

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι ακροδεξιοί του μεσημεριού

Για πολλά χρόνια το πολιτικό προσωπικό στη χώρα μας ζούσε με ήσυχη τη συνείδησή του. Όλοι έβλεπαν ότι στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες γιγαντώνονταν κάθε λογής ακροδεξιά, νεοφασιστικά ή μεταφασιστικά κινήματα, κι εμείς βαυκαλιζόμαστε με τη δημοκρατικότητα και τον έμφυτο αντιρατσισμό του λαού μας που δεν επιτρέπει τη γέννηση παρόμοιων φαινομένων. Όσπου ξαφνικά μαθαίνουμε ότι υπάρχει κάποιο κόμμα (το ΛΑΟΣ) και ένας πολιτικός αρχηγός (ο Γιώργος Καρατζαφέρης) που μεταφέρουν με εξαιρετική επιτυχία στην Ελλάδα το μοντέλο της ευρωπαϊκής Ακροδεξιάς, μιμούμενοι με αξιοσημείωτη ευρηματικότητα τους ομοϊδεάτες τους στη Γαλλία και την Ιταλία.

Σε τρεις κρίσιμες εκλογικές αναμετρήσεις (νομαρχιακές τον Οκτώβριο του 2002, βουλευτικές τον Σεπτέμβριο του 2007 και ευρωεκλογές τον Ιούνιο του 2009) το κόμμα αυτό κερδίζει περισσότερες ψήφους από όσες του έδιναν οι πιο γαλαντόμες σφυγμομετρήσεις και αναδεικνύεται σε άτυπο νικητή των εκλογών, ξεπερνώντας το πρόβλημα του «δικομματισμού» που βραχυκυκλώνει τη στρατηγική των μικρότερων πολιτικών κομμάτων. Μετά την επιτυχημένη είσοδό του στην ελληνική Βουλή το φθινόπωρο του 2007, στις βουλευτικές εκλογές της 4ης Οκτωβρίου 2009 σταθεροποιεί την κοινοβουλευτική του παρουσία, επιβεβαιώνοντας το γεγονός ότι δεν πρόκειται για ένα περαστικό πολιτικό σχήμα. Μάλιστα είναι το μόνο ελληνικό κόμμα που οι ψήφοι του την τελευταία δεκαετία αυξάνονται σε απόλυτους αριθμούς από τη μια εκλογική αναμέτρηση στην άλλη.

Ποια είναι η αντίδραση των πολιτικών αναλυτών και των κομμάτων του συνταγματικού τόξου; Κρύβουν αμέσως το κεφάλι τους στην άμμο και σπεύδουν να δεχτούν κάθε παραπειστική δικαιολογία που τους προσφέρεται. Και πρώτα απ' όλα, είναι έτοιμοι να δεχτούν τον ισχυρισμό που προβάλλουν ο αρχηγός και τα στελέχη του ΛΑΟΣ, ότι δηλαδή δεν έχουν καμιά σχέση με την Ακροδεξιά, ότι έχουν ξεπεράσει τη διάκριση Αριστεράς-Δεξιάς, και βέβαια ότι είναι πεπλανημένη αν όχι συγκοφαντική κάθε συσχέτιση με τα γνωστά κινήματα της ευρωπαϊκής Ακροδεξιάς. Ο πρώτος λόγος που κάνει τόσο εύκολα πιστευτούς όλους αυτούς τους ισχυρισμούς είναι το γεγονός ότι η πλειοψηφία των

πολιτικών αντιπάλων αλλά και των δημοσιογράφων και των τηλεσχολιαστών έχουν παντελή άγνοια για την ιστορία, το περιεχόμενο και την εσωτερική πολιτική συγκρότηση του κόμματος του Γιώργου Καρατζαφέρη.

Στις σελίδες που ακολουθούν θα μελετήσουμε το μόρφωμα ΛΑΟΣ ως ένα φαινόμενο που, ενώ απασχόλησε ιδιαίτερα την κοινή γνώμη και τους πολιτικούς αναλυτές επί μία σχεδόν δεκαετία, κατά βάθος παραμένει ακόμα άγνωστο. Το εκ πρώτης όψεως παράδοξο αυτό γεγονός, ότι δηλαδή αντιμετωπίζουμε ως «άγνωστο» ένα κόμμα που είναι κατεξοχήν δημιούργημα της τηλεόρασης¹ και από το πρωί ως το βράδυ κυριαρχεί σε δελτία ειδήσεων, εκπομπές λόγου, τηλεπαιχνίδια, ριάλιτι και μεσημεριανάδικα, οφείλεται στο γεγονός ότι ο αρχηγός και τα στελέχη του έχουν κατορθώσει να λειτουργούν σε δύο παράλληλους τηλεοπτικούς κόσμους: στον κόσμο των τηλεοπτικών δελτίων και των πολιτικών εκπομπών των μεγάλων καναλιών από τη μια μεριά, και στον κόσμο του δικού τους καναλιού (Telecity και στη συνέχεια Τηλεάστυ) από την άλλη. Οι δύο αυτοί τηλεοπτικοί κόσμοι τέμνονται σε ορισμένα σημεία, αλλά σε καμιά περίπτωση δεν ταυτίζονται.

Πρόκειται για μια ιδανική εφαρμογή της «διπλής στρατηγικής» που ακολουθούν από καιρό τα μεγαλύτερα ακροδεξιά κόμματα της Ευρώπης. Αν, μάλιστα, ήθελε κανείς να βρει το πρότυπο αυτής της στρατηγικής, ίσως πρέπει να μελετήσει την ιταλική Εθνική Συμμαχία (Alleanza Nazionale) του Τζιανφράνκο Φίνι, η οποία παρουσιάζει άλλο επικοινωνιακό προφίλ «στους απ' έξω» και άλλο «στους μέσα». Στους ευρισκόμενους εκτός κόμματος τονίζει πόσο έχει αλλάξει σε σχέση με το ανοιχτά φασιστικό MSI, ενώ «στους μέσα» τονίζει τα στοιχεία της συνέχειας μ' αυτό².

Το ίδιο κάνει ο Καρατζαφέρης και τα τηλεπρόβλητα στελέχη του ΛΑΟΣ. Στο τέλος μιας διαδρομής με διακυμάνσεις, που τους οδήγησαν κάποιες στιγμές να ταυτιστούν ακόμα και με τις πιο αντιδημοκρατικές μορφές που πήρε η Ακροδεξιά στη μεταπολεμική Ελλάδα, οι ηγέτες αυτού του νέου κόμματος, μετά την επιτυχή είσοδό τους στο κοινοβούλιο το φθινόπωρο του 2007, επέλεξαν να ακολουθήσουν μια μετριοπαθή στάση όταν απευθύνονται στο εθνικό ακροατήριο και να σκληραίνουν όταν μιλούν στους «δικούς τους». Είναι η «στρατηγική του Δούρειου Ίππου», την οποία έχει επεξεργαστεί ο Γιώργος Καρατζαφέρης και την αναλύει με κάθε ευκαιρία στα στελέχη του κόμματός του και στους οπαδούς που δεν τον βλέπουν όσο «ριζοσπάστη» (δηλαδή ακραίο) θα επιθυμούσαν.

1. Ο χαρακτηρισμός «τηλεκόμμα» που του απέδωσε ο Λάκης Λαζόπουλος ανταποκρίνεται πλήρως στην πραγματικότητα.

2. Βασιλική Γεωργιάδου, *Η Άκρα Δεξιά και οι συνέπειες της συναίνεσης*, εκδ. Καστανιώτη, Αθήνα 2008, σ. 68.

Η διπλή στρατηγική του Δούρειου Ίππου μπορεί να εφαρμοστεί με μεγαλύτερη ευχέρεια από το ελληνικό κόμμα της Ακροδεξιάς. Οι άνθρωποι του ΛΑΟΣ είχαν την τύχη να βρισκείται στα χέρια τους ένας ιδιόκτητος τηλεοπτικός σταθμός, ένα ατού που δεν διαθέτει κανένα από τα «αδελφά» ευρωπαϊκά κόμματα. Έτσι τα πράγματα έγιναν εύκολα γι' αυτούς. Οι βουλευτές του ΛΑΟΣ κρατούν στη Βουλή και στα τηλεοπτικά παράθυρα των μεγάλων καναλιών μια στάση μέσου συντηρητικού πολιτικού, ενώ φυλάνε για τις εκπομπές του Τηλεάστου την ανάπτυξη όλης της ακροδεξιάς ατζέντας και τη χρήση των γνωστών ρατσιστικών, αντισημιτικών ακόμα και εθνικοσοσιαλιστικών στερεότυπων³.

Το πλεονέκτημα αυτό του Καρατζαφέρη και του ΛΑΟΣ γίνεται σαφές, αν αναλογιστεί κανείς το θόρυβο που προκάλεσε τον Οκτώβριο του 2009 η παρουσία του Νικ Γκρίφιν, ηγέτη του Βρετανικού Εθνικού Κόμματος (BNP), σε εκπομπή του BBC. Ήταν η πρώτη φορά που το σοβαρό κανάλι φιλοξενούσε τον ακροδεξιό Γκρίφιν, με αποτέλεσμα, παρά την αξιοθρήνητη εμφάνισή του, να προκαλέσει το ενδιαφέρον των τηλεθεατών και η δημοτικότητά του από το 2% να ανέβει στο 22%⁴. Πρώτος που συνεχάρη το BBC ήταν –ποιος άλλος;– ο Γάλλος ομοϊδεάτης του Γκρίφιν, Ζαν-Μαρί Λεπέν, ο οποίος οφείλει την επιτυχία του μεταξύ άλλων και στην τηλεόραση. Η τύχη του Λεπέν άλλαξε τον Ιούνιο του 1982, όταν διαμαρτυρήθηκε στον πρόεδρο Μιτεράν για ελλιπή τηλεοπτική κάλυψη, και εκείνος πίεσε τα τρία κρατικά κανάλια να του παρέχουν περισσότερο χρόνο⁵. Από τότε «η λεπενική κλήση στο λαό περιλαμβάνει την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων των μέσων ενημέρωσης, ιδιαίτερα της τηλεόρασης: ο λεπενικός λαϊκισμός είναι επίσης ένας “τηλελαϊκισμός”»⁶. Αλλά και ο Φίνι δεν θα μπορούσε να αναδείξει τις ρητορικές του ικανότητες και να μεταμορφώσει το φασιστικό MSI στην πιο ήπια εκδοχή της Alleanza Nazionale, αν δεν του παρείχε τόσο χρόνο στα κανάλια του ο Μπερλουσκόνι, ο οποίος ήδη τον είχε επιλέξει για στρατηγικό εταίρο το 1994. Ακόμα και ο Σενχούμπερ των Republika-

3. Μάλιστα στην Ελλάδα δεν είναι ο Γιώργος Καρατζαφέρης ο μόνος αχηγός κόμματος της Ακροδεξιάς που διαθέτει ιδιόκτητο τηλεοπτικό σταθμό. Το ίδιο συνέβαινε για ένα διάστημα με τον Γρηγόρη Μιχαλόπουλο, εκδότη των εφημερίδων *Ελεύθερη Ωρα* και *Νέοι Ανθρωποι*, ο οποίος κατείχε για ένα διάστημα το κανάλι Τηλεώρα, πριν το μεταβιβάσει σε άλλους ιδιοκτήτες. Την ίδια περίοδο επιχείρησε να διεκδικήσει την πολιτική έκφραση του ακροδεξιού χώρου με το σχήμα Εθνική Συμμαχία, το οποίο απέσπασε στις βουλευτικές εκλογές του 2000 14.703 ψήφους (0,21%). Η καταδίκη του Μιχαλόπουλου στις 15.4.2005 σε 18 χρόνια κάθειωξη χωρίς αναστολή για εκβιασμό μεγαλοεπιχειρηματιών διέκοψε την πολιτική του σταδιοδρομία.

4. «One in five “would consider voting BNP” after Nick Griffin Question Time appearance», *telegraph.co.uk*, 24.10.2009.

5. Nonna Mayer, «The French National Front», στο Hans-Georg Betz και Stefan Immerfall (επιμ.), *The New Politics of the Right*, St. Martin's Press, Νέα Υόρκη 1998, σ. 21.

6. Πιερ-Αντρέ Ταγκνέφ, «Ο λαϊκισμός στην Ευρώπη», μτφρ. Ανδρέας Πανταζόπουλος, *Νέα Εστία*, τχ. 1816, Νοέμβριος 2008, σ. 866.

per ξεκίνησε την πολιτική του καιριέρα με μια δημοφιλή εκπομπή στη βαναρική τηλεόραση⁷, ενώ και ο ηγέτης της ακροδεξιάς σουηδικής Νέας Δημοκρατίας, ο Μπερντ Κάρολσον, ήταν διευθυντής ενός πάγκου ψυχαγωγίας⁸.

Αυτός ο συνδυασμός παραδοσιακής ακροδεξιάς ρητορείας και σύγχρονου τηλεοπτικού λαϊκισμού είναι η συνταγή επιτυχίας για όλους τους ηγέτες της ευρωπαϊκής Ακροδεξιάς. Αλλά το ΛΑΟΣ έχει και μια άλλη εύνοια της τύχης. Ο ιδρυτής και αδιαμφισβήτητος αρχηγός του διαθέτει δυο ιδιότητες που θα ζήλευαν όλοι οι σύγχρονοι υποψήφιοι πολιτικοί αρχηγοί. Συνδυάζει την πολιτική με την επιχειρηματική του δραστηριότητα στο χώρο των μέσων ενημέρωσης (είναι κάτι σαν μικρός Μπερλουσκόνι, δηλαδή), αλλά παραμένει και ένας πεπειραμένος διαφημιστής. Μ' άλλα λόγια, ο Γιώργος Καρατζαφέρης είναι από μόνος του «διαπλεκόμενος», καθώς συνδυάζει την οικονομική δύναμη με την πολιτική δράση και τον έλεγχο συγκροτήματος μέσων ενημέρωσης. Και από την άλλη, με την ιδιότητα του διαφημιστή κατανόησε πολύ γρήγορα τον τρόπο άσκησης της σύγχρονης (μετα)πολιτικής. Πολύ πριν αρχίσουν τα μεγάλα ελληνικά πολιτικά κόμματα να συνειδητοποιούν ότι πρέπει να επενδύσουν σε συμβούλους επικοινωνίας και διαφημιστικές εταιρείες, ο Καρατζαφέρης αντιλαμβάνοταν την πολιτική ως προϊόν, το οποίο πρέπει να πλασαριστεί με κάθε τρόπο και τους υποψήφιους οπαδούς ή ψηφοφόρους ως συγκεκριμένα target groups, τα οποία πρέπει να προσεγγιστούν με απλά και εύληπτα συνθήματα-σλόγκαν.

Αυτή, για παράδειγμα, η διπλή στρατηγική του Φίνι, την οποία εξελλήνισε σε Δούρειο Ίππο ο Καρατζαφέρης, δεν είναι τίποτα άλλο παρά η εφαρμογή στο χώρο της πολιτικής του παλιού διαφημιστικού σλόγκαν «απ' έξω εμφάνιση και από μέσα άνεση», το οποίο είχε εμπνευστεί ο ίδιος για μάρκα εσωρούχων. Το ΛΑΟΣ ακολουθεί πράγματι αυτό το δόγμα. «Απ' έξω» θέλει να εμφανίζεται ευπρόσωπο καθεστωτικό κόμμα, για να μπορεί «από μέσα» να αναπτύσσει με την άνεσή του τις ακραίες θέσεις του.

Σ' αυτή την απόσταση των δύο παράλληλων πολιτικών λόγων και τηλεοπτικών κόσμων του ΛΑΟΣ εντοπίζεται η δυσκολία αναγνώρισης της πολιτικής ταυτότητας του κόμματος. Για να μάθει κανείς αυτά που λένε «από μέσα» πρέπει να έχει γνώση της εσωτερικής «πολιτικής διαπαιδαγώγησης» που ασκούν ο Καρατζαφέρης και οι κατά καιρούς συνεργάτες του (Γεωργιάδης, Βορίδης, Βελλόπουλος, Γεωργίου, Κασιώτης, Κοντονής, Παπαδόπουλος, και παλιότερα Πλεύρης, Λιακόπουλος, Μυλωνόπουλος, Σχοινάς, Βίβλας κ.ά.). Αλλά οι εκπομπές αυτές έχουν μικρή θεαματικότητα (πράγμα φυσικό, εφόσον απευθύνονται κατά κύριο λόγο στους οπαδούς και τους ψηφοφόρους), ενώ τις ελάχιστες φο-

7. Hans-Georg Betz, *Radical Right-wing Populism*, St. Martin's Press, Νέα Υόρκη 1994, σ. 18.

8. Στο ίδιο, σ. 7.

ρές που προκαλούν το ενδιαφέρον άλλων ιδιωτικών καναλιών είναι όταν κάποιες σατιρικές εκπομπές αναμεταδίδουν αποσπάσματά τους για να ειρωνευτούν τότε τους αδελφούς Γεωργιάδη, τότε τον ίδιο τον Καρατζαφέρη και τότε έναν αθυρόστομο γιατρό που ασχολείται με το έντερο του Έλληνας⁹.

Όμως αυτές οι εκπομπές της ομάδας Καρατζαφέρη δεν είναι καθόλου χιουμοριστικές. Μπορεί να μειδιά κανείς με τις καλπ φιγούρες των παρουσιαστών και την απλοϊκότητα της επιχειρηματολογίας τους ή τις υπερβολές τους, αλλά, όπως αποδείχτηκε από τις εκλογές του 2007 και στη συνέχεια, γελάει καλύτερα όποιος γελάει τελευταίος. Και στην περίπτωση αυτή εκείνοι που γέλασαν τελευταίοι ήταν τα στελέχη του ΛΑΟΣ που τους ειρωνεύονταν ή τους αντιμετώπιζαν ως γραφικές μορφές οι σοβαροί αναλυτές των βραδινών τηλεοπτικών δελτίων, για να σπεύσουν με την ίδια ευκολία μέσα σε δύο χρόνια –μετά τις ευρωεκλογές του 2009– να τους αναγορεύσουν ρυθμιστές της πολιτικής ζωής, τιμητές της πολιτικής ορθότητας και υπόδειγμα προς μίμηση για τους υπόλοιπους πολιτικούς σχηματισμούς.

Ενδεικτική για τον εφησυχασμό των πολιτικών αναλυτών μετά τη συγκρότηση του κόμματος Καρατζαφέρη το 2000, είναι η επιθετική απάντηση του Θέμου Αναστασιάδη από τις στήλες του *Βήματος* σε όσους διέβλεπαν τη συγκρότηση και στην Ελλάδα ενός τυπικού ακροδεξιού κόμματος, όπως αυτά που αναδείχτηκαν τις τελευταίες δεκαετίες στην Ευρώπη: «Πού να τον βρούμε, αναλυταράδες μου, τον Έλληνα Λεπέν; Ο μόνος επίδοξος εκπρόσωπός του στην Ελλάδα δεν είναι παρά ο πρόσχαρος, θορυβώδης, χωρατατζής Γιώργος Καρατζαφέρης που συνιστά απειλή (ανταγωνιστική) μόνο για τον Μητσιακώστα. Χέρι-χέρι με τον Καρατζαφέρη το πολύ πολύ να πας σε τίποτε χασαποταβέρνες στη Βάθη ή σε “καλά μαγαζιά” της Εθνικής να ταΐσεις “σκυλάδες” και μπαλέτα Τσετσενίας»¹⁰. Λίγα μόλις χρόνια αργότερα, εκείνος που θα βρισκόταν «χέρι χέρι με τον Καρατζαφέρη» θα ήταν ο ίδιος ο Θέμος Αναστασιάδης, ο οποίος ως εκδότης της μεγάλης κυκλοφορίας εφημερίδας *Πρώτο Θέμα* όχι μόνο θα δώσει βήμα στην επιχειρηματολογία του ΛΑΟΣ, αλλά θα πρωτοστατήσει και σε ορισμένες καμπάνιες του «εθνικού χώρου», μέσα από τις οποίες αναδείχτηκε η ατζέντα Καρατζαφέρη¹¹.

Η αδυναμία των αναλυτών να εντοπίσουν εγκαίρως το χαρακτήρα του εγχειρήματος Καρατζαφέρη οφείλεται στην παντελή υποτίμηση του ρόλου της τηλεοπτικής συγκρότησης ενός κοινού πιστών οπαδών μέσω του ιδιόκτητου Telecity-Τηλεάστου. Όμως σ’ αυτές τις εκπομπές του κομματικού τους καναλιού

9. Κυρίως οι εκπομπές του Λάκη Λαζόπουλου «Αλ Τσαντίρι Νιουζ» και «Όταν ο Λάκης δεν είναι εδώ» στον Alpha και η «Ελληνοφορένια» στον τηλεοπτικό Σκάι.

10. Θέμος Αναστασιάδης, «Η χαρά του βρικόλακα», *Το Βήμα*, 28.4.2002.

11. Κυρίως η καμπάνια για την απόσυρση του βιβλίου *Ιστορίας της ΣΤ΄ Δημοτικού*.

και την εσωτερική διαφώτιση που ασκούν τα στελέχη του κόμματος αυτού βρίσκεται το κλειδί της όποιας απήχησης του ΛΑΟΣ στην ελληνική κοινωνία.

Αυτός είναι και ο λόγος που γράφτηκε αυτό το βιβλίο. Παρακολουθώντας από το 1990 την πολιτική πορεία του Γιώργου Καρατζαφέρη στο πλαίσιο της δημοσιογραφικής ομάδας Ιός στην εφημερίδα *Ελευθεροτυπία*¹², συγκροτήσαμε ένα σημαντικό αρχείο από τις εκπομπές αυτές που απευθύνονταν στο εσωτερικό του ακροδεξιού κινήματος και δεν ταυτίζονταν πάντα με τις επίσημες δηλώσεις του αρχηγού και των στελεχών της ακροδεξιάς αυτής τάσης της Νέας Δημοκρατίας, η οποία κατέληξε να αυτονομηθεί και να συγκροτήσει το ΛΑΟΣ, σε συνεργασία με άλλα ακροδεξιά στελέχη και πολιτικά μορφώματα του χώρου της ευρύτερης Δεξιάς. Είναι κυρίως η μεσημεριανή εκπομπή του ίδιου του Καρατζαφέρη, η οποία συνεχίζεται για δύο σχεδόν δεκαετίες με αλλαγές στο ντεκόρ και τον τίτλο, αλλά και πολλές εκπομπές στελεχών του χώρου, οι οποίες με διάφορους τρόπους συμπληρώνουν το προπαγανδιστικό έργο του αρχηγού και δίνουν την «εσωτερική» δυναμική στο εγχείρημα του κόμματος, που έχει πια μεταμορφωθεί σε «κίνημα».

Η εκπομπή του αρχηγού ήταν από τις αρχές της δεκαετίας του '90 και παραμένει μέχρι σήμερα το συνεκτικό στοιχείο ενός κόμματος που έχει συγκροτηθεί από ποικίλες ομάδες ή προσωπικότητες του χώρου της παραδοσιακής Ακροδεξιάς με μοναδική αναφορά στον ίδιο τον Καρατζαφέρη, ενώ –αντίθετα από όλες τις άλλες προσπάθειες δημιουργίας νέου κόμματος– δεν προκλήθηκε καμιά θεαματική διάσπαση του μητρικού κόμματος. Αλλά δεν πρέπει κανείς να υποτιμήσει και το ρόλο που έχουν οι προσωπικές εκπομπές άλλων στελεχών, στους οποίους ο αρχηγός εμπιστεύεται κατά καιρούς το ρόλο του κομματικού διαφωτιστή. Ξεχωριστή θέση σ' αυτού του είδους το τηλεοπτικό πρόγραμμα καταλαμβάνουν οι καθημερινές εκπομπές τηλεπωλήσεων επιλεγμένων εθνοφελών βιβλίων από στελέχη του κόμματος. Οι εκπομπές αυτές, που συνδυάζουν την εμπορική και την πολιτική σκοπιμότητα, όχι μόνο εξασφαλίζουν την πολύπλοκτη αναγνωρισιμότητα στους παρουσιαστές τους, αλλά γίνονται και όχημα επηρεασμού του τηλεοπτικού κοινού μέσω ενός πολύ απλού μηχανισμού. Προβάλλοντας, λ.χ., δίπλα σε κλασικά βιβλία της αρχαίας ελληνικής γραμματείας τα βιβλία ενός Πλεύρη ή ενός Γεωργαλά, καταφέρνεις να προσδώσεις λίγο από

12. Από τον Μάιο του 1990 άρχισαν να δημοσιεύονται στην *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία* (αργότερα και στη *Σαββατιάτικη*) οι θεματικοί φάκελοι της ερευνητικής δημοσιογραφικής ομάδας «Ιός». Στην ομάδα αυτή, εκτός από τον συγγραφέα, συμμετέχουν από την αρχή και μέχρι σήμερα ο Τάσος Κωστόπουλος και ο Δημήτρης Τρίμης, από τον Μάρτιο του 1994 μέχρι τον Δεκέμβριο του 2008 η Αγγέλικα Ψαρρά, ενώ από το 2003 η Άντα Ψαρρά. Η συγκέντρωση του υλικού, οι θεωρητικές επεξεργασίες και η πολιτική ανάλυση των ζητημάτων αποτελούν συλλογική δουλειά της δημοσιογραφικής ομάδας. Στην προκειμένη περίπτωση, ο συγγραφέας βαρύνεται με την τελική καταγραφή και τη σύνταξη του βιβλίου.

το κύρος των πρώτων στους προπαγανδιστές της χούντας. Και πουλώντας έγκριτα ιστορικά βιβλία μαζί με τον «Αντίχριστο» κάποιου τηλεκαλόγερου, νομιμοποιείς τις πιο ακραίες συνωμοτικές θεωρίες και τις πιο παρανοϊκές ερμηνείες της σύγχρονης πολιτικής πραγματικότητας. Τη μέθοδο αυτή την έχει διδάξει ο ίδιος ο Καρατζαφέρης προσφέροντας το κανάλι του ως «κολυμβήθρα του Σιλβάμ» για να ξεπλένονται όλα τα παλιά (πολιτικά βέβαια) αμαρτήματα¹³.

Για να ερμηνεύσει κανείς την επιτυχία του εγχειρήματος Καρατζαφέρη δεν πρέπει να υποτιμήσει το ρόλο των πολλών (δεκάδων) τηλεοπτικών εκπομπών σε άλλα κανάλια όλης της επικράτειας με ανάλογο περιεχόμενο¹⁴. Οι εκπομπές αυτές λειτουργούν ως δίκτυο, αλληλοτροφοδοτούνται και αναμεταδίδονται σε ιδιωτικούς σταθμούς κάθε είδους. Είναι ένα είδος «ιδιωτικοποίησης» της κομματικής προπαγάνδας με τρόπο που θυμίζει έντονα τους τηλε-ευαγγελιστές στις ΗΠΑ. Εθνική, θρησκευτική και κομματική διαπαιδαγώγηση με το αζημίωτο.

Η μελέτη αυτού του υλικού αναδεικνύει τις πολιτικές βάσεις του κόμματος και την ιδεολογική συγκρότησή του με τρόπο που αποκλίνει από τα επίσημα ντοκουμέντα και τις προσεγμένες δηλώσεις των εκπροσώπων του στα μέσα ενημέρωσης. Η ανάλυση των εκπομπών αυτών δίνει την πραγματική εικόνα της πολιτικής διαδρομής του Καρατζαφέρη και περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία που ο ίδιος και οι συνεργάτες του επιχειρούν κατά καιρούς να συσκοτίσουν.

Ασφαλώς δεν είναι συμπτωματικό το γεγονός ότι οι αναλύσεις για το φαινόμενο ΛΑΟΣ που γίνονται από τους απολογητές της πολιτικής του κόμματος περιορίζονται στα επίσημα ντοκουμέντα και τα έντυπα του κόμματος και αποσιωπούν κάθε αναφορά στις προφορικές αναπτύξεις του προέδρου και των συνεργατών του από τις καθημερινές εκπομπές «διαφώτισης»¹⁵. Αλλά αυτή η προσέγγιση είναι εντελώς παραπλανητική, εφόσον όταν μιλούμε για ΛΑΟΣ αναφερόμαστε σε ένα κατεξοχήν τηλεοπτικό δημιούργημα¹⁶.

13. Βλ. παρακάτω, Κεφ. III.

14. Οι περισσότερες απ' αυτές τις εκπομπές φιλοξενούνται σε κανάλια της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλονίκης. Για τη συγκέντρωση πλούσιου υλικού απ' αυτές τις εκπομπές τηλεοπτικών σταθμών της Μακεδονίας οφείλουμε ιδιαίτερες ευχαριστίες στον Νίκο Σακελλάριο, ο οποίος είχε εγκαίρως διαβλέψει τη δυναμική του νέου αυτού ακροδεξιού ρεύματος.

15. Γιάννης Κολοβός, *Ακρα Δεξιά και Ριζοσπαστική Δεξιά στην Ελλάδα και στην Δυτική Ευρώπη (1974-2004)*, εκδ. Πελασγός, Αθήνα 2005, Χρήστος Χαρίτος, *Ριζοσπαστική Δεξιά. Η απάντηση στη νεοταξική Αριστερά*, εκδ. Πελασγός, Αθήνα 2008. Εξαιρέση αποτελεί μια σύνοψη των θέσεων του Καρατζαφέρη που συντάξε ο Δημοσθένης Αλεξίου (*Γιώργος Καρατζαφέρης: Η αδάμαστη θέληση*, εκδ. Γεωργιάδης/Ελέπολις, Αθήνα 2004), αλλά σ' αυτό το βιβλίο δεν περιέχονται αυτοψία αποσπάσματα των εκπομπών του αρχηγού, παρά ξαναδιατυπωμένες θέσεις του, και βέβαια παραλείπονται οι ακραίες τοποθετήσεις και τα ξεσπάσματά του.

16. Η μοναδική ανάλυση του τηλεοπτικού λόγου του ΛΑΟΣ αναφέρεται στη διετία 2006-2007, όταν είχε αρχίσει πλέον να στρογγυλεύει τα λόγια του ο Γιώργος Καρατζαφέρης (Στ. Τσιράς, «Το Τηλέαστυ και ο Καρατζαφέρης: Ο τηλεοπτικός λόγος του ΛΑΟΣ», αδημοσίευτη εργασία, Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2008).

Τη βασιμότητα αυτής της ανάλυσης υποδεικνύει ο εκνευρισμός των στελεχών του ΛΑΟΣ όταν είδαν δημοσιευμένα αποσπάσματα απ' αυτές τις εκπομπές σε άρθρα της συντακτικής ομάδας Ιός στην *Ελευθεροτυπία*¹⁷. Η κομματική εφημερίδα του ΛΑΟΣ, χωρίς να απαντήσει σε όσα καταμαρτυρούσε το σχετικό δημοσιογραφικό ρεπορτάζ, επιτέθηκε με πολυσέλιδα αφιερώματα στον Ιό και την *Ελευθεροτυπία*. Εκπροσωπώντας τον αρχηγό ανέλαβε να απαντήσει ο Χριστόδουλος Χριστοδουλίδης, τον οποίο ο Καρατζαφέρης ονόμαζε «Σουσλόφ του ΛΑΟΣ», και εκείνος έστρεψε την προσοχή των αναγνωστών του ακριβώς στο υλικό των εκπομπών του Τηλεάστου που παρουσιάστηκε από τον Ιό: «Αλήθεια, όλο αυτό το υλικό που καταχωρήθηκε από τον Ιό στην *Ελευθεροτυπία* την περασμένη Κυριακή, μήπως παρελήφθη από τον ίδιο εκείνο γνωστό τυπάκο της ΚΥΠ, που συνελήφθη να μεταφέρει στη Βόρεια Ελλάδα αλβανικά καλάσνικοφ σε πράκτορες του UCK; Διότι, βέβαια, δεν κάθεται κανείς στα γραφεία της *Ελευθεροτυπίας* να παρακολουθεί και να καταγράφει σε 24ωρη βάση το Τηλεάστου»¹⁸. Από τη στήλη του Ιού σχολιάσαμε τότε αυτή την ξεκαρδιστική παραδοχή: «Οι υπεύθυνοι του ΛΑΟΣ αδυνατούν να πιστέψουν ότι βλέπουν τις εκπομπές τους και κάποιοι που δεν εστασιάζονται από τον μεγάλο αρχηγό. Και βέβαια ως μοναδική δημοσιογραφική πηγή γνωρίζουν την ...ΚΥΠ. Με την απίστευτη αυτή μπούρδα ομολογούν, όμως, εμμέσως ότι πολλές από τις ιδέες που διακινούνται στο κανάλι τους έχουν τόση σχέση με τη δημοκρατική νομιμότητα όση και τα καλάσνικοφ»¹⁹.

Αλλά και τέσσερα χρόνια αργότερα, για να εξηγήσει ο Άδωνις Γεωργιάδης το λόγο που πουλάει το φιλοχιτλερικό βιβλίο του Κώστα Πλεύρη χωρίς να δείχνει το εξώφυλλό του²⁰, υποστήριξε από τη δική του εκπομπή ότι «με την προβολή του μπορούμε να θέσουμε σε κίνδυνο πολλές προσπάθειες που κάνουμε, δεχόμενοι λάσπη και συκοφαντία από ανθρώπους που δεν χάνουν ευκαιρία να εκδίδουν πιστοποιητικά ψευτοπροοδευτισμού, από ανθρώπους οι οποίοι μαγνητοφωνούν μία προς μία τις εκπομπές, τους τις δίνει μάλλον η ΚΥΠ, διότι αλλιώς δεν εξηγείται»²¹. Και στη συνέχεια ο πολιτευτής (ακόμα τότε) του ΛΑΟΣ αναφερόταν κι αυτός ρητά στον Ιό: «Υπάρχει μία στήλη στην *Ελευθεροτυπία*, η οποία σου βγάζει τι είπες το 1997. Λέει, “απομαγνητοφωνημένη συνέντευξη στο Τηλεάστου, 2 Ιουνίου 1997”. Και λες πού τη βρήκε, εγώ δεν την έχω. Προφανώς την έχει η Ασφάλεια. Από εκεί την παίρνουν, για να μη νομίζουν ότι τρώμε κουτόχορτο». Παρόμοια επιχειρηματολογία ανέπτυξε ο Καρατζαφέρης στη συζή-

17. Βλ., λ.χ., Ιός, «Το λίφτινγκ της ελληνικής Ακροδεξιάς», *Κυριακάτιχη Ελευθεροτυπία*, 9.6.2002.

18. *Αλφα Ένα*, 29.6.2002.

19. Ιός, «Δεν είμαστε φασίστες, δεν είμαστε φασίστες», *Ελευθεροτυπία*, 6.7.2002.

20. Βλ. παρακάτω, Κεφ. IV.

21. «Ελλήνων Έγερσις», Τηλεάστου, 26.5.2006.

τησή του με τον Κώστα Πλεύρη για το «ρόλο των Εβραίων» κατά την επίθεση στους δίδυμους πύργους²².

Από πρώτη ματιά η σκοπιμότητα αυτών των παραδοξολογιών, στις οποίες καταφεύγουν οι εκπρόσωποι του ΛΑΟΣ, είναι να απονομιμοποιήσουν στα μάτια των τηλεοπαδών τους τη χρήση των εκπομπών του Telesity-Τηλεάστου από μη μέλη ή και επικριτές του κόμματος. Όποιοι διαθέτουν το σχετικό υλικό, μας λένε, πρέπει να έχουν σχέση με την ΚΥΠ και τον UCK! Λες και χρειάζεται τίποτα άλλο για την καταγραφή τους από ένα απλό βίντεο παλιότερα ή μια κάρτα τηλεόρασης στον υπολογιστή τα τελευταία χρόνια. Αλλά μ' αυτό τον τρόπο, άθελά τους, οι συνεργάτες του Καρατζαφέρη παραδέχονται ότι το περιεχόμενο αυτών των εκπομπών είναι «εσωτερικό», αφορά μόνο τους μνημένους οπαδούς, και όσοι το παρακολουθούν εκτός κόμματος παραβιάζουν την εσωκομματική ιδιωτικότητα. Αυτή η λογική καταλήγει στο συμπέρασμα ότι μόνο «μυστικές υπηρεσίες», η ΚΥΠ και η Ασφάλεια είναι δυνατόν να έχουν πρόσβαση στο τηλεοπτικό άδυτο, με το οποίο εξασφαλίζεται η επικοινωνία των οπαδών με τους γκουρού του κόμματος.

Για τον Καρατζαφέρη και τους συνεργάτες του η παρακολούθηση των εκπομπών αυτών από μη οπαδούς ισοδυναμεί δηλαδή με ένα μικρό Γουότεργκέιτ, όπου κομματικοί αντίπαλοι αποκτούν πρόσβαση στις μύχιες σκέψεις και στους πραγματικούς σχεδιασμούς του κομματικού ιερατείου. Η ειρωνεία της ιστορίας είναι ότι ο ίδιος ο αρχηγός του ΛΑΟΣ τοποθέτησε επικεφαλής του ψηφοδελτίου επικρατείας του κόμματός του στις βουλευτικές εκλογές του 2009 τον Ιωάννη Κορανή, ο οποίος κατείχε μέχρι πριν από λίγες μέρες το πόστο του διευθυντή της ΕΥΠ. Μ' άλλα λόγια ο αρχηγός του ΛΑΟΣ ανέδειξε στην πιο τιμητική θέση της εκλογικής του λίστας τον άνθρωπο, τον οποίο υποτίθεται ότι θεωρούσε υπεύθυνο για τις «διαρροές» των εκπομπών του σε κακόπιστους αντιπάλους!

Ο παραλογισμός δεν είναι ανεξήγητος. Τα στελέχη του ΛΑΟΣ και ο Καρατζαφέρης γνωρίζουν πολύ καλά ότι για να διατηρηθεί η ισορροπία μεταξύ της εξωτερικής μορφής ενός κόμματος «όπως τα άλλα» και της εσωτερικής μορφής ενός «κινήματος» με σαφή ακροδεξιά χαρακτηριστικά είναι απαραίτητη η παράλληλη ύπαρξη των δύο τηλεοπτικών κόσμων. Αν βγουν στην επιφάνεια όσα απευθύνονται μόνο στους μνημένους, τότε θα υπονομευτεί η προσπάθεια συγκάλυψης της ακροδεξιάς φυσιογνωμίας του κόμματος.

Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι πολλές φορές ο Καρατζαφέρης διαψεύδει τους συνομιλητές του, όταν εκείνοι αναφέρονται σε κάποιες παλιότερες δηλώσεις ή πολιτικές του κινήσεις. «Ουδέποτε το είπα» ή «πού το βρήκατε αυ-

22. «Ένα βήμα εμπρός», Τηλεάστου, 5.10.2001. Βλ. την απομαγνητοφώνηση της εκπομπής στο Παράρτημα 5.

τό», είναι οι συνηθισμένες του ατάκες. Και επειδή οι παλιές τηλεοπτικές εκπομπές δεν είναι προσβάσιμες στους πολίτες, όπως συμβαίνει με τα έντυπα μέσω των βιβλιοθηκών, ο καναλάρχης πολιτικός θεωρεί ότι μπορεί να διαφεύδει όποιον τολμά να αναφερθεί σε παλιότερες τηλεοπτικές του φράσεις. Γνωρίζει ότι μόνον όποιος είχε την πρόνοια να μαγνητοσκοπήσει εγκαίρως τις δημόσιες εμφανίσεις του είναι σε θέση να επιβεβαιώσει ή να απορρίψει κάθε σχετικό ισχυρισμό. Μετά την εκλογή του στην Ευρωβουλή, τον Ιούνιο του 2004, θα κατακεραυνώσει με αυτοπεποίθηση όλους τους τηλεστάρ που θα διανοηθούν να τον συνδέσουν με την Ακροδεξιά²³. Και όταν ρωτηθεί ο τότε εκπρόσωπος Τύπου του κόμματος αν είναι αλήθεια ότι το 2002 ο Καρατζαφέρης εξυμνούσε τον Λεπέν, θα το διαφεύσει με αγανάκτηση: «Αυτό είναι ψεύδος. Αυτά τα διαβάσατε στον Ιό της *Ελευθεροτυπίας* και έχουν απαντηθεί. Είναι συκοφαντικά. Ο Ιός δεν είναι πρώτη φορά που συκοφαντεί»²⁴. Φυσικά τίποτα από αυτά δεν είναι ψεύδος. Μόνο που οι συνομιλητές του δεν διέθεταν τα στοιχεία για να το αποδείξουν.

Μετά τις πρώτες επιτυχίες του ο Γιώργος Καρατζαφέρης επιχείρησε από το καλοκαίρι του 2004 να εξαλείψει τις πιο ακραίες διατυπώσεις του κομματικού του λόγου και απαγόρευσε τη χρήση ορισμένων εκφράσεων που είχε ο ίδιος κατά κόρον χρησιμοποιήσει στο παρελθόν. Η προσπάθεια αυτή «αποχωντοποίησης» του ΛΑΟΣ δεν στέφθηκε πάντα με επιτυχία, ωστόσο θόλωσε τη σαφή εικόνα που είχε δημιουργηθεί από όσα έλεγε ο ίδιος και οι στενοί του τηλεσυνεργάτες επί μία δεκαετία. Για το λόγο αυτό έχει μεγάλη σημασία η ανάλυση του δημόσιου λόγου του κόμματος, όπως εξελίχτηκε από την περίοδο που επωζόταν μέχρι την πλήρη εκδίπλωση του σχεδίου Καρατζαφέρη. Χωρίς το υλικό των επίμαχων τηλεοπτικών εκπομπών αυτή η ανάλυση δεν είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί.

Τη διαφοροποίηση «εσωτερικού» και «εξωτερικού» λόγου έχουν επισημάνει πολλοί μελετητές του φαινομένου της σύγχρονης ευρωπαϊκής Ακροδεξιάς. «Ορισμένα κόμματα της Άκρας Δεξιάς ακολουθούν μια στρατηγική ελαχιστοποίησης και παραμερισμού κάθε ανοιχτής αναφοράς στο φασισμό», γράφει ο Ignazi, «προκειμένου να αποφύγουν τον εξαιρετικά πιθανό και άμεσο στιγματισμό τους από την κοινή γνώμη»²⁵. Αυτά τα κόμματα τείνουν να υιοθετούν «μια στρατηγική “εσωτερικού και εξωτερικού προσκλητηρίου” σε σχέση με το διαφορετικό (εσωτερικό ή εξωτερικό) ακροατήριό τους». Υπάρχει, δηλαδή, γι’ αυτά τα κόμματα, ένα «προσκήνιο», προσιτό σε όλους τους πολίτες και ένα

23. Βλ. παρακάτω, Κεφ. V.

24. Ειδήσεις Alter, 27.2.2006.

25. Piero Ignazi, *Extreme Right Parties in Western Europe*, Oxford University Press, Νέα Υόρκη 2003, σ. 31.

«παρασκήνιο», αφιερωμένο στους πραγματικούς οπαδούς. Για να αντιμετωπίσει αυτό το πρόβλημα, ο Mudde δεν περιορίστηκε στα επίσημα εκλογικά προγράμματα των κομμάτων της Ακροδεξιάς που εξέτασε, αλλά ανέλυσε και τις εφημερίδες τους που απευθύνονται στο εσωτερικό του κόμματος, «έτσι ώστε να αποφύγει τον κίνδυνο να προσκολληθεί στο προσκήνιο μόνο των κομμάτων της Ακροδεξιάς»²⁶. Ακόμα και έτσι, πάντως, ο ειδικευμένος πολιτικός επιστήμονας παραδέχεται ότι η μελέτη του περιορίζεται από το γεγονός ότι βασίζεται σε δημόσια κείμενα και αγνοεί τη «λανθάνουσα κομματική ιδεολογία».

Τον αντίθετο δρόμο ακολουθεί ο συνεργάτης του Ελληνικού Μετώπου Γιάννης Κολοβός. Για να αναλύσει τα ελληνικά ακροδεξιά κόμματα περιορίζεται στο «εξωστρεφές» υλικό, δηλαδή στο επίσημο κομματικό υλικό, «που σκοπό έχει να κάνει τη θετικότερη εντύπωση τόσο στους ψηφοφόρους όσο και στους δημοσιογράφους». Ο λόγος είναι η «έλλειψη χρόνου και πόρων»²⁷. Τα συμπεράσματά του είναι τόσο αξιόπιστα όσο και η μέθοδός του.

Η έρευνά μας συγκλίνει και σε ένα άλλο συμπέρασμα που έρχεται σε αντίθεση με τις συνήθεις εκτιμήσεις για την πολιτική σταθερότητα ή την πολιτική φερεγγυότητα του Καρατζαφέρη στο χώρο της Ακροδεξιάς. Από πολλές πλευρές –και κυρίως από πρώην ή νυν συμμαχητές του– προβάλλεται ο ισχυρισμός ότι η ίδρυση του ΛΑΟΣ έχει τυχοδιωκτικά χαρακτηριστικά ή ότι ο ίδιος ο αρχηγός δεν διαθέτει τη συγκρότηση που θα του επέτρεπε να κινείται πάνω στις σταθερές αρχές της Ακροδεξιάς, με συνέπεια να παρεκκλίνει κάθε τόσο προς τα αριστερά ή τα δεξιά.

Είναι αλήθεια ότι η πολιτική και η ευρύτερη παιδεία του αρχηγού του ΛΑΟΣ δεν του επιτρέπει να λειτουργεί ως αυτόνομος παραγωγός συνεκτικού πολιτικού λόγου. Ο Γιώργος Καρατζαφέρης είναι υποχρεωμένος να επιλέγει κατά καιρούς συνεργάτες που τον βοηθούν στον τομέα αυτό, ενώ διακρίνεται και στην επιλεκτική οικειοποίηση ιδεών ή συνθημάτων ακόμα και από πολιτικούς του αντιπάλους. Αλλά σε αντίθεση με τις παραπάνω επισημάνσεις πικραμένων παλιών συνεργατών του, και χωρίς να μπαίνουμε στον πειρασμό να αναλύσουμε την προσωπικότητα του αρχηγού, διαπιστώνουμε ότι για πάνω από τριάντα χρόνια ο Γιώργος Καρατζαφέρης επιχειρεί με διάφορους τρόπους να επιτύχει το ίδιο αποτέλεσμα. Αν μη τι άλλο, σε μια πολιτική σκηνή που έχει σε μεγάλο βαθμό ρευστοποιηθεί, οφείλουμε να αναγνωρίσουμε ότι ο ιδρυτής του ΛΑΟΣ είχε από πολύ νωρίς στο μυαλό του ένα συγκεκριμένο πολιτικό σχέδιο, όσο αποτρόπαιο κι αν μας φαίνεται αυτό.

Σε ένα από τα πιο γνωστά ευφυολογήματα της δεκαετίας του '70, δικτατο-

26. Cas Mudde, *The Ideology of the Extreme Right*, Manchester University Press, Μάντσεστερ 2000, σ. 21.

27. Γιάννης Κολοβός, *Ακρα Δεξιά...*, ό.π., σ. 28 και 126.

ρία σήμαινε να χτυπά κάποιος την πόρτα σου τα χαράματα και να μην είναι ο γαλατάς. Με το ΛΑΟΣ το ευφυολόγημα καταρρέει. Γιατί, όπως μας επαναλαμβάνει με κάθε ευκαιρία από την εκπομπή του, ο Γιώργος Καρατζαφέρης ξεκίνησε την καριέρα του ως γαλατάς. Και, σε κάθε περίπτωση, όταν χτυπά την πόρτα μας δεν μπορούμε να ξέρουμε αν το κάνει για να μας φέρει το γάλα ή για να μας θυμίσει τα καλά της πολύχρονης δικτατορίας.

