



Το «φαινόμενο Φειδίας», τα social media και το μήνυμα προς την πολιτική ηγεσία

Δρ. Χριστόφορος Φωκαΐδης

Κείμενο Ανάλυσης

Ιούλιος 2024

Αρ.21

Copyright © 2024 | All Rights Reserved

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΜΕΛΕΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

Διεύθυνση: Ανδρέα Ζάκου, Γρ.301, 2404 Έγκωμη, Λευκωσία, Κύπρος.

Τηλέφωνο: +357 22 664470 ■ Email: info@ispd.org.cy ■ www.ispd.org.cy

Το Ινστιτούτο προάγει τον ελεύθερο και ανοιχτό δημόσιο διάλογο που εδράζεται στον ορθολογισμό και στην επιστημονική τεκμηρίωση. Οι απόψεις που εκφράζονται σε δημοσιεύσεις του Ινστιτούτου εκφράζουν αποκλειστικά τον/την συγγραφέα ή τους συγγραφείς και δεν αντανακλούν απαραίτητα τις απόψεις του Ινστιτούτου.



Πρόεδρος ΙΜΠΔ

Περί του συγγραφέα

Ο Χριστόφορος Φωκαΐδης είναι πανεπιστημιακός και πρώην υπουργός άμυνας της Κυπριακής Δημοκρατίας. Είναι κάτοχος πτυχίου Οικονομικών (με δευτερεύοντα κλάδο τις Πολιτικές Επιστήμες) του Πανεπιστημίου Κύπρου, από το οποίο απέκτησε και δεύτερο πτυχίο στις Τουρκικές Σπουδές. Έχει λάβει επίσης μεταπτυχιακό τίτλο στην Ευρωπαϊκή Πολιτική και στις Σπουδές στη Δημοκρατία από το Πανεπιστήμιο του Kent στο Ηνωμένο Βασίλειο, απ' όπου αναγορεύθηκε ακολούθως σε διδάκτορα Πολιτικών Επιστημών και Διακυβέρνησης. Από τα φοιτητικά του χρόνια είχε έντονη ανάμειξη στα κοινά και στην πολιτική. Διετέλεσε, μεταξύ άλλων Πρόεδρος της Νεολαίας του Δημοκρατικού Συναγερμού, Επικεφαλής της Σχολής Πολιτικής Επιμόρφωσης του ΔΗΣΥ και Μέλος του Εκτελεστικού Γραφείου. Έχει εργαστεί ως ερευνητής και έχει διδάξει επί σειρά ετών ως λέκτορας στο τομέα των πολιτικών επιστημών σε ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Τον Μάρτιο του 2014 έγινε δεκτός για visiting fellowship στο Πανεπιστήμιο του Yale στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Τον Απρίλιο του 2014 διορίστηκε από τον Πρόεδρο Αναστασιάδη, ως Υπουργός Άμυνας, αξίωμα από το οποίο υπηρέτησε μέχρι και τον Φεβρουάριο του 2018. Κατά τη διάρκεια της υπουργίας του προωθήθηκε και τέθηκε σε εφαρμογή το σχέδιο αναδιοργάνωσης και εκσυγχρονισμού της Εθνικής Φρουράς σε ημιεπαγγελματικό στρατό ενώ καθιερώθηκε μια νέα πολιτική αμυντικής διπλωματίας, με ανάπτυξη στρατιωτικών συνεργασιών με σειρά γειτονικών και άλλων κρατών. Μετά το πέρας της υπουργικής του θητείας ανέλαβε θέση Επίκουρου Καθηγητή (Adjunct) στο Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου. Είναι ιδρυτής και πρόεδρος του Ινστιτούτου Μελετών Πολιτικής και Δημοκρατίας

Το «φαινόμενο Φειδίας», τα social media και το μήνυμα προς την πολιτική ηγεσία

1.Εισαγωγή

Πολλά έχουν λεχθεί και πολλά έχουν γραφτεί, μετά το αποτέλεσμα των τελευταίων ευρωεκλογών, σε σχέση μ' αυτό που έχει αποκληθεί και ως «φαινόμενο Φειδίας». Επικρατέστερη ερμηνεία ανάμεσα στις διάφορες αναλύσεις που έχουν επιχειρηθεί από ειδικούς – αλλά και μη-ειδικούς – είναι πως η κοινωνία θέλησε μέσω του Φειδία να στείλει ένα ηχηρό μήνυμα προς την πολιτική ηγεσία για αλλαγή. Βασική παραδοχή της θεώρησης αυτής είναι πως οι πολίτες αισθάνονται σήμερα απaréσκεια, απαξίωση, μέχρι και οργή για το κομματικό σύστημα της χώρας, το οποίο θεωρείται αναποτελεσματικό και διεφθαρμένο. Συνεπώς, η ψήφος προς ένα ανεξάρτητο υποψήφιο, ο οποίος μέσα σε λίγους μόνο μήνες κατάφερε να εισέλθει στον πολιτικό στίβο και να εξασφαλίσει το ένα πέμπτο περίπου των ψήφων, συνιστά ένα είδος τιμωρίας απέναντι στο παραδοσιακό κομματικό σύστημα.

Τα ιδιαίτερα αντισυμβατικά χαρακτηριστικά της υποψηφιότητας Φειδία – από την ενδυμασία, το πολύ νεαρό της ηλικίας του, το ότι δεν έχει πανεπιστημιακή μόρφωση και κυρίως το γεγονός ότι είναι youtuber – εκλήφθηκαν, με βάση την παραπάνω θεώρηση ως ενισχυτικά του ηχηρού μηνύματος που θέλησε να στείλει η κοινωνία, στη λογική του ότι όσο πιο αντισυμβατική είναι η υποψηφιότητα, τόσο πιο ισχυρό είναι το μήνυμα. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι μια τέτοια ανάγνωση εδράζεται σ' ένα στέρεο ερμηνευτικό υπόβαθρο και, βεβαίως, σε μια αναντίρρητη πολιτική πραγματικότητα: ότι το πολιτικό σύστημα της Κύπρου έχει εισέλθει εδώ και καιρό σε μια βαθιά συστημική κρίση.¹

Η εξήγηση αυτή, παραταύτα, δεν μας αποκαλύπτει ολόκληρη την εικόνα, όπως αυτή διαμορφώνεται σήμερα στην κυπριακή κοινωνία. Μαζί με την ισχυρή μερίδα των συνειδητοποιημένων ψηφοφόρων που επέλεξαν αυτό τον

¹ Βλ. Χριστόφορος Φωκαΐδης, «Επιλέγοντας ηγεσία: Σύγκρουση, αλλαγή και πολιτικό κόστος», *Ινστιτούτο Μελετών Πολιτικής και Δημοκρατίας*, Άρθρο Γνώμης, Αρ.3, Ιανουάριος 2023, στο <https://ispd.org.cy/el/elections-leadership-costs/>.

τρόπο για να στείλουν μήνυμα διαμαρτυρίας στο παραδοσιακό πολιτικό σύστημα, υπάρχει άλλη μια μερίδα νέων ψηφοφόρων, για την οποία η υποψηφιότητα Φειδία - στην συγκεκριμένη συγκυρία των ευρωεκλογών- εκπροσωπούσε απλώς ένα κόσμο πιο οικείο με στις δικές τους νόρμες και αντίληψεις για την πολιτική.

Πολλές φορές, διάφοροι opinion leaders που - εν ονόματι της κοινής γνώμης - καλούνται ενίοτε να την ερμηνεύσουν, επιχειρούν να εκλογικεύσουν οτιδήποτε θεωρείται «παράδοξο» (π.χ. η εκλογή Φειδία) στο πλαίσιο των δικών τους ερμηνευτικών παραδοχών για την πολιτική. Η αλήθεια, ωστόσο, είναι πως στην εποχή των social media, οι πεποιθήσεις και αξίες δια των οποίων οι νεότερες γενιές κατανοούν την πολιτική, αλλάζει πιο γρήγορα απ' ότι έχουμε τουλάχιστον συνηθίσει.

Υπάρχει όμως κάτι ακόμα που συχνά διαλάθει της προσοχής μας. Μιλώντας σήμερα, κατά κόρον, για κρίση της πολιτικής, η προσοχή μας στρέφεται, συνήθως, προς την κατεύθυνση των ηγετών. Το ότι στην αγορά της πολιτικής, όπως και στην πραγματική αγορά, η προσφορά ακολουθεί τη ζήτηση, δεν αποτελεί μέρος της δημόσιας συζήτησης. Θα ήταν χρήσιμο λοιπόν, να θέσουμε υπό το μικροσκόπιο της ανάλυσης μας, όχι μόνο τους ηγέτες - που έχουν ομολογουμένως την μεγαλύτερη ευθύνη - αλλά και τους πολίτες, αυτούς δηλαδή που με την υποστήριξή τους αναδεικνύουν τους ηγέτες.

“Αν το κυπριακό πολιτικό σύστημα βρίσκεται σε κρίση, δεν μπορεί η κρίση αυτή να αποτυπώνεται στο επίπεδο των ηγετών αλλά όχι στο επίπεδο των υποστηρικτών.”

Αν το κυπριακό πολιτικό σύστημα βρίσκεται σε κρίση, δεν μπορεί η κρίση αυτή να αποτυπώνεται στο επίπεδο των ηγετών αλλά όχι στο επίπεδο των υποστηρικτών. Άλλωστε, ηγέτες και υποστηρικτές δεν λειτουργούν στο κενό – κι' αυτό είναι ένα ακόμη στοιχείο το οποίο συνήθως παραγνωρίζουμε. Το γενικότερο περιβάλλον – το πολιτικό και κοινωνικό συγκείμενο – μέσα στο οποίο λαμβάνει χώρα η πολιτική, αποτελεί ένα κρίσιμο παράγοντα που επηρεάζει, σε σημαντικό βαθμό, το πλαίσιο συμπεριφοράς τόσο των

πολιτικών δρώντων, όσο και των πολιτών.

Στο κείμενο αυτό επιχειρούμε να παραθέσουμε, αδρομερώς, ένα περιεκτικό ερμηνευτικό πλαίσιο για την κατανόηση της έννοιας της ηγεσίας ως συνάρτησης των τριών στοιχείων που έχουμε προαναφέρει, δηλαδή, του ηγέτη, των υποστηρικτών και του περιβάλλοντος. Ένα τέτοιο πλαίσιο θα μας επιτρέψει μια πιο σύνθετη και διαλεκτική προσέγγιση, με στόχο τη διατύπωση μια πιο ολιστικής και αναλυτικής απάντησης ως προς το τι πραγματικά συνιστά το «φαινόμενο Φειδίας» στην εποχή των social media και ποιο μήνυμα τελικά πρεσβεύει προς το πολιτικό σύστημα της Κύπρου.

Η έννοια της ηγεσίας ως σύστημα: Ηγέτες, υποστηρικτές και περιβάλλον

Από τον Μέγα Αλέξανδρο και τον Ιούλιο Καίσαρα, μέχρι τον Καρλομάγνο και τον Τζέκινς Χαν, η ανθρώπινη ιστορία είναι, σε μεγάλο βαθμό, ταυτισμένη ουσιαστικά με την ιστορία μεγάλων ηγετών. Ο Thomas Carlyle, για πολλούς ο πρώτος σύγχρονος συγγραφέας περί ηγεσίας, είχε διατυπώσει τη θέση ότι η ιστορία θα πρέπει να γίνεται αντιληπτή ως η εξέταση των κατορθωμάτων μεγάλων ανδρών.² Ακόμα και σήμερα, η αντίληψη αυτή παραμένει ισχυρή ανάμεσα σε μεγάλα στρώματα του πληθυσμού.

Βεβαίως, σε επιστημονικό επίπεδο, από την εποχή του Carl Marx και εντεύθεν πολλοί έχουν αμφισβητήσει τη δυνατότητα του ανθρώπου να κινείται πέραν και πάνω από το δομικό πλαίσιο που του επιβάλλει η κοινωνία στην οποία ζει. Κατακρίβειαν, αναπτύχθηκε μια μεγάλη επιστημονική διεγκυστίδα ανάμεσα στους υποστηρικτές της θέσης ότι η εξέλιξη της ιστορίας διαμορφώνεται στη βάση του δομικού περιβάλλοντος που επικαθορίζει, σε μεγάλο βαθμό, την έκβαση των γεγονότων και σε εκείνους που επέμειναν στην άποψη ότι αυτή συνιστά, κυρίως, προϊόν της ανθρώπινης δράσης.

Στο κρίσιμο αυτό ερώτημα, ο Burns, εκ των σπουδαιότερων σύγχρονων θεωρητικών στον τομέα της ηγεσίας, δίνει μια πιο σύνθετη απάντηση. Σύμφωνα με την Burns, οι δομές δεν αποτελούν κάποιες «γιγαντιαίες μηχανές που βρίσκονται κάπου εκεί έξω», αποστεωμένες από τις δυναμικές που υπάρχουν μέσα στην ίδια την κοινωνία.³ Αντιθέτως, άνθρωποι και δομές

² Βλ. Keith Grint, "A History of Leadership", στο Alan Bryman, David Collinson, Keith Grint, Brad Jackson και Mary Uhl-Bien, *The Sage Handbook of Leadership*, (London: Sage Publications, 2011), σ.8.

³ Βλ. James McGrecor Burns, *Transforming Leadership*, (New York: Grove Press, 2003), σ.215.

αλληλεπιδρούν διαρκώς και υπόκεινται σε διαφοροποίηση και αλλαγή. Το δομικό περιβάλλον, άλλωστε, όπως σημειώνει η Kellerman, διαμορφώνεται σε κάποιο βαθμό, κάποιες φορές, από τους ανθρώπους και μάλιστα όχι μόνο από τους ηγέτες αλλά ενίοτε και από τους υποστηρικτές.⁴ Μια τέτοια προσέγγιση μας οδηγεί στο συμπέρασμα πως για να γίνει καλύτερα κατανοητή η έννοια της ηγεσίας, θα πρέπει να ιδωθεί ως μια συνάρτηση τριών στοιχείων που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους: του ηγέτη, των υποστηρικτών και του περιβάλλοντος.⁵

“Μιλώντας για ηγεσία, θα πρέπει να κατανοούμε ότι δεν αναφερόμαστε στους ηγέτες αλλά στην ενιαία υπόσταση που δημιουργεί η σχέση του ηγέτη με τους υποστηρικτές, σε συνάρτηση πάντοτε με το περιβάλλον.”

Εδώ απαιτείται, βεβαίως, μια σημαντική διασάφηση. Δεν πρέπει να προσεγγίζουμε το περιβάλλον ως μια ανεξάρτητη μεταβλητή πέραν του ηγέτη αλλά ως το συγκείμενο μέσα στο οποίο μπορεί να κατανοήσουμε τον ίδιο τον ηγέτη. Με άλλα λόγια, ο κάθε ηγέτης είναι ηγέτης του περιβάλλοντος στο οποίο δρα, είναι ηγέτης της εποχής του. Το ίδιο ισχύει και για τους υποστηρικτές. Ένας ηγέτης είναι άρρηκτα δεμένος με την κοινωνία. Κατά την περίφημη ρήση του John Donne, «ο άνθρωπος δεν είναι νησί».⁶ Δεν υπάρχουν ηγέτες αν δεν υπάρχουν υποστηρικτές. Μιλώντας για ηγεσία, συνεπώς, θα πρέπει να κατανοούμε ότι δεν αναφερόμαστε στους ηγέτες αλλά στην ενιαία υπόσταση που δημιουργεί αυτή ακριβώς η σχέση του ηγέτη με τους υποστηρικτές, σε συνάρτηση πάντοτε με το περιβάλλον.

Στη βάση του παραπάνω ερμηνευτικού πλαισίου περί ηγεσίας, θα επιχειρήσουμε στη συνέχεια, να αναλύσουμε το κυρίαρχο ζήτημα που προέκυψε μετά τα αποτελέσματα των πρόσφατων ευρωεκλογών στην Κύπρο,

⁴ Βλ. Barbara Kellerman, «Leadership—It’s a System, Not a Person!», *Daedalus*, Τομ.145, Αρ.3, 2016, σσ. 83–94.

⁵ Βλ. Joseph Nye, *Οι Ηγεσίες που πρωτοπορούν*, (Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 2009), σ.64.

⁶ Βλ. John Donne, *Devotions upon Emergent Occasions, Together with Death’s Due*, (University of Michigan Press, 1959), Meditation XVII, σ.108.

δηλαδή το «φαινόμενο Φειδίας», εστιάζοντας και στα τρία αυτά στοιχεία που συνθέτουν την έννοια της ηγεσίας, κάνοντας αρχή από το περιβάλλον.

Το περιβάλλον: Η «τέταρτη» περίοδος πολιτικής επικοινωνίας και τα social media

Για να κατανοήσουμε πώς ξαφνικά ένας εικοσιτετράχρονος youtuber κατάφερε να εξασφαλίσει θέση στην Ευρωβουλή αφήνοντας πίσω του πέντε κοινοβουλευτικά κόμματα και πλησιάζοντας σε ποσοστά τα δυο μεγαλύτερα⁷, θα πρέπει να εγκύψουμε, καταρχάς, στο ευρύτερο δομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο διεξάγεται η πολιτική σήμερα, όχι μόνο στην Κύπρο αλλά και σε όλες τις σύγχρονες φιλελεύθερες δημοκρατίες. Οι ειδικοί κάνουν λόγο για μια «τέταρτη» περίοδο πολιτικής επικοινωνίας.⁸ Είναι η περίοδος που κυριαρχείται από τον καθοριστικό ρόλο που διαδραματίζουν οι νέες τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνίας (ICT). Ανάμεσα στα κύρια χαρακτηριστικά της περιόδου αυτής, σύμφωνα με τον A.Davis, είναι η απώλεια της εμπιστοσύνης στους πολιτικούς θεσμούς, η αμφισβήτηση της παραδοσιακής διάκρισης αριστεράς-δεξιάς και ο ιδεολογικός κατακερματισμός των κομμάτων, η εξασθένιση των κομματικών ταυτοτήτων, η μεταβλητότητα της ψήφου και το φαινόμενο της πόλωσης του κοινού.⁹

Τα γενικότερα αυτά χαρακτηριστικά δεν εμφανίζονται, ασφαλώς, παντού και ταυτόχρονα, σε όλες τις χώρες. Κάθε κοινωνία βιώνει τα παραπάνω φαινόμενα με διαφορετική ένταση και με διαφορετικές ενδεχομένως παραλλαγές. Το γενικότερο περιβάλλον, ωστόσο, στο οποίο κατατείνουν όλα τα πιο πάνω είναι ένα περιβάλλον απογοήτευσης και απαξίωσης έναντι των θεσμών, και ανασφάλειας και αβεβαιότητας για το μέλλον. Μια σειρά από οικονομικούς και κοινωνικούς παράγοντες που έχουν σχέση, με την

⁷ Ο Φειδίας Παναγιώτου εξασφάλισε την τρίτη θέση στην τελική κατάταξη με 71,330 ψήφους. Έλαβε ποσοστό 19.4%, έναντι 21.5% που εξασφάλισε το ΑΚΕ Λ και 24.8% ο Δημοκρατικός Συναγερμός (βλ. Εθνική Πύλη Ανοικτών Δεδομένων, στο <https://www.data.gov.cy/el/dataset/episima-apotelesmata-eyroeklogon-2024>).

⁸ Βλ. Jay, G. Blumler, «The Forth Age of Political Communication», Κύρια Ομιλία στο «Ελεύθερο Πανεπιστήμιο», Βερολίνο, 12 Σεπτεμβρίου 2013, διαθέσιμο στο <https://www.scribd.com/document/337580226/Blumler-The-Fourth-Age-of-Political-Communication-2013>.

⁹ Βλ. Aeron Davis, *Πολιτική επικοινωνία στην εποχή της κρίσης*, (Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα, 2022), σσ.10-12.

παγκοσμιοποίηση, την ενίσχυση των κοινωνικών και οικονομικών ανισοτήτων, το φαινόμενο των πολυκρίσεων, την αδυναμία του έθνους-κράτους να αντιμετωπίσει σύγχρονες προκλήσεις, όπως η μετανάστευση και η κλιματική κρίση, συμβάλλουν αναμφίβολα προς αυτή την κατεύθυνση.¹⁰ Πολλοί μιλούν ήδη, εδώ και κάποια χρόνια, για υποχώρηση ή κρίση της φιλελεύθερης δημοκρατίας.¹¹

“Οι αντισυστημικοί ηγέτες εργαλαιοποιούν τη δυσαρέσκεια που αισθάνονται οι πολίτες απέναντι στο πολιτικό σύστημα, για να πετύχουν εκλογικές νίκες - πολλές φορές εντελώς ανέλπιστες ή και ανατρεπτικές.”

Δύο εκλογικές τάσεις έχουν αναδυθεί μέσα στο γενικότερο αυτό περιβάλλον. Η άνοδος του ακροδεξιού εθνικισμού και η άνοδος του αντισυστημισμού. Το έχουμε δει να συμβαίνει σε μια σειρά δυτικών δημοκρατιών, το βλέπουμε τώρα να συμβαίνει και στην Κύπρο. Θα εστιάσουμε εδώ στη δεύτερη περίπτωση. Η εκλογή αντισυστημικών ηγετών, όπως και η ανάδειξη αντισυστημικών κόμματων, συνιστά, εν πρώτοις, μια σαφή μορφή διαμαρτυρίας απέναντι στο παραδοσιακό πολιτικό σύστημα, σε μια εποχή μεγάλων αλλαγών και προκλήσεων σε πλανητικό επίπεδο. Οι αντισυστημικοί ηγέτες εργαλαιοποιούν τη δυσαρέσκεια που αισθάνονται οι πολίτες απέναντι στο πολιτικό σύστημα, για να πετύχουν εκλογικές νίκες - πολλές φορές εντελώς ανέλπιστες ή και ανατρεπτικές.

Ο Donald Trump αποτελεί την πιο εμβληματική ίσως περίπτωση. Κανείς δεν ανέμενε πως θα ήταν ποτέ δυνατό ένας εκκεντρικός τηλεπαρουσιαστής reality show να εκλεγόταν πρόεδρος της ισχυρότερης σήμερα χώρας στον πλανήτη. Πόσο μάλλον να είναι ξανά υποψήφιος – με πολύ σοβαρές πιθανότητες επανεκλογής- , μετά απ’ όσα έχουμε δει να συμβαίνουν κατά τη

¹⁰ Βλ. Χαιρετισμός Χριστόφορου Φωκαΐδη στο Συνέδριο του Ινστιτούτου Μελετών Πολιτικής και Δημοκρατίας, «Δημοκρατία σε κρίση», 31 Ιανουαρίου 2024.

¹¹ Βλ. ενδεικτικά, Larry Diamond, «Facing up the Democratic Recession», *Journal of Democracy*, Τομ.6, Αρ.1, 2016, David Runciman, *How democracy ends*, (London: Profile Books, 2018), και Steven Levitsky και Daniel Ziblatt, *How Democracies Die*, (New York: Crown Publishers; 2018).

διάρκεια της θητείας του, με αποκορύφωμα τη βίαιη εισβολή οπαδών του στο ναό της αμερικανικής δημοκρατίας, το Καπιτώλιο.

Πριν από τον Trump, ο Ιταλός πρώην κωμικός Beppe Grillo είχε αναδειχθεί ως ο πιο αντισυστημικός ηγέτης στην Ευρώπη, όταν το κόμμα που ίδρυσε (Κίνημα των 5 Αστέρων) κατάφερε να πετύχει εντυπωσιακή είσοδο στην ιταλική πολιτική σκηνή, καταλαμβάνοντας τη δεύτερη θέση ανάμεσα στα παραδοσιακά κόμματα με 25.6% ενώ το 2018 κατέλαβε την πρώτη θέση με 32.7% αναλαμβάνοντας τη διακυβέρνηση της χώρας.¹²

Τόσο ο Trump, όσο και ο Grillo, όπως και μια σειρά από αντισυστημικούς ηγέτες από την άκρα αριστερά ως την άκρα δεξιά, πέτυχαν σημαντικές εκλογικές νίκες ή και αναδείχθηκαν στην εξουσία την τελευταία δεκαετία, θέτοντας ως κύριο πολιτικό διακύβευμα την ανάγκη να ηττηθεί το διεφθαρμένο πολιτικό κατεστημένο. Στο στόχαστρο της αντισυστημικής τους ρητορικής βρέθηκαν - κατά κανόνα - και τα παραδοσιακά ΜΜΕ, τα οποία στην αντίληψη μεγάλης μερίδας της κοινής γνώμης αποτελούσαν μέρος του διεφθαρμένου αυτού κατεστημένου.

Όχι τυχαία, όλοι σχεδόν διακρίθηκαν στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ). Ας σημειωθεί εδώ ότι η έλευση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είχε συνοδευτεί με μια προσδοκία εκδημοκρατισμού της πολιτικής. Τα ΜΚΔ διαμόρφωναν ένα ευνοϊκό περιβάλλον για αντισυστημικό λόγο αλλά και για μαζικές κινητοποιήσεις που μπορούσαν να οδηγήσουν σε μεγάλες αλλαγές. Αρκεί να θυμηθούμε τον ρόλο που διαδραμάτισαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην Αραβική Άνοιξη ή αργότερα στις μεγάλες κινητοποιήσεις κατά της παγκοσμιοποίησης σε πολλές χώρες της Δύσης. Την ίδια ώρα, σε ένα περιβάλλον κρίσης της πολιτικής, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έδιναν για πρώτη φορά στους πολίτες τη δυνατότητα αδιαμεσολάβητης επικοινωνίας, καταργώντας το μονοπώλιο των παραδοσιακών ΜΜΕ, που λειτουργούσαν μέχρι τότε ως θηροφύλακες της

¹² Βλ. Martin Bull, «Whatever happened to the Italian Five Star Movement?», *The Loop, ECPR's Political Science Blog*, στο <https://theloop.ecpr.eu/whatever-happened-to-the-italian-five-star-movement/>.

δημόσιας σφαίρας, ενώ παράλληλα άνοιγαν δρόμο σε νέους πολιτικούς δρώντες για να εισέλθουν στον πολιτικό στίβο.

Ο Trump είχε καταφέρει να αξιοποιήσει την ανάγκη αυτή του κοινού για αδιαμεσολάβητη επικοινωνία επιτυγχάνοντας να κινητοποιήσει ένα πολύ μεγάλο αριθμό υποστηρικτών μέσω του Twitter. Όταν μάλιστα το Twitter προέβη σε κλείσιμο του λογαριασμού του εξαιτίας του κινδύνου περαιτέρω υποκίνησης βίας, μετά τα επεισόδια στο Καπιτώλιο, ο Trump δημιούργησε το δικό του μέσο κοινωνικής δικτύωσης, το Truth Social. Ο Grillo, από την άλλη, ο οποίος πριν εισέλθει στην πολιτική διατηρούσε ένα από τα δέκα πιο διαβασμένα blogs παγκοσμίως, χρησιμοποιούσε διαδικτυακές πλατφόρμες για τον καταρτισμό των ψηφοδελτίων του κόμματος μέσα από online ψηφοφορίες από τα μέλη.

Υπάρχουν πολλά άλλα παραδείγματα αντισυστημικών πολιτικών ηγετών, στα

“ Άλλοι με πιο απολιτίκ προφίλ και άλλοι με πιο ακραίο πολωτικό λόγο, έχουν όλοι διακριθεί στη χρήση των ΜΚΔ προκειμένου να διευρύνουν τη λαϊκή τους απήχηση. ”

οποία θα μπορούσε να αναφερθεί κανείς, από τον Nigel Farage στη Βρετανία, στον Pablo Iglesias στην Ισπανία ή στον Στέφανο Κασελλάκη στην Ελλάδα. Άλλοι με πιο απολιτίκ προφίλ και άλλοι με πιο ακραίο πολωτικό λόγο, έχουν όλοι διακριθεί στη χρήση των ΜΚΔ προκειμένου να διευρύνουν τη λαϊκή τους απήχηση. Ακόμα και ανάμεσα σ' αυτούς που αναδείχθηκαν στις τελευταίες εκλογές στο Ευρωκοινοβούλιο, όπως καταδεικνύεται από σχετικό άρθρο που

δημοσιεύει το περιοδικό Politico υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός αντισυμβατικών ή και αντισυστημικών υποψήφιων, συμπεριλαμβανομένων και influencers.¹³ Ο Φειδίας Παναγιώτου έχει κερδίσει, χωρίς αμφιβολία, τη

¹³ Βλ. Eddy Wax και Hanne Cokelaere, «The 23 kookiest MEPs heading to the European Parliament», *Politico*, 14 Ιουνίου 2024, στο <https://www.politico.eu/article/23-kookiest-meps-european-parliament-election-results-2024/>.

δική του ξεχωριστή θέση στον κατάλογο αυτό, όμως η περίπτωση του δεν είναι τόσο μοναδική, όσο τουλάχιστον αφέθηκε αρχικά η εντύπωση.

Αυτό δεν σημαίνει, ποσώς, ότι θα πρέπει να υποτιμηθεί η σημασία της εκλογής του. Αν και είναι πάντα ενδεδειγμένο να τοποθετούμε ανάλογες περιπτώσεις σε ένα ευρύτερο συγκριτικό πλαίσιο, που επιτρέπει μια βαθύτερη κατανόηση των γενικότερων τάσεων που υπάρχουν σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, το «φαινόμενο Φειδίας» δεν μπορεί παρά να αναλυθεί, πρωτίστως, μέσα στο κυπριακό πολιτικό συγκείμενο. Και υπ' αυτό το πρίσμα, αποτελεί αναντίρρητα μια σημαδιακή εξέλιξη που αντανακλά τη βαθιά κρίση στην οποία έχει περιέλθει το πολιτικό σύστημα της Κύπρου. Αποτελεί, κατακρίβειαν, επιφανόμενο αυτής της κρίσης, η οποία, βεβαίως, δεν προέκυψε ως δια μαγείας - έτσι ξαφνικά.



“Το ανέλπιστα – ακόμα και για τον ίδιο - ψηλό ποσοστό που εξασφάλισε ο Φειδίας Παναγιώτου, δεν μας λέει, πάντως, τόσα πολλά για τον ίδιο, όσο μας λέει για τους υποστηρικτές του.”

Τα σημάδια της κρίσης είχαν διαφανεί εδώ και καιρό. Η εμπιστοσύνη προς τους δημοκρατικούς θεσμούς, ιδιαίτερα δε προς τα πολιτικά κόμματα, έχει αρχίσει να υποχωρεί εδώ και αρκετά χρόνια - και αυτό καταγραφόταν στις έρευνες κοινής γνώμης.¹⁴ Το ίδιο και η συμμετοχή στις εκλογές – ιδιαίτερα αν λάβει κανείς υπόψη και τον αριθμό των μη εγγεγραμμένων πολιτών στους εκλογικούς καταλόγους στην περίπτωση της Κύπρου.¹⁵ Αξίζει να σημειωθεί πως στις τελευταίες βουλευτικές εκλογές, 15% των ψηφισάντων επέλεξαν κομματίδια και ανεξάρτητους υποψηφίους που έμειναν τελικά εκτός κοινοβουλίου.¹⁶ Χωρίς αμφιβολία, σειρά σκανδάλων διαφθοράς, όπως επίσης και η διάψευση προσδοκιών για λύση του Κυπριακού, έχουν επιτείνει

¹⁴ Βλ. Γιάννος Κατσουρίδης, «Οι διπλές εκλογές: ανατροπές (;) εν μέσω συνέχειας», *Εφημερίδα Φιλελεύθερος*, 16 Ιουνίου 2024, στο <https://www.philenews.com/politiki/article/1480541/i-diples-ekloges-anatropes-en-meso-sinechias/>.

¹⁵ Βλ. «Η αυτόματη εγγραφή στους εκλογικούς καταλόγους: Το «πραγματικό» ποσοστό αποχής και η «πραγματική» επιρροή των κομμάτων», *Ινστιτούτο Μελετών Πολιτικής και Δημοκρατίας*, Κείμενο Ανάλυσης, Αρ.22, Ιούλιος 2024.

¹⁶ Βλ. Επίσημα Αποτελέσματα, Βουλευτικές Εκλογές 2021, Κεντρική Υπηρεσία Εκλογών, Υπουργείο Εσωτερικών, στο http://results.elections.moi.gov.cy/greek/parliamentary_elections_2021/islandwide.

σημαντικά τα τελευταία χρόνια την αρνητική αυτή εικόνα για την πολιτική και τους πολιτικούς.

Οι τελευταίες ευρωεκλογές – ως εκλογές δεύτερης τάξης - φαίνεται ότι προσέφεραν ένα ευνοϊκό περιβάλλον προκειμένου ένα σημαντικό τμήμα της κυπριακής κοινωνίας να εκφράσει ακόμα πιο έντονα τη δυσαρέσκεια της απέναντι στο πολιτικό σύστημα ή και για να αναζητήσει εναλλακτικές μορφές πολιτικής αντιπροσώπευσης σε μια εποχή μεγάλων προκλήσεων και αλλαγών. Το ανέλπιστα – ακόμα και για τον ίδιο - ψηλό ποσοστό που εξασφάλισε ο Φειδίας Παναγιώτου, δεν μας λέει, πάντως, τόσα πολλά για τον ίδιο, όσο μας λέει για τους υποστηρικτές του. Σ' αυτή τη διάσταση είναι που στρέφουμε τώρα την προσοχή μας.

Οι υποστηρικτές: Οι ψηφοφόροι του Φειδία και το μήνυμα της κάλπης

Η εδραιωμένη αντίληψη που υπάρχει είναι πως οι ηγέτες ηγούνται και οι υποστηρικτές ακολουθούν. Στην πραγματικότητα, ωστόσο, ειδικά τα τελευταία χρόνια, η απόσταση που χωρίζει τους ηγέτες από τους υποστηρικτές έχει σμικρυνθεί. Σε αυτό συνέβαλε αναμφίβολα και η γραμματική των social media που ανέτρεψε την ιεραρχική - από πάνω προς τα κάτω - ροή της πολιτικής επικοινωνίας, επιτρέποντας και στους υποστηρικτές να απευθύνονται στους ηγέτες κατά τρόπο άμεσο – από τα κάτω προς τα πάνω - και, ενίοτε, όπως στην περίπτωση του Φειδία, να μετατρέπονται μέσα σε λίγους μήνες, από υποστηρικτές σε ηγέτες.

“Είναι, συνεπώς, σχεδόν αναπόφευκτο πως η πολιτική συμπεριφορά εν γένει ενός ηγέτη, θα αποτελεί – όχι ίσως πάντα αλλά στις πλείστες περιπτώσεις – καθρέφτη της πολιτικής κουλτούρας εκείνων που τον αναδεικνύουν ως ηγέτη.”

Σε κάθε περίπτωση, αυτό που είναι βέβαιο, είναι πως δεν μπορούμε να κατανοήσουμε ένα ηγέτη, χωρίς να μελετήσουμε τους υποστηρικτές του. Άλλωστε οι ηγέτες αναδεικνύονται μέσα από τη δεξαμενή των υποστηρικτών, μέσα σε ένα συγκεκριμένο περιβάλλον, σε μια συγκεκριμένη συγκυρία. Είναι, συνεπώς, σχεδόν αναπόφευκτο πως η πολιτική συμπεριφορά εν γένει ενός

ηγέτη, θα αποτελεί – όχι ίσως πάντα αλλά στις πλείστες περιπτώσεις – καθρέφτη της πολιτικής κουλτούρας εκείνων που τον αναδεικνύουν ως ηγέτη.

Έχοντας πει αυτό, θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι οι υποστηρικτές δεν είναι όλοι ίδιοι. Όπως υπεδείκνυε στο πρωτοποριακό του βιβλίο με τίτλο «The Power of Followership», ο Robert Kelly, υπάρχουν διαφορετικά είδη υποστηρικτών.¹⁷ Ένας ηγέτης μπορεί να απευθύνεται, άλλωστε, σε διαφορετικά κοινά για να αντλήσει υποστήριξη. Στη βάση αυτής της θεώρησης, θα υποστηρίξουμε εδώ ότι εκλογή του Φειδία στηρίχθηκε σε δύο κατά βάση ομάδες υποστηρικτών.

Η πρώτη ομάδα προέρχεται απ' αυτούς που είδαν τον Φειδία ως μέσο για να στείλουν ένα ισχυρό μήνυμα αποδοκιμασίας, τιμωρίας ή και «διακωμώδησης»¹⁸ του πολιτικού συστήματος. Πρόκειται, κατά κύριο λόγο, για μια μερίδα πολιτών που στέκονται κριτικά έναντι των πολιτικών κομμάτων και της πολιτικής γενικότερα, όπως αυτή διεξάγεται σήμερα στην Κύπρο - άτομα με πολιτική παιδεία, ενδεχομένως με ψηλότερο μορφωτικό επίπεδο και που τουλάχιστον έχουν ψηφίσει ορισμένες ακόμα φορές σε εκλογές.

Η συγκεκριμένη ομάδα θέλησε να στείλει ένα κατεξοχήν πολιτικό μήνυμα προς τα κόμματα και την κυβέρνηση, πως θα πρέπει να εγκύψουν στα προβλήματα των πολιτών και να δώσουν λύσεις, μακριά από φαινόμενα διαφθοράς, διαπλοκής και αναξιοκρατίας. Αν και ο ίδιος ο Φειδίας κινήθηκε με όρους απολιτίκ (απολιτικούς) - δεν ανέπτυξε δηλαδή πολιτικό λόγο σε σχέση με τα ζητήματα αυτά, ούτε και κατέθεσε πολιτικές προτάσεις για αντιμετώπισή τους -, ενσάρκωσε την ανάγκη αυτής της μερίδας της κοινωνίας να εκφράσει τη δυσαρέσκεια, την απαξίωση ή και το θυμό της απέναντι στο πολιτικό σύστημα εν γένει.

Υπάρχει όμως και άλλη μια μερίδα ψηφοφόρων του Φειδία με διαφορετικά χαρακτηριστικά. Πρόκειται για νέους, κατά βάση, ψηφοφόρους που ανήκουν

¹⁷ Ο R.E.Kelley αναφέρεται σε ένα μοντέλο με δυνητικούς τύπους υποστηρικτών, στη βάση δύο αξόνων που διακρίνουν ανάμεσα σε παθητική και ενεργητική συμπεριφορά από τη μια, και κριτική και μη κριτική από την άλλη (βλ. Robert E.Kelley, *The Power of Followership*, (New York: Doubleday, 1992).

¹⁸ Βλ. Χαρίδημος Τσούκας, «Ο Φειδίας και η καρναβαλική πολιτική διαμαρτυρία», *Εφημερίδα Καθημερινή*, 17 Ιουνίου 2024, στο <https://www.kathimerini.com.cy/gr/apopseis/prosopikotites-stin-k/1-o-feidiias-kai-i-karnabaliki-politiki-diamartyria>.

στη γενιά Z. Τη γενιά που έχει βιώσει το αίσθημα της αβεβαιότητας και της ανασφάλειας ως κανονικότητα, σε μια εποχή πολυκρίσεων – από την οικονομική κρίση στις αρχές της δεκαετίας του 2010 και την τρομοκρατία του ισλαμικού κράτους, μέχρι την πανδημία του κορωνοϊού και την κλιματική κρίση. Οι νέοι αυτής της γενιάς, στην πλειοψηφία τους, δεν παρακολουθούν πολιτικές ειδήσεις – κι αν το κάνουν το κάνουν μέσω των social media. Δεν ενδιαφέρονται ή και αποστρέφονται την πολιτική και πολύ λίγα καταλαβαίνουν από κόμματα και εκλογές.

Για πολλούς απ' αυτούς, ο Φειδίας ήταν ο μόνος υποψήφιος τον οποίον γνώριζαν – ήταν, τουλάχιστον, η πιο οικεία επιλογή σε σχέση με όλους τους υπόλοιπους – κι αυτό λόγω της δράσης του ως youtuber. Ο βασικός πυρήνας ήταν οι followers του στα social media.

"Σε ένα περιβάλλον αβεβαιότητας και ανασφάλειας, με την αμεσότητα και την αυθεντικότητα που εξέπεμπε, ο Φειδίας ήταν ο «παρέας της διπλανής πόρτας»."

Η βασική εικόνα αυτών των ψηφοφόρων για τον Φειδία δεν ήταν αυτή του αντισυμβατικού νέου, αλλά ενός επιτυχημένου νέου. Σε ένα περιβάλλον αβεβαιότητας και ανασφάλειας, με την αμεσότητα και την αυθεντικότητα που εξέπεμπε, ο Φειδίας ήταν ο «παρέας της διπλανής πόρτας».

Έστω και χωρίς να υπόσχεται κάτι συγκεκριμένο, κατάφερε να κινητοποιήσει κάποιες χιλιάδες απ' αυτούς τους νέους,

γιατί στο πρόσωπο του βρήκαν μια εναλλακτική διέξοδο εκπροσώπησης σε ένα πολιτικό σύστημα που τους είναι εντελώς αδιάφορο και απόμακρο. Γι' αυτούς ο Φειδίας δεν ήταν απολιτικός, με την έννοια τουλάχιστον που τον προσδιόρισε η πλειοψηφία των σχολιαστών ή και της ευρύτερης κοινής γνώμης.¹⁹ Πρόκειται εδώ, όχι απλώς για ένα ηλικιακό αλλά για ένα «γλωσσικό χάσμα»²⁰ – με την έννοια, δηλαδή, ότι το επικοινωνιακό μέσο - τα social media εν προκειμένω - επικαθορίζει την ίδια την επικοινωνία. Ας μη ξεχνάμε, ότι ως αποτέλεσμα των τεχνολογικών εξελίξεων αλλά και σημαντικών κοινωνικών μεταβολών

¹⁹ Βλ. σχετικά, Ανδρέας Ορφανίδης, «Η εκλογική επιτυχία του Φειδία Παναγιώτου: Λόγοι και συνέπειες», *Εφημερίδα Φιλελεύθερος*, 30 Ιουνίου 2024, στο <https://www.philenews.com/apopsis/paremvaseis-ston-f/article/1484603/i-epitichia-tou-fidia-panagiotou-logi-ke-sinepies/>.

²⁰ Βλ. Παναγιώτης Χριστιάς, «Το πολυκομματικό σύστημα (I)», *Εφημερίδα Καθημερινή*, 24 Ιουνίου 2024, στο <https://www.kathimerini.com.cy/gr/apopseis/arthrografia/panagiwtis-xristias/1-to-polykommatiko-systima-i>.

τα τελευταία χρόνια, που έχουν να κάνουν κυρίως με το θεσμό της οικογένειας και του σχολείου, η πολιτική κοινωνικοποίηση αυτής της γενιάς γίνεται, σε πολύ μεγάλο βαθμό, μέσα από τα ΜΚΔ.

Σε κάθε περίπτωση, το γεγονός ότι ένα πολύ σημαντικό αριθμός νέων ανθρώπων προσήλθε στις κάλπες – πολλοί μάλιστα ενεγράφησαν για πρώτη φορά στους εκλογικούς καταλόγους - για να ψηφίσουν τον Φειδία Παναγιώτου, συνιστά αναμφίβολα πολιτική πράξη, η οποία ασφαλώς ενέχει σημαντικό πολιτικό μήνυμα, ανεξαρτήτως του εάν αυτό αποτέλεσε συνειδητή ή όχι επιλογή των συγκεκριμένων ψηφοφόρων. Το να υποθέσουμε πάντως ότι η πλειοψηφία, τουλάχιστον, των ψηφοφόρων αυτών θέλησε να στείλει ένα μήνυμα διαμαρτυρίας, παρόμοιο με την πρώτη ομάδα - ένα μήνυμα δηλαδή προς το παραδοσιακό κομματικό σύστημα ότι πρέπει να αλλάξει - θα ήταν μάλλον επισφαλές.²¹ Μια μορφή διαμαρτυρίας μπορεί να ενείχε το μήνυμα σίγουρα · πολύ πιο βάσιμο, ωστόσο, θα ήταν να εκτιμήσουμε ότι για την μερίδα αυτή της νέας γενιάς, «αλλαγή» στη συγκεκριμένη συγκυρία - τη συγκεκριμένη στιγμή της ψηφοφορίας - ήταν ο ίδιος Φειδίας.

Υπό προϋποθέσεις, βεβαίως, αυτή η ομάδα – ή έστω ένα μέρος αυτής – θα μπορούσε δυνητικά ακολουθήσει τον Φειδία και σ' ένα επόμενο βήμα του (π.χ. αν επιχειρήσει να ιδρύσει κόμμα), αν και εφόσον αυτός καταφέρει να διατηρήσει τη νομιμοποίησή του ως ηγέτης αυτής της ομάδας - πράγμα σε κάθε περίπτωση εξαιρετικά δύσκολο. Άλλωστε, στη λογική των social media, όσο εύκολα κάνεις κάποιον follow, άλλο τόσο εύκολα τον κάνεις unfollow. Αυτό που μοιάζει με υποσχόμενη "αλλαγή" μπορεί εύκολα να περιέλθει σε πλήρη ανυποληψία.

Αν, ωστόσο, το τελευταίο μας δίνει μια αίσθηση ως προς την κουλτούρα που διαμορφώνει τους όρους με τους οποίους κάνει επιλογές μια μεγάλη μερίδα της νέας γενιάς στο σημερινό περιβάλλον των social media, εκείνο που θα πρέπει να γίνει κατανοητό γενικότερα, είναι πως η εν γένει πολιτική κουλτούρα της κυπριακής κοινωνίας - οι αξίες, οι πεποιθήσεις και οι νοοτροπίες μέσα από τις οποίες γίνεται αντιληπτή η πολιτική πραγματικότητα - αποτελούν κρίσιμη επεξηγηματική παράμετρο για το είδος και την ποιότητα

²¹ Βλ. Μάριος Θρασυβούλου, «Φαινόμενο Φειδίας» ή «φαινόμενο κοινωνία;», *Εφημερίδα Πολίτης*, 18 Ιουνίου 2024, στο <https://politis.com.cy/801460/article>.

των ηγετών που αναδεικνύονται από την κυπριακή κοινωνία γενικότερα, όπως ασφαλώς και από κάθε άλλη.

Οι ηγέτες: Η προσαρμογή στη γραμματική των μέσων επικοινωνίας και το παράδειγμα Φειδία

Έχοντας προδιαγράψει το ευρύτερο περιβάλλον μέσα στο οποίο μπορεί να γίνει κατανοητή η εκλογή Φειδία και αφού έχουμε εγκύψει στην εξέταση των υποστηρικτών του, ερχόμαστε τώρα και στο τελευταίο στοιχείο της συνάρτησης της ηγεσίας, αυτό δηλαδή του ηγέτη. Στην ενότητα αυτή θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε το παράδειγμα του Φειδία ως ηγέτη, μέσα σε ένα ευρύτερο ερμηνευτικό πλαίσιο που αφορά στον τρόπο που εξελίσσεται η πολιτική επικοινωνία και στο πώς οι ηγέτες προσαρμόζονται στο νέο επικοινωνιακό περιβάλλον κάθε εποχής.

Θα πρέπει ευθύς εξαρχής να σημειώσουμε εδώ ότι η γενικότερη παραδοχή την οποία υιοθετούμε εδώ, ακολουθώντας τη θεώρηση του James McGregor Burns, είναι πως υπάρχουν δύο μοντέλα ηγετών: οι μετασχηματιστικοί και οι συναλλακτικοί ηγέτες. Οι μετασχηματιστικοί ηγέτες συνιστούν μια ισχυρή μειοψηφία ανάμεσα στους ηγέτες του σύγχρονου κόσμου. Πρόκειται για τους ηγέτες που χαρακτηρίζονται από την ηθική φιλοδοξία να υπηρετήσουν τις μακροχρόνιες ανάγκες ενός λαού – αυτές που ταυτίζονται ουσιαστικά με το δημόσιο συμφέρον - παραμερίζοντας το πολιτικό κόστος. Η συντριπτική πλειοψηφία των ηγετών ανήκει, ωστόσο, στην κατηγορία των συναλλακτικών ηγετών. Βασικό τους γνώρισμα είναι ότι προσαρμόζονται διαρκώς στη βραχυχρόνιες επιθυμίες των υποστηρικτών τους προκειμένου να εξασφαλίσουν δημοφιλία και ψήφους στις εκλογές.²²

Η «συναλλακτική» αυτή προσέγγιση των ηγετών, αν και σε μεγάλο βαθμό εγγενής στην ανθρώπινη φύση, ενισχύεται καθώς το ευρύτερο περιβάλλον διαμορφώνει ευνοϊκές συνθήκες για κάτι τέτοιο. Η υποχώρηση των πολιτικών

²² Βλ. James MacGregor Burns, *Leadership*, (New York: Harper & Row, 1978), σ.4 .

ιδεολογιών αλλά και η αποδυνάμωση του ρόλου των κομμάτων συνέτειναν, χωρίς αμφιβολία, προς αυτή την κατεύθυνση κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Από τη «δεύτερη»²³ κιάλας περίοδο πολιτικής επικοινωνίας – την περίοδο δηλαδή που σηματοδοτείται από την έλευση της τηλεόρασης – η πολιτική ολοένα και περισσότερο προσωποποιείται, προσαρμοζόμενη στις επιταγές της οπτικοποίησης που επιβάλλει η λειτουργία του νέου «μέσου». Γύρω από τους ηγέτες, που καθίστανται πλέον οι «πρωταγωνιστές» της «πολιτικής σκηνής», αναδεικνύεται μια νέα ομάδα επαγγελματιών της επικοινωνίας που αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερο ρόλο, την ώρα που οι κομματικοί μηχανισμοί σταδιακά περνούν σε δεύτερο πλάνο.

Μέσα σ' αυτό επικοινωνιακό περιβάλλον αναδεικνύεται και η λογική των catch all πολιτικών - και των catch all κομμάτων. Καθώς η πολιτική κυριαρχείται από τους επαγγελματίες του μάρκετινγκ και των δημοσκοπήσεων, η πολιτική προσφορά προσαρμόζεται ολοένα και περισσότερο στη ζήτηση. Προκειμένου να εξασφαλιστεί η δημοφιλία του ηγέτη, οι πολιτικές που διαμορφώνονται με προσοχή από τα επικοινωνιακά επιτελεία, απαλλάσσονται από τις «γωνίες» που μπορεί να ενοχλήσουν μερίδα των υποστηρικτών και γενικά ακολουθούν τις τάσεις της κοινής γνώμης. Στο πλαίσιο αυτό, η πολιτική προσαρμόζεται επίσης στη λογική του infotainment²⁴, που ακολουθεί την εμπορευματοποίηση της πολιτικής που επιβάλλουν τα κυρίαρχα ΜΜΕ.

Η τάση «επαγγελματοποίησης» της πολιτικής ενισχύεται κατά την «τρίτη» περίοδο πολιτικής επικοινωνίας, κατά την περίοδο, δηλαδή, όπου κεντρικό ρόλο στην επικοινωνία αρχίζει πλέον να διαδραματίζει το διαδίκτυο. Οι προεκλογικές εκστρατείες γίνονται πλέον διαρκείς (permanent campaigns) και

²³ Ακολουθείται εδώ η περιοδολόγηση που εισήγαγαν οι Blumler και Kavanagh και η οποία ξεκινά με την πρώτη περίοδο πολιτικής επικοινωνίας – την αποκαλούμενη ως «χρυσή εποχή» των κομμάτων και του τύπου - , που αντιστοιχεί στις δυο πρώτες δεκαετίες μετά το Β Παγκόσμιο Πόλεμο (βλ. Jay G. Blumler & Dennis Kavanagh, "The third age of political communication: Influences and features", *Political Communication*, Τομ.16, Αρ.3, 1999, σσ.209-230). Τα κύρια χαρακτηριστικά κάθε περιόδου, σε συνάρτηση με την εξέλιξη των κυρίαρχων μέσων μαζικής ενημέρωσης, κινούνται σε παρόμοιες γραμμές με ανάλογες περιοδολογήσεις που έγιναν και από άλλους (βλ. σχετικά Jacques Gerstle, *Η πολιτική επικοινωνία*, (Αθήνα: Τυπωθήτω-Γ.Δαρδανός, 2014), σσ. 169-175).

²⁴ Αν και δεν χρησιμοποιείται συχνά στα ελληνικά, ο όρος έχει μεταφραστεί ως «ενημερωδιασκέδαση».

η επικοινωνιακή διαχείριση της ατζέντας, σε μια εποχή που η ταχύτητα στη ροή των πληροφοριών αυξάνεται εκθετικά, καθίσταται καθημερινή προτεραιότητα. Βασικό ρόλο για τη διασφάλιση της εικόνας των προέδρων, των πρωθυπουργών και κάθε ηγέτη που θέλει να διατηρήσει τη δημοφιλία του, διαδραματίζουν πλέον οι spin doctors.²⁵

“Από την εκλογή του Barack Obama στις Η.Π.Α. το 2008, μέχρι την παραλίγο ανάδειξη ,πρόσφατα, του Jordan Bardella - του «βασιλιά του Tik-Tok¹» - ως πρωθυπουργού της Γαλλίας, οι πολιτικοί ηγέτες σε ολόκληρο τον κόσμο γνωρίζουν πολύ καλά πως καμιά επικοινωνιακή στρατηγική δεν μπορεί πλέον να υπάρξει χωρίς τη συστηματική χρήση των ΜΚΔ.”

Η έλευση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σηματοδοτούν την έναρξη μιας νέας εποχής στην οποία έχουμε ήδη αναφερθεί – της «τέταρτης» περιόδου πολιτικής επικοινωνίας. Από την εκλογή του Barack Obama στις Η.Π.Α. το 2008, όπου τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν για πρώτη φορά κρίσιμο ρόλο στην εκλογή προέδρου, μέχρι την παραλίγο ανάδειξη, πρόσφατα, του Jordan Bardella - του «βασιλιά του Tik-Tok²⁶» - ως πρωθυπουργού της Γαλλίας, οι πολιτικοί ηγέτες σε ολόκληρο τον κόσμο γνωρίζουν πολύ καλά πως καμιά επικοινωνιακή στρατηγική δεν μπορεί πλέον να υπάρξει χωρίς τη συστηματική χρήση των ΜΚΔ.

Η αλήθεια είναι πως εκείνοι οι ηγέτες, που σ’ όλη αυτή την πορεία των τελευταίων έξι και πλέον δεκαετιών στην οποία έχουμε αναφερθεί,

²⁵ Ο όρος έχει χρησιμοποιηθεί για να περιγράψει τους ειδικούς εκείνους των δημοσίων σχέσεων και της επικοινωνίας, που για λογαριασμό συγκεκριμένου ηγέτη/κόμματος, αναλαμβάνουν να εξασφαλίσουν μέσα από διαρκή επαφή με τα ΜΜΕ ή και μέσα από πρακτικές χειραγώγησης της ροής της πληροφορίας, ότι μια πολιτική θέση ή μια είδηση, θα παρουσιαστεί κατά τρόπο που θα υπηρετεί το αφήγημα του συγκεκριμένου ηγέτη/κόμματος (βλ. σχετικά Brian McNair, *Εισαγωγή στην Πολιτική Επικοινωνία*, (Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 2011), σσ. 229-236).

²⁶ Βλ. Leila Abboud and Adrienne Klasa, «Jordan Bardella: the far-right TikTok king gunning for France’s premiership», *Financial Times*, 12 Ιουνίου 2024, στο <https://www.ft.com/content/e1f433a0-e947-484a-8966-71764921df59>.

κατάφερναν πιο γρήγορα και αποτελεσματικά να προσαρμόζονται στην εκάστοτε «ζήτηση» από πλευράς πολιτών, όπως αυτή εξελισσόταν στο μεταβαλλόμενο επικοινωνιακό περιβάλλον, ήταν και αυτοί που εξασφάλιζαν, κατά κανόνα, τις εκλογικές νίκες. Παραταύτα, αν δούμε τη συνολική εικόνα της πολιτικής καθόλη αυτή την περίοδο, θα διαπιστώσουμε πως η διαρκής προσαρμογή με στόχο πάντοτε την ανταπόκριση στη «ζήτηση», δεν ανέτρεψε μια παράλληλη τάση σταδιακής απευθυγράμμισης των πολιτών από τα κόμματα και απαξίωσης των πολιτικών, που ξεκινά από τη «δεύτερη» περίοδο πολιτικής επικοινωνίας και συνεχίζεται, ολοένα και πιο εντεινόμενη, μέχρι σήμερα.

Υπ' αυτό το πρίσμα, και έχοντας ήδη βιώσει και στην Κύπρο, αρκετά από τα συμπτώματα της κρίσης που προκαλεί η συνεχής απαξίωση του πολιτικού συστήματος, θα πρέπει σήμερα να αναρωτηθούμε, τι είναι αυτό που πρέπει να γίνει προκειμένου να αναστραφεί η αρνητική αυτή ροή των πραγμάτων, που έχει άμεσο αντίκτυπο στην ίδια την ποιότητα της δημοκρατίας. Το «φαινόμενο Φειδίας» αποτέλεσε αφορμή για να ανοίξει μια δημόσια συζήτηση ως προς το ποια είναι η ενδεδειγμένη κατεύθυνση στην οποία θα πρέπει να κινηθεί το πολιτικό σύστημα. Εκφράστηκε μάλιστα η άποψη ότι οι πολιτικοί ηγέτες θα πρέπει να αντλήσουν μηνύματα από το παράδειγμα του Φειδία, όπως το είδαμε να εκφράζεται στην προεκλογική περίοδο. Θα σταθώ εδώ σε τέσσερα βασικά σημεία τα οποία έτυχαν προσοχής στο δημόσιο διάλογο.

Το πρώτο αφορά στην ανάγκη, όπως έχει λεχθεί – και από τον ίδιο τον Φειδία Παναγιώτου – , οι πολιτικοί ηγέτες να αξιοποιούν τα social media. Η πραγματικότητα, ωστόσο, είναι πως η ανάγκη αυτή έχει αναγνωριστεί - από τους βασικούς τουλάχιστον πολιτικούς πρωταγωνιστές στην Κύπρο - εδώ και αρκετό καιρό, και σε κάθε περίπτωση, πολύ πριν γίνει ευρέως γνωστός ο Φειδίας. Υπάρχουν ευάριθμα επιτελεία τόσο στο προεδρικό, όσο και σε κομματικά γραφεία, που ασχολούνται αποκλειστικά με την προβολή στα ΜΚΔ.

Το δεύτερο αφορά στην αμεσότητα και στη διαδραστικότητα που επιδεικνύει ο Φειδίας Παναγιώτου ως προς την επικοινωνία με τους υποστηρικτές του, όπως εκφράζεται και από τα συνεχή βίντεο που αναρτά στα ΜΚΔ. Κι' εδώ έχει επικρατήσει μια μάλλον στρεβλή εντύπωση ως προς τι είναι αυτό που πρωτίστως καλείται να κάνει ένας ηγέτης – κάποιος δηλαδή που αναλαμβάνει την ευθύνη να πάρει αποφάσεις για λογαριασμό των υποστηρικτών του. Όσο κι' αν η πολιτική επικοινωνία – κι' αυτό θα πρέπει να γίνεται παραδεκτό – αποτελεί εγγενές στοιχείο της δημοκρατικής πολιτικής, ένας πολιτικός ηγέτης, και ειδικά ένας ηγέτης που ασκεί εκτελεστική εξουσία, δεν μπορεί να βρίσκεται σε διαρκή ζωντανή μετάδοση – τύπου reality show - και κυρίως δεν μπορεί να αφιερώνει τον χρόνο που αφιερώνει ο Φειδίας – ή ο κάθε Φειδίας – στα social media. Κάθε λεπτό που αναλώνεται από ένα πολιτικό ηγέτη σε επικοινωνία, αφαιρείται από τη δυνατότητά του να παράγει πολιτική - από τη δυνατότητά του να δίνει λύσεις στα πραγματικά προβλήματα της χώρας και των πολιτών.

Το τρίτο αφορά στην αυθεντικότητα και στο ανεπιτήδευτο ύφος της επικοινωνίας του Φειδία, όπως αυτό τουλάχιστον έχει καταγραφεί από διάφορους σχολιαστές. Εδώ θα πρέπει νομίζω να αποδοθεί στον Φειδία Παναγιώτου το γεγονός ότι διαθέτει επικοινωνιακό χάρισμα. Ταυτόχρονα, όμως θα πρέπει να είμαστε σε θέση να κατανοούμε ότι στον κόσμο των social media, είναι αυτά ακριβώς τα ανεπιτήδευτα – εντός ή εκτός εισαγωγικών - βίντεο, που αποδίδουν ως εισόδημα δεκάδες χιλιάδες ευρώ το μήνα σ' ένα youtuber - ή σ' ένα influencer γενικότερα.

Είναι ακριβώς γι' αυτή την αίσθηση της ανεπιτήδευτης επικοινωνίας, που πολιτικοί ηγέτες και πολιτικά κόμματα σήμερα ανά το παγκόσμιο, καταφεύγουν πλέον σε influencers, έναντι αδρής χρηματικής αμοιβής, για να

“Κάθε λεπτό που αναλώνεται από ένα πολιτικό ηγέτη σε επικοινωνία, αφαιρείται από τη δυνατότητά του να παράγει πολιτική - από τη δυνατότητά του να δίνει λύσεις στα πραγματικά προβλήματα της χώρας και των πολιτών.”

ενισχύσουν την επικοινωνιακή τους στρατηγική σε εκλογικές αναμετρήσεις - και όχι μόνο.²⁷ Άρα, σε μια περίοδο που απαξιώνεται η «στημένη» επικοινωνία των παραδοσιακών πολιτικών, η «ανεπιτήδευτη» επικοινωνία καθίσταται όχημα επαγγελματικής επιτυχίας για τους influencers, κάποιοι εκ των οποίων στη συνέχεια, στρατολογούνται από τους παραδοσιακούς πολιτικούς, καθιστώντας τους μέρος του συστημικού «πολιτικού παιχνιδιού».

" Ο λόγος του Φειδία ήταν αναμφίβολα ρηχός, δεν είχε πολιτική ουσία · ενείχε ωστόσο, σαφώς, μια υπόρρητη πολιτική σκοπιμότητα: την αποφυγή των δύσκολων ζητημάτων που μπορούσαν να ενοχλήσουν μέρος των υποστηρικτών του και κατά συνέπεια θα οδηγούσαν σε απώλεια ψήφων. "

Το τέταρτο σημείο αφορά στην επικοινωνιακή προσέγγιση του Φειδία, η οποία έχει χαρακτηριστεί ως απολιτίκ (απολιτική) – ως στερούμενη δηλαδή πολιτικού περιεχομένου και πολιτικής ουσίας. Εδώ, καταρχάς, θα πρέπει να σημειωθεί ότι έχουμε μάλλον ένα κυπριακό παράδοξο. Ενώ σήμερα η πλειοψηφία των influencers ανά τον κόσμο – αναφέρομαι εδώ σ' αυτούς που ασχολούνται με την πολιτική - αντλούν επιρροή από το γεγονός ότι παίρνουν σαφή, και κατά κανόνα έντονη, πολιτική θέση πάνω σε διαφιλονικούμενα θέματα, στην Κύπρο ο Φειδίας - μέσα στη διαφορετικότητά του - δεν διαφοροποιήθηκε από ένα ευρύτερο ρεύμα στην κυπριακή πολιτική σκηνή, που συχνά αποφεύγει την ουσία της πολιτικής και τον καθαρό πολιτικό λόγο, ειδικά σε θέματα που διχάζουν την κοινωνία. Μια τέτοια προσέγγιση χαρακτηρίζεται συχνά ως απολιτίκ, όμως δεν παύει ποτέ να είναι πολιτική ως προς τους όρους που διέπουν τη σχέση του ηγέτη με τους υποστηρικτές του.

²⁷ Για τον ρόλο των influencers στις επικείμενες αμερικανικές εκλογές, βλέπε για παράδειγμα, Hannah Murphy, «Will 'micro-influencers' sway tight US election races?», *Financial Times*, 23 Φεβρουαρίου 2024, στο <https://www.ft.com/content/7fb6177c-30b7-4f30-b7ac-de89398ea350>. Όμως και στην Ινδία, στην πολυπληθέστερη δημοκρατία στον κόσμο, οι influencers διαδραματίζουν ένα εξαιρετικά σημαντικό ρόλο στην πολιτική (βλ. Βλέπε ενδεικτικά, Cherylann Mollan, «Lok Sabha 2024: The influencers driving India's big election», *BBC*, 5 Μαΐου 2024, στο <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-68920953>). Αξίζει να σημειωθεί εδώ, πως πολύ πρόσφατα ανακοινώθηκε ότι ακόμα και η παράνομη διοίκηση Τατάρ αγόρασε υπηρεσίες από influencers, με στόχο την προβολή του ψευδοκράτους και ενίσχυση του τουριστικού ρεύματος προς τα κατεχόμενα (βλ. «North brings in 135 influencers to 'get job done'», *Cyprus Mail*, 28 Ιουνίου 2024, στο <https://cyprus-mail.com/2024/06/28/north-brings-in-135-influencers-to-get-job-done/>).

Λιγότερο ή περισσότερο κενή σε πολιτικό περιεχόμενο, εκείνο που έχει μεγαλύτερη επεξηγηματική αξία στο πλαίσιο αυτό, είναι το κατά πόσον μια ανάλογη προσέγγιση υπαγορεύεται ή όχι από μια συναλλακτική λογική.²⁸

Ο λόγος του Φειδία ήταν αναμφίβολα ρηχός, δεν είχε πολιτική ουσία · ενείχε ωστόσο, σαφώς, μια υπόρρητη πολιτική σκοπιμότητα: την αποφυγή των δύσκολων ζητημάτων που μπορούσαν να ενοχλήσουν μέρος των υποστηρικτών του και κατά συνέπεια θα οδηγούσαν σε απώλεια ψήφων. Για παράδειγμα, παρά τις επανειλημμένες ερωτήσεις δημοσιογράφων, απέφυγε να πάρει θέση σε διλημματικά ζητήματα, όπως το αν είναι υπέρ ή κατά της Διζωνικής Δικαιοδικής Ομοσπονδίας ή του γάμου ομόφυλων ζευγαριών. Πρόκειται επί της ουσίας για μια προσέγγιση που κινείται σε μια λογική catch all και εγγράφεται στη παράδοση της «συναλλακτικής» ηγεσίας, κατά τον ορισμό του Burns.

Μια τέτοια επικοινωνιακή στρατηγική, εδράζεται, βεβαίως, σε μια καλά δοκιμασμένη συνταγή στο πολιτικό σύστημα της Κύπρου τα τελευταία χρόνια. Ο Νίκος Χριστοδουλίδης κατάφερε να κερδίσει τις τελευταίες προεδρικές εκλογές, μέσα από γενικόλογες αναφορές που είχαν ως στόχο να μην ενοχλήσουν σχεδόν κανένα. Μια τέτοια προσέγγιση, αν και μπορεί συχνά να οδηγεί σε εκλογικές νίκες, στη συνέχεια καταλήγει σε ματαίωση προσδοκιών και περαιτέρω απαξίωση της πολιτικής, ειδικότερα στην περίπτωση που κάποιος αναδεικνύεται σε εκτελεστικό αξίωμα. Το έχουμε δει να συμβαίνει σε πολλές άλλες χώρες, το έχουμε δει να συμβαίνει και στην Κύπρο, όπου με βάση τις μετρήσεις, ο άλλοτε πανίσχυρος δημοσκοπικά Νίκος Χριστοδουλίδης καταγράφει σήμερα ιστορικά χαμηλά ποσοστά για πρόεδρο Δημοκρατίας, ως προς την ικανοποίηση των πολιτών για το κυβερνητικό του έργο.

²⁸ Δεν συνεπάγεται ότι μια προσέγγιση με έντονα πολιτικά και συγκρουσιακά χαρακτηριστικά θα πρέπει να θεωρηθεί ως μη συναλλακτική. Ένας ηγέτης που λαμβάνει μια ακραία πολιτική θέση, χρησιμοποιώντας πολιτικό ή και επιθετικό λόγο έναντι άλλων ομάδων του πληθυσμού ή έναντι μιας διαφορετικής άποψης, απηχώντας το λαϊκό ρεύμα (π.χ. εναντίον της μετανάστευσης) δεν καθίσταται μη συναλλακτικός. Μη συναλλακτικός – ή μετασηματιστικός – είναι ο ηγέτης εκείνος που τολμά να κινηθεί απέναντι σε εδραιωμένες πεποιθήσεις ή νοοτροπίες των υποστηρικτών του, με στόχο να τους καθοδηγήσει στο δρόμο της αλλαγής.

Συμπεράσματα

Η εκλογή Φειδία Παναγιώτου στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το αναπάντεχα ψηλό ποσοστό που εξασφάλισε συνιστά, χωρίς αμφιβολία, μια σημαδιακή εξέλιξη για το κυπριακό πολιτικό σύστημα. Στη βάση των όσων έχουν καταγραφεί στο κείμενο αυτό, επιχειρώ εδώ καταληκτικά να συνοψίσω κάποιες βασικές διαπιστώσεις:

1. Για να προσεγγίσουμε κατά τρόπο ολιστικό τους λόγους της μεγάλης εκλογικής επιτυχίας που κατέγραψε η υποψηφιότητα Φειδία Παναγιώτου στις τελευταίες ευρωεκλογές, θα πρέπει να αναλύσουμε όχι μόνο τον ίδιο ως υποψήφιο και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του αλλά και την πολιτική στάση εκείνων που τον ψήφισαν, καθώς βεβαίως και το ευρύτερο περιβάλλον μέσα στο οποίο έλαβε χώρα η εκλογή του. Για τον σκοπό αυτό, η θεωρητική προσέγγιση της έννοιας της ηγεσίας ως συνάρτησης τριών στοιχείων - του ηγέτη, των υποστηρικτών και του περιβάλλοντος - μας παρέχει ένα ιδιαίτερα πρόσφορο ερμηνευτικό υπόβαθρο.

2. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να γίνει κατανοητό πως το είδος και η ποιότητα των ηγετών που αναδεικνύονται σε κάθε κοινωνία, αποτελεί συνάρτηση των υποστηρικτών τους. Γενικότερα θα λέγαμε, πως οι αξίες και η πολιτική συμπεριφορά των ηγετών σε μια κοινωνία αποτελούν - κατά το μάλλον ή ήττον - καθρέφτη, τις πλείστες φορές, της πολιτικής κουλτούρας της συγκεκριμένης κοινωνίας. Θα πρέπει επίσης να γίνεται κατανοητό πως το ευρύτερο περιβάλλον κάθε εποχής - το ιστορικό, πολιτικό και κοινωνικο-οικονομικό συγκείμενο - επικαθορίζει σε σημαντικό βαθμό την πολιτική κουλτούρα τόσο των υποστηρικτών, όσο και των ηγετών.

3. Ξεκινώντας από το περιβάλλον, θα πρέπει να σημειώσουμε πως η εκλογή Φειδία συνιστά στην πραγματικότητα επιφαινόμενο της μεγάλης συστημικής κρίσης που διέρχεται το κυπριακό κομματικό σύστημα. Η κρίση αυτή εγγράφεται σε ένα ευρύτερο περιβάλλον προκλήσεων παγκοσμίως, που αφορούν την εν γένει λειτουργία της σύγχρονης αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας και αυτό μπορεί να μας προϊδεάζει, κάπως, ως προς τα σενάρια που ενδεχομένως θα επακολουθήσουν. Το βέβαιο είναι πως η αντιμετώπιση της κρίσης θα πρέπει να αναζητηθεί μέσα στο κυπριακό κοινωνικό και πολιτικό συγκείμενο.

4. Η μεταβλητότητα της ψήφου και η συνεχής τάση εξασθένησης των κομματικών ταυτοτήτων καταμαρτυρεί πάντως ότι το υφιστάμενο κομματικό σύστημα κλείνει, σε κάθε περίπτωση, τον ιστορικό του κύκλο. Το πιθανότερο σενάριο είναι ότι θα έχουμε σημαντικές αλλαγές στον κομματικό χάρτη το

“ η εκλογή Φειδία συνιστά στην πραγματικότητα επιφαινόμενο της μεγάλης συστημικής κρίσης που διέρχεται το κυπριακό κομματικό σύστημα ”

επόμενο διάστημα. Δεν σημαίνει ότι αυτές θα προκύψουν μέσα από ένα νέο αντισυστημικό κόμμα, στα χνάρια που χάραξε ο Φειδίας. Η κύρια απειλή για τις φιλελεύθερες δημοκρατίες σήμερα βρίσκεται στην άνοδο της ακροδεξιάς, η οποία μπορεί πιο αποτελεσματικά «να παίζει το αντισυστημικό χαρτί». Αλλαγές μπορεί να προκύψουν όμως και ως αποτέλεσμα εσωτερικών

ανακατατάξεων εντός των κομμάτων, καθώς το ευρύτερο αποιδεολογικοποιημένο περιβάλλον και η συνεχής φθορά των κομματικών σχηματισμών υπονομεύει την εσωτερική τους συνοχή.

5. Στο ρευστό αυτό πολιτικό περιβάλλον, τα κόμματα που καταφέρνουν καλύτερα να προσαρμοστούν στο νέο επικοινωνιακό περιβάλλον των social media, είναι πιθανό να επιδείξουν μεγαλύτερες αντοχές βραχυπρόθεσμα απέναντι στην πολιτική φθορά, ενδεχομένως και στην εκλογική πίεση που θα δέχονται από νέους πολιτικούς δρώντες τύπου Φειδία. Είναι πιθανό επίσης,

να δούμε υποψήφιους παραδοσιακών κόμματος να επιχειρούν στις επόμενες εκλογές να προσαρμοστούν – λίγο ή πολύ – στο παράδειγμα Φειδία, καταφέροντας μάλιστα να υποσκελίσουν συνυποψηφίους τους στα κομματικά ψηφοδέλτια, με πολύ περισσότερα τυπικά προσόντα ή πολιτική εμπειρία. Παραταύτα – συνολικά - το πολιτικό σύστημα και τα παραδοσιακά πολιτικά κόμματα, θα συνεχίσουν να φθείρονται ενώ οι πολίτες θα συνεχίσουν να αποστασιοποιούνται από την πολιτική.

“Η αλγοριθμική λογική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν οδήγησε στη δημιουργία μιας διευρυμένης δημόσιας σφαίρας, που θα προήγαγε την ενημέρωση και το ορθολογισμό, αλλά στη δημιουργία πολλών δημόσιων σφαιριδίων, που λειτουργούν, κατά βάση, ως θάλαμοι αντήχησης (filter bubbles), στα οποία αναπαράγονται και ενισχύονται υφιστάμενες πεποιθήσεις των χρηστών.”

6. Η δυνατότητα που έδωσαν τα ΜΚΔ για μια πιο άμεση και πιο διαδραστική επικοινωνία ανάμεσα στους πολίτες και στους πολιτικούς τους αντιπροσώπους, δεν έχει ανατρέψει την τάση απαξίωσης της πολιτικής και απευθυγράμμισης των πολιτών από τα κόμματα – μια τάση που είχε ξεκινήσει πολύ νωρίτερα. Αντιθέτως, στην λεγόμενη «τέταρτη» περίοδο πολιτικής επικοινωνίας - την περίοδο δηλαδή που κυριαρχείται από τη λειτουργία των ΜΚΔ - όσο ποτέ άλλοτε γίνεται λόγος για κρίση της δημοκρατίας. Την αρχική ευφορία (πριν δέκα με δεκαπέντε χρόνια) ότι η λειτουργία των ΜΚΔ θα μπορούσε να οδηγήσει σε μια μορφή πιο άμεσης ψηφιακής δημοκρατίας, για την οποία έκανε λόγο και ο Φειδίας, έχει διαδεχθεί εδώ και καιρό, έντονος σκεπτικισμός και ανησυχία, που σχετίζεται με τη διάδοση των fake news, τη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για άσκηση προπαγάνδας (μεταξύ άλλων μέσω και των fake accounts) αλλά και τη διαμόρφωση συνθηκών πολιτικής και κοινωνικής πόλωσης. Η αλγοριθμική λογική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν οδήγησε στη δημιουργία μιας διευρυμένης δημόσιας σφαίρας, που θα προήγαγε την ενημέρωση και το ορθολογισμό,

αλλά στη δημιουργία πολλών δημόσιων σφαιριδίων, που λειτουργούν, κατά βάση, ως θάλαμοι αντήχησης (filter bubbles), στα οποία αναπαράγονται και ενισχύονται υφιστάμενες πεποιθήσεις των χρηστών.

7. Οι πολιτικοί ηγέτες και τα πολιτικά κόμματα, πάντως, έχουν επιδείξει σε γενικές γραμμές αξιοθαύμαστη ικανότητα προσαρμογής στο νέο επικοινωνιακό περιβάλλον των ΜΚΔ, όπως έπραξαν, άλλωστε κάθε φορά που ένα νέο μέσο επικοινωνίας άλλαζε τους όρους του παιχνιδιού, είτε αυτό ήταν η τηλεόραση ή αργότερα το διαδίκτυο. Το βασικό μοτίβο που παρατηρείται σε κάθε περίοδο είναι το ίδιο. Η πολιτική προσφορά προσαρμόζεται στη ζήτηση. Έτσι, για παράδειγμα, άτομα με κοινωνική αναγνωρισιμότητα και δημοφιλία, όπως δημοσιογράφοι ή άνθρωποι του θεάματος συμπλήρωναν –και συμπληρώνουν - τα ψηφοδέλτια των κομμάτων, παρέχοντας τους μεγαλύτερη διείσδυση στις μάζες των ψηφοφόρων. Στην εποχή των social media στην εξίσωση προστίθενται και οι influencers.

8. Ο Φειδίας κατήλθε στις τελευταίες εκλογές ως ανεξάρτητος, αξιοποιώντας το κλίμα απαξίωσης έναντι του κομματικού συστήματος. Το επόμενο διάστημα όμως, είναι πολύ πιθανόν να δούμε και στην Κύπρο, influencers να στρατεύονται έναντι αμοιβής για να υποστηρίξουν προεκλογικές εκστρατείες παραδοσιακών ηγετών/κομμάτων ή και να κατέρχονται οι ίδιοι ως υποψήφιοι με παραδοσιακά κόμματα. Αυτό που συμβαίνει, στην πραγματικότητα, είναι πως την ώρα που κάποιοι influencers στέκονται απέναντι στο παραδοσιακό σύστημα ως αντισυστημικοί, κάποιοι άλλοι σταδιακά κανονικοποιούνται και γίνονται μέρος του συστήματος, εξασφαλίζοντας ψηλές αμοιβές ή και αξιώματα. Μια ανάλογη διαδικασία κανονικοποίησης έχουμε δει να εξελίσσεται ήδη σε σχέση και με ορισμένα ακροδεξιά κόμματα. Η φιλελεύθερη δημοκρατία, αν και σε συνθήκες κρίσης, δείχνει να διαθέτει ισχυρές αντοχές.

9. Εκείνο που ενδεχομένως έχει μεγαλύτερο αντίκτυπο στη δημοκρατία, δεν είναι οι – για την ώρα τουλάχιστον – βραχυπρόθεσμοι κλυδωνισμοί ή ανακατατάξεις που η λειτουργία των ΜΚΔ προκαλεί ενίοτε στα κομματικά συστήματα. Εκείνο στο οποίο θα πρέπει να δοθεί περισσότερη προσοχή είναι στις πιο μεσο-μακροπρόθεσμες επιδράσεις που η λειτουργία των ΜΚΔ έχει, ως προς τους όρους με τους οποίους η νέα γενιά κοινωνικοποιείται και αποκτά πολιτική συνείδηση. Αν και ο περίφημος αφορισμός του McLuhan πως «το μέσο είναι το μήνυμα», είχε διατυπωθεί πολύ πριν την έλευση των ΜΚΔ, αποτυπώνει με μοναδική ενάργεια, την ισχύ ακριβώς που έχει η ίδια η δομή του μέσου επικοινωνίας, στο να επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τον κόσμο.²⁹ Η επίδραση αυτή, πάτως, τυγχάνει συχνά υποτίμησης, ίσως και επειδή είναι πιο αργόσυρτη, κυρίως όμως γιατί αφορά ένα καινοφανές πεδίο πολιτικής κοινωνικοποίησης της νέας γενιάς, με νέες νόρμες και νέους κώδικες επικοινωνίας, μη εύκολα προσπελάσιμους και κατανοητούς από το πολιτικό σύστημα.

10. Λαμβάνοντας αυτό υπόψη, έχουμε υποστηρίξει στο κείμενο αυτό, σε αντίθεση με την αντίληψη που επικράτησε στο δημόσιο διάλογο, πως μεγάλο μέρος των νέων ψηφοφόρων - αρκετοί εκ των οποίων προσήλθαν στην κάλπη για πρώτη φορά για να ψηφίσουν Φειδία – έχοντας μια πολύ διαφορετική κουλτούρα μέσα από την οποία αντιλαμβάνονται την πολιτική, δεν ήθελαν με τη ψήφο τους στον Φειδία να στείλουν μήνυμα στο παραδοσιακό κομματικό σύστημα ότι θα πρέπει να αλλάξει. Για την μερίδα αυτή των νέων ψηφοφόρων, η αλλαγή - στη συγκεκριμένη εκείνη συγκυρία των ευρωεκλογών – εκφραζόταν στην κάλπη μέσα από τον ίδιο τον Φειδία. Το κατά πόσον αυτή η αντίληψη θα έχει διάρκεια θα εξαρτηθεί πρωτίστως από τον ίδιο τον Φειδία. Ένα τέτοιο εγχείρημα είναι, σε κάθε περίπτωση ιδιαίτερα δύσκολο, καθώς η εφαρμοσμένη πολιτική προυποθέτει πολύ περισσότερα απ' ότι η προεκλογική πολιτική επικοινωνία ενώ, την ίδια ώρα,

²⁹ Βλ. Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, (New York: McGraw-Hill, 1964).

οι σχέσεις ηγέτη και υποστηρικτών, στο δομικό περιβάλλον των social media, χαρακτηρίζονται από μεγάλη ρευστότητα.

11. Μπορεί η υποψηφιότητα Φειδία να προσδιορίστηκε, κατά βάση, ως εν γένει «απολιτική», ωστόσο, εδραζόταν σε μια υπόρρητη αλλά σαφή πολιτική σκοπιμότητα: να αποφύγει να τοποθετηθεί πάνω σε διαφιλονικούμενα ζητήματα, όπως η Δ.Δ.Ο ή ο γάμος ομόφυλων ζευγαριών, που θα μπορούσαν να επιφέρουν εκλογικό κόστος. Υπ' αυτή την έννοια, παρά τη διαφορετικότητα του, ο Φειδίας δεν διαφοροποιήθηκε από την πεπατημένη πολιτική πρακτική που ακολουθείται ευρέως από τους πολιτικούς ηγέτες στην Κύπρο, δηλαδή, μιας catch all στρατηγικής, που στόχο έχει την αποφυγή τοποθετήσεων που μπορούν να ενοχλήσουν και να οδηγήσουν σε απώλεια ψήφων.

“Είτε κάποιος είναι influencer ή δημοσιογράφος, καλλιτέχνης ή ποδοσφαιριστής, επιστήμονας, τεχνοκράτης ή απ' όποιο άλλο χώρο κι' αν προέρχεται, όταν αναλάβει να ασκήσει εξουσία, είναι υποχρεωμένος να πάρει θέση.”

12. Μια τέτοια στρατηγική, όπως κι' αν προσδιοριστεί - catch all, απολιτική ή ακόμα και μεταπολιτική - το βέβαιο είναι πως δεν οδηγεί σε καλύτερες συνθήκες σε σχέση με την αντιμετώπιση πολιτικών προβλημάτων – προβλημάτων δηλαδή που αφορούν την «πόλη», που αφορούν τα δημόσια πράγματα, τους πολίτες. Κι ο λόγος είναι απλός. Είτε κάποιος είναι influencer ή δημοσιογράφος, καλλιτέχνης ή ποδοσφαιριστής, επιστήμονας, τεχνοκράτης ή απ' όποιο άλλο χώρο κι' αν προέρχεται, όταν αναλάβει να ασκήσει εξουσία, είναι υποχρεωμένος να πάρει θέση. Στην καρδιά κάθε προβλήματος που υπάρχει σε μια κοινωνία βρίσκονται διαφορετικά συμφέροντα, πεποιθήσεις και οπτικές. Όσο κι' αν ένας ηγέτης επιδιώκει τη σύνθεση – κάτι που είναι επιθυμητό στο βαθμό που δεν παραβλάπτει το δημόσιο συμφέρον - οι διαθέσιμοι πόροι είναι πάντοτε λιγότεροι από τις επιθυμίες των ανθρώπων.

Σε μια δημοκρατική πολιτεία, λοιπόν, ένας ηγέτης καλείται να καθορίσει πως κατανέμονται αυτοί οι πόροι. Πολιτική, στο τέλος της ημέρας, όπως το είχε θέσει με τρόπο απaráμιλλο ο Harold Lasswell, είναι «ποιος παίρνει τι, πότε και πως».³⁰

13. Αυτό στην πράξη σημαίνει ότι ένας ηγέτης πρέπει να είναι έτοιμος να αναλάβει πολιτικό κόστος. Δεν υπάρχει η δυνατότητα να υπάρξει πρόοδος, και ειδικότερα δεν υπάρχει δυνατότητα να γίνουν σημαντικές τομές και μεταρρυθμίσεις, όπως αυτές που έχουν ανάγκη οι σύγχρονες δημοκρατίες, και ιδιαιτέρως η Κύπρος, αν ένας ηγέτης δεν είναι διατεθειμένος να συγκρουστεί με παγιωμένα συμφέροντα και, κυρίως, αν δεν είναι έτοιμος να συγκρουστεί με εδραιωμένες αντιλήψεις και νοοτροπίες των υποστηρικτών του.

14. Σε αυτό το πρότυπο ηγεσίας, το μετασχηματιστικό - κατά Burns - πρότυπο, είναι που θα πρέπει να αναζητηθεί η διέξοδος από τη συστημική κρίση που αντιμετωπίζει η πολιτική σήμερα. Όσο οι ηγέτες θα προσπαθούν απλώς να προσαρμοστούν - με όρους επικοινωνίας - σε αυτό που εκλαμβάνουν ως ζήτηση από πλευράς των πολιτών, αποφεύγοντας να πάρουν τις δύσκολες αποφάσεις που είναι αναγκαίες

“ Το κύριο μήνυμα που προκύπτει μέσα από την εκλογή του Φειδία Παναγιώτου, δεν είναι περισσότερη επικοινωνία. Το μήνυμα είναι περισσότερη πολιτική. ”

προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα που ταλανίζουν τις σύγχρονες κοινωνίες, τα προβλήματα θα διαιωνίζονται και η απαξίωση θα μεγαλώνει, όπως, άλλωστε, είχε προβλέψει πριν από πολλά χρόνια ο Otto Kirchheimer - αυτός δηλαδή που πρώτος εισήγαγε τον όρο «catch all» στο πολιτικό λεξικό, υποδεικνύοντας πως η προσέγγιση αυτή «θα καθιστούσε την πολιτική, κενή από ουσία, σύγκρουση και επιλογή».³¹

³⁰ Βλ. Harold D. Lasswell, *Politics: Who Gets What, When, How*, (New York: Whittlesey House, 1936).

³¹ Βλ. Andre Krouwel, “Otto Kirchheimer and the catch-all party”, *West European Politics*, Τομ.26, Αρ.2, 2003, σ.24.

15. Το κύριο μήνυμα, εν κατακλείδι, που προκύπτει μέσα από την εκλογή του Φειδία Παναγιώτου, δεν είναι περισσότερη επικοινωνία. Το μήνυμα είναι περισσότερη πολιτική. Πολιτική που να οδηγεί σε απτά αποτελέσματα σε μια εποχή νέων και μεγάλων προκλήσεων, που θα αντιμετωπίζει με τόλμη χρονίζοντα προβλήματα, που θα σπάσει τον φαύλο κύκλο των πελατειακών σχέσεων και της διαπλοκής. Αυτό προϋποθέτει τη δημιουργία προϋποθέσεων για την προαγωγή ενός νέου, πιο ευνοϊκού περιβάλλοντος, μέσα από θεσμικές αλλαγές αλλά και μέσα από την παιδεία, καλλιεργώντας νέα πρότυπα. Όσο ποτέ άλλοτε σήμερα, χρειαζόμαστε ηγέτες που θα είναι έτοιμοι να αναλάβουν πολιτικό κόστος για να προάγουν το δημόσιο και εθνικό συμφέρον αλλά και υποστηρικτές με αναπτυγμένο αίσθημα ατομικής ευθύνης, που να είναι σε θέση να κάνουν πιο ενημερωμένες και ορθολογικές επιλογές.³²

³² Βλ. Χριστόφορος Φωκαΐδης, Κωνσταντίνος Αδαμίδης (επιμ.), *Η Κύπρος στην Εποχή των Πολυκρίσεων: 24 Ερωταπαντήσεις για τις Μεγάλες Άμεσες Προκλήσεις*, (Αθήνα: Εκδόσεις Hippasus, 2024), υπό έκδοση.