἐπίμονες διηδόσεις ὅτι θὰ καταστρέψουν τὴ θρησκεία, τὴν οἰκογένεια, τὴν πατρίδα. Τὰ **μορφωτικὰ μέσα**, ὅπως διαλέξεις, συγκεντρώσεις, διάδουσις ἰδεολογικῶν ἀρχῶν σὲ γραπτὴ ἢ προφορικὴ μορφή, δημιουργία νεολαίας κλπ. ἀρχίζουν νὰ χρησιμοποιοῦνται καὶ ἀπὸ τὴν προπαγάνδα τῶν δικῶν μας κομμάτων ἀποτελεσματικὰ. Ἄλλο στοιχεῖο, ποὺ

ἀποτελεῖ μέσον προπαγάνδας πολύτιμο, εἶναι ἡ προσωπικότητά.

Εἶδαμε, ὅταν ἐξετάσαμε τὰ συνδετικὰ στοιχεῖα ὁπαδῶν καὶ κομματιῶν, ὅτι τὸ ἰσχυρότερό σ' ἐμᾶς, εἶναι τὸ προσωπικό. Ἀνεξάρτητα ὅμως ἀπ' αὐτό, τὸ πρόσωπο τοῦ ἀρχηγοῦ ἀποτελεῖ ζωντανή προπαγάνδα γιὰ τὸ κόμμα του. Ἡ αἴγλη ποῦ περιβάλλει τὸν ὄνομά του κι' ὁ θρῦλος, ποῦ πλέκεται γύρω ἀπὸ τὴ δράση του παρουσοῦν μὲ δύναμη «στοιχείου τῆς φύσεως» τοὺς ὁπαδοὺς.

Οἱ προσωπικὲς του ἱκανότητες, οἱ ἐπιτυχίες στὴ δράση του καὶ γενικὰ ἡ ἠθικὴ του ἐπιβολή, ἀποτελοῦν τὰ καλύτερα ἐπιχειρήματα προπαγάνδας. τέλος ἀναφέρουμε ἀπὸ τὰ μέσα προπαγάνδας τὸν μεσσιανισμό (πῶς Καὶ νὰ τὸν πεῖ κανεὶς ἄλλοιῶς;), δηλαδὴ τὰ κηρύγματα ἑνὸς καλύτερου κόσμου, μιᾶς ἀνθρωπινώτερης ζωῆς—κηρύγματα ποῦ σχεδὸν μαγικὴ ἐπιρροὴ ἀσκοῦν στὰ κοιρασμένα πλήθη τῶν δυστυχισμένων καὶ τῶν φτωχῶν. Τὸ μέσον αὐτὸ χρησιμοποιεῖται κυρίως ἀπὸ τὶς παρατάξεις, ποῦ ἐνσαρκώνουν τὶς ἀπολυτρωτικὲς ἰδεολογίες.

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

Τελευταῖο ζήτημα ποῦ μένει νὰ ἐξετάσουμε εἶναι οἱ σχέσεις τοῦ οικονομικοῦ στοιχείου καὶ τῆς προπαγάνδας.

V. ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ

Ἡ ἄσκηση τῆς προπαγάνδας προϋποθέτει οικονομικὴ εὐχέρεια. Κάθε μορφή της γιὰ νὰ λειτουργήσῃ ἀποτελεσματικὰ πρέπει νὰ χρησιμοποιήσῃ ὅλα τὰ τεχνικὰ καὶ τὰ λοιπὰ μέσα, ποῦ συνδέονται μὲ τὴ λειτουργία της.

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

Τὸ οικονομικὸ στοιχεῖο ἐμφανίζεται καὶ σὲ ἄλλες ἀπόψεις τῆς δράσης τῶν κομμάτων, ὅπως λ. χ. στὴν ἐπίδραση τῶν πλούσιων μελῶν τοῦ κόμματος στὶς κατευθύνσεις του (1). Μὰ τὸ θέμα μας δὲν ἐνδιαφέρει παρὰ μόνον ὁ τρόπος, ποῦ κατορθώνει ἡ προπαγάνδα καὶ βρίσκει τὰ οικονομικὰ μέσα, ποῦ χρειάζεται γιὰ τὴν ἄσκησή της.

Στὸ σύστημα τῶν δικῶν μας κομμάτων, ποῦ οἱ εἰσφορὲς τῶν μελῶν μόλις τώρα ἀρχίζουν νὰ ἐπιβάλλονται ἀπὸ ὠρισμένα νέα κόμματα, μόνη πηγὴ οικονομικῶν μέσων εἶναι τὰ πλούσια μέλη τοῦ κόμματος, ποῦ συνεισφέρουν ἀνάλογα γιὰ τὸν ἐκλογικὸ ἀγῶνα. Αὐτοὶ συντελοῦν στὸ σχηματισμὸ τοῦ περιεχομένου τοῦ κομματικοῦ Fiseus. Ποιά, λοιπόν, εἶναι ἡ ἐπίδραση, ποῦ ἀσχεῖ ἡ προπαγάνδα σιτοὺς χρηματοδότες τοῦ κόμματος;

Συντελεῖ αὐτὴ καθαυτὴν στὴν προσέλκυσή τους ἢ μένει μόνο μὲ τὸ

1) Ἴδε κυρίως; R. Michel op. cit. σ. 129 ἔπ.

παθητικό αποτέλεσμα να δέχεται κι' αυτή την επίδρασή τους — επίδραση, που άφορᾷ ὅλες τις κατευθύνσεις τοῦ κόμματος ;

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

Οἱ Μαικήνες, ὅπως λέγονται τὰ πλούσια μέλη τοῦ κόμματος, δὲν ἀποτελοῦν ξεχωριστὴ κατηγορία τοῦ ἐκλογικοῦ συνόλου, τῆς μάζας τῶν ἐκλογέων. Ὑπάγονται κι' αὐτοὶ σὲ μιὰ ἀπὸ τις 4 κατηγορίες ἐκλογέων, που ἀναλύσαμε παραπάνω, τοὺς ὁπαδοῦς. Ὅσον ἀφορᾷ τὸ συνδετικὸ στοιχεῖο, που συνδέει τοὺς Μαικήνες μὲ τὸ κόμμα καὶ τοῦτο δὲν εἶναι διαφορετικὸ ἀπὸ κείνα, που ἀναφέραμε. — Ὅ,τι συνδέει τὸν «Μαικήνα» μὲ τὸ κόμμα μορεῖ νὰ εἶναι εἴτε ἡ ἰδεολογία, που ἐνσαρκώνει τὸ κόμμα τοῦτο, εἴτε ἡ ἱστορικὴ 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 ἄποψη δράσης καὶ σημασίας οἱ «Μαικήνες» εἶναι παραπάνω ἀπὸ τοὺς ἐνεργητικὸς ὁπαδοῦς — εἶναι στυλοβάτες τοῦ κόμματος, ἡ σπονδυλικὴ στήλη του. Οἱ «Μαικήνες» εἶν' κείνοι, που κατευθύνουν τὸ κόμμα καὶ τὸ διευθύνουν «ἐκ τῶν παρασκηνίων».

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