

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόθεμα	11
<i>Γιάννης Μεταξάς</i>	

Εισαγωγή	13
----------------	----

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

ΟΡΓΑΝΩΝΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΑΝΑΜΕΤΡΗΣΗ

Δομή και οργάνωση της εκλογικής εκστρατείας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο υποψήφιος	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο επικεφαλής της εκλογικής εκστρατείας	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Δομή της εκλογικής εκστρατείας	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Οργανωτική προετοιμασία	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Τα οικονομικά του προεκλογικού αγώνα	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Στρατολόγηση και αξιοποίηση εθελοντών	59

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΗΣ ΜΑΧΗΣ

Κοινή γνώμη και εκλογική στρατηγική

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Κοινή γνώμη και δημοσκοπήσεις	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Στρατηγική και εκλογικό μήνυμα	83
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Οι αμερικανικές εκλογές – το μήνυμα των νικητών	103

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

ΤΑ ΟΠΛΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΡΑΤΗΣΗΣ

Μέσα εκλογικής επικοινωνίας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: Ομιλίες του υποψηφίου	115
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: Τηλεοπτικές συζητήσεις και ντιμπέιτ	122
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: Μέσα μαζικής ενημέρωσης και διαχείριση κρίσεων	130
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12: Οι προεκλογικές διαφημίσεις	141
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13: Το έντυπο διαφημιστικό υλικό	148
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14: Φωτογραφίες και ντύσιμο του υποψηφίου	155
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15: Τηλεφωνική επικοινωνία	161
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16: Τα νέα όπλα και η μάχη του πληκτρολογίου	171
Η επόμενη μέρα	191
Αντί επιλόγου	195
Βιβλιογραφία	197

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Τσόρτσιλ έλεγε ότι «η πολιτική είναι συναρπαστική όσο και ο πόλεμος, αλλά πιο επικίνδυνη. Στον πόλεμο μπορείς να σκοτωθείς μια φορά, στην πολιτική πολλές».

Η ορολογία των σύγχρονων εκλογικών εκστρατειών όλο και περισσότερο προσομοιάζει σε αυτήν των κανονικών πολεμικών αναμετρήσεων. «Στρατηγεία», «σχέδιο μάχης», «τακτικοί ελιγμοί», «στρατηγικοί σύμμαχοι», «κέντρα επιχειρήσεων», «κινήσεις αντιπερισπασμού», «ανταρτοπόλεμος» είναι όροι που έχουν κυριαρχήσει στην περιγραφή του εκλογικού ανταγωνισμού. Ακόμα και ο όρος «εκστρατεία» δεν επικράτησε τυχαία.

Οι *Νέοι Κανόνες Πολέμου* πραγματεύονται την προετοιμασία αυτού ακριβώς του εγχειρήματος: τη διεξαγωγή μιας εκλογικής εκστρατείας η οποία όλο και περισσότερο τείνει να μοιάζει με πολεμική αναμέτρηση μιας πολύπλοκης διαδικασίας με σύνθετες πολιτικές, οικονομικές, οργανωτικές και ψυχολογικές παραμέτρους.

Σε μεγάλο βαθμό, η παρούσα έκδοση αποτελεί επεξεργασία του προηγούμενου βιβλίου μου «Κανόνες πολέμου», που είχε εκδοθεί το 2006. Οι αλλαγές ωστόσο είναι πολλές. Όχι μόνο στα πολιτικά παραδείγματα που έχουν χρησιμοποιηθεί, αλλά και σε πολλά επιμέρους σημεία του βιβλίου, καθώς την τελευταία οκταετία οι αλλαγές που προκλήθηκαν στο χώρο της πολιτικής στρατηγικής και επικοινωνίας ήταν αρκετές. Ορισμένα συμπεράσματα έπρεπε να αναθεωρηθούν και πολλές άλλες παράμετροι να αναδειχτούν περισσότερο. Επιπλέον έχει προστεθεί ένα κεφάλαιο για τα social media, τα οποία τότε είχαν περιορισμένη επιρροή, αλλά σήμερα αποτελούν κεντρικό πεδίο των πολιτικών μαχών, και μάλιστα με κάποιους δικούς τους κανόνες.

Στόχος του βιβλίου είναι να χρησιμεύσει σε όλους όσοι εμπλέκονται στη διαδικασία μιας εκλογικής εκστρατείας: τους υποψήφιους, τους συνεργάτες τους, αλλά και τους επαγγελματίες του χώρου της πολιτικής και της επικοινωνίας.

Πρόκειται για εγχειρίδιο και όχι πραγματεία. Γι' αυτό και επιδιώκει πρωτίστως τη διατύπωση κάποιων λειτουργικών συμβουλών και δευτερευόντως την επιστημονική ανάλυση εννοιών.

Η πρώτη ενότητα του βιβλίου αναφέρεται στις βασικές οργανωτικές προϋποθέσεις μιας εκλογικής αναμέτρησης: την ψυχολογική και πολιτική προετοιμασία του υποψηφίου, το ρόλο των συμβούλων του, τη δομή της εκστρατείας, τα οικονομικά της μάχης, τη συμβολή των φίλων.

Η δεύτερη ενότητα αφορά το σχέδιο της μάχης: τη στρατηγική, τα μηνύματα, την εικόνα του υποψηφίου, την ανάλυση της κοινής γνώμης και την «ακτινογραφία» του αντιπάλου.

Η τρίτη ενότητα αφορά τα όπλα της επικράτησης: τα μέσα που χρησιμοποιούνται σε μια αναμέτρηση, τη σωστή χρήση και το συγκριτικό πλεονέκτημα του καθενός, τις ομιλίες του υποψηφίου, τις δημόσιες συζητήσεις, τα έντυπα και τα διαφημιστικά μέσα, τα MME, τις δημόσιες εμφανίσεις του. Και φυσικά το νέο μεγάλο πεδίο μάχης, τα social media. Το νέο όπλο που αλλάζει πολλά από όσα ξέραμε ως τώρα για την πολιτική και τις εκλογές, καθώς αναδιατάσσει όχι μόνο τον πολιτικό λόγο και τους πομπούς διάχυσής του, αλλά και την ίδια τη δομολειτουργική φύση των πολιτικών εκστρατειών.

Σε όλα τα επιμέρους κεφάλαια γίνονται αναφορές, υπό μορφή υποσημειώσεων, σε πολιτικά παραδείγματα, με στόχο να κάνουν πιο κατανοητούς τους δικούς μου βασικούς ισχυρισμούς. Τα περισσότερα από αυτά προέρχονται από εκλογές στις ΗΠΑ, όχι μόνο επειδή εκεί υπάρχει εκτενής βιβλιογραφία, αλλά και διότι στις αμερικανικές εκλογές βρίσκουν εφαρμογή οι πιο σύγχρονες τεχνικές πολιτικού μάρκετινγκ.

Σε μερικά σημεία οι *Νέοι Κανόνες Πολέμου* είναι ηθελημένα ασαφείς. Δεν είναι απολύτως ξεκάθαρο αν αφορούν υποψηφίους αυτοδιοικητικών ή βουλευτικών εκλογών, αν απευθύνονται στον υποψήφιο και τους συνεργάτες του, σε επαγγελματίες του είδους ή απλώς σε εκείνους που ενδιαφέρονται για την πολιτική στρατηγική και επικοινωνία. Απευθύνονται σε όλους, και αυτή η ασάφεια επελέγη συνειδητά, καθώς θε-

ώρησα ότι μια περαιτέρω εξειδίκευση θα λειτουργούσε ίσως αποτρεπτικά για κάποιους από τους δυνητικούς αναγνώστες.

Εξάλλου ένα τέτοιο εγχειρίδιο θα είχε αξία μόνο αν αφορούσε μεθοδολογικού τύπου επισημάνσεις. Η κάθε εκλογική αναμέτρηση έχει τα δικά της χαρακτηριστικά και για το λόγο αυτό η κύρια επιδίωξή μου δεν ήταν να παραθέσω απλώς κάποια παραδείγματα ή τεχνάσματα εντυπωσιασμού, αλλά να προϊδεάσω τους αναγνώστες του για τις πιθανές καταστάσεις που θα αντιμετωπίσουν. Να εξηγήσω τη λογική που πρέπει να διέπει κάθε επιμέρους δράση μιας εκστρατείας, και να είναι αυτό το στοιχείο που θα επιτρέψει στον υποψήφιο και το επιτελείο του να προσαρμόσουν τους «κανόνες» στις ανάγκες της δικής τους εκστρατείας.

* * *

Στην ολοκλήρωση αυτού του βιβλίου συνέβαλαν αρκετοί. Πολλοί φίλοι μου με ενθάρρυναν, συζητήσαμε τους προβληματισμούς μου και σε πολλά σημεία με καθοδήγησαν με τις παρατηρήσεις τους. Μερικοί από αυτούς αφιέρωσαν περισσότερο χρόνο και έζησαν από πιο κοντά το εγχείρημα. Πολύτιμη ήταν η βοήθεια του αδελφικού μου φίλου Πάνου Τσιρίδη, με τον οποίο συζητήσαμε πολύ το εγχείρημα και μου έδωσε χρήσιμες συμβουλές και στις δύο εκδόσεις. Πολύ σημαντικές ήταν επίσης οι παρατηρήσεις των καλών μου φίλων Κωνσταντίνου Παπαχρίστου και Στάθη Σταθόπουλου. Για τα social media πλούσιο υλικό μού έδωσαν οι φίλοι και συνάδελφοι Βίβιαν Ευθυμιοπούλου, Αλέξανδρος Μελίδης και Αναστασία Βενετή.

Τη μεγαλύτερη βοήθεια, με τις παρατηρήσεις, την κριτική και τις πολύτιμες συμβουλές του μου προσέφερε ο Άκης Γεωργακέλλος, με τον οποίο, εκτός από την πολυετή βαθιά φιλία μας, μας συνδέει και κοινή επαγγελματική πορεία, με την εταιρεία STRATEGO που δημιουργήσαμε μαζί στα τέλη του 2005. Χωρίς αμφιβολία, ο Άκης είναι ο καλύτερος συνεργάτης που μπορεί να έχει κάποιος.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω στον καθηγητή Γιάννη Μεταξά, δάσκαλό μου παλαιότερα στο Πανεπιστήμιο Αθηνών, ο οποίος μου έκανε την τιμή να προλογίσει το βιβλίο.

Αυτονόητα, το τελικό κείμενο και τα όποια λάθη και παραλείψεις του βαραίνουν αποκλειστικώς εμένα.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω όλους εκείνους με τους οποίους συνεργάστηκα όλα αυτά τα χρόνια. Πρώην εργοδότες, συναδέλφους και κυρίως τους υποψηφίους που με εμπιστεύτηκαν. Όλοι, καθένας με το δικό του τρόπο, συνέβαλαν στη διαμόρφωση αυτού του βιβλίου.

Ευτύχης Βαρδουλάκης
Αθήνα, Μάρτιος 2014