

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΝΟΜΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΝΟΜΙΚΗΣ

ΕΤΟΣ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ: 2004

ΘΕΜΑ

**Η ΠΡΟΕΚΚΛΟΓΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ**

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΠΑΠΑΔΗΜΟΣ ΔΗΜΟΣ

ΑΜ:13401990421

ΔΙΔΑΣΚΩΝ: Α. ΔΗΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΣ

ΜΑΘΗΜΑ: ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

**ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

**Ι) Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΕΚΚΛΟΓΙΚΟΥ ΑΓΩΝΑ**

Για να κατανοήσουμε την τεράστια σημασία του προεκλογικού αγώνα και της ρύθμισής του από το νόμο, ας εξετάσουμε το επόμενο παράδειγμα. Διαιρούμε τα αποθέματα σιτηρών που έχουμε για περίπτωση έκτακτης ανάγκης και προκύπτει μια καθορισμένη ποσότητα για να διανεμήσουμε. Ας υποθέσουμε ότι υπάρχουν πολλοί πεινασμένοι, που το χρειάζονται απεγνωσμένα και κανείς δε διεκδικεί κάποια μερίδα περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο. Φαίνεται λογικό τα σιτηρά να διαιρεθούν ίσα, ανάμεσα σε όλους αυτούς που το έχουν ανάγκη. Όμως όσο ευρύτερα διανεμηθεί το προϊόν τόσο λιγότερο θα πάρει κάθε παραλήπτης. Αυτό είναι προφανές, εκείνο που μπορεί να μην είναι, είναι ότι μετά από κάποιο σημείο οι μερίδες γίνονται τόσο μικρές που δεν αξίζουν τον κόπο αφού ούτε την πείνα καταπραΰνουν, ούτε κάνουν καμία διατροφική διαφορά. Η διανομή πέρα από αυτό το σημείο δεν αποτελεί ευρύτερο μοίρασμα ενός αγαθού, αλλά την τέλεια αχρήστευσή του. Εν συντομία η αξία της ποσότητας των σιτηρών, με την οποία ξεκινήσαμε, δεν είναι αδιάφορη απέναντι στη διανομή της.

Παρόμοια διαπίστωση μπορούμε να κάνουμε και σε σχέση με τη διανομή της πολιτικής δύναμης και μάλιστα σε σχέση με τη σημερινή δημοκρατία όπως έχει παραμορφωθεί από τον καιρό της αρχαίας αθηναϊκής δημοκρατίας. Με άλλα λόγια, όταν η εξουσία διανέμεται ευρύτερα, διατρέχει τον κίνδυνο της διασποράς σε σημείο που κανείς τελικά δεν την απολαμβάνει. Αυτό το σημείο είναι ακριβώς εκείνο όπου έχουμε δημοκρατία, χωρίς βέβαια να παραγνωρίζονται τα απείρωσ μεγαλύτερα πλεονεκτήματά της έναντι στα άλλα πολιτικά συστήματα.

Σε εκλογές που επικρατούν οι ακόλουθες συνθήκες –κάθε ψήφος μετρά ισότιμα, υπάρχει μεγάλος αριθμός ψηφοφόρων και το αποτέλεσμα καθορίζεται από την πλειοψηφία– δεν υπάρχει διαφορά προς όποια κατεύθυνση κι αν ψηφίζει ο ψηφοφόρος. Εάν κερδίσει ο κόκκινος υποψήφιος έστω και με μικρή πλειοψηφία, θα κέρδιζε άσχετα με το αν εγώ ψηφίζα κόκκινους ή μπλε. Η ψήφος μου δεν επιφέρει αλλαγή στο αποτέλεσμα. Εντούτοις ο σημαντικός διαχωρισμός που πρέπει να καταλάβουμε, είναι η διαφορά μεταξύ μιας διαδικασίας που παράγει ένα αποτέλεσμα, και μιας διαδικασίας με την οποία επιλέγεται ένα αποτέλεσμα, αντί κάποιου άλλου. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι εκλογές που βασίζονται σε (σχεδόν) παγκόσμια διαδικασία παράγουν αποτέλεσμα. Το ίδιο όμως κάνει και το να ρίξουμε κορώνα ή γράμματα. Στην περίπτωση του νομίσματος είναι ξεκάθαρο ότι το αποτέλεσμα δεν επιλέγεται, απλώς αποφασίζεται. Αυτό είναι λιγότερο ξεκάθαρο στην περίπτωση των εκλογών, αλλά στην πραγματικότητα συμβαίνει. Οι δημοφιλείς λαϊκές εκλογές παράγουν αποτέλεσμα, όμως δεν επιτρέπουν σε κανέναν να το διαλέξει. Η δυνατότητα για να γίνει αυτό παραλύει εξαιτίας της διανομής της. Αυτό που δείχνει το παραπάνω παράδειγμα είναι ότι όποιες άλλες αρετές και να έχουν οι δημοκρατικές διαδικασίες της ψηφοφορίας, δε συνθέτουν μεταφορά της εξουσίας στο λαό.

Η επιλογή τελικά των κυβερνώντων αποτελεί περισσότερο συλλογική εξουσία του λαού παρά προσωπική άσκηση εξουσίας του πολίτη. Στη συλλογική λήψη αποφάσεων, όπως στις σύγχρονες εκλογές, δε μετράει απλώς η μηχανική υπόθεση της λήψης της απόφασης, αλλά (ίσως τελικά και κυρίως!) η διαμόρφωση της γνώμης για το πώς πρέπει να γίνει αυτό. **Αυτό είναι λοιπόν που δίνει νόημα στις προεκλογικές εκστρατείες και σε ό,τι συμβαίνει σε αυτές.** Στην πορεία τους προσφέρεται πεδίο και στα άτομα και στις οργανωμένες ομάδες να ασκούν επιρροή με όλες τις γνωστές μεθόδους και τα μέσα. Μέσω της ενημέρωσης των πολιτών και της έκφρασής τους, η οποία γίνεται ολοένα και περισσότερο με τη βοήθεια των ΜΜΕ και της υψηλής τεχνολογίας, είναι εφικτό να αυξηθεί η επιρροή των απλών πολιτών και έτσι να προαχθεί η θέση τους στη δημοκρατική διαδικασία. Με άλλα λόγια κατά την προεκλογική διαδικασία είναι δυνατόν να μετριαστούν τα ελλείμματα και να διορθωθεί η ανεπάρκεια της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας σε πιο θεμελιώδες επίπεδο. Έτσι, τόσο εκτός, πόσο μάλλον και εντός προεκλογικής περιόδου, το να επηρεάζει ο πολίτης τα πολιτικά αποτελέσματα μέσω της ελευθερίας της έκφρασης και της συνάθροισης, υπήρξε πάντα σημαντικό μέρος, χωρίς το οποίο η δυνατότητα της απλής ρίψης μιας ψήφου γίνεται κενή ιεροτελεστία. Βέβαια η ίση ελευθερία έκφρασης για όλους τους πολίτες δεν υπονοεί και ίση επιρροή. Η επίδραση μιας μορφής μπορεί να είναι πολύ διαφορετική από αυτήν κάποιας άλλης και η διαθεσιμότητα διαφορετικών μορφών εξαρτάται και από μια σειρά άλλων πραγμάτων. Όσοι π.χ. έχουν πρόσβαση σε μια τηλεοπτική διαφήμιση θα ασκήσουν πολύ μεγαλύτερο βαθμό επίδρασης στο αποτέλεσμα των εκλογών και των δημοψηφισμάτων από τους υπόλοιπους που θα έχουν π.χ. πρόσβαση σε ένα φτωχικό προεκλογικό φυλλάδιο, αν και χρεώνεται και στους δύο ίση ελευθερία πολιτικής έκφρασης. Η σημασία της προεκλογικής περιόδου τονίζεται από το γεγονός ότι κατά την προεκλογική περίοδο η προσωπική εξουσία που περιέρχεται στα χέρια των πολιτών τοποθετεί στα χέρια απλών ανθρώπων δυνάμεις επικοινωνίας και παρουσίας που μέχρι τότε ήταν προνόμιο των ισχυρών. Έτσι κατά την προεκλογική περίοδο μέσω του Τύπου, της Τηλεόρασης του Διαδικτύου αλλά και τις εκστρατείες ενημέρωσης κι επηρεασμού των κομμάτων, γίνεται εν μέρει δυνατό να ισοροπηθεί το πολιτικό πεδίο, αλλά και να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ της εξουσίας και της επιρροής το οποίο ανιχνεύει η κριτική της δημοκρατίας. Είναι λοιπόν πρόδηλη και η βαρύτητα των ρυθμίσεων που διέπουν το σύνολο της προεκλογικής περιόδου, καθώς αυτές θα πρέπει να προστατεύουν στο μέγιστο την ευαίσθητη αυτή περίοδο κατά την οποία οι ψηφοφόροι διαμορφώνουν πολιτική άποψη και όταν έχουν τη μοναδική ευκαιρία να εκφραστούν με ένταση και αποτέλεσμα.

## II) ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΕΚΚΛΟΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ

Αν και στην Ελλάδα η προεκλογική διαδικασία έχει αλλάξει ως προς την ποιότητα και την ταυτότητά της δραματικά από την μεταπολίτευση και μέχρι σήμερα και σίγουρα δεν έχει σχεδόν καμία σχέση με την εκλογική περίοδο όπως ήταν αυτή πριν την επταετία, κάποια βασικά στοιχεία της έχουν παραμείνει αναλλοίωτα λιγότερο ή περισσότερο.

Τα μεγαλύτερα ιδίως κόμματα (και λιγότερο τα μικρότερα, όχι γιατί δεν θέλουν, αλλά κυρίως γιατί δεν μπορούν) αντιμετωπίζουν τους εκλογείς όχι τόσο σαν πολίτες, τους οποίους επιδιώκουν να ενημερώσουν και να πείσουν, αλλά κυρίως σαν πελάτες, τους οποίους επιζητούσαν να εντυπωσιάσουν και να παρασύρουν. Αυτό συμβαίνει με την οργανωμένη

αξιοποίηση κι εκμετάλλευση ορισμένων θεμελιωδών δικαιωμάτων, ατομικών και συλλογικών ελευθεριών, που κατοχυρώνονται από το Σύνταγμα.

Το Σύνταγμα –που στην Ελλάδα καθένας φαίνεται να το θυμάται όταν τον βολεύει- δεινοπαθεί, καθώς και οι «συνάδοντες προς αυτό νόμοι», σε όλη τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου. Βέβαια, υπάρχει σαφής πρόοδος σε σχέση με το παρελθόν: δεν συμβαίνουν πια φόνοι και ξυλοδαρμοί αντιπάλων, εκβιασμοί και εξαγορές ψηφοφόρων, δεν υπάρχει πια βία και νοθεία κατά την εκλογική διαδικασία. Γίνεται όμως ένας άγριος χαρτοπόλεμος, αφισοπόλεμος ( φαινόμενα που δύουν και αυτά πλέον μετά τον Ν. 3023/2002), ηχοπόλεμος με χρήση και κατάχρηση σύγχρονων τεχνοηλεκτρονικών μέσων της καταναλωτικής κοινωνίας, και με έντονη εμπορευματοποίηση της εκλογικής διαδικασίας, μέσα στην οποία επιδιώκεται ο ψηφοφόρος να κερδηθεί με κάθε τρόπο, όχι τόσο με την πειθώ, όσο με τη διαφήμιση...

Εύλογο είναι η προεκλογική διαδικασία να χαρακτηρίζεται από την εκ μέρους των πολιτών και των κομμάτων άσκηση των συνταγματικών εκείνων δικαιωμάτων που είναι πρόσφορα για την προβολή πολιτικοϊδεολογικών αρχών, θέσεων και προγραμμάτων, με στόχο τη μεταφορά και την επικράτησή τους στη Βουλή που πρόκειται να εκλεγεί, και την εφαρμογή τους από την Κυβέρνηση που θα αναδειχθεί από την πλειοψηφία της. Τέτοια δικαιώματα είναι, κατ' εξοχήν, αφενός το δικαίωμα της ελεύθερης έκφρασης και διάδοσης των στοχασμών και, αφετέρου το δικαίωμα των συναθροίσεων (του «συνέρχεσθαι»). Ας αναφέρουμε εδώ συνοπτικά και στη συνέχεια πιο αναλυτικά βασικά στοιχεία της προεκλογικής περιόδου και πως τα κόμματα αξιοποιούν τα δικαιώματά τους. Η προφορική έκφραση και διάδοση «στοχασμών» πραγματοποιείται με τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας της επικοινωνίας και παλιότερα κυρίως με τα μεγάφωνα, τα οποία σιγά σιγά εκλείπουν. Σήμερα συνεχίζονται οι δημόσιες συναθροίσεις, είτε σε κλειστούς χώρους (εκλογικά κέντρα, αίθουσες θεάτρων ή κινηματογράφων, γήπεδα κ.τ.τ.) είτε στο ύπαιθρο(πλατείες και δρόμους) και βρίσκονται εύλογα στην ημερήσια διάταξη κατά την προεκλογική περίοδο. Η «δια του Τύπου» έκφραση και διάδοση των «στοχασμών», κατά το Σύνταγμα, πραγματοποιείται αφενός μεν μέσω των εφημερίδων και περιοδικών –είτε κομματικών είτε φίλα προσκείμενων δημοσιογραφικών συγκροτημάτων που οσφραίνονται εγκαίρως (ή και καθορίζουν) κατά που «φυσάει ο άνεμος»- αφετέρου δε με κάθε είδους, μεγέθους και χρώματος έντυπα: προκηρύξεις, φυλλάδια, τρικ και αφίσες. Στις τελευταίες αλλά και στις επικείμενες εκλογές η χρήση του Internet στην προεκλογική περίοδο έχει αυξηθεί κατακόρυφα καθώς οι εφαρμογές που προσφέρει είναι απείρως μεγαλύτερες από αυτές που προσφέρονται από όλα τα άλλα μέσα μαζί. Τέλος, για την πληροφόρηση και ενημέρωση των εκλογέων πάνω στις θέσεις και στα προγράμματα των διαφόρων κομμάτων προσφέρεται τόσο το ραδιόφωνο για πιο συστηματική ενημέρωση, όσο βέβαια και κατ' εξοχήν, η τηλεόραση, η οποία τα τελευταία χρόνια τείνει να αναδειχθεί μέχρι και σε ρυθμιστή του εκλογικού αποτελέσματος.

Μεγάλης βαρύτητας είναι εξάλλου και οι ρυθμίσεις του νόμου για τις απαγορεύσεις και τους περιορισμούς που ισχύουν όταν περνάμε στον σκληρό πυρήνα της προεκλογικής περιόδου (απαγόρευση ανακοίνωσης αποτελεσμάτων δημοσκοπήσεων κ.α. ). Εννοείται ότι έντονο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι ρυθμίσεις του νόμου για την εκλογική χρηματοδότηση των κομμάτων που μόλις τελευταία ρυθμίστηκε αρκετά συγκροτημένα, σε μια προσπάθεια να μετριασθεί η ασυδοσία των τελευταίων ετών. Όλα τα τελευταία θα τα αναλύσουμε και θα τα δούμε από κοντά στο κύριο μέρος της εργασίας.

## **ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ**

### **Η ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ**

#### **-ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Αν και η βιβλιογραφία είναι δυσεύρετη και οι νόμοι που αναφέρονται ξεκάθαρα στην προεκλογική περίοδο σκορπισμένοι σε διάφορα νομοθετήματα, θα προσπαθήσουμε να κάνουμε μία αναδρομή στη νομοθεσία που ρύθμισε διαχρονικά τα ζητήματα της προεκλογικής διαδικασίας από τις εκλογές του '81 μέχρι και σήμερα. Ύστερα θα αναφερθούμε ξεχωριστά στο κρίσιμο θέμα της Ραδιοτηλεόρασης και στον ισχύοντα Ν. 3023/2002.

## **A. Η ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΚΛΟΓΕΣ ΤΟΥ '81 ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ ΤΟΝ ΝΟΜΟ 2429/1996**

### **I) ΟΙ ΕΚΛΟΓΕΣ ΤΗΣ 18<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 1981**

Η προεκλογική τακτική των κομμάτων που πήραν μέρος στις βουλευτικές εκλογές της 18<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 1981 (Ν.Δ., ΠΑΣΟΚ, ΚΚΕ, Ε.ΔΗ.Κ., ΚΟ.ΔΗ.ΣΟ., Ε.Π.) χαρακτηρίστηκε γραφικά από τον Δημ. Τσάτσο με τον τίτλο: «Πανηγύρια και παρατράγουδα». Προφανώς εννοούσε τον νόμο της πολιτικής ζούγκλας που επικρατούσε στο εκλογικό τοπίο εκείνη την εποχή, και αυτός ο νόμος της ζούγκλας υπερίσχυε των λοιπών κρατικών νόμων επειδή ακριβώς υπήρχαν πολλά νομικά κενά στη ρύθμιση της προεκλογικής περιόδου, ένα ακόμα δείγμα «αποσύνθεσης του κοινωνικοπολιτικού βίου και της κρατικής μηχανής στις παραμονές των εκλογών, που ανάλογό της δε συναντά κανείς σε άλλη ευρωπαϊκή χώρα», κάτι που εν μέρει δυστυχώς ισχύει ακόμα και σήμερα.

Στην προεκλογική περίοδο του '81 είχαμε την έντονη εμφάνιση δύο τεχνικών εντυπωσιασμού οι οποίες δεν ήταν και τόσο συνηθισμένες, τουλάχιστον όχι σε τέτοια ένταση. Πρόκειται και τα μεγάφωνα που ήταν τοποθετημένα στα εκλογικά κέντρα και τις αφίσες. Τα μεγάφωνα, τοποθετημένα στους εξώστες και στα παράθυρα των εκλογικών κέντρων των κομμάτων ή και των υποψηφίων βουλευτών τους ή περιφερόμενα με αυτοκίνητα- ή από πεζούς κράχτες εφοδιασμένους με τηλεβόες και ντουντούκες- μετέδιδαν στη «διαπασών» ό,τιδήποτε άλλο εκτός από στοχασμούς! Εκπέμποντας συνθήματα κομματικά και όχι πολιτικά ήταν πλαισιωμένα, με την ιδέα ότι έτσι ήταν ελκυστικότερα, από έναν ορμαγδό εκκωφαντικής «μουσικής» κάθε είδους και ποιότητας- τραγουδιών πατριωτικών, επαναστατικών, αμφισβητιακών, ελαφρολαϊκών, δημοτικών, ρεμπέτικων- που δεν είχαν βέβαια καμία σχέση με την ενημέρωση και τη διαφώτιση των εκλογέων. Από την άλλη πλευρά, οι αρμόδιες αρχές- που συχνά παρείχαν την άδεια λειτουργίας αντιπάλων εκλογικών κέντρων σε μικρές αποστάσεις μεταξύ τους, με αποτέλεσμα να δημιουργείται πανδαιμόνιο,- περιορίζονταν σε συστάσεις κι εκκλήσεις για μείωση της έντασης των εκλογικών μεγάφωνων ή το πολύ-πολύ ήλεγχαν ώστε η λειτουργία τους να διακόπτεται τις ώρες κοινής ησυχίας.

Η αφισοκόλληση ως μέθοδος δημόσιας προβολής πολιτικών θέσεων, μηνυμάτων, αιτημάτων και διεκδικήσεων, ήταν (και είναι κυρίως και σήμερα) κατ'αρχήν εξυπηρετική των μικρών ιδίως κομμάτων, καθώς και των οργανώσεων νεολαίας, που δεν διέθεταν δημοσιογραφικές επιχειρήσεις κι εκδοτικούς οργανισμούς ούτε πολλά χρήματα για την αντιμετώπιση των εξόδων που απαιτούνται για την έκδοση εφημερίδων και περιοδικών. Έτσι, συνεργεία από κομματικές νεολαίες ή από διαφημιστικά γραφεία έτρεχαν συνεχώς νύχτα-μέρα και κολλούσαν τις αφίσες τους οπουδήποτε έβρισκαν ή ήθελαν και κατά προτίμηση πάνω στις αφίσες των πολιτικών αντιπάλων τους, των οποίων οι αφισοκολλητές συνήθως μόλις είχαν απομακρυνθεί. Τον άγριο αφισοπόλεμο που μαινόταν προεκλογικά σε όλη την επικράτεια, και ιδίως στις μεγάλες πόλεις, τον κέρδιζαν τελικά τα πλουσιότερα προνομιούχα κόμματα, αυτά που διέθεταν «γεροδεμένους, χειροδύναμους και αδίστακτους νεολαίους και μη, ικανούς να φυλάνε βάρδιες και να συμπεριφέρονται σαν «τραμπούκοι» στους αφισοκολλητές των πολιτικών τους αντιπάλων. Καθημερινές και αδιάπτωτες ήταν οι προστριβές, οι συμπλοκές και οι ξυλοδαρμοί μεταξύ πολιτικά αντίθετων ομάδων αφισοκολλητών. Κι όμως με αυτές τις συμπεριφορές καταστρατηγούνταν το άρθρο 11 του Συντάγματος του '75 (ελευθερία της έκφρασης κλπ) όπως και το άρθρο 24 παρ.1 για την προστασία του περιβάλλοντος. Εξάλλου, για την αποτροπή αυτής της καταχρηστικής άσκησης του δικαιώματος της αφισοκόλλησης υπήρχαν νομοθετικές ρυθμίσεις (άρθρο 97 Εκλ. Κ., άρθρο 1, άρθρο 2 παρ.1&5 ν. 1144/'81). Τις οποίες ωστόσο κανένας δεν τηρούσε, ούτε οι πολίτες ούτε τα κόμματα ούτε τα αρμόδια κρατικά όργανα. Ό,τι συνέβαινε με τα μεγάφωνα, το ίδιο γινόταν και με τις αφισοκολλήσεις.

Η έγγραφη – όχι όμως «διά του Τύπου»- έκφραση και διάδοση «στοχασμών» περιοριζόταν βασικά σε απλή συνθηματολογία με μια αφειδώλευτη αναγραφή συνθημάτων σε κάθε είδους επιφάνειες, τοίχους σπιτιών, μάντρες, καταστρώματα δρόμων και πεζοδρομίων, ακόμη και σε скаλοπάτια, στύλους κ.τ.τ., με μπογιά, σπρέι ή μαρκαδόρους διαφόρων χρωμάτων, ανάλογα με τη χρωματολογική ιδεολογία κάθε κόμματος. Δεν επρόκειτο τόσο για άσκηση «συνταγματικού δικαιώματος», όσο για επιβίωση συνηθειών και μεθόδων αποκτημένων σε άλλες εποχές, όταν δεν υπήρχαν άλλοι τρόποι έκφρασης της γνώμης. Όμως αυτές οι μέθοδοι εξακολουθούσαν (και εξακολουθούν σε ένα σημείο) να χρησιμοποιούνται και υπό καθεστώς δημοκρατικής νομιμότητας καταντώντας ουσιαστικά μέθοδοι ρύπανσης. Τούτο συνέβαινε κατ'εξοχήν και καθ' υπερβολήν όχι μόνο στις εκλογές '81, αλλά και στις

προηγούμενες προεκλογικές περιόδους, όπως βέβαια και σε όλη τη δεκαετία του '80. Έτσι, η αναγραφή συνθημάτων γινόταν στο φως της ημέρας και εκ του ασφαλούς, με κάθε άνεση καλλιγραφίας κι επιλογής κατάλληλων ή μη επιφανειών, από φανατισμένους ή πληρωμένους οπαδούς νόμιμων πολιτικών κομμάτων, πασαλείβοντας ανεμπόδιστα τους τοίχους ή αναρτώντας οπουδήποτε πανό, χάρτινα ή πάνινα, διαφόρων μεγεθών, μετατρέποντας εν τέλει την ιστορία και την τραγωδία σε φάρσα.

Φυσικά εξέχοντα ρόλο στην προεκλογική περίοδο του '81 έπαιξαν οι εφημερίδες και τα περιοδικά που σιγά σιγά μετατράπηκαν σε ρυθμιστή του εκλογικού αποτελέσματος. Καθώς η δύναμη των δημοσιογραφικών συγκροτημάτων αυξανόταν συνεχώς, έφτασαν στο σημείο όχι μόνο να ξεσκεπάζουν σκάνδαλα αλλά και να τα δημιουργούν, ανεβοκατεβάζοντας κυβερνήσεις και προσφέροντας την υποστήριξή τους φανερά πλέον στα κόμματα της αρεσκείας τους. Ο κάθε μάλιστα Έλληνα ψηφοφόρος είχε προτίμηση συνήθως μόνο σε μία εφημερίδα η οποία εκπροσωπούσε τα πολιτικά του πιστεύω, ενώ οι αντίπαλες πολιτικές εφημερίδες αποφεύγονταν σαν μίσημα για την πολιτική σκέψη, με την ιδέα ότι δεν περιείχαν ούτε καν ψήγματα αλήθειας, οπότε και θα μπορούσαν να μολύνουν την αγνή πολιτική σκέψη του φανατικού ψηφοφόρου. Η σημασία του Τύπου σε κάθε προεκλογική περίοδο μέχρι και αυτές των τελευταίων χρόνων είναι αδιαμφισβήτητη. Ειδικότερα τη δεκαετία του '80, οι ιδιοκτήτες εφημερίδων έφτασαν στο απόγειο της δόξας τους και της δύναμής τους. Σιγά σιγά όμως η επιρροή του έγγραφου Τύπου έδωσε τη θέση της σε αυτήν του ηλεκτρονικού, μεταθέτοντας στη δεκαετία του '90 και στις αρχές του 2000 την προεκλογική μάχη από τα δημοσιεύματα στα πάνελ της τηλεόρασης και βαθμιαία στις ηλεκτρονικές ιστοσελίδες. Καθώς μάλιστα το θέμα του ρόλου του έγγραφου Τύπου κατά την προεκλογική περίοδο είναι τετριμμένο, στο παρόν κείμενο θα ασχοληθούμε κυρίως με την Ραδιοτηλεόραση και το Internet, εξετάζοντας την μεν πρώτη ως την κυρίαρχουσα μορφή επικοινωνίας κατά τις τελευταίες προεκλογικές περιόδους αλλά και στην επικείμενη εκλογική αναμέτρηση, το δε διαδίκτυο ως το νέο Μέσο που θα αποτελέσει την προεκλογική αρένα όχι μόνο του απώτερου αλλά και του κοντινού μέλλοντος.

Η ραδιοτηλεόραση, όντας σε όλη τη δεκαετία του '80 αποκλειστικά κρατική, δεν μπορούσε να παίξει ακόμα το ρόλο της τέταρτης ή και πρώτης εξουσίας που έχει προσλάβει σήμερα. Το άρθρο 15 Σ του '75 δεν προέβλεπε προστασία της τηλεόρασης από τη λογοκρισία. Προέβλεπε όμως ότι η λειτουργία της έπρεπε να εξυπηρετεί «την αντικειμενική και επί ίσοις όροις μετάδοση πληροφοριών και ειδήσεων κ.λ.π.». Παρόλα αυτά ούτε αυτή η διάταξη του Συντάγματος εφαρμοζόταν σωστά. Μολονότι κατά το Σύνταγμα δεν επιτρέπονταν διακρίσεις μεταξύ των πολιτικών κομμάτων (άρθρο 29 παρ.1 Σ), η τηλεοπτική μετάδοση των προεκλογικών ομιλιών και συναθροίσεων ήταν ανισομερής. Εξάλλου ανεπαρκέστατος ήταν ο χρόνος -δεκάλεπτος ή δωδεκάλεπτος- που διετίθετο στους εκπροσώπους των πολιτικών κομμάτων για να εκφωνήσουν μονολόγους. Ο Α. Μάνεσης σημειώνει πολύ σωστά ότι : «Οι εκλογές, καθώς συγκεντρώνουν το κύριο ενδιαφέρον των πολιτών, θα έπρεπε να αποτελούν και κύρια απασχόληση των τηλεοπτικών δικτύων της χώρας, τουλάχιστον επί μία ή δύο εβδομάδες.». Όμως, η μεν YENEΔ κρατήθηκε έξω από αυτά τα φλέγοντα θέματα για να μη «μιανθεί» πολιτικώς, η δε EPT περιορίστηκε σε μετάδοση μονολόγων είτε από το στούντιό της είτε από τους εξώστες των υπαίθριων κομματικών συναθροίσεων.

Τέλος φτάσαμε στο μεγάλο προεκλογικό «όπλο» δημιουργίας εντυπώσεων που χρησιμοποίησαν τα κόμματα στον προεκλογικό αγώνα του '81, δηλαδή τις δημόσιες, γιγάντιες, υπαίθριες κυρίως συναθροίσεις. Ύστερα από μια προπαρασκευαστική μουσική πανδαισία από τραγούδια και διάφορα όργανα και μουσικές εμφανιζόταν στον εκτυφλωτικά φωταγωγημένο και επιβλητικά διακοσμημένο με γιγαντιαία κομματικά εμβλήματα εξώστη ο

Ηγέτης μόνος (ενώ παλαιότερα πλαισιωνόταν από υποψήφιους βουλευτές και στελέχη του κόμματος), και απευθυνόταν στη «λαοθάλασσα» των οπαδών –«υπηκόων» του. Αυτοί, καπελωμένοι με ειδικά καπελάκια και σηματοδεδειμένοι με αντίστοιχες κονκάρδες, εκτόξευαν, μαζί με πολύχρωμες φωτοβολίδες, ρυθμικές ιαχές και συνθήματα, κουνώντας ενθουσιωδώς τις χρωματιστές σημαιοούλες τους. Φυσικά οι τεράστιοι όγκοι οπαδών δεν κινητοποιούνταν παρορμητικά για να πάνε σε αυτές τις συναθροίσεις, αλλά το μεγαλύτερο μέρος τους είχε ήδη αχθεί στη συγκέντρωση πειθαρχημένα, σε ομάδες ή είχε μεταφερθεί από όλη τη χώρα με έξοδα και μέσα διατεθέντα από το κόμμα.

Τα χαρακτηριστικά, λοιπόν, του προεκλογικού αγώνα των εκλογών του '81 ήταν κυρίως τα μεγάφωνα, η αναγραφή συνθημάτων, οι αφισοκολλήσεις και οι μαζικές προεκλογικές συγκεντρώσεις. Η προεκλογική καμπάνια των πολιτικών κομμάτων, ιδίων των τριών μεγαλύτερων, είχε βασικά χαρακτήρα διαφημιστικό. Αυτή η εμπορευματοποίηση της προεκλογικής διαδικασίας θα ήταν όμως ανέφικτη χωρίς άφθονη χρηματοδότηση. Τεράστιες υπήρξαν οι εκλογικές δαπάνες των κομμάτων και των υποψηφίων βουλευτών. Και παρέμειναν ανεξέλεγκτες. Το άρθρο 29 παρ.1 Σ του '75 όριζε ότι: «Νόμος δύναται να ορίζει την υπό του κράτους ενίσχυση των κομμάτων και την δημοσιότητα των εκλογικών δαπανών αυτών και των υποψηφίων βουλευτών». Και όμως, έξι χρόνια μετά την ισχύ του νέου το '81 Συντάγματος του '75 δεν είχε ακόμη θεσπισθεί η σχετική νομοθετική ρύθμιση που θα μπορούσε να περιστείλει, όχι μόνο τη σπατάλη και τις απόκρυφες ή ύποπτες χρηματοδοτήσεις, αλλά και την ανισότητα της εκλογικής αναμέτρησης μεταξύ πλουσίων και φτωχών κομμάτων και υποψηφίων.

Οι εκλογές του '81 και η προεκλογική διαδικασία που προηγήθηκε είχαν πολύ μεγάλο αντίκτυπο στην πολιτική ιστορία και στα πολιτικά ήθη της χώρας μέχρι και σήμερα, γι' αυτό και αναφερθήκαμε εκτενώς στις συνθήκες που επικράτησαν τότε, έχοντας υπόψη ότι η επικείμενη προεκλογική περίοδος ενδέχεται να διαφοροποιηθεί τελείως από εκείνο το προεκλογικό μοντέλο. Ο τύπος αυτός προεκλογικής αναμέτρησης διατηρήθηκε με αυξανόμενες τις υπερβολές μέχρι και τις αρχές της δεκαετίας του '90, οπότε και η ιδιωτική τηλεόραση μετέφερε την προεκλογική μάχη από το δρόμο στα τηλεοπτικά στούντιο.

## **II) ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟ 1984 ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2002**

Όπως αναφέραμε οι επόμενες εκλογικές περιόδους λίγο διέφεραν ως προς αυτές του '81 όσον αφορά στο ήθος, διέφεραν όμως αρκετά αναφορικά στον τρόπο της πολιτικής διαφήμισης, (κυρίως ο ρόλος της τηλεόρασης, με τον οποίο θα ασχοληθούμε σε ειδικό κεφάλαιο, και η ρύθμιση των άλλων μέσων πολιτικής προβολής) αλλά και στο ό,τι οικονομική ενίσχυση των κομμάτων άρχισε να μπαίνει σε ένα υποτυπώδες αρχικά νομοθετικό πλαίσιο.

### **α) Ν. 1491/'84**

Ο νόμος 1491/'84 για τη διευκόλυνση της διακίνησης των ιδεών, τον τρόπο διενέργειας της εμπορικής και πολιτικής διαφήμισης προέβλεπε ειδικό άρθρο όχι μόνο για την προβολή πολιτικών μηνυμάτων (άρθρο 3), αλλά και για την προεκλογική περίοδο. Στο άρθρο 3 ανέφερε ότι: «Το δημοτικό ή το κοινοτικό συμβούλιο, με τις αποφάσεις του άρθρου 1 παρ. 2, καθορίζει τους χώρους και τις ζώνες... και κοινόχρηστους χώρους γενικά που θα χρησιμοποιούν τα πολιτικά κόμματα,... για τη διενέργεια των πράξεων της παρ.1 του άρθρου 1( ... επιτρέπεται να επικολλούνται έντυπα ή χειρόγραφα κάθε μορφής, να αναρτώνται, αναγράφονται ή προβάλλονται διαφημίσεις, συνθήματα, ονόματα, σύμβολα, παραστάσεις ή προσκλήσεις και γενικά να προβάλλονται με κάθε τρόπο ιδέες, πρόσωπα και πράγματα).» Εξάλλου, στο νόμο προβλέπεται επίσης ότι τα κόμματα μπορούν να διενεργούν τις παραπάνω πράξεις μόνο μέσα σε μόνιμα και σταθερά ή προσωρινά και κινητά πλαίσια, τα οποία και κατασκευάζουν οι δήμοι με δαπάνη των κομμάτων. Η διάθεση μάλιστα των χώρων της παρ. 1 άρθρο 3 γινόταν αναλογικά και «επί ίσοις όροις» χωρίς άδεια και χωρίς καταβαλλόμενο τέλος.

Το άρθρο 4 του 1491/'84 ορίζει ειδικότερα τη ρύθμιση της αφισοκολλήσης κατά την προεκλογική περίοδο. Τα δημοτικά ή κοινοτικά συμβούλια ήταν υποχρεωμένα μέσα σε 4 μέρες από την προκήρυξη των εκλογών (βουλευτικών ή ευρωεκλογών) ή 30 μέρες πριν από την ημερομηνία διεξαγωγής των δημοτικών ή κοινοτικών εκλογών, να διαθέσουν με απόφασή τους στα πολιτικά κόμματα και στους συνδυασμούς υποψηφίων, για την προεκλογική προβολή τους, όλους τους κοινόχρηστους γενικά χώρους καθώς και όλους τους δημοτικούς και κοινοτικούς χώρους που διατίθεντο για πράξεις εμπορικής διαφήμισης και μειωνόταν και

ανάλογα το μίσθωμα. Μάλιστα, μέσα σε 8 ημέρες μετά την διεξαγωγή των εκλογών τα κόμματα υποχρεώνονταν με δαπάνη τους να αποκαταστήσουν τα πράγματα στην προηγούμενη κατάσταση. Η διάθεση των παραπάνω χώρων γινόταν και πάλι αναλογικά και επί ίσοις όροις ενώ προηγούμενη γραπτή συμφωνία των κομμάτων εφαρμοζόταν υποχρεωτικά. Οι ιδιωτικοί χώροι και οι χώροι δημοσίων οργανισμών που είχαν διατεθεί για εμπορική διαφήμιση απαγορευόταν να διατεθούν για προεκλογικούς σκοπούς. Άλλο θέμα που ρύθμιζε ο ν. 1491/84 στο άρθρο 4 παρ. 5 ήταν αυτό των μεγαφώνων. Αυτό όριζε ότι: «Με κοινή απόφαση των Υπουργών Εσωτερικών και Δημόσιας Τάξης καθορίζονται οι ώρες λειτουργίας και ο βαθμός της έντασης των μεγαφωνικών εγκαταστάσεων των εκλογικών κέντρων, των γραφείων και των οχημάτων των κομμάτων, των συνδυασμών και των υποψηφίων κατά την προεκλογική περίοδο, καθώς και κάθε άλλη σχετική λεπτομέρεια. Στις ώρες της κοινής ησυχίας απαγορεύεται η χρήση των παραπάνω εγκαταστάσεων. Επίσης απαγορεύεται η χρήση των παραπάνω εγκαταστάσεων εφόσον γεινιάζουν με νοσηλευτικά ιδρύματα και σχολεία». Από ό,τι βλέπουμε, οι παραπάνω διατάξεις όχι μόνο δεν περιορίζουν το πρόβλημα της ρύπανσης και ηχορύπανσης, αλλά το προάγουν σε εθνικά και νομοθετικά αναγνωρισμένο προεκλογικό θεσμό!

### **β) Ν. 1443/84**

Ο νόμος αυτός είχε τίτλο : «Οικονομική ενίσχυση των κομμάτων και άλλες διατάξεις». Σύμφωνα με το άρθρο 1 το Κράτος ενισχύει οικονομικά τα πολιτικά κόμματα, που συμμετέχουν στην ανάδειξη των μελών του Εθνικού κοινοβουλίου για αντιμετωπίσουν τις λειτουργικές και εκλογικές τους δαπάνες. Η ενίσχυση αυτή καταβάλλεται για κάθε βουλευτική περίοδο και χρόνο χωριστά, ενώ το συνολικό ποσό που κάθε χρόνο διατίθεται για το σκοπό αυτόν ορίζεται σε ποσοστό ένα τις χιλιάδες του συνολικού ποσού των τακτικών εσόδων του κρατικού προϋπολογισμού του αντίστοιχου χρόνου.

Τα δικαιούχα της οικονομικής ενίσχυσης κόμματα ήταν αυτά που μετείχαν στις τελευταίες, κάθε φορά, γενικές βουλευτικές εκλογές είτε αυτοτελώς και έλαβαν ποσοστό ψήφων τουλάχιστον ίσο με 3% του συνόλου των έγκυρων ψηφοδελτίων έχοντας καταρτίσει συνδυασμούς υποψηφίων τουλάχιστον στα 2/3 των εκλογικών περιφερειών της Χώρας είτε σε συνασπισμούς με άλλα κόμματα, που, έχοντας καταρτίσει συνδυασμούς στα 2/3 των εκλογικών περιφερειών της Χώρας, έλαβαν ποσοστό ψήφων τουλάχιστον ίσο με το 5% των έγκυρων ψηφοδελτίων αν πρόκειται για συνασπισμό δύο κομμάτων και 6% για συνασπισμό τριών ή και περισσότερων κομμάτων (άρθρο 2. παρ.2).

Το άρθρο 3 ασχολείται με την κατανομή αυτής της ενίσχυσης. Το 10% του ποσού που ορίζεται στην παρ.2 του άρθρου 1 διανεμόταν ισόποσα μεταξύ όλων των πολιτικών κομμάτων που συμμετείχαν στις αμέσως προηγούμενες γενικές βουλευτικές εκλογές και δικαιούνταν την ενίσχυση. Το υπόλοιπο 90% διανεμόταν μεταξύ των προαναφερθέντων κομμάτων, ανάλογα με τον αριθμό των έγκυρων ψήφων που έλαβαν στις τελευταίες γενικές βουλευτικές εκλογές. Εξάλλου, τα ποσά που λαμβάνονταν ως οικονομική ενίσχυση από το κράτος δεν επιτρεπόταν να εκχωρηθούν ενώ η οικονομική ενίσχυση δεν υπόκειτο σε κανένα φόρο, τέλος ή δικαίωμα άμεσο ή έμμεσο.

Τα άρθρα 4-6 ρύθμιζαν την τήρηση των βιβλίων, τη δημοσίευση του ισολογισμού των κομμάτων καθώς και τον έλεγχο και τις κυρώσεις. Έτσι, τα κόμματα που δικαιούνταν να ενισχυθούν είχαν την υποχρέωση να τηρούν βιβλίο εσόδων εξόδων. Οι συνδρομές και οι έκτακτες εισφορές των μελών, όπως και οι ενισχύσεις των φίλων του κόμματος καταχωρίζονταν ανωνύμως, μέχρι όμως το ποσό των 200.000 δρχ. Τα κόμματα μπορούσαν να χρησιμοποιούν την κρατική ενίσχυση μόνο για εκλογικές και λειτουργικές δαπάνες. Τέτοιες θεωρούνταν: α) η μίσθωση, εξοπλισμός και λειτουργία γραφείων, αιθουσών κι εκλογικών κέντρων, β) για την αγορά, έκδοση, κυκλοφορία και διακίνηση κάθε είδους εντύπων πολιτικού περιεχομένου και γ) για τη μίσθωση μεταφορικών μέσων και τη μετακίνηση στελεχών για τη δραστηριότητά τους. Φυσικά τα παραπάνω κόμματα υποχρεούνταν να δημοσιεύουν μέσα στο πρώτο τρίμηνο κάθε χρόνου σε δύο τουλάχιστον καθημερινές εφημερίδες της Αθήνας τον ισολογισμό των εσόδων και των εξόδων τους με όλα τα απαραίτητα στοιχεία κατά κατηγορίες. Ο έλεγχος του ισολογισμού γινόταν από διακομματική επιτροπή η οποία αποτελείτο από βουλευτές των κομμάτων που εκπροσωπούντο στη Βουλή, ανάλογα με την κοινοβουλευτική τους δύναμη, με Πρόεδρο της Βουλής ή έναν από τους Αντιπροέδρους της μέσα σε 3 μήνες από τη δημοσίευσή του. Το άρθρο 6 θεσμοθετεί την ειδικότερη υποχρέωση των κομμάτων να δημοσιεύουν τις εκλογικές τους δαπάνες σε τουλάχιστον 2 αθηναϊκές εφημερίδες. Πληροφοριακά σημειώνουμε ότι το άρθρο 9 ορίζει το διανεμόμενο για το 1984

ποσό σε 500.000.000 δραχμές, ποσό ελάχιστο μπροστά στα χρήματα που δίνονται σήμερα, ακόμα και αν σκεφτούμε τη διαφορετική αξία των χρημάτων τότε και τώρα. Ο νόμος 1443/84 συνέχισε να ισχύει παρά τις παρωχημένες διατάξεις του για χρονικό διάστημα 12 ετών και μέχρι την έκδοση του νόμου 2429/96 (θα τον εξετάσουμε αργότερα) με μερικές τροποποιήσεις από διάφορες υπουργικές αποφάσεις. Ενδεικτικά αναφέρουμε την Υ.Α. 92479/ 28.12.1984 με τίτλο: «Καθορισμός του τρόπου σύνταξης του ισολογισμού εσόδων εξόδων που ενισχύονται οικονομικά από το κράτος», την Υ.Α. 35509/26.4.1985 με τίτλο: «Καθορισμός λεπτομερειών για την εφαρμογή διατάξεων του νόμου για την οικονομική ενίσχυση των πολιτικών κομμάτων από το Κράτος», και την ομότιπλη Υ.Α. 22444/39.3.1990 που τροποποιούσε την προηγούμενη. Ο λόγος που χρειάστηκε η τελευταία αυτή τροπολογία είναι ότι η Υ.Α. 35509/26.4.1985 περιείχε την εξοργιστικά ύποπτη ρύθμιση σύμφωνα με την οποία αντικείμενο του ελέγχου των ετήσιων ισολογισμών των πολιτικών κομμάτων από την αρμόδια Επιτροπή της Βουλής ήταν μόνον όσα στοιχεία περιλαμβάνονταν στο βιβλίο εσόδων και εξόδων τους!! Φυσικά όλα τα παραπάνω είχαν συγκεντρώσει την εύλογη κριτική της επιστήμης και φανέρωναν την πρόδηλη απροθυμία και των δύο μεγάλων κομμάτων που κυβέρνησαν στο διάστημα '84-'96 να υποβάλλονται σε αυστηρό και επαρκή έλεγχο των οικονομικών τους, συντηρώντας τη σκανδαλολογία και την αδιαφάνεια.

Εξάλλου, οι διαδοχικές προσφυγές στη λαϊκή ετυμηγορία την περίοδο 1989-1990 ανέδειξαν στην πράξη και μία νέα μορφή κρατικής χρηματοδότησης, την έκτακτη. Ο κοινός νομοθέτης με «ατομικές» ρυθμίσεις παρείχε έτσι στα κόμματα ποσά για την αντιμετώπιση των αυξημένων εκλογικών τους δαπανών το Νοέμβριο του 1989 (άρθρο 15 του ν.1867/89 σύμφωνα με το οποίο διατέθηκε εκτάκτως στα πολιτικά κόμματα που συμμετείχαν στην εκλογική αναμέτρηση της 5<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 1989 το ποσό του 1.000.000.000 δρχ.), και τον Απρίλιο του 1990 (άρθρο 43 του ν.1882/90 σύμφωνα με το οποίο διατέθηκε εκτάκτως στα κόμματα που συμμετείχαν στην εκλογική αναμέτρηση της 8<sup>ης</sup> Απριλίου 1990 το ποσό των 900.000.000 δρχ.). Ανάλογη πρωτοβουλία, υπό σαφώς διαφοροποιημένες συνθήκες τόσο ως προς τους πραγματικούς όρους όσο και ως προς τις νομοθετικές προδιαγραφές της, εκδηλώθηκε τον Οκτώβριο του 1993. Με άλλα λόγια, ενώ το Νοέμβριο του 1989 και τον Απρίλιο του 1990 η έκτακτη κρατική χρηματοδότηση διατέθηκε στα πολιτικά κόμματα μετά την ψήφιση σχετικής διάταξης από τη Βουλή, τον Οκτώβριο του 1993 ακολουθήθηκε η αντίστροφη πορεία. Συγκεκριμένα, ο Υφυπουργός των Εσωτερικών – παρά τη ρητά εκφρασθείσα άρνηση του «υπηρεσιακού» Υπουργού- εξέδωσε, δίχως νομοθετική εξουσιοδότηση, την 50287/6.10.1993 απόφαση με την οποία διετίθετο ποσό περίπου 3.000.000.000 δρχ. στα πολιτικά κόμματα της Ν.Δ., του Π.Α.Σ.Ο.Κ., του Συνασπισμού και του Κ.Κ.Ε., ενόψει της επικείμενης προσφυγής στη λαϊκή ετυμηγορία. Η εν λόγω απόφαση κυρώθηκε μεταγενέστερα στην παρ.1 του άρθρου 7 του ν.2187/94. Και αυτή η απόφαση όπως και η προηγούμενη ύποπτη Υ.Α. που αναφέραμε προσβλήθηκαν με αιτήσεις ακυρώσεως στο Σ.Τ.Ε. οι οποίες απορρίφθηκαν για λόγους τυπικούς.

#### **γ) π.δ. 152/1985- Ν.1847/89**

Το τμήμα Γ' του π.δ. 152/1985 με τίτλο : «Τελικές διατάξεις για τις εκλογές» και ο Ν. 1847/89 που το τροποποιεί περιέχουν στα άρθρα 95-97 κυρίως τη ρύθμιση της προεκλογικής περιόδου. Λόγω της σημασίας τους, θα αναφερθούμε σε κάθε ένα από αυτά ξεχωριστά, αν και μεγάλο μέρος του άρθρου 97 αποτελεί σχεδόν αυτολεξεί επανάληψη των ρυθμίσεων του Ν.1491/1984, τον οποίο έχουμε ήδη εξετάσει.

Το άρθρο 95 ορίζει ότι κατά τη διάρκεια της ψηφοφορίας και 8 μέρες πριν από την έναρξη και μετά τη λήξη της, δεν ενεργείται προσωπική κράτηση για χρέος στο δημόσιο ή τους δήμους και τις κοινότητες ή άλλα νομικά πρόσωπα ή ιδιώτες, αλλά όσοι τυχόν τελούν σε κράτηση δεν απολύονται χάριν της εκλογής.

Το άρθρο 96 ρυθμίζει θέματα αδειών στρατιωτικών και δημοσίων υπαλλήλων. Έτσι, στην παρ. 1 ο νόμος ορίζει ότι: «Απαγορεύεται η χορήγηση κάθε κανονικής άδειας απουσίας σε τακτικούς δημόσιους υπαλλήλους, στρατιωτικούς γενικά και τακτικούς υπαλλήλους των Ο.Τ.Α., στο διάστημα που μεσολαβεί από την προκήρυξη των εκλογών μέχρι και την ημέρα της ψηφοφορίας. Οι άδειες που τυχόν χορηγήθηκαν πριν από την προκήρυξη των εκλογών ανακαλούνται αυτοδικαίως, χωρίς να απαιτείται η έκδοση απόφασης της αρμόδιας αρχής, και τα πρόσωπα που έχουν αυτές τις άδειες είναι υποχρεωμένα να βρεθούν στις θέσεις τους, χωρίς οποιαδήποτε ειδοποίηση.». Στις επόμενες παραγράφους ρυθμίζονται θέματα εκτάκτων και επειγόντων αδειών των παραπάνω προσώπων, ενώ γίνεται αναφορά στη δυνατότητα να ορισθούν ανάλογες διατάξεις και στον ιδιωτικό τομέα.



Το άρθρο 97, είναι και αυτό που μας ενδιαφέρει κατ' εξοχήν, έχει τίτλο : «Προεκλογική περίοδος-Προβολή πολιτικών κομμάτων κ.λ.π.» και έχει τροποποιηθεί από τον Ν. 1847/1989 με τα άρθρα 5,παρ.15,16 και άρθρο 8.

Παραθέτουμε το νόμο αυτούσιο: άρθρο 97 παρ.1 «Κατά την προεκλογική περίοδο βουλευτικών, δημοτικών και κοινοτικών εκλογών ή δημοψηφίσματος, τα δημοτικά και κοινοτικά συμβούλια υποχρεούνται να διαθέσουν με απόφασή τους στα πολιτικά κόμματα και στους συνδυασμούς υποψηφίων, κατά την προεκλογική προβολή τους, όλους τους κοινόχρηστους γενικά χώρους, όπως πλατείες, άλση, δρόμους, πεζοδρόμια, καθώς και όλους τους δημοτικούς και κοινοτικούς χώρους που διατέθηκαν για πράξεις εμπορικής διαφήμισης σύμφωνα με τα άρθρα 1 και 5 του ν. 1491/84.

Απαγορεύεται η διάθεση από τα δημοτικά και κοινοτικά συμβούλια κοινόχρηστων γενικά χώρων, καθώς και όλων των δημοτικών και κοινοτικών χώρων που διατέθηκαν για πράξεις εμπορικής διαφήμισης, στους υποψήφιους βουλευτές και στους υποψηφίους των συνδυασμών, αν πρόκειται για δημοτικές και κοινοτικές εκλογές.

Η προεκλογική προβολή των υποψηφίων βουλευτών και των υποψηφίων των συνδυασμών μπορεί να γίνει αποκλειστικά στους χώρους που διατίθενται στα πολιτικά κόμματα ή στους συνδυασμούς υποψηφίων, σύμφωνα με τις διατάξεις της παραγράφου αυτής.

Στην περίπτωση αυτή, αναστέλλεται η ισχύς των συμβάσεων μισθώσεως των χώρων που διατίθενται για πράξεις εμπορικής διαφήμισης και μειώνεται ανάλογα το μίσθωμα.

Με απόφαση του υπουργού Εσωτερικών, που εκδίδεται κάθε δύο χρόνια και μέσα στο μήνα Ιανουάριο, καθορίζεται ο τρόπος χρήσης των χώρων αυτών και κάθε αναγκαία λεπτομέρεια.

Μετά τη διεξαγωγή των εκλογών και μέσα σε 8 μέρες, τα πολιτικά κόμματα και οι συνδυασμοί υποχρεούνται, με δαπάνη τους, σε κάθε περίπτωση, να αποκαταστήσουν τα πράγματα στην προηγούμενη κατάσταση.

Η προεκλογική περίοδος για τις βουλευτικές αρχίζει κατά την παρ.3 του άρθρου 31( σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ.3, η παρ. 3 του άρθρου 31 του π.δ. 152/1985 αντικαθίσταται ως εξής: Από τη δημοσίευση του διατάγματος διάλυσης της Βουλής ή τη δωδέκατη ημέρα πριν την κατά το άρθρο 53 παρ.1 του Συντάγματος λήξη της βουλευτικής περιόδου αρχίζει η προεκλογική περίοδος...). Η ίδια περίοδος για το δημοψήφισμα αρχίζει με τη δημοσίευση του προεδρικού διατάγματος προκήρυξης, ενώ για τις δημοτικές και κοινοτικές εκλογές αρχίζει 30 ημέρες πριν τη διεξαγωγή τους».

Άρθρο 97 παρ.2: «Αν το δημοτικό ή κοινοτικό συμβούλιο δεν διαθέτει, μέσα στην προθεσμία της παραγράφου 1 τους χώρους της προηγούμενης παραγράφου για τις ανάγκες των πολιτικών κομμάτων ή των συνδυασμών, οι χώροι αυτοί διατίθενται με απόφαση του οικείου νομάρχη, που εκδίδεται το ταχύτερο δυνατό, και επιβάλλονται οι κυρώσεις που προβλέπονται από την παράγραφο 3 του άρθρου 109».

Άρθρο 97 παρ.3: «Η διάθεση των χώρων της προηγούμενης παραγράφου γίνεται αναλογικά και επί ίσοις όροις και, σε περίπτωση προηγούμενης γραπτής συμφωνίας των πολιτικών κομμάτων που είναι αναγνωρισμένα σύμφωνα με τον κανονισμό της Βουλής ή των συνδυασμών υποψηφίων για τις δημοτικές ή τις κοινοτικές εκλογές, η συμφωνία αυτή είναι υποχρεωτική για τα δημοτικά ή τα κοινοτικά συμβούλια και το νομάρχη».

Άρθρο 97 παρ.4: «Απαγορεύεται ιδιωτικοί χώροι και χώροι του δημοσίου τομέα, που έχουν διατεθεί για πράξεις εμπορικής διαφήμισης σύμφωνα με τα άρθρα 5 και 6 του νόμου 1491/1984, να διατίθενται κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου για την προβολή των πολιτικών κομμάτων, συνδυασμών και μεμονωμένων υποψηφίων».

Άρθρο 97 παρ.5: «Απαγορεύεται κατά την προεκλογική περίοδο η χρήση μεγαφωνικών εγκαταστάσεων από τους υποψηφίους βουλευτές στα εκλογικά κέντρα, τα οποία περιορίζονται μέχρι δύο για κάθε υποψήφιο στην εκλογική του περιφέρεια, στα γραφεία ή στα οχήματα που χρησιμοποιούν για την προεκλογική τους προβολή.

Με κοινή απόφαση των υπουργών Εσωτερικών και Δημόσιας Τάξης, καθορίζονται οι ώρες λειτουργίας και ο βαθμός έντασης των μεγαφωνικών εγκαταστάσεων των εκλογικών κέντρων, των γραφείων και των οχημάτων των κομμάτων, των συνδυασμών και των υποψηφίων κατά την προεκλογική περίοδο, καθώς και κάθε άλλη σχετική λεπτομέρεια. Στις ώρες κοινής ησυχίας απαγορεύεται η χρήση των παραπάνω εγκαταστάσεων. Επίσης απαγορεύεται η χρήση των παραπάνω εγκαταστάσεων, εφόσον γειτνιάζουν με νοσηλευτικά ιδρύματα και σχολεία».

Άρθρο 97 παρ.6: «Κατά την προεκλογική περίοδο απαγορεύεται στους υποψήφιους βουλευτές και στους συνδυασμούς υποψηφίων για τις δημοτικές και κοινοτικές εκλογές η ανάρτηση πανό, αεροπανό, η χρήση φέιγ-βολάν και κάθε μορφής μέσων προβολής

που ρυπαίνουν το περιβάλλον, όπως πλαστικά αυτοκόλλητα, χρωστικές ουσίες, η αναγραφή συνθημάτων, σε όλους τους χώρους που καθορίζονται από τις διατάξεις του άρθρου 2 του ν.1491/1984. Οι παραβάτες της παραγράφου αυτής τιμωρούνται με τις ποινές που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 7 του ν. 1491/1984».

Άρθρο 97 παρ.7: «Απαγορεύεται κατά την προεκλογική περίοδο στους υποψήφιους βουλευτές και στους υποψηφίους των συνδυασμών για τις δημοτικές και κοινοτικές εκλογές η ανάρτηση, επικόλληση και εν γένει χρήση αφισών και φωτογραφιών για την προσωπική τους προβολή. Η ανάρτηση, επικόλληση και η εν γένει χρήση αφισών επιτρέπεται μόνο στα πολιτικά κόμματα ή στους συνδυασμούς υποψηφίων, με την επιφύλαξη των διατάξεων των προηγούμενων παραγράφων».

Άρθρο 97 παρ.8: «Με απόφαση του Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου (άρθρο 9 του ν.1730/87, ΦΕΚ 145,) που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, καθορίζονται οι όροι, σύμφωνα με τους οποίους γίνεται ο προεκλογικός διάλογος και προβάλλονται οι υποψήφιοι βουλευτές από την Ελληνική Ραδιοφωνία-Τηλεόραση (ΕΡΤ Α.Ε.) και τους τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς που λειτουργούν νόμιμα.

Η απόφαση αυτή εκδίδεται μετά από γνώμη των τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών ή των συλλογικών φορέων τους, οι οποίοι καλούνται να τη διατυπώσουν μέσα σε αποκλειστική προθεσμία 8 ημερών μετά τη δημοσίευση της σχετικής πρόσκλησης του προέδρου του Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου σε δύο ημερήσιες εφημερίδων των Αθηνών».

Άρθρο 97 παρ. 9: «Οι παραβάτες των ρυθμίσεων της προηγούμενης παραγράφου τιμωρούνται με τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις της παραγράφου 9β του άρθρου 16 του π.δ. 25/1988».

Άρθρο 97 παρ.19: «Κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, στο Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο συμμετέχουν με δικαίωμα ψήφου και εκπρόσωποι των κομμάτων ή συνασπισμών κομμάτων, τα οποία έχουν πλήρεις συνδυασμούς υποψηφίων στα 3/4 των εκλογικών περιφερειών της χώρας».

## **δ) Ν. 2429/1996**

Τα οικονομικά των πολιτικών κομμάτων διατηρούνταν, με παραλλάσουςα ένταση, στην επικαιρότητα από το 1984, χρονιά θέσπισης του ν. 1443. Η συνεχής διεύρυνση του κύκλου των δραστηριοτήτων τους στην πολιτεία και την κοινωνία είχε ως αποτέλεσμα την ανάδειξη στο προσκήνιο ζητημάτων που με τη σειρά τους ταλάνισαν τη Βουλή, την επιστήμη και τα δικαστήρια. Τα τελευταία χρόνια η προσοχή όλων είχε επικεντρωθεί στις επικρατούσες, πλέον και στη χώρα μας, πρακτικές αδιαφάνειας και σε φαινόμενα πολιτικής διαφθοράς. Όλοι καταλόγιζαν την ευθύνη για τα διογκούμενα συμπτώματα παθογένειας στον κοινό νομοθέτη, επειδή ο ν. 1443/84 αντιμετώπιζε το ζήτημα αποσπασματικά και σίγουρα δεν ανταποκρινόταν στη θεμελίωση συνταγματική αρχή της οικονομικής διαφάνειας που θέσπιζε η καινούρια διάταξη του Συντάγματος του 1986 άρθρο 29 παρ.2, στην οποία ορίζεται ότι! «Νόμος μπορεί να ορίζει την οικονομική ενίσχυση των κομμάτων από το Κράτος και τη δημοσιότητα των εκλογικών δαπανών των κομμάτων και των υποψηφίων βουλευτών. Την ανάγκη για πληρέστερη και πιο αξιόπιστη ρύθμιση των οικονομικών των κομμάτων ήρθε να ικανοποιήσει σε ένα βαθμό ο ν.2429/1996, στον οποίο οδηγηθήκαμε κάπως γρηγορότερα λόγω της αξιοσημείωτης κινητικότητας ως προς τα οικονομικά των πολιτικών κομμάτων στη διάρκεια του 1994. Η εξέλιξη θα πρέπει να αποδοθεί ιδιαίτερα στη μεθόδευση της πώλησης της ΑΓΕΤ-Ηρακλής και τις υπόνοιες περί χρηματισμού εις βάρος εκπροσώπων του πολιτικού κόσμου.

Ο νόμος υπ' αριθμ. 2429/1996 έχει ως τίτλο: «Χρηματοδότηση των κομμάτων-Δημοσιότητα και έλεγχος των οικονομικών των πολιτικών κομμάτων και των υποψηφίων βουλευτών-Δήλωση περιουσιακής κατάστασης πολιτικών, κρατικών λειτουργών και υπαλλήλων, ιδιοκτητών μέσων μαζικής ενημέρωσης και εντύπων και άλλων κατηγοριών προσώπων και άλλες διατάξεις». Οι διατάξεις του έχουν αρκετά μεγάλες διαφορές από αυτές του 1443/84 και εισάγουν καινοτομίες όπως ο διαχωρισμός στη ρύθμιση εκλογικής και τακτικής χρηματοδότησης, η διαφορετική κατανομή, οι ρητές απαγορεύσεις κατά την προεκλογική περίοδο, τα ανώτατα όρια εκλογικών δαπανών και άλλα. Η σημασία του είναι τεράστια αν αναλογιστεί κανείς ότι είναι η γέφυρα που ενώνει τις απαρχαιωμένες ρυθμίσεις της δεκαετίας του '80 με τις σύγχρονες που ισχύουν σήμερα υπό τον Ν.3023/2002, γι' αυτό και θα αναφερθούμε στις πιο χαρακτηριστικές για το θέμα μας διατάξεις του.

Στη δεύτερη παράγραφο του πρώτου άρθρου έχουμε λοιπόν τον σαφή διαχωρισμό ανάμεσα σε εκλογική και τακτική χρηματοδότηση. Εμείς για προφανείς λόγους θα

ασχοληθούμε μόνο με τις διατάξεις που ρυθμίζουν την εκλογική χρηματοδότηση, τις εκλογικές δαπάνες και έσοδα και την προεκλογική περίοδο γενικότερα, επισημαίνοντας τα κυριότερα στοιχεία του νόμου. Τα άρθρα που ρυθμίζουν τις παραπάνω περιπτώσεις (η ανάλυσή τους γίνεται παρακάτω με τη σειρά που αναφέρει ο νόμος) είναι: άρθρο 1 παρ.1,2,4. άρθρο 2 παρ.2, άρθρο 3 παρ.2, άρθρο 5 παρ.3, άρθρο 6, άρθρα 7-12. Στο τέταρτο, πέμπτο και έκτο κεφάλαιο ρυθμίζεται ο έλεγχος των οικονομικών στοιχείων των βουλευτών και των κομμάτων καθώς και οι κυρώσεις για τις παραβάσεις του νόμου.

Σύμφωνα λοιπόν με όσα όριζε ο 2429/1996: Η εκλογική χρηματοδότηση χορηγείται κάθε φορά που γίνονται γενικές βουλευτικές εκλογές ή Ευρωεκλογές και ανέρχεται σε ποσοστό 0,005 των τακτικών εσόδων του Κρατικού Προϋπολογισμού του οικονομικού έτους, κατά τη διάρκεια του οποίου διεξάγονται οι εκλογές. Το ποσοστό της χορηγούμενης κάθε φορά εκλογικής χρηματοδότησης καθορίζεται με απόφαση του Υπουργού Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, ύστερα από πρόταση Διακομματικής Επιτροπής.

Την εκλογική χρηματοδότηση δικαιούνται τα κόμματα και οι συνασπισμοί κομμάτων που εκπροσωπούνται από βουλευτές τους την τελευταία βουλευτική περίοδο πριν τις εκλογές είτε στη Βουλή είτε στην Ευρωβουλή ανάλογα για ποιες εκλογές είναι η χρηματοδότηση. Επίσης τα πολιτικά κόμματα και οι συνασπισμοί κομμάτων, τα οποία έχουν καταρτίσει πλήρεις συνδυασμούς τουλάχιστον στο 70% των εκλογικών περιφερειών της χώρας και συγκεντρώσει αριθμό ψήφων τουλάχιστον ίσο με το 1,5% του συνόλου των έγκυρων ψηφοδελτίων όλης της επικράτειας στις γενικές βουλευτικές εκλογές ή στις Ευρωεκλογές, ανάλογα δηλαδή με τις εκλογές τις οποίες αφορά η χρηματοδότηση.

Η κατανομή της εκλογικής χρηματοδότησης γίνεται με τον εξής τρόπο: α) Το 60% χορηγείται στα κόμματα που εκπροσωπούνταν στη Βουλή ή την Ευρωβουλή (ανάλογα με το είδος των εκλογών) πριν την κήρυξη των εκλογών. Η κατανομή μεταξύ τους γίνεται με βάση τον αριθμό των έγκυρων ψηφοδελτίων που συγκέντρωσαν, κατά περίπτωση, στις προηγούμενες γενικές βουλευτικές εκλογές ή Ευρωεκλογές. β) Το υπόλοιπο 40% χορηγείται στα κόμματα και συνασπισμούς που είχαν καταρτίσει πλήρεις συνδυασμούς στο 70% των εκλογικών περιφερειών της χώρας και συγκέντρωσαν τουλάχιστον το 1,5% του συνόλου των έγκυρων ψηφοδελτίων της χώρας κατά τις προηγούμενες βουλευτικές εκλογές ή της Ευρωεκλογές κατά περίπτωση, με βάση τον αριθμό των έγκυρων ψηφοδελτίων που συγκέντρωσαν. Στην κατανομή όμως αυτού του ποσού συμμετέχουν και τα κόμματα που αναφέραμε προηγουμένως( υπό α). Ο τρόπος κατανομής και των δύο ποσοστών (60% και 40%) καθορίζεται λεπτομερώς στην παρ. 3 του άρθρου 3.

Ως έσοδα των κομμάτων θεωρούνται τα ποσά που συγκεντρώνουν από την κρατική χρηματοδότηση και από άλλες πηγές όπως εισφορές των μελών τους, των φίλων τους, από τους βουλευτές τους, από δωρεές, δάνεια από κάθε άλλη οικονομική δραστηριότητα. Εκλογικές είναι οι δαπάνες των κομμάτων που διατίθενται για τις ανάγκες του εκλογικού αγώνα κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, καθώς και η αξία παροχών και διευκολύνσεων προς το πολιτικό κόμμα ή συνασπισμό κομμάτων, όπως η διάθεση τηλεοπτικού χρόνου, η παραχώρηση της χρήσης ακινήτων και άλλα.

Έσοδα των υποψήφιων βουλευτών για την εφαρμογή των διατάξεων του παρόντος νόμου θεωρούνται τα ποσά που χορηγούνται στους υποψήφιους βουλευτές κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου για τον εκλογικό τους αγώνα. Δαπάνες είναι τα χρήματα που ξοδεύουν οι υποψήφιοι για τον παραπάνω σκοπό και μπορεί να είναι ποσά για : μίσθωση, εξοπλισμό γραφείων, εκλογικών κέντρων, έκδοση και διακίνηση εντύπων, καταχώριση πολιτικών μηνυμάτων στον Τύπο και άλλα παρόμοια όπως και η αξία παροχών και διευκολύνσεων προς τους υποψηφίους βουλευτές (διάθεση τηλεοπτικού χρόνου, παραχώρηση της χρήσης ακινήτων κλπ).

Πρόδηλη είναι η σημασία του άρθρου 7 για την απαγόρευση χρηματοδότησης προς τα κόμματα, τους βουλευτές και τους υποψήφιους βουλευτές από κάποιους συγκεκριμένους «χορηγούς». Τέτοιοι είναι: α) Οι Ο.Τ.Α., β) Ν.Π.Δ.Δ., γ) Δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμούς, δ) Ν.Π.Ι.Δ. και κάθε μορφής επιχειρήσεις στις οποίες μετέχει ή επιχορηγεί το κράτος ή τα παραπάνω υπό α-γ νομικά πρόσωπα, ε) Επιχειρήσεις που κατέχουν άδειες τηλεοπτικών ή ραδιοφωνικών σταθμών ή διατηρούν ή εκμεταλλεύονται τέτοιους σταθμούς, στ) Φυσικά ή νομικά πρόσωπα που εκδίδουν ημερήσια ή περιοδικά έντυπα πανελληνίας ή τοπικής κυκλοφορίας, ζ) Επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος σε διαδικασία διαγωνισμού ή απευθείας ανάθεσης για την ανάληψη έργου ή προμήθειας του Δημοσίου ή των υπό στοιχείων α-δ νομικών προσώπων. Η απαγόρευση για τις επιχειρήσεις αυτές ισχύει επί μια πενταετία από την ολοκλήρωση της τελευταίας διαδικασίας, στην οποία συμμετείχαν. Οι ποινές για τους

παραβάτες και των δύο πλευρών είναι από πρόστιμο τουλάχιστον 10.000.000 δρχ μέχρι φυλάκιση 2 ετών.

Η χρηματοδότηση των κομμάτων και των βουλευτών κατά τη διάρκεια της εκλογικής περιόδου από το ίδιο φυσικό ή νομικό πρόσωπο απαγορεύεται να υπερβαίνει τα 10.000.000 δρχ. όσον αφορά στα κόμματα και το 1.000.000 δρχ για τους υποψήφιους βουλευτές, ενώ προβλέπονται επίσης χρηματικές ποινές τουλάχιστον 5.000.000 δρχ. και με φυλάκιση έως ενός έτους τόσο για τους παραβάτες του νόμου χρηματοδότες όσο και για τους υπευθύνους των κομμάτων και τους βουλευτές που δέχθηκαν την παράνομη χρηματοδότηση.

Πολύ σημαντικό είναι το τρίτο κεφάλαιο του νόμου όπου αναφέρονται και οι απαγορεύσεις κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου. Έτσι, κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου απαγορεύεται τόσο από τα πολιτικά κόμματα όσο και από τους υποψηφίους βουλευτές η ανάρτηση ή επικόλληση αεροπανό, πανό, αφισών και κάθε είδους διαφημιστικού υλικού, εκτός των εκ των προτέρων για αυτούς τους σκοπούς καθορισμένους χώρους. Επίσης απαγορεύεται η προβολή μέσω των κρατικών και ιδιωτικών ραδιοτηλεοπτικών σταθμών πολιτικών μηνυμάτων που υπερβαίνουν σε διάρκεια το χρόνο, ο οποίος καθορίζεται με απόφαση του Υπουργού Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, ύστερα από πρόταση της Διακομματικής Επιτροπής σύμφωνα με την παρ. 4 του άρθρου 30.

Τα άρθρα 11 και 12 θέτουν για πρώτη φορά ανώτατο ύψος των εκλογικών δαπανών τόσο των εκλογικών κομμάτων όσο και των υποψηφίων βουλευτών. Έτσι, το ανώτατο ύψος των εκλογικών δαπανών των κομμάτων ορίζεται στο 40% της τελευταίας κάθε φορά καταβληθείσας, στο σύνολο των κομμάτων, συνολικής τακτικής χρηματοδότησης. Όσον αφορά στο όριο προεκλογικών δαπανών για κάθε βουλευτή, αυτό ορίζεται ξεχωριστά ανάλογα με τον αριθμό των εγγεγραμμένων στους εκλογικούς καταλόγους της περιφέρειας όπου και η υποψηφιότητά του. Για τον καθορισμό του ορίου αυτού ο αριθμός των εγγεγραμμένων εκλογέων σε κάθε εκλογική περιφέρεια πολλαπλασιάζεται κατά κλίμακα ως εξής: Κυμαίνεται από επί 100 δραχμές για αριθμό εκλογέων μέχρι 50.000 και φτάνει μέχρι επί 10 δραχμές για αριθμό εκλογέων από 200.001 και πάνω. Το ανώτατο όριο εκλογικών δαπανών για κάθε εκλογική περιφέρεια προσδιορίζεται με απόφαση του Υπουργού Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, ενώ το ανώτατο επιτρεπόμενο όριο εκλογικών δαπανών για κάθε υποψήφιο βουλευτή καθορίζεται στο ύψος που κάθε φορά ισχύει για τους υποψηφίους βουλευτές της Α' Εκλογικής Περιφέρειας Αθηνών.

Όπως προαναφέραμε το Τέταρτο κεφάλαιο του ν.2429/96 ρυθμίζει τη δημοσιότητα των οικονομικών των πολιτικών κομμάτων και των υποψηφίων βουλευτών και το Πέμπτο Κεφάλαιο τον Έλεγχο της όλης διαδικασίας. Έτσι, τα άρθρα 13-18 καθορίζουν την αρμοδιότητα για τη διαχείριση των οικονομικών των κομμάτων, τη σύνταξη βιβλίου εσόδων – εξόδων, την υποχρέωση έκδοσης απόδειξης είσπραξης για μία σειρά συναλλαγών, την υποχρέωση και τον τρόπο δημοσίευσης του ισολογισμού των κομμάτων, αλλά ακόμα θεσμοθετεί και την υποχρέωση για δημοσιότητα των εκλογικών εσόδων και δαπανών των κομμάτων που δεν λαμβάνουν κρατική χρηματοδότηση, όπως και την υποχρέωση των υποψηφίων βουλευτών να τηρούν κατάσταση εσόδων- δαπανών του προεκλογικού τους αγώνα. Από την άλλη πλευρά, το άρθρο 19 ορίζει τη σύσταση διακομματικής επιτροπής ελέγχου και τη λειτουργία της, ενώ στο έκτο κεφάλαιο και στα άρθρα 21-23 προβλέπονται οι κυρώσεις, διοικητικές και ποινικές, για τις παραβάσεις του νομοθετήματος.

Τέλος, στο άρθρο 33, όπου βρίσκονται οι τελικές διατάξεις του νόμου, προβλέπεται η συγκρότηση Διακομματικής Επιτροπής Εκλογών μέσα σε 3 μέρες από την προκήρυξη των εκλογών της οποίας έργο είναι η υποβολή προτάσεων για την ορθή εφαρμογή των διατάξεων του ν.2429 που αφορούν τους όρους διεξαγωγής του προεκλογικού αγώνα. Στην επιτροπή μετέχουν και κόμματα που, αν και δεν εκπροσωπούσαν στη Βουλή κατά την τελευταία βουλευτική περίοδο, έχουν καταρτίσει συνδυασμούς στο 50% τουλάχιστον των εκλογικών περιφερειών της χώρας. Εξάλλου, στην παρ.5 ορίζεται ότι : «Με κοινή απόφαση των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και Τύπου και μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, η οποία εκδίδεται μετά από γνώμη του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης και πρόταση της Διακομματικής Επιτροπής Εκλογών και δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, ρυθμίζονται οι όροι, οι προϋποθέσεις και ο χρόνος προβολής κατά την εκλογική περίοδο των πολιτικών κομμάτων και συνασπισμών από τα κρατικά και ιδιωτικά ραδιοτηλεοπτικά μέσα. Οι ρυθμίσεις αυτές θεσπίζονται με κριτήριο την αναλογική ισότητα και τη δυνατότητα εξασφάλισης της μετάδοσης των θέσεων και των προγραμμάτων των πολιτικών κομμάτων και συνασπισμών».

## **B. Η ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ - ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

Ο ανταγωνισμός των πολιτικών κομμάτων είναι αναμφιβόλως το δυσχερέστερο πεδίο εφαρμογής και δοκιμασίας της ουδετερότητας της ραδιοτηλεόρασης. Αυτό γίνεται προφανές, αν γίνει δεκτό ότι η ραδιοτηλεόραση οφείλει να συμβάλλει στον δημοκρατικώς αναγκαίο ανταγωνισμό ιδεών και συμφερόντων, επομένως και στον πολιτικό και μάλιστα (στη σύγχρονη πολυκομματική δημοκρατία) πολιτικο-κομματικό ανταγωνισμό. Οι σκοποί αυτοί επιτυγχάνονται με τον συνδυασμό των διαφόρων μορφών ουδετερότητας της ραδιοτηλεόρασης. Εδώ ενδιαφέρει η άμεση συμμετοχή των πολιτικών κομμάτων στο ραδιοτηλεοπτικό πρόγραμμα, επομένως η εφαρμογή της «συμψηφιστικής ουδετερότητας» της ραδιοτηλεόρασης έναντι των πολιτικών κομμάτων. Μετά την επαναφορά της δημοκρατίας την 24<sup>η</sup> Ιουλίου 1974, και ιδίως μετά την περίοδο πριν τις εκλογές της 17<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 1974, η ραδιοφωνία και η τηλεόραση έγιναν προσιτές σε όλα κόμματα. Αλλά κανόνες δεν ετέθησαν, αν και το άρθρο 15 παρ. 2 του Συντάγματος όριζε ότι: «Η Ραδιοφωνία και η Τηλεόρασις τελούν υπό τον άμεσον έλεγχο του Κράτους, σκοπούν δε ες την αντικειμενικήν και επί ίσοις όροις μετάδοσιν πληροφοριών και ειδήσεων...».

### **1) Η ΓΚΡΙΖΑ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΤΟΥ ΚΡΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΟΠΩΛΙΟΥ**

#### **α) Οι εκλογές του 1981**

Η κατάσταση μετά την μεταπολίτευση του 1981 χειροτέρευσε. Η αντιπολίτευση μάλιστα μιλούσε για «φασιστική τηλεόραση». Στις εκλογές, λοιπόν, του 1981 η τηλεόραση - καθώς και το ραδιόφωνο- αν και μπορούσε και έπρεπε να χρησιμοποιηθεί και να αξιοποιηθεί για την ενημέρωση του λαού πάνω στις αρχές, τις θέσεις και τα προγράμματα των κομμάτων που πήραν μέρος στις εκλογές, κάτι τέτοιο δυστυχώς δεν έγινε. Έτσι χάθηκε, συνειδητά και ηθελημένα, μία ευκαιρία για να εθισθούν οι εκλογείς στον διάλογο, στην υπεύθυνη στάθμιση επιχειρημάτων, στη νηφάλια κρίση και σύγκριση αντιπαρατιθέμενων απόψεων- που θα μπορούσαν να εκφραστούν σε τηλεοπτικές συζητήσεις μεταξύ εκπροσώπων των διαφόρων κομμάτων- αντί να δέχονται αποκλειστικά τον καταιγισμό της εύκολης, χωρίς αντίλογο, ρητορείας και της απλουστευτικής ή απλοϊκής συνθηματολογίας.

Για να εκτιμηθεί ο θετικός ρόλος που θα μπορούσε να παίξει η τηλεόραση, αρκεί να σημειώσουμε ότι ένα μεγάλο ποσοστό εκλογέων δεν διάβαζε τότε (όπως και τώρα) καμία εφημερίδα, ενώ οι υπόλοιποι (πολλοί περισσότεροι όμως από σήμερα, καθώς τα πολιτικά πάθη ήταν πολύ πιο τεταμένα) διάβαζαν μόνο μία, με την πολιτική γραμμή της οποίας προκαταβολικά συμφωνούν. Θα κέρδιζε, ασφαλώς, η σκέψη και η κρίση και γενικότερα η πολιτική αγωγή του λαού μας, αν του δινόταν η ευκαιρία να παρακολουθήσει από την τηλεόραση, όχι μονολόγους και ρητορείες, αλλά τεκμηριωμένους διαλόγους και συζητήσεις. Το γεγονός ότι τα πολιτικά κόμματα και ιδίως τα μεγάλα δεν συμφώνησαν για την οργάνωση και μετάδοση ούτε μιας τέτοιας προεκλογικής τηλεοπτικής συζήτησης μεταξύ εκπροσώπων τους, εμβάλλει σε μελαγχολικές σκέψεις για τη στάθμη της πολιτικής ωριμότητας και υπευθυνότητας, αλλά και της δημοκρατικότητας των κομματικών φορέων που κινούνται στο εκλογικό προσκήνιο. Έτσι, η ενημέρωση των ψηφοφόρων από την τηλεόραση περιορίστηκε στις ολιγόλεπτες ομιλίες των ηγετών των κομμάτων και στην ανισομερή αναμετάδοση των αλαλαγμών των κομματικών δημοσίων συναθροίσεων.

#### **β) Η προεκλογική περίοδος των Ευρωεκλογών του 1984**

Η χρησιμοποίηση της τηλεόρασης από τα αντιπολιτευόμενα κόμματα πριν τις εκλογές του Ιουνίου του 1985 και του Ιουνίου του 1984 (Ευρωεκλογές) επετράπη μόνο λίγο πριν τις εκλογές και αρκετό χρόνο μετά την έναρξη της προεκλογικής περιόδου και την μονοπωλιακή εκμετάλλευση της τηλεόρασης από το τότε κυβερνών κόμμα. Για να δείξουμε πιο παραστατικά πώς δρούσαν οι κυβερνήσεις λόγω της ύπαρξης νομοθετικού κενού, θα αναφέρουμε περιληπτικά τι συνέβη κατά την προεκλογική περίοδο των Ευρωεκλογών του 1984, όταν η τηλεόραση άρχισε να διαδραματίζει πλέον ενεργότερο ρόλο στα πολιτικά δρώμενα

της Ελλάδος και όταν απασχόλησε τα ελληνικά δικαστήρια για πρώτη φορά υπόθεση που αφορούσε στην αντικειμενικότητα της Ραδιοτηλεόρασης.

Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο εν όψει εν όψει των εκλογών της 17<sup>ης</sup> Ιουνίου, ετοίμασε μια σειρά διαφωτιστικών τηλεοπτικών «σποτς», για την ενημέρωση των λαών των 10 τότε χωρών της τότε Ε.Ο.Κ. Τα «σποτς» αυτά δεν είχαν καμία σχέση με κομματικές τοποθετήσεις, αλλ' αφορούσαν βασικά θέματα ενδιαφέροντος της Κοινότητας (π.χ. περιβάλλον, ανεργία κ.λ.π.). Η προβολή τους, όμως, που θα άρχιζε στις 15 Μαΐου, απαγορεύτηκε και ο αρμόδιος υπουργός έκανε τις παρακάτω δηλώσεις στις 7/3/84 (Αθηναϊκός Τύπος): «Οι Βρυξέλες δεν μπορούν να μας υπαγορεύσουν τι πρέπει να γίνει στην Ελλάδα για το θέμα αυτό. Ο Ελλ. Λαός έχει δώσει πολλά πρόσφατα δείγματα πολιτικοποίησης και δεν του χρειάζονται διαφημιστικά σποτς για να ευαισθητοποιηθεί... Η ενημέρωση για την Ευρωβουλή στην ελληνική τηλεόραση, θα γίνει με τον τρόπο που θα αποφασίσει η Κυβέρνηση»!... Η περίεργη αυτή κυβερνητική απόφαση δημιούργησε απορίες τόσο στην Ελλάδα, όσο και στους κύκλους του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου.

Στις 23/5/1984 ένα μικρότερο κόμμα, η ΕΔΗΚ, υπέβαλε αίτηση ακύρωσης των αποφάσεων του αρμοδίου Υπουργού Α. Πεπονή για την κατανομή του τηλεοπτικού χρόνου για τα διάφορα κόμματα κατά την προεκλογική περίοδο. Ας δούμε τα γεγονότα που οδήγησαν εκεί.

Με την παραπάνω απόφαση δίνονταν: α) Στα κόμματα της Βουλής (ΠΑΣΟΚ, ΝΔ, ΚΚΕ) μια 12λεπτη τηλεοπτική εμφάνιση αρχηγού ή εκπροσώπου Κι από τρία 50λεπτα για τη μετάδοση 3 ομιλιών σε υπαίθριες κομματικές συγκεντρώσεις. Β) Στα κόμματα της Ευρωβουλής δίνονταν ένα 12λεπτο για μια τηλεοπτική εμφάνιση αρχηγού ή εκπροσώπου και 50 λεπτά για μετάδοση ομιλίας σε υπαίθρια συγκέντρωση. Γ) Στα κόμματα, που δεν εκπροσωπούσαν ούτε στη Βουλή ούτε στο Ευρωκοινοβούλιο, αλλά πήραν μέρος στις προηγούμενες εκλογές με 100 τουλάχιστον υποψηφίους, δόθηκε από ένα 12λεπτο για τηλεοπτική εμφάνιση αρχηγού ή εκπροσώπου. Δ) Τέλος, για τα κόμματα που δεν ανήκαν στις 3 παραπάνω κατηγορίες, απαγορεύτηκε η εμφάνιση από την τηλεόραση. Η απόφαση αυτή κατακρίθηκε από όλες τις παρατάξεις ως αντισυνταγματική και αντιδημοκρατική.

Η κυβέρνηση, όμως, έμεινε ανένδοτη στις απόψεις της. Το μόνο που έκανε, ήταν ότι αύξησε το 12λεπτο σε 15' για τις 3 κατηγορίες των κομμάτων και τα 50λεπτα των υπαίθριων εκλογικών συγκεντρώσεων σε μια ώρα. Σε μια Τρίτη απόφαση, αύξησε για τα κόμματα της Βουλής το χρόνο των 3 συγκεντρώσεων σε απεριόριστο, ενώ σε μια τέταρτη αναθεώρηση της αρχικής απόφασης, έδωσε και στα άλλα κόμματα νέο χρόνο για υπαίθριες συγκεντρώσεις!

Αντιδρώντας στην παραπάνω απόφαση η ΕΣΠΕ του Στ. Παναγούλη, αποφάσισε να ιδρύσει πειρατικό σταθμό για μπορέσει να μεταδώσει τις απόψεις της. Η κυβέρνηση τον απαγόρευσε και το βράδυ της 24/5 η Αστυνομία, με συνοδεία Εισαγγελέα, μπήκε στο σπίτι του Παναγούλη και κατέσχεσε τα μηχανήματα. Επίσης, το ΚΚΕ εσ., μη βρίσκοντας ικανοποιητικό το χρόνο που του παραχωρήθηκε, επιχείρησε να ιδρύσει δικό του ραδιοφωνικό σταθμό, ο οποίος όμως με επέμβαση του Εισαγγελέα έκλεισε μετά 90' λειτουργίας, στις 5/6/84. Η ΕΔΗΚ, όπως είπαμε, υπέβαλε αίτηση ακύρωσης των αποφάσεων Πεπονή στο ΣΤΕ.

Το Συμβούλιο Της Επικρατείας απέρριψε την αίτηση ακύρωσης με την υπ' αριθμό απόφαση 2423/1984. Συγκεκριμένα η απόφαση αναφέρει ότι από τη νομοθεσία και το Σύνταγμα: «... προκύπτει ότι σε περίπτωση που το κράτος παρέχει στα πολιτικά κόμματα τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν τη Ραδιοφωνία ή την Τηλεόραση προς μετάδοση προεκλογικών δραστηριοτήτων των, για την ευρύτερη ενημέρωση των ψηφοφόρων, οφείλει κατ' αρχήν να ρυθμίζει την παραχώρηση αυτή με ίσους, για όλα τα κόμματα, όρους. Δεν αποκλείουν όμως οι διατάξεις αυτές και τη διαφοροποίηση της ρυθμίσεως αυτής, εφ' όσον τα κόμματα τελούν υπό διαφορετικές συνθήκες ή και γενικότερα, συντρέχουν ιδιαίτεροι, κατά περίπτωση, λόγοι, που δικαιολογούν τη διαφορετική, αλλά με αντικειμενικά πάντως, κριτήρια, μεταχείριση των κομμάτων στη χρήση των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών μέσων... Αλλά με την ευνοϊκότερη μεταχείριση των εκπροσωπούμενων στη Βουλή κομμάτων δεν παραβιάζεται η παραπάνω συνταγματική αρχή της ίσης μεταχειρίσεως όλων γενικά των πολιτικών κομμάτων ούτε και η ειδικότερη απαίτηση του Συντάγματος για την «επί ίσοις όροις» χρήση για μεταδόσεις και μάλιστα όταν αφορούν σε εκδηλώσεις των αυτών του Ραδιοφώνου και της Τηλεοράσεως, διότι η ευνοϊκότερη αυτή μεταχείριση παρίσταται δικαιολογημένη και συνεπώς επιτρεπτή, κατά τα προεκτεθέντα, εφ' όσον στηρίζεται στη συνδρομή ιδιαίτερων και αντικειμενικών δεδομένων αναγομένων στην κοινοβουλευτική εκπροσώπηση των κομμάτων, η οποία αποτελεί, από τη φύση της, κριτήριο νόμιμο για τέτοια ρύθμιση και επαρκές προκειμένου μάλιστα για την εκλογή αντιπροσώπων στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, στην οποία όλη η χώρα αποτελεί ενιαία εκλογική

περιφέρεια, και δοθέντος πάντως ότι με την γενικότερη ρύθμιση της προσβαλλόμενης πράξεως παρέχεται δυνατότητα τηλεοπτικής προβολής και των άλλων κομμάτων δια των ομιλιών του αρχηγού ή εκπροσώπων των ίσο για όλα γενικά α κόμματα χρόνο. Κατά τη γνώμη όμως δύο μελών του δικαστηρίου, το κριτήριο αυτό, χρησιμοποιούμενο αποκλειστικώς δεν δικαιολογεί απόκλιση από της αρχής της ισότητας και αντίκειται στις διατάξεις που καθιερώνουν την κατά περιόδους διενέργεια των εκλογών για την ανανέωση της λαϊκής εκπροσωπήσεως και στην ελληνική κοινοβουλευτική παράδοση, κατά την οποία και νεοπαγή πολιτικά κόμματα απέκτησαν επανειλημμένως την πλειοψηφία».

Η παραπάνω απόφαση, αν και μας βάζει σε σκέψεις ως προς την ορθότητά της, περιέχει ωστόσο πολύ σημαντικές διαπιστώσεις και επιχειρήματα που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν σε τόσες άλλες περιπτώσεις, ιδίως τα τελευταία χρόνια, όπου κάθε τυχάρπαστος ιδρύει ένα κόμμα και απαιτεί τηλεοπτική παρουσία και σοβαρή προσοχή. Το ότι το τότε άρθρο 15 παρ.2 του Συντάγματος αναγνώριζε έννομη αξίωση των πολιτικών κομμάτων για ίση «ραδιοτηλεοπτική μεταχείριση» δεν σημαίνει ότι η ισότητα αυτή πρέπει να είναι απόλυτη. Τα κριτήρια της αρχής της ισότητας των πολιτικών κομμάτων στο εκλογικό ή κοινοβουλευτικό δίκαιο δεν είναι τα ίδια με εκείνα των κομματικών εκπομπών στην ραδιοτηλεόραση ή της κρατικής οικονομικής ενισχύσεως των κομμάτων. Ακριβώς όπως η γενική αρχή της ισότητας επιτάσσει ίση μεταχείριση υπό ίσες προϋποθέσεις και επομένως άνιση μεταχείριση υπό άνισες προϋποθέσεις έτσι και η αρχή της ίσης μεταχειρίσεως των πολιτικών κομμάτων. Το πρόβλημα όμως δυσχεραίνεται από δύο παράγοντες.

Πρώτον, ανήκει στην ουσία της δημοκρατίας, ότι πρέπει να τηρείται πάντοτε ανοικτή η οδός στην (μικρή έστω) μειοψηφία, δηλαδή στην αντιπολίτευση, να γίνει μια ημέρα πλειοψηφία (και επομένως κυβέρνηση). Κατ' ακολουθία του συλλογισμού αυτού, θα όφειλε και η ελάχιστη μειοψηφία και το ασθενέστερο κόμμα να απολαύουν τις ίδιες δυνατότητες ανταγωνισμού γενικά και ειδικότερα δια της ραδιοτηλεοράσεως.

Δεύτερον, από τις εκλογές σε μια κοινοβουλευτική δημοκρατία πρέπει να προκύπτει βουλή, που όχι μόνο ν' αντικατοπτρίζει πιστώς τις διάφορες απόψεις του εκλογικού σώματος, αλλά και να είναι σε θέση να προσφέρει κυβέρνηση ικανή προς δράση. Με τα σκέψη αυτή δικαιολογούνται διάφορες περιοριστικές ρήτρες των εκλογικών νόμων, που αποσκοπούν την αποτροπή του κομματικού κατατεμαχισμού της βουλής και τη συνεπαγόμενη κυβερνητική αστάθεια. Με τον ίδιο συλλογισμό θα μπορούσε να δικαιολογηθεί και η προνομιακή ραδιοτηλεοπτική μεταχείριση των μεγάλων κομμάτων ως «παραγόντων πολιτικής σταθερότητας» και αποκλεισμός νέων ή μικρών κομμάτων.

Οι ανωτέρω δυο συλλογισμοί πρέπει όμως να συνδυασθούν για να εξασφαλιστεί η γνησιότητα όσο και η αποδοτικότητα. Αυτό είναι δυνατό, αν θεωρηθούν ότι ορίζουν τα άκρα όρια πέρα από τα οποία η δημοκρατία ή δεν είναι πια γνήσια ή παύει να είναι αποδοτική. Αφενός δεν επιτρέπεται ο πλήρης αποκλεισμός από τον πολιτικό ανταγωνισμό δια της ραδιοτηλεοράσεως των μικρών νέων κομμάτων. Η διαφοροποίηση δηλαδή μεταξύ των διάφορων κομμάτων δεν μπορεί να στηρίζεται μόνο στην ήδη υφιστάμενη κοινοβουλευτική δύναμη, γιατί έτσι θα διαιωνιζόταν το κομματικό status quo και θα νοθευόταν η δημοκρατία. Πρέπει δηλαδή επιπλέον να ληφθεί υπόψη και η «ηλικία», το αδιάκοπο, ο αριθμός των μελών, η έκταση και η δομή του οργανωτικού δικτύου και άλλα, αν και η διαφοροποίηση δεν επιτρέπεται να φθάσει σε βαθμό που διακινδυνεύει σοβαρά τον βασικώς ελεύθερο ανταγωνισμό όλων των κομμάτων που συμμετέχουν ή συμμετέχουν μόνο σε ελάχιστο βαθμό στις εκλογές. Πάντως κόμματα σαν την ΕΔΗΚ με ιστορία και ιστορικά στελέχη δε νομίζω να άξιζαν της μεταχείρισης των μόνο 15 λεπτών τηλεοπτικής παρουσίας.

Αφετέρου όμως δεν απαγορεύεται ούτε ο αποκλεισμός από τον πολιτικό ανταγωνισμό δια της ραδιοτηλεοράσεως ασήμαντων ή μη σοβαρών πολιτικών ομάδων ή ο αποκλεισμός από τις προεκλογικές πολιτικές εκπομπές κομμάτων που δεν συμμετέχουν ή συμμετέχουν μόνο σε ελάχιστο βαθμό στις εκλογές. Ούτε μια σχετικώς πλεονεκτική μεταχείριση των παλαιών, αναγνωρισμένων και δοκιμασμένων κομμάτων. Άλλωστε σ' αυτό συνηγορεί και η υποχρέωση της ραδιοτηλεοράσεως να πληροφορεί τους ακροατές της αντικειμενικά για την κατανομή των δυνάμεων μεταξύ των σημαντικών πολιτικών (καθώς άλλωστε και κοσμοθεωριακών και κοινωνικών) ομάδων και να καταρτίζει το (χρονικώς κατ' ανάγκην περιορισμένο) πρόγραμμα της σύμφωνα με τα πιο έντονα ενδιαφέροντα των μάλλον αξιόλογων ομάδων του κοινού.

**γ) Ο νόμος 1730/1987 και ο 1866/1989- ΣτΕ 930/90 (ΟΛ.).**

Ο νόμος 1730/1987 ήταν πολύ διεξοδικότερος στη διατύπωση των γενικών αρχών που διέπουν τη ραδιοτηλεόραση από ό,τι ο προϊσχύσας νόμος 230/1975. Δώδεκα χρόνια χρειάστηκε ο νομοθέτης για να μπορέσει να θέσει ένα νόμο ο οποίος να μπορεί να ανταποκρίνεται σε ανεκτό σημείο στις ανάγκες ενός αντικείμενο το οποίο κάθε χρόνο ή και κάθε στιγμή έκανε άλματα προόδου και διεισδύσε ολοκληρωτικά και ανεξέλεγκτα στην ελληνική κοινωνία και πολιτική πραγματικότητα. Ανάμεσα σε άλλα θέματα ρύθμιζε την παρουσίαση από το τηλεοπτικό δίκτυο της πολιτικής ζωής της χώρας. Ο νόμος αναφερόταν αφενός στη δραστηριότητα της Βουλής και αφετέρου στον προεκλογικό αγώνα. Ο χρόνος παρουσιάσεως της δραστηριότητας της Βουλής κατανέμεται μεταξύ των κομμάτων κατ' αναλογία της κοινοβουλευτικής τους εκπροσωπήσεως. Μόνο κατά την παρουσίαση του κοινοβουλευτικού ελέγχου κατανέμεται ο χρόνος ισομερώς ανάμεσα στους ελέγχοντες και τους ελεγχόμενους. Ο νόμος προβλέπει επίσης «την πλήρη και αντικειμενική παρουσίαση του προεκλογικού αγώνα των κομμάτων από το ραδιοτηλεοπτικό δίκτυο κατά τις βουλευτικές εκπομπές». Στην κατανομή του χρόνου λαμβάνεται υπ' όψη και (δηλαδή όχι αποκλειστικά) η αναλογία εκπροσωπήσεως των κομμάτων στη διαλυθείσα Βουλή.

Κατά το νόμο η ραδιοτηλεοπτική κάλυψη αφορούσε μόνο τη Βουλή και τις βουλευτικές (όχι τις δημοτικές) εκλογές (και όχι το δημοψήφισμα). Δεν αναφερόταν στην εξωκοινοβουλευτική δραστηριότητα των κομμάτων. Προπάντων (εκτός από τη γενική επιταγή της αντικειμενικότητας πληρότητας και επικαιρότητας της πληροφόρησης) ο 1730/87 δεν περιείχε διατάξεις για τις ειδήσεογραφικές εκπομπές. Ακριβώς όμως κατά τη σύνταξη και διατύπωση των ειδήσεων παραβιάζονταν καθημερινά οι επιταγές του άρθρου 15 παρ.2 του Συντάγματος.

Πιο συγκεκριμένα ο νόμος ανέφερε σχετικά με το θέμα μας που είναι η προεκλογική περίοδος: άρθρο 3 παρ.2 «Οι ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές διέπονται από τις αρχές: α. της αντικειμενικότητας, πληρότητας και επικαιρότητας της πληροφόρησης». Επίσης στο ίδιο άρθρο στην παρ. 5: «Η ΕΡΤ-ΑΕ καταβάλλει ιδιαίτερη μέριμνα για την πλήρη και αντικειμενική παρουσίαση του προεκλογικού αγώνα των κομμάτων από το ραδιοτηλεοπτικό δίκτυο κατά τις βουλευτικές εκλογές. Στην κατανομή του χρόνου λαμβάνεται υπόψη και η αναλογία της εκπροσώπησης των κομμάτων στη Βουλή που διαλύθηκε». Ιδιαίτερη σημασία έχει το άρθρο 9 όπου ρυθμίζεται η ίδρυση, η σύνθεση και η λειτουργία του Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου. Μάλιστα στην παρ. 5 μάλιστα ορίζεται ότι: «Στις προεκλογικές περιόδους το Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο παρακολουθεί την παρουσίαση του εκλογικού αγώνα από τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα. Το Συμβούλιο μπορεί να προτείνει στον Υπουργό Προεδρίας της Κυβέρνησης αναστολή της μετάδοσης έως και την ημέρα των εκλογών, ενημερωτικών ή άλλων εκπομπών που μπορούν να επηρεάσουν άμεσα ή έμμεσα τον προεκλογικό αγώνα».

Ο νόμος υπ' αριθμ. 1866/1989 τροποποίησε εν μέρει τον 1730/1987 και στο πρώτο άρθρο του, στην πρώτη παράγραφο, ίδρυσε το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης. Στο άρθρο 3 παρ. 2 ορίζεται η αρμοδιότητα του ΕΣΡ να: «...εκδίδει κώδικες δεοντολογίας δημοσιογραφικής, προγραμμάτων και διαφημίσεων, που δημοσιεύονται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως...». Εξάλλου ασκεί σύμφωνα με την παρ. 9 του άρθρου 3 τις αρμοδιότητες του ραδιοτηλεοπτικού συμβουλίου του άρθρου 9 του ν.1730/1987 (την πιο ενδιαφέρουσα για μας αναφέραμε παραπάνω), το οποίο και καταργεί. Στην παραπάνω νομοθετική εξουσιοδότηση στηρίχθηκαν οι κανονισμοί 1,2,3 και 4/1991 του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεοράσεως για την δημοσιογραφική δεοντολογία στην ραδιοτηλεόραση, την δεοντολογία ραδιοτηλεοπτικών προγραμμάτων, την δεοντολογία ραδιοτηλεοπτικών διαφημίσεων και την διαδικασία υποβολής και εξετάσεως παραπόνων. Πρόκειται για την κατά το άρθρο 43 παρ.2 εδ.2 του Συντάγματος 1975/1986 εξουσιοδότηση προς έκδοση κανονιστικών πράξεων «υπό ετέρων οργάνων της διοικήσεως» (εκτός δηλαδή του Προέδρου της Δημοκρατίας), η οποία «επιτρέπεται προκειμένου περί ρυθμίσεως ειδικότερων θεμάτων ή θεμάτων τοπικού ενδιαφέροντος ή τεχνικού ή λεπτομερειακού χαρακτήρος». Στη συγκεκριμένη περίπτωση επρόκειτο για «ειδικότερα θέματα», η ρύθμιση των οποίων μπορεί να ανατεθεί σε άλλα εκτός του Προέδρου της Δημοκρατίας όργανα της διοικήσεως, και μάλιστα σε ειδικά επί τούτο συνεστημένα συλλογικά όργανα που διαθέτουν τις κατάλληλες γνώσεις και πείρα.

Όλα αυτά δεν ενδιαφέρουν ιδιαίτερα εκ πρώτης όψεως το εξεταζόμενο ζήτημα που είναι ο προεκλογικός αγώνας των κομμάτων. Στις εκλογές μάλιστα του Ιουνίου και Νοεμβρίου 1989 και του Απριλίου 1990 παραχωρήθηκε εκτενής τηλεοπτικός χρόνος στα πολιτικά κόμματα. Στις εκλογές του Νοεμβρίου 1989 και Απριλίου 1990 παραχωρήθηκε ίσος τηλεοπτικός χρόνος και στα τρία κύρια κόμματα (ΝΔ, ΠΑΣΟΚ και Συνασπισμός της Αριστεράς και της Προόδου), βάσει συμφωνιών μεταξύ των κομμάτων. Όμως το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης είχε εκδώσει στηριζόμενο στην παραπάνω εξουσιοδότηση και τις αρμοδιότητες που του δίνει ο νόμος και τον κανονισμό 2/1990 για την τηλεοπτική κάλυψη της προεκλογικής περιόδου. Το Συμβούλιο της Επικρατείας ακύρωσε αυτόν τον κανονισμό με την απόφαση ΣτΕ 930/90 (Ολ.). Ο πυρήνας της αιτιολογίας της απόφασης ήταν ότι: «μόνη επιτρεπτή διαδικασία ρύθμισης του γενικού και μεγάλης σημασίας αυτού θέματος είναι, βάσει του



άρθρου 43 παρ.2 του Συντάγματος, η «έκδοση κανονιστικού διατάγματος ύστερα από πρόταση του αρμοδίου υπουργού και με βάση ειδική εξουσιοδότηση νόμου και μέσα στα όριά της». Έτσι, με το Συμβούλιο της Επικρατείας να εξαντλεί την αυστηρότητά του και να μειώνει την ανεξαρτησία του ΕΣΡ δεχόμενο την αίτηση ακύρωσης της ΔΗ.ΑΝΑ επανήλθαμε στην κατάσταση της πλήρους ελλείψεως κανόνων. Εξάλλου, ο νόμος 2328/1995 για το νομικό καθεστώς της ιδιωτικής τηλεόρασης κ.α. δεν προσέθεσε και πολλά στο θέμα μας, παρά μόνο μια γενικόλογη διάταξη στην παρ.22 του άρθρου 3 σύμφωνα με την οποία: «Οι τηλεοπτικοί σταθμοί, στη συνολική διάρθρωση του προγράμματος και ιδίως των ειδησεογραφικών τους εκπομπών και των εκπομπών πολιτικού διαλόγου, έχουν την υποχρέωση να διασφαλίζουν την πολιτική πολυφωνία και την παρουσίαση των απόψεων των πολιτικών κομμάτων, που εκπροσωπούνται στη Βουλή και στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, για κάθε ζήτημα που καθίσταται αντικείμενο πολιτικής αντιδικίας».

## **II) ΟΙ «ΜΟΝΤΕΡΝΟΙ ΚΑΙΡΟΙ» ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

### **α) Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΤΑ ΝΕΑ ΗΘΗ ΤΗΣ ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ**

Εδώ και μία περίπου δεκαετία, μετά την ιδιότυπη απορύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου, η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα γνωρίζει μία πρωτοφανή και έντονη μεταλλαγή. Οι σχέσεις των πολιτικών με το εκλογικό σώμα διαμεσολαβούνται ολοένα και περισσότερο από την τηλεοπτική εικόνα, έτσι ώστε κατά την περίοδο αυτή να παρατηρείται:

- α) ενίσχυση της συμβολικής εξουσίας και της πολιτικής δύναμης της τηλεόρασης ως Μέσου και ως θεσμού του πολιτικού συστήματος της χώρας,
- β) κατακόρυφη αύξησή της, κατά κανόνα αρνητικής, τηλεοπτικής πολιτικής διαφήμισης,
- γ) επαναλαμβανόμενη παρουσία των τηλεγενών πολιτικών στις οθόνες των ιδιωτικών αλλά και των δημόσιων καναλιών,
- δ) ενδυνάμωση του ρόλου των συμβούλων πολιτικής επικοινωνίας και του επαγγελματικού πολιτικού μάρκετινγκ στη χάραξη της στρατηγικής των κομμάτων, με αποτέλεσμα την αναδιάταξη του εσωτερικού συσχετισμού των δυνάμεών τους,
- ε) αναβάθμιση της λειτουργίας των εταιρειών δημοσκοπήσεων, οι οποίες σε συνεργασία με τα ΜΜΕ ασκούν πλέον σαφή πολιτική επιρροή και συνιστούν *de facto* παράγοντα του πολιτικού συστήματος της χώρας,
- στ) προϊούσα συγχώνευση του κυβερνάν με την προετοιμασία για εκλογές, με την έννοια ότι, υπό το βάρος της διαρκούς ορατότητας, τα κόμματα εξουσίας και οι κυβερνήσεις δρουν σαν να βρίσκονται σε μια διαρκή προεκλογική περίοδο.

Φυσικά, δεν έχουν εξαιρεθεί οι παραδοσιακές πρακτικές πολιτικής επικοινωνίας αφενός μεν μεταξύ των πολιτικών και ψηφοφόρων, αφετέρου δε μεταξύ των μελών του προσωπικού. Οι σημειωθείσες όμως εξελίξεις τις έχουν υπερκεράσει σημαντικά στο βαθμό μάλιστα που αυξάνει το ποσοστό των αναποφάσιστων και κυμαινόμενων ψηφοφόρων, τους οποίους τα πολυσυλλεκτικά κόμματα θεωρούν ότι μπορούν καλύτερα να ελκύσουν με την τηλεόραση. Ως γνωστόν, όλα αυτά έχουν περιγραφεί ως «τηλεκρατία», «τηλεπολιτική», «τηλεοπτική δημοκρατία» και «εξαμερικανισμός της πολιτικής»- παρά την κάποια υπερβολή στην υποσήμανση, οι περιγραφικοί αυτοί όροι εκφράζουν τον ανεπιστρέπτως μεσοποιημένο χαρακτήρα της εκλογικής αντιπαράθεσης και την προϊούσα οπτικοποίηση του πολιτικού λόγου. Επίσης, εκτός από την αλλαγή στο μεταξύ τους διαγκωνισμό για μεγαλύτερη ορατότητα και διαχείριση των εντυπώσεων, οι όροι αυτοί φανερώνουν ταυτόχρονα και τη σχέση ανταγωνιστικής συμβίωσης που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των περισσότερων πολιτικών και της τηλεόρασης (αλλά και των άλλων Μέσων).

Τα 5 τελευταία χρόνια, μάλιστα, στη σχέση αυτή αρχίζει να παρεμβάλλεται ένας τρίτος παράγοντας, το ειδικό βάρος του οποίου φαίνεται ότι θα μεγαλώσει στο μέλλον. Πρόκειται για το διαδίκτυο, το οποίο λόγω «γραμματικής» του (διαδραστικότητα, εξατομικευμένη χρήση, ταχύτητα επεξεργασίας της πληροφορίας κ.λ.π.) επιτρέπει τη μετατόπιση από το μοντέλο της μαζικής (broadcasting) στο μοντέλο της εξειδικευμένης (έως και εξατομικευμένης) πολιτικής ενημέρωσης (narrowcasting). Με την παράκαμψη των δημοσιογράφων και τη σταδιακή απομαζικοποίηση της πολιτικής επικοινωνίας, η τριμερής σχέση πολιτικών-Μέσων-κοινού λαμβάνει νέες και συχνά απρόβλεπτες μορφές, το μέλλον των οποίων είναι για την ώρα ανοικτό μια και: α) η όλη διαδικασία βρίσκεται στα πρώτα της στάδια και β) η πολιτική χρήση του διαδικτύου στη Ελλάδα είναι περιορισμένη. Ίσως σε λίγα χρόνια

από τώρα την «τηλεκρατία» αρχίζει να διαδέχεται η «ψηφιακή δημοκρατία», με τις οποίες προσκλήσεις και τα δέλεαρ που συνεπτάγεται.

## 1) ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΕΚΛΟΓΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1990-2000

Η τηλεόραση στη δημόσια επικοινωνία των πολιτικών κομμάτων «θεσμοθετείται» από τις βουλευτικές εκλογές του 1993, αποτελεί δε πρωταγωνιστικό παράγοντα τόσο στις εκλογές του 1996, όσο και του 2000. Στις προεκλογικές εκείνες αναμετρήσεις, αδιαφιλονίκητος νικητής ήταν η τηλεόραση, καθώς γύρω από αυτήν ή μέσα από τη μικρή οθόνη κινήθηκαν σχεδόν τα πάντα: πολιτικοί, κόμματα, συγκεντρώσεις, συνέδρια, διαφημίσεις και δημοσκοπήσεις. Το σασπένς των εκλογικών αποτελεσμάτων της 9<sup>ης</sup> Απριλίου 2000 ήρθε να επιβεβαιώσει την τηλεοπτική ηγεμονία στη σύγχρονη πολιτική επικοινωνία της χώρας μας. Η τηλεόραση απέδειξε για μια ακόμη φορά ότι είναι το κοινό πεδίο αναφοράς μας, ένα σύστημα που «επικοινωνεί» κάτι ταυτόχρονα σε όλους τους τύπους ανθρώπων.

Η τηλεόραση ως σύστημα κοινών εμπειριών τείνει να συμπεριλαμβάνει πολλές πτυχές της κοινωνίας μας, καθώς είναι ένα Μέσο που έχει τη δυνατότητα να «ξετυλίγεται» σε όλη τη διάρκεια του εικοσιτετραώρου. Τηλεοπτικοί αστέρες μοιράζονται τα ερτζιανά με αθλητές. Ηθοποιοί, επιστήμονες, πολιτικοί εμφανίζονται στις εκπομπές λόγου. Ηθοποιοί και δημοσιογράφοι ανταγωνίζονται για τα ποσοστά τηλεθέασης. Κι όλα ανακυκλώνονται με νέο περιτύλιγμα είτε πρόκειται για ενημέρωση ή ψυχαγωγία. Έτσι, δεν είναι τυχαίο ότι πολιτικοί, δημοσιογράφοι και ηθοποιοί προβεβλημένοι από την τηλεόραση είναι εκείνοι που «σάρωσαν» στην αποκαλούμενη «σταυροφορία» των βουλευτών στις εκλογές του 2000.

Έτι περαιτέρω, τόσο στις βουλευτικές εκλογές ντου 1996, όσο και σε αυτές του 2000, καταγράφεται μια παρατεταμένη συζήτηση γύρω από την κατανομή του χρόνου παρουσίασης των κομμάτων και των πολιτικών στα κανάλια, καθώς οι εκπρόσωποι κυρίως των μικρών κομμάτων ζητούσαν «ζώνες εκλογών» με πλαφόν χρόνου, στις οποίες θα εντάσσονταν τα πάντα- τα «παράθυρα» των ειδήσεων, οι διαφημίσεις των κομμάτων, οι συγκεντρώσεις, αλλά και οι πολιτικές εκπομπές συζητήσεων σε όλα τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα (ιδιωτικά και κρατικά) κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου. Μάλιστα, από τις εκλογές του 1996 με υπουργική απόφαση ορίστηκε επακριβώς ο χρόνος προβολής των κομμάτων στα ιδιωτικά και τα κρατικά κανάλια. Μια από τις ρυθμίσεις ήταν ότι δεν επιτράπηκε η δημοσίευση των γκάλοπ το τελευταίο δεκαήμερο των εκλογών, μία άλλη ήταν ότι τα κανάλια έπρεπε να διαθέσουν δωρεάν ένα πεντάλεπτο στα πολιτικά κόμματα της Βουλής και της Ευρωβουλής, ενώ η ΕΡΤ όφειλε να μεταδώσει από μια προεκλογική συγκέντρωση καθενός κόμματος και μία συνέντευξη εξήντα λεπτών για καθέναν από τους αρχηγούς των κομμάτων, την οποία θα διέθετε δωρεάν στα ιδιωτικά κανάλια. Όσον αφορά τα δελτία ειδήσεων και τις πολιτικές εκπομπές, τα ιδιωτικά κανάλια όφειλαν να προσφέρουν χρόνο για την αναλογική συμμετοχή εκπροσώπων και των άλλων κομμάτων εκτός του ΠΑΣΟΚ και της ΝΔ.

Στις εκλογές του 2000, με νόμο που συνοδεύτηκε από Κανονιστική Πράξη αποφασίστηκε: (1) Τα κόμματα να προτείνουν τους υποψήφιους βουλευτές που θα συμμετείχαν στα τηλεοπτικά πάνελ, (2) αναστάθηκαν 40 μέρες πριν τις εκλογές οι εκπομπές υποψήφιων βουλευτών σε ραδιόφωνο και τηλεόραση, (3) ρυθμίστηκαν θέματα έμμεσης πολιτικής διαφήμισης, σχετικά με τις αναφορές δημοσιογράφων σε υποψήφιους βουλευτές, εμφανίσεις υποψήφιων βουλευτών σε μη πολιτικές τηλεοπτικές συζητήσεις και στα «παράθυρα» των ειδήσεων κ.ά. Ωστόσο, σε αντίθεση με το 1996, τα κανάλια στις βουλευτικές του 2000, αφιέρωσαν σαφώς μικρότερο χρόνο για εκπομπές πολιτικού περιεχομένου. Βέβαια, όπως και στις εκλογές του 1996, έτσι και σε αυτές του 2000, τα κανάλια στις ώρες υψηλής τηλεθέασης προέβαλλαν τους ίδιους γνωστούς τηλεοπτικούς πολιτικούς και κυρίως αυτούς των δύο μεγάλων κομμάτων. Παραγκώνισαν έτσι τους υπόλοιπους, αφού τους προέβαλλαν σε ώρες χαμηλότερης τηλεθέασης.

Ήδη από τις εκλογές του 1993 καταγράφεται μία αγωνιώδης προσπάθεια πολλών πολιτικών να βρεθούν μπροστά στις τηλεοπτικές κάμερες. Ενδεικτικός είναι ο «αγώνας δρόμου» για να προβληθούν στα κανάλια, ο οποίος είχε ξεκινήσει από την ημέρα των εκλογικών αποτελεσμάτων των δημοτικών εκλογών του 1995 και τελικά πήρε μια νέα διάσταση: παρατηρήσαμε γνωστούς πολιτικούς να συμμετέχουν στα λεγόμενα «ελαφρά σόου», να παίζουν και να τραγουδούν, να δίνουν περισσότερο ανάλαφρες συνεντεύξεις όχι σε πολιτικούς συντάκτες αλλά σε παρουσιαστές των ψυχαγωγικών εκπομπών, προφανώς σε μια προσπάθειά τους να δείξουν ότι δεν μιλούν την «ξύλινη γλώσσα» για την οποία τους κατηγορούν, αλλά και σε μια απόπειρα να διατηρήσουν ή να ενισχύσουν τη δημοτικότητά τους. Κάτι τέτοιο όμως έχει συχνά ακριβώς το αντίθετο από το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα.

Μπορούμε να πούμε ότι η τηλεοπτική πολιτική διαφήμιση, οι πολιτικές αναμετρήσεις και οι συναφείς εκπομπές, ακόμη και οι μεταλλαγμένες πολιτικές συγκεντρώσεις ανοικτού και κλειστού τύπου χώρου, που καταγράφουμε από τις εκλογές του 1993 στην Ελλάδα, διαδραματίζουν πολύ μεγαλύτερο ρόλο απ' ό,τι οι συμβατικές προεκλογικές πρακτικές. Σε όρους διαφημιστικής δαπάνης, η τηλεόραση «απορροφά» περίπου το 80% της προεκλογικής δαπάνης των κομμάτων. Η προσωπική απήχηση του κάθε πολιτικού καταγράφεται πλέον στα ποσοστά τηλεθέασης, ενώ τα κανάλια σταδιακά αυξάνουν τις «ξεχασμένες» ή εξοστρακισμένες σε χαμηλής ζώνης τηλεθέασης πολιτικές τους εκπομπές. Επιδιώκοντας το αμφίρροπο και το «σασπένς» των αναμετρήσεων, τα κανάλια επικεντρώνονται στους δύο βασικούς διεκδικητές της εξουσίας και στην «πρόθεση ψήφου» των σφυγμομετρήσεων. Αντίθετα, η κάλυψη των μικρότερων κομμάτων σταδιακά μειώνεται όσο η προεκλογική εκστρατεία πλησιάζει προς το τέλος της.

## **2) ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΟΛΙΤΙΚΑ DEBATE**

Ένα νέο προεκλογικό τηλεοπτικό φαινόμενο για την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια είναι οι τηλεοπτικές αναμετρήσεις των αρχηγών των δύο μεγάλων κομμάτων. Τόσο στις εκλογές του 1996 όσο και σε αυτές του 2000 αμφότερες οι τηλεοπτικές αναμετρήσεις αποτέλεσαν το τηλεοπτικό γεγονός όχι μόνον των αντίστοιχων προεκλογικών αναμετρήσεων, αλλά και της αντίστοιχης τηλεοπτικής χρονιάς. Συγκρίνοντας τα ποσοστά τηλεθέασης της AGB Hellas, ανάμεσα στις αναμετρήσεις του 2000 και του 1996, βλέπει κανείς ότι η αναμέτρηση του 2000 προσέλαυσε υψηλότερα ποσοστά από εκείνη του 1996 (41% έναντι 35,8%) στα άτομα άνω των 15 ετών. Αυτή η αύξηση της τάξης του 12% δείχνει ότι η πολιτική αναμέτρηση του 2000 όχι μόνον προκάλεσε μεγαλύτερο ενδιαφέρον στο κοινό, αλλά και ότι, όπως έδειξαν τα αποτελέσματα και οι δημοσκοπήσεις των εκλογών του 2000, υπήρχαν περισσότεροι αναποφάσιστοι σε σχέση με τις εκλογές του 1996.

Μετά το πέρας της αντιπαράθεσης σχεδόν όλα τα κανάλια είχαν προετοιμάσει συναφείς εκπομπές για να κρένουν την απόδοση των αρχηγών, πράγμα που μπορεί και να εκληφθεί, όπως συμβαίνει παντού, και ως προσπάθεια να μετριαστούν οι εντυπώσεις ή και να προσανατολιστεί το κοινό. Σε κάθε περίπτωση, οι αναμετρήσεις αυτές έγιναν θεσμός στην πολιτική επικοινωνία χώρας μας, τον οποίο οι αρχηγοί των μεγάλων κομμάτων εξουσίας θα είναι δύσκολο στο μέλλον να παρακάμψουν.

## **3) Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Είδαμε, λοιπόν, ότι στην Ελλάδα η τηλεοπτική πολιτική διαφήμιση αρχίζει να αναπτύσσεται με την είσοδο και κυριαρχία των ιδιωτικών τηλεοπτικών καναλιών (εθνικής και τοπικής εμβέλειας) και αυξάνεται με θεαματικό τρόπο από τις εκλογές του 1993. Είναι βέβαια γεγονός ότι συνήθως μας διαφεύγει το τηλεοπτικό παιχνίδι που διαδραματίζεται στις προεκλογικές περιόδους με τα τοπικά κανάλια στην επαρχία. Όπως επισημαίνει σε ρεπορτάζ του ο Δ. Τζάθας «δεν είναι μόνο [τα μεγάλα ιδιωτικά και κρατικά κανάλια],... υπάρχουν ακόμη 45 ιδιωτικά κανάλια και 110 ραδιοφωνικοί σταθμοί, που ιδιαίτερα αυτή [την προεκλογική 1993] περίοδο, κάνουν «χρυσές δουλειές» με την προεκλογική εκστρατεία όχι τόσο των κομμάτων, όσο των τοπικών πολιτευτών. Μάλιστα, σχεδόν όλοι αυτοί οι σταθμοί δίνουν στους υποψήφιους βουλευτές της επαρχίας ειδικές προσφορές- πακέτα και αναλαμβάνουν, σε προσιτές τιμές, να μεταδίδουν καθημερινά, μέχρι την ημέρα των εκλογών, αποσπάσματα από την προεκλογική κίνηση των υποψηφίων. Το κόστος ενός τέτοιου πακέτου κυμαίνεται από ένα έως δέκα εκατομμύρια δραχμές, αναλόγως την περιοχή, το είδος της διαφήμισης και τη ζώνη τηλεθέασης...». Αλλά και στις εκλογές του 1996 καταγγέλησαν αντίστοιχες πρακτικές, όχι τόσο για τη διαφήμιση, αφού ήταν περιορισμένη από τις ρυθμίσεις της διακομματικής επιτροπής, όσο από το ότι κάποια κανάλια κοστολογούσαν τους υποψηφίους για να τους καλέσουν στα τραπέζια τους και μάλιστα ανάλογα με τη ζώνη του προγράμματος.

Αν στις εκλογές του 1990 η διαφημιστική δαπάνη των κομμάτων προσέγγισε τα 169.000.000 δραχμές, στις εκλογές του 1993 τα πέντε κύρια κόμματα δαπάνησαν στα ΜΜΕ (ραδιόφωνο, τηλεόραση, Τύπος) περισσότερο από 7.000.000.000. Στις εκλογές του 1996 τα κόμματα δαπάνησαν περισσότερο από 6.000.000.000 δραχμές για να προβάλλουν τα μηνύματά τους, χωρίς να συμπεριλαμβάνονται τα έξοδα παραγωγής αυτών των μηνυμάτων. Στις εκλογές του 2000, η διαφημιστική δαπάνη των κομμάτων ξεπέρασε τα 6,5 δισεκατομμύρια δραχμές.

Σε αντίθεση με τις προεκλογικές αναμετρήσεις προηγούμενων δεκαετιών, η πολιτική διαφήμιση των κομμάτων «μετατοπίστηκε» από τον Τύπο και το ραδιόφωνο στην τηλεόραση. Έτσι, τα πολιτικά κόμματα προσανατόλισαν το μεγαλύτερο μέρος των διαφημιστικών τους κονδυλίων, περίπου 80%, στην τηλεόραση.

## **β) ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΚΛΟΓΕΣ**

Η προεκλογική πολιτική επικοινωνία έχει πλέον στην διάθεσή της ένα ιδιαίτερα εκτεταμένο «οπλοστάσιο» δυνατοτήτων, το οποίο αποτελείται ανάμεσα στα άλλα «όπλα» που αναφέραμε, όπως την εισόρμηση στατιστικών μεθόδων για την ψηλάφηση των διαθέσεων της κοινής γνώμης μέσω των πολιτικών σφυγμομετρήσεων (δημοσκοπήσεων) και των σφυγμομετρήσεων κατά την έξοδο από την κάλπη (exit rolls), τη χρήση της νέας τεχνολογίας, και κυρίως του διαδικτύου. Έτσι, οι αλλαγές που έχουν σημειωθεί τα τελευταία χρόνια στην πολιτική επικοινωνία και τις προεκλογικές εκστρατείες χαρακτηρίζονται τόσο σημαντικές, ώστε να γίνεται λόγος για «παρακμή» των παραδοσιακών μορφών πολιτικής επικοινωνίας. Το χαρακτηριστικό της μεταμοντέρνας προεκλογικής εκστρατείας είναι η επιμήκυνση της προεκλογικής περιόδου και μετά το πέρας των εκλογών ή, όπως αλλιώς αναφέρεται, η είσοδος στην εποχή των μόνιμων εκστρατειών, στην οποία οι τεχνικές της «ψηφοθηρίας» διαπλέκονται με αυτές της διακυβέρνησης. Σε αυτό το πλαίσιο οι εξελίξεις των διαδικτυακών τεχνολογιών δίνουν νέες δυνατότητες συνύπαρξης διαφορετικών ειδών εκστρατειών.

### **1) ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΤΟ INTERNET**

Η δυνατότητα του διαδικτύου να μεταδίδει επιλεκτικά πληροφορίες μπορεί να αξιοποιηθεί πολύπλευρα, γιατί παρέχει τη δυνατότητα εστίασης σε συγκεκριμένες κατηγορίες ψηφοφόρων, όπως οι νέοι και οι ψηφοφόροι συγκεκριμένων περιφερειών. Η δυνατότητα αυτή αναμένεται να πάρει μεγαλύτερες διαστάσεις με την αυξανόμενη διείσδυση και μαζικοποίηση του Μέσου. Δυνατότητα εστίασης αποτελεί και η εξατομίκευση της ιστοσελίδας, η προσαρμογή της δηλαδή στα ενδιαφέροντα του χρήστη, πράγμα το οποίο τελείται κατά κόρον στις εμπορικές σελίδες. Η αποτελεσματικότητα αυτού του επικοινωνιακού εργαλείου εξαρτάται και από τη διατήρηση της επισκεψιμότητας του ενδιαφέροντος του κοινού μέσα από δυναμικές και ελκυστικές σελίδες, τόσο από πλευράς περιεχομένου όσο και εμφάνισης.

Εκτός από το κυνήγι της ψήφου, η διδικτυακή εκστρατεία μπορεί να συμβάλλει την οικονομική ενίσχυση των κομμάτων, και μάλιστα κατά την περίοδο της προεκλογικής εκστρατείας, όταν τα έξοδα των κομμάτων είναι μεγάλα. Εκτός από τις «on line» δωρεές, μπορεί να αξιοποιηθεί και η δυνατότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου με την πώληση κομματικών εκδόσεων ή άλλων προϊόντων. Επιπρόσθετα, η ηλεκτρονική σελίδα μπορεί να ενισχύσει την προσέλκυση εθελοντών για την προετοιμασία και διεξαγωγή των εκλογών.

Εξάλλου, το νέο αυτό Μέσο προσφέρει το συγκριτικό επικοινωνιακό πλεονέκτημα της άμεσης απάντησης, απαραίτητο εργαλείο των μεταμοντέρνων επικοινωνιακών εκστρατειών. Η δυνατότητα της «ανταπόνησης» χρησιμεύει στην ανασκευή αρνητικών επιχειρημάτων τόσο από πολιτικούς αντιπάλους όσο και από τα υπόλοιπα Μέσα. Με την περαιτέρω ανάπτυξη ηλεκτρονικών βάσεων δεδομένων, τα πολιτικά κόμματα αλλά και οι κυβερνήσεις θα μπορούν να μεταστρέφουν το αρνητικό κλίμα εναντίον τους μέσα από τη χρήση των δικτυακών τεχνολογιών, και χωρίς να χάνουν πολύτιμο χρόνο.

### **2) ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΣΤΟΝ ΚΥΒΕΡΝΟΧΩΡΟ**

Με σχετική καθυστέρηση τα ελληνικά κόμματα εγκαθιδρύθηκαν εικονικά κυρίως μέσα στο 1998 και το 1999. Μεμονωμένη προηγούμενη προσπάθεια είχε γίνει και κατά την προεκλογική περίοδο του 1996 από το ΠΑΣΟΚ. Επρόκειτο για μια ιστοσελίδα φιλοξενούμενη από την εταιρεία παροχής υπηρεσιών διαδικτύου Hellas Online, η οποία δεν ανανεώθηκε σχεδόν ποτέ. Χαρακτηριστικές της καθυστερημένης έλευσης ουσιαστικής διαδικτυακής προεκλογικής καμπάνιας στην Ελλάδα είναι και οι στατικές, «εκθεματικής» αντίληψης ιστοσελίδες των υποψηφίων στις δημοτικές εκλογές του 1998, ακόμα και για τους υποψήφιους της Αθήνας. Πρώτος ο Συνασπισμός εισέρχεται οργανωμένα στο διαδίκτυο το 1997 και ακολουθούν έστω και καθυστερημένα τα υπόλοιπα κόμματα την περίοδο 1998-1999. Το ΠΑΣΟΚ, που έκανε την προσπάθεια το 1996, θα επανέλθει ουσιαστικά στον κυβερνοχώρο

ύστερα από τρία χρόνια, το 1999, με μια σαφώς ανανεωμένη και δυναμική ιστοσελίδα και με δική του διεύθυνση (URL). Το ενδιαφέρον στοιχείο εδώ είναι η ταχεία υιοθέτηση του Μέσου, μετά από την πρώτη περίοδο αδράνειας, από τα μικρά κοινοβουλευτικά και εξωκοινοβουλευτικά κόμματα μέσα στο 1999 και το 2000.

Η πρώτη περίοδος της διαδικτυακής παρουσίας τους είναι περίοδος σύγχυσης και χαρακτηρίζεται από τον ενθουσιασμό και την εθελοντική συμμετοχή και εργασία μελών των κομμάτων. Μόνο η Νέα Δημοκρατία και το ΔΗΚΚΙ έχουν αναθέσει το σχεδιασμό της σελίδας τους σε επαγγελματίες (και το ΠΑΣΟΚ στην πρόσφατη σελίδα του). Ένας μικρός αριθμός εξωκοινοβουλευτικών κομμάτων εκμεταλλεύτηκε και δωρεάν υπηρεσίες κατασκευής ιστοσελίδων από εξειδικευμένες εταιρείες, όπως η Geocities. Όσον αφορά το περιεχόμενο και τη διαχείριση των ιστοσελίδων, υπεύθυνοι είναι κυρίως το γραφείου Τύπου ή το τμήμα πληροφορικής του κόμματος. Στην Ελλάδα, όμως, η έλλειψη επικοινωνιακής στρατηγικής και ενσωμάτωσης του νέου Μέσου είναι εντυπωσιακή και αναμενόμενη. Όπως προέκυψε από συνεντεύξεις με τους Έλληνες webmasters, η δημιουργία ιστοσελίδας ήταν στην Ελλάδα κυρίως αποτέλεσμα ανταγωνισμού με τα άλλα κόμματα και προσπάθεια σύνδεσης της εικόνας του κόμματος με τις νέες τεχνολογίες. Άλλο βασικό χαρακτηριστικό είναι η σύγχυση για τις δυνατότητες του νέου Μέσου και την καλύτερη αξιοποίησή του.

## ***Γ. Η ΙΣΧΥΟΥΣΑ ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΚΛΟΓΙΚΟΥ ΑΓΩΝΑ ΤΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ - Ο Ν.3023/2002***

Ο νόμος 3023/2002 είναι η περισσότερο συγκροτημένη και ολοκληρωμένη συνέχεια του νόμου 2429/1996. Αναφέρεται στη χρηματοδότηση των πολιτικών κομμάτων από το κράτος, στα έσοδα και τις δαπάνες τους, στην προβολή και τη δημοσιότητα των πολιτικών κομμάτων και των υποψηφίων βουλευτών όπως και στον έλεγχο των οικονομικών τους, τροποποιώντας σε αρκετά σημεία το προηγούμενο νόμο και εισάγοντας νέες ρυθμίσεις σε ακόμα περισσότερους προηγούμενως αρρυθμιστους χώρους της προεκλογικής εκστρατείας των κομμάτων. Επειδή σε αρκετά σημεία οι δύο νόμοι ταυτίζονται, θα αναφερθούμε κυρίως στις αλλαγές που έφερε ο καινούριος νόμος, καθώς έχουμε ήδη αναφερθεί στον 2429/1996 σε προηγούμενο κεφάλαιο.

## **I) Η ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ**

Στο πρώτο κεφάλαιο του νόμου ακολουθείται το πνεύμα του ν. 2429/1996 με ελάχιστες τροποποιήσεις. Έτσι, μετά την διάκριση σε τακτική και εκλογική χρηματοδότηση, εισάγεται μία αύξηση της χρηματοδότησης η οποία μπορεί πλέον να ανέρχεται έως το 0,022 των τακτικών εσόδων του Κρατικού Προϋπολογισμού του οικονομικού έτους κατά τη διάρκεια του οποίου διεξάγονται οι εκλογές. Μάλιστα υπάρχει και η πρόβλεψη ότι αν διεξαχθούν περισσότερες από μία εκλογές, κατά τη διάρκεια του ίδιου έτους, η συνολική χρηματοδότηση δεν επιτρέπεται να υπερβεί, αθροιστικά, το παραπάνω ποσοστό.

Την εκλογική χρηματοδότηση δικαιούνται και πάλι τα κόμματα που συγκεντρώνουν τις ίδιες προϋποθέσεις που έθετε ο 2429/1996. Έτσι, την εκλογική χρηματοδότηση δικαιούνται τα κόμματα και οι συνασπισμοί κομμάτων που εκπροσωπούνται από βουλευτές τους την τελευταία βουλευτική περίοδο πριν τις εκλογές είτε στη Βουλή είτε στην Ευρωβουλή ανάλογα για ποιες εκλογές είναι η χρηματοδότηση. Επίσης τα πολιτικά κόμματα και οι συνασπισμοί κομμάτων, τα οποία έχουν καταρτίσει πλήρεις συνδυασμούς τουλάχιστον στο 70% των εκλογικών περιφερειών της χώρας και συγκεντρώσει αριθμό ψήφων τουλάχιστον ίσο με το 1,5% του συνόλου των έγκυρων ψηφοδελτίων όλης της επικράτειας στις γενικές βουλευτικές εκλογές ή στις Ευρωεκλογές, ανάλογα δηλαδή με τις εκλογές τις οποίες αφορά η χρηματοδότηση.

Ίδιες έμειναν και οι ρυθμίσεις για την κατανομή της εκλογικής χρηματοδότησης:

α) Το 60% χορηγείται στα κόμματα που εκπροσωπούνταν στη Βουλή ή την Ευρωβουλή (ανάλογα με το είδος των εκλογών) πριν την κήρυξη των εκλογών. Η κατανομή μεταξύ τους γίνεται με βάση τον αριθμό των έγκυρων ψηφοδελτίων που συγκέντρωσαν, κατά περίπτωση, στις προηγούμενες γενικές βουλευτικές εκλογές ή Ευρωεκλογές. β) Το υπόλοιπο 40% χορηγείται στα κόμματα και συνασπισμούς που είχαν καταρτίσει πλήρεις συνδυασμούς στο 70% των εκλογικών περιφερειών της χώρας και συγκεντρώσαν τουλάχιστον το 1,5% του συνόλου των έγκυρων ψηφοδελτίων της χώρας κατά τις προηγούμενες βουλευτικές εκλογές ή της Ευρωεκλογές κατά περίπτωση, με βάση τον αριθμό των έγκυρων ψηφοδελτίων που

συγκέντρωσαν. Στην κατανομή όμως αυτού του ποσού συμμετέχουν και τα κόμματα που αναφέραμε προηγουμένως( υπό α). Ο τρόπος κατανομής και των δύο ποσοστών (60% και 40%) καθορίζεται λεπτομερώς στην παρ. 3 του άρθρου 3. Αυτό ορίζει ότι: «Για την κατανομή ..... της εκλογικής χρηματοδότησης μεταξύ των κομμάτων και των συνασπισμών που τη διακινούνται, το ποσό που διατίθεται, για κάθε μια από τις παραπάνω κατηγορίες κομμάτων, διαιρείται με το συνολικό αριθμό των έγκυρων ψηφοδελτίων που συγκέντρωσαν τα κόμματα και οι συνασπισμοί που ανήκουν στην ίδια κατηγορία. Το πηλίκο αυτής της πολλαπλασιάζεται με τον αριθμό των έγκυρων ψηφοδελτίων που συγκέντρωσε κάθε κόμμα ή συνασπισμός και το γινόμενο αντιστοιχεί στο ποσό, το οποίο δικαιούνται το κόμμα ή ο συνασπισμός».

## **II) ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΔΑΠΑΝΕΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΩΝ**

Ο ορισμός των εκλογικών δαπανών είναι ίδιος με αυτόν που εισάγει ο 2429/96, με την προσθήκη του χαρακτηρισμού δαπανών ως εκλογικών ακόμα και ποσών που καταβλήθηκαν πριν από την προκήρυξη των εκλογών, εφόσον από τα οικεία παραστατικά προκύπτει ότι τα ποσά αυτά σχετίζονται άμεσα με την κάλυψη προεκλογικών αναγκών. Τα έσοδα και οι δαπάνες των πολιτικών κομμάτων διακινούνται μέσω λογαριασμών, που τηρούνται σε τράπεζες, εγκατεστημένες στην Ελλάδα, σε ποσοστό τουλάχιστον 80% του ετήσιου ύψους τους. Οι λογαριασμοί αυτοί γνωστοποιούνται, εντός πέντε ημερών από το άνοιγμά τους, στη Επιτροπή Ελέγχου. Τα εκλογικά έσοδα και οι εκλογικές δαπάνες διακινούνται, ομοίως, μέσω χωριστών τραπεζικών λογαριασμών, κατά το ίδιο ποσοστό, με αντίστοιχη υποχρέωση γνωστοποίησης. Κατάθεση στους ανωτέρω λογαριασμούς επιτρέπεται μόνο επώνυμα, με ευθύνη της τράπεζας ως προς τη διαπίστωση των στοιχείων ταυτότητας του καταθέτη. Στους φορείς που απαγορεύεται να χρηματοδοτήσουν κόμματα και υποψήφιους βουλευτές προστέθηκαν και φυσικά πρόσωπα, που δεν έχουν την ελληνική ιθαγένεια καθώς και γενικότερα Νομικά πρόσωπα δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου, χωρίς τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που όριζε ο 2429/96. Από την απαγόρευση της τελευταίας περίπτωσης εξαιρούνται οι χρηματοδοτήσεις προς τα πολιτικά κόμματα, εφόσον προέρχονται, αποκλειστικώς, από επιχειρήσεις και κάθε είδους νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου, οι μετοχές ή συμμετοχές των οποίων είναι, υποχρεωτικώς, ονομαστικές και ανήκουν, αποδεδειγμένα, στο σύνολό τους, σε πολιτικό κόμμα ή, για λογαριασμό του κόμματος, στον επικεφαλής του ή σε άλλα φυσικά πρόσωπα εντεταλμένα, προς τούτο, από το αρμόδιο όργανο του κόμματος. Η χρηματοδότηση των κομμάτων και των βουλευτών κατά τη διάρκεια της εκλογικής περιόδου από το ίδιο φυσικό ή νομικό πρόσωπο απαγορεύεται να υπερβαίνει τα 15.000 Ευρώ όσον αφορά στα κόμματα και τα 3.000 Ευρώ δρχ για τους υποψήφιους βουλευτές, ενώ προβλέπονται επίσης χρηματικές ποινές τουλάχιστον 15.000 Ευρώ και με φυλάκιση έως ενός έτους για τους παραβάτες του νόμου χρηματοδότες, ενώ για τους υπευθύνους των κομμάτων και τους βουλευτές που δέχθηκαν την παράνομη χρηματοδότηση η ποινή μπορεί να φτάσει μέχρι τα 30.000 Ευρώ.

## **III) Η ΠΡΟΕΚΚΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΩΝ ΚΑΙ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΟΥ ΕΚΚΛΟΓΙΚΟΥ ΑΓΩΝΑ**

Το τρίτο κεφάλαιο του ισχύοντος νόμου είναι αρκετά διευρυμένο και περιέχει νέες (για πολλούς υπερβολικά αυστηρές) διατάξεις σε μια προσπάθεια να μπει φραγμός στην ανεξέλεγκτη συμπεριφορά των κομμάτων και των υποψηφίων τους κατά την προεκλογική περίοδο. Ίσως όμως οι ιδιαίτερες αυστηρές απαιτήσεις και προσαγές του νόμου, και μάλιστα τόσο ξαφνικά, με τους προηγούμενους νόμους να έχουν αφήσει μέχρι τώρα σχεδόν αρρυθμιστη την προεκλογική περίοδο, να οδηγήσει σε μη εφαρμογή του νόμου, καθώς ο κάθε ενδιαφερόμενος θα προσπαθήσει να εκμεταλλευτεί τις αδυναμίες εφαρμογής και ελέγχου τήρησης του νόμου, οι οποίες είναι πολλές λόγω της έλλειψης κρατικής υποδομής.

Πιο συγκεκριμένα: Στο άρθρο 9 ρυθμίζονται οι κανόνες για τους χώρους υπαίθριας προβολής πολιτικών μηνυμάτων. Οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης α' βαθμού καθορίζουν με απόφασή τους τον καθορισμό χώρων για υπαίθρια διαφήμιση, ειδικότερους χώρους για την προβολή μηνυμάτων από τα πολιτικά κόμματα.... και σε ποσοστό που δεν μπορεί να είναι μικρότερο από το 10% της συνολικής επιφάνειας των χώρων, που έχουν

καθοριστεί, νομίμως, για προβολή υπαίθριας διαφήμισης στον οικείο ΟΤΑ. Η διάθεση των παραπάνω χώρων γίνεται αναλογικά και επί ίσοις όροις, για τη χρήση τους δεν απαιτείται άδεια από οποιαδήποτε αρχή και δεν καταβάλλεται στον οικείο ΟΤΑ τέλος διαφήμισης ή αποζημίωση χρήσης. Εξάλλου, κατά την περίοδο βουλευτικών, νομαρχιακών, δημοτικών και κοινοτικών εκλογών, ευρωεκλογών ή δημοψηφίσματος, τα δημοτικά και κοινοτικά συμβούλια υποχρεούνται, μέσα σε προθεσμία 4 ημερών από την προκήρυξη των βουλευτικών εκλογών ή του δημοψηφίσματος ή 30 ημερών πριν από τη διεξαγωγή των νομαρχιακών, δημοτικών και κοινοτικών εκλογών, να διαθέτουν με απόφασή τους στα κόμματα, στους συνασπισμούς και συνδυασμούς υποψηφίων για την προεκλογική προβολή τους, όλους τους χώρους που καθορίστηκαν, σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθρου 3 του Ν. 2496/2001, για την προβολή υπαίθριας διαφήμισης στον οικείο ΟΤΑ. Στην περίπτωση αυτή αναστέλλεται η ισχύς των συμβάσεων μισθώσεως των χώρων αυτών και μειώνεται ανάλογα το μίσθωμα.

Το άρθρο 10 ρυθμίζει την προβολή προεκλογικών μηνυμάτων των κομμάτων από τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα. Κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου οι δημόσιοι και οι ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί ελεύθερης λήψης, καθώς και οι φορείς παροχής συνδρομητικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών υπηρεσιών, κάθε μορφής, υποχρεούνται να μεταδίδουν μηνύματα κομμάτων και συνασπισμών σε διάρκεια που καθορίζεται με κοινή απόφαση των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, η οποία εκδίδεται μετά από γνώμη του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης και γνώμη της Διακομματικής Επιτροπής Εκλογών και δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Με όμοια απόφαση, ο κατά τα ανωτέρω οριζόμενος χρόνος κατανέμεται μεταξύ των κομμάτων και των συνασπισμών με βάση την αρχή της αναλογικής ισότητας και την εξασφάλιση της μετάδοσης των θέσεων και του προγράμματος των κομμάτων και των συνασπισμών. Η ανωτέρω μετάδοση διενεργείται δωρεάν και απαλλάσσεται από κάθε τέλος. Με την κοινή απόφαση της παραγράφου 1, κατά την αυτή διαδικασία και με κριτήριο την αναλογική ισότητα, καθορίζεται ο χρόνος που διατίθεται στα δελτία ειδήσεων των κρατικών και ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών για την παρουσίαση της προεκλογικής δραστηριότητας των κομμάτων και των συνασπισμών των κομμάτων. Κανένα μήνυμα δεν επιτρέπεται να μεταδίδεται την προηγούμενη, καθώς και την ημέρα διεξαγωγής των εκλογών.

Σύμφωνα με το άρθρο 11, κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου απαγορεύεται στα κόμματα και τους συνασπισμούς κομμάτων η ανάρτηση ή επικόλληση αεροπανό, πανό, αφισών και κάθε είδους διαφημιστικού υλικού, εκτός των εκ των προτέρων για αυτούς τους σκοπούς καθορισμένους χώρους σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ. 3. Επίσης απαγορεύεται η προβολή μέσω των κρατικών και ιδιωτικών ραδιοτηλεοπτικών σταθμών διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου του άρθρου 3 του Ν. 2328/1995, τα οποία προβάλλουν, με οποιονδήποτε τρόπο, πολιτικά κόμματα, με εξαίρεση τη μετάδοση τέτοιων διαφημιστικών μηνυμάτων, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 10. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και Δημόσιας Τάξης καθορίζονται οι ώρες λειτουργίας και η κλίμακα έντασης των μεγαφωνικών εγκαταστάσεων των εκλογικών κέντρων, των γραφείων και των οχημάτων των κομμάτων, καθώς και κάθε άλλη σχετική λεπτομέρεια. Τις ώρες της κοινής ησυχίας απαγορεύεται η χρήση των παραπάνω εγκαταστάσεων. Επίσης απαγορεύεται η χρήση τους, εφόσον γειτνιάζουν με νοσηλευτικά ιδρύματα και σχολεία.

Στο άρθρο 12, που περιέχει και τις περισσότερες καινοτομίες, περιέχονται οι πάμπολλες απαγορεύσεις που ισχύουν πλέον για τους υποψήφιους βουλευτές κατά την προεκλογική περίοδο. Λόγω της σπουδαιότητας των νέων ρυθμίσεων παραθέτουμε το άρθρο 12 αυτούσιο:

«1. Κατά την προεκλογική περίοδο απαγορεύεται στους υποψήφιους βουλευτές:

α. Η ανάρτηση ή επικόλληση σε εξωτερικούς, δημόσιους ή ιδιωτικούς χώρους, καθώς και σε κάθε μορφής αυτοκινούμενα μέσα, αεροπανώ, πανώ, γιγαντοαφισών, αφισών, φωτογραφιών και κάθε άλλου είδους υλικού προβολής, η εγκατάσταση πρόσκαιρων κατασκευών οποιασδήποτε μορφής για την προσωπική τους προβολή, καθώς και η χρήση χρωστικών ουσιών και η αναγραφή συνθημάτων σε οποιονδήποτε εξωτερικό χώρο.

Οι δήμαρχοι και οι πρόεδροι κοινοτήτων υποχρεούνται για την έμμεση καθαίρεση των αεροπανώ και πανώ, την αποκόλληση των γιγαντοαφισών, αφισών, φωτογραφιών κ.λπ., την αποσυναρμολόγηση των πρόσκαιρων κατασκευών και τον καθαρισμό από χρωστικές ουσίες των εξωτερικών χώρων. Παράβαση της ανωτέρω υποχρέωσης, εφόσον έχει προηγηθεί σχετική έγγραφη ενημέρωση από την Τοπική Επιτροπή Ελέγχου Εκλογικών

Παραβάσεων της παραγράφου 9 του άρθρου 21 του παρόντος νόμου, επισύρει την κύρωση της παραγράφου 4 του άρθρου 27 του νόμου αυτού.

β. Η διακίνηση κάθε μορφής ένθετων φυλλαδίων μέσω του τύπου.

γ. Η προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων μέσω των δημόσιων και ιδιωτικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης ή των φορέων παροχής συνδρομητικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών υπηρεσιών.

Απαγορεύεται επίσης, από δημόσιους και ιδιωτικούς ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης, καθώς και από φορείς παροχής συνδρομητικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών υπηρεσιών, η μετάδοση κάθε είδους εκπομπών, οι οποίες παρουσιάζονται, αμέσως ή εμμέσως, από υποψήφιους βουλευτές.

δ. Η διακίνηση προεκλογικού υλικού από υποψήφιους βουλευτές μέσω του Δημοσίου, των Ν.Π.Δ.Δ. και των κρατικών Ν.Π.Ι.Δ..

ε. i. Η λειτουργία εκλογικών κέντρων από υποψηφίους ή από τρίτους χάριν υποψηφίων.

ii. Δεν περιλαμβάνονται στην έννοια του εκλογικού κέντρου τα πολιτικά γραφεία των υποψηφίων βουλευτών, εφόσον δεν είναι εγκατεστημένα σε ισόγειους χώρους. Εξαιρούνται της απαγόρευσης εγκατάστασης, σε ισόγειους χώρους, πολιτικά γραφεία βουλευτών, τα οποία λειτουργούν, συνεχώς από την 31<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2000 μέχρι και την ημερομηνία διενέργειας των εκλογών.

iii. Για τους υποψήφιους βουλευτές, κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, ο επιτρεπόμενος αριθμός χρήσης πολιτικών γραφείων, ανεξαρτήτως του τόπου εγκατάστασής τους, δεν μπορεί να υπερβαίνει τα τρία (3).

iv. Για τα πολιτικά γραφεία ισχύουν οι σχετικοί περιορισμοί της περίπτωσης α' της παρούσας παραγράφου, καθώς και απαγόρευση χρήσης μεγαφωνικών εγκαταστάσεων, με εξαίρεση την ύπαρξη πινακίδας με τα αναγκαία προσδιοριστικά στοιχεία του υποψηφίου βουλευτή.

v. Η παραχώρηση της χρήσης ή η μίσθωση υπαίθριων ή στεγαζόμενων χώρων, από και προς τρίτους, για τη λειτουργία εκλογικών κέντρων και εντευκτηρίων, κάθε μορφής, σε σχέση με την προβολή υποψηφιότητας βουλευτή, συνιστά ποινικό αδίκημα για τους κυρίους των ακινήτων, τους εκμισθωτές και τους μισθωτές τούτων, το οποίο τιμωρείται με φυλάκιση, τουλάχιστον ενός έτους.

2. Οι εμφανίσεις υποψηφίων βουλευτών σε πάσης φύσεως εκπομπές δημοσίων ή ιδιωτικών ραδιοφωνικών ή τηλεοπτικών σταθμών ελεύθερης λήψης, καθώς και σε φορείς παροχής κάθε μορφής συνδρομητικών τηλεοπτικών υπηρεσιών, υπό οποιαδήποτε μορφή, επιτρέπεται, ως εξής:

α. Σε κάθε ραδιοφωνικό ή τηλεοπτικό σταθμό εθνικής εμβέλειας επιτρέπεται η εμφάνιση του υποψηφίου βουλευτή, κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, μόνο μια φορά.

β. Σε κάθε ραδιοφωνικό ή τηλεοπτικό σταθμό τοπικής ή περιφερειακής εμβέλειας, επιτρέπεται η εμφάνιση του υποψηφίου βουλευτή κατά τη διάρκεια της πιο πάνω περιόδου μέχρι δύο φορές.

γ. Ως εμφανίσεις κατά την έννοια της παρούσας παραγράφου θεωρούνται οι προσωπικές συνεντεύξεις των υποψηφίων, η συμμετοχή τους σε οργανωμένες συζητήσεις, περιλαμβανομένων και εκείνων που αφορούν τα δελτία ειδήσεων, καθώς και η κάλυψη, κατόπιν αιτήματος του υποψηφίου βουλευτή, της προεκλογικής του δραστηριότητας.

3. Από τους περιορισμούς της προηγούμενης παραγράφου εξαιρούνται οι Πρόεδροι ή Αρχηγοί κομμάτων και οι υποψήφιοι βουλευτές επικρατείας».

Στα άρθρα 13 και 14 ορίζεται το ανώτατο ύψος των εκλογικών δαπανών των κομμάτων και των υποψηφίων βουλευτών. Για τα κόμματα αυτό δεν επιτρέπεται να υπερβαίνει σε ποσό το 20% της τελευταίας κάθε φορά καταβληθείσας σε όλα τα κόμματα τακτικής χρηματοδότησης. Όσον αφορά στο ανώτατο επιτρεπόμενο όριο εκλογικών δαπανών για κάθε υποψήφιο βουλευτή στις εκλογές, στις οποίες συνυπολογίζεται και η αξία των αποτιμώμενων παροχών και διευκολύνσεων, καθορίζεται με βάση τον αριθμό των εδρών της εκλογικής περιφέρειας στην οποία θέτει υποψηφιότητα. Για τον καθορισμό του, πολλαπλασιάζεται το ποσό των 15.000 Ευρώ επί συντελεστή για κάθε εκλογική περιφέρεια, με τρόπο που καθορίζει λεπτομερώς ο νόμος, ενώ το ανώτατο επιτρεπόμενο όριο εκλογικών δαπανών για κάθε υποψήφιο βουλευτή καθορίζεται στο ύψος που κάθε φορά ισχύει για τους υποψηφίους βουλευτές της Α' Εκλογικής Περιφέρειας Αθηνών. Μάλιστα, στην παρ.5 του άρθρου 14 τίθεται ανώτατο επιτρεπόμενο όριο εκλογικών δαπανών για καταχωρήσεις διαφημιστικών μηνυμάτων



στον τύπο για κάθε υποψήφιο βουλευτή και αυτό καθορίζεται στο 20% του ανώτατου επιτρεπόμενου ύψους των συνολικών εκλογικών δαπανών του υποψηφίου βουλευτή.

#### **IV) ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΩΝ - ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΩΝ – ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΚΥΡΩΣΕΙΣ, ΕΚΠΤΩΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΑΞΙΩΜΑ**

Το Τέταρτο κεφάλαιο του ν.3023/2002 ρυθμίζει τη δημοσιότητα των οικονομικών των πολιτικών κομμάτων και των υποψηφίων βουλευτών και το Πέμπτο Κεφάλαιο τον Έλεγχο της όλης διαδικασίας. Έτσι, τα άρθρα 15-20 καθορίζουν την αρμοδιότητα για τη διαχείριση των οικονομικών των κομμάτων, τη σύνταξη βιβλίου εσόδων-εξόδων, την υποχρέωση έκδοσης απόδειξης είσπραξης για μία σειρά συναλλαγών, την υποχρέωση και τον τρόπο δημοσίευσης του ισολογισμού των κομμάτων, αλλά ακόμα θεσμοθετεί και την υποχρέωση για δημοσιότητα των εκλογικών εσόδων και δαπανών των κομμάτων που δεν λαμβάνουν κρατική χρηματοδότηση, όπως και την υποχρέωση των υποψηφίων βουλευτών να τηρούν αναλυτική κατάσταση εσόδων- δαπανών του προεκλογικού τους αγώνα.

Από την άλλη πλευρά, στο Πέμπτο κεφάλαιο του νόμου και πιο συγκεκριμένα στο άρθρο 21 προβλέπεται η ίδρυση και η λειτουργία Επιτροπής Ελέγχου η οποία είναι υπεύθυνη για τον έλεγχο των οικονομικών κομμάτων και συνασπισμών και των υποψηφίων βουλευτών, καθώς και για την τήρηση των κάθε μορφής υποχρεώσεων που απορρέουν από τον Ν.3023/2002. Η επιτροπή αυτή ενεργεί, ως ειδικό όργανο, σύμφωνα με την παρ.2 του άρθρου 29Σ.

Στο έκτο κεφάλαιο του νόμου προβλέπονται οι κυρώσεις για την παράβαση των διατάξεών του, οι οποίες μπορεί να είναι από διοικητικής μέχρι ποινικής φύσεως και φτάνουν μέχρι την πρόβλεψη έκπτωσης από το βουλευτικό αξίωμα για συγκεκριμένες περιπτώσεις. Στο άρθρο 28 του έκτου μέρους του νόμου, προβλέπεται η συγκρότηση Διακομματικής Επιτροπής Εκλογών μέσα σε 3 μέρες από την προκήρυξη των εκλογών της οποίας έργο είναι η υποβολή προτάσεων για την ορθή εφαρμογή των διατάξεων του ν.3023/2002 που αφορούν τους όρους διεξαγωγής του προεκλογικού αγώνα. Στην επιτροπή μετέχουν και κόμματα που, αν και δεν εκπροσωπούσαν στη Βουλή κατά την τελευταία βουλευτική περίοδο, έχουν καταρτίσει συνδυασμούς στο 70% τουλάχιστον των εκλογικών περιφερειών της χώρας.

#### **V) ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ 3023/2002**

Στο άρθρο 30 του τελευταίου μέρους του ισχύοντος για την ρύθμιση του προεκλογικού αγώνα νόμου, περιέχονται κάποιες επιπρόσθετες ρυθμίσεις για τη ραδιοτηλεόραση και τις δημοσκοπήσεις. Έτσι, με κοινή απόφαση των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και Τύπου και μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, η οποία εκδίδεται μετά από γνώμη του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης και πρόταση της Διακομματικής Επιτροπής Εκλογών και δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, ρυθμίζονται οι όροι, οι προϋποθέσεις και ο χρόνος προβολής κατά την εκλογική περίοδο των πολιτικών κομμάτων και συνασπισμών από τα κρατικά και ιδιωτικά ραδιοτηλεοπτικά μέσα, ενώ τίθενται και περιορισμοί για την αποτροπή της έμμεσης προβολής των υποψηφίων βουλευτών. Επίσης, για το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί από την ημερομηνία προκήρυξης των εκλογών μέχρι την ημερομηνία ανακήρυξής τους ως υποψηφίων, από το αρμόδιο Πρωτοδικείο, ως υποψήφιοι θεωρούνται και όσοι προβάλλονται υπό την προοπτική συμμετοχή τους ως υποψηφίων στις εκλογές που πρόκειται να διεξαχθούν και σε κάθε περίπτωση όσοι, σύμφωνα με τις ανακοινώσεις των κομμάτων, συμπεριλαμβάνονται στους συνδυασμούς οποιασδήποτε περιφέρειας.

Εξάλλου, οποιαδήποτε δημοσκόπηση, η οποία αναφέρεται σε πολιτικά κόμματα και συνασπισμούς, βουλευτές και υποψηφίους βουλευτές, ανεξαρτήτως του χρόνου διενέργειάς της, προκειμένου να δημοσιευθεί στον Τύπο και να ανακοινωθεί από τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα, πρέπει να πληροί τις εξής προϋποθέσεις: 1. να αναφέρει, ρητώς, την εταιρεία, που την πραγματοποίησε, 2. να μνημονεύει εκείνον που παράγγειλε τη διενέργειά της, 3. να διαλαμβάνει την ποσόστωση των πληθυσμιακών κατηγοριών με βάση τις οποίες έχει

διεξαχθεί και 4. να περιέχει, πλήρως, τα ερωτήματα που απευθύνθηκαν σε όσους έλαβαν μέρος σε αυτήν.

Η δημοσίευση και η ανακοίνωση, κατά παράβαση των προηγούμενων προϋποθέσεων, επισύρει τις κυρώσεις που προβλέπονται στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 27 του νόμου.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

### **- «ΝΕΑ ΗΘΗ, ΝΕΟΙ ΚΑΙΡΟΙ»;**

Μετά την αναθεώρηση του 2001, η παράγραφος 2 του άρθρου 29 του Συντάγματος τροποποιήθηκε σημαντικά και έτσι εξειδικεύτηκε και έγινε εντονότερη η απαίτηση για την έκδοση ενός νόμου που θα ρυθμίζει σχεδόν στο σύνολό τους πληρέστερα όλα τα ζητήματα που προκύπτουν κατά την προεκλογική περίοδο και γενικότερα κατά τον εκλογικό αγώνα των κομμάτων. Άλλωστε, η παλιά παράγραφος 2 του άρθρου 29, που όριζε πολύ συνοπτικά την απλή δυνατότητα να ορίζει νόμος την οικονομική ενίσχυση των κομμάτων από το Κράτος και τη δημοσιότητα των εκλογικών δαπανών των κομμάτων και των υποψήφιων βουλευτών, ήταν πολύ φτωχή και ανεπαρκής για να μπορέσει να ανταποκριθεί στην ανεξέλεγκτη μορφή που είχαν προσλάβει οι προεκλογικές μάχες τα τελευταία χρόνια, όπως και ανεπαρκής ήταν ο ν.2429/1996 που τέθηκε σε εφαρμογή της. Η νέα παρ.2 του άρθρου 29Σ είναι πληρέστερη, αναλυτικότερη και πιο απαιτητική από τον κοινό νομοθέτη. Θεσπίζει έννομη απαίτηση των κομμάτων για εκλογική οικονομική ενίσχυση από το Κράτος, απαιτεί νόμο για τη ρύθμιση των εκλογικών δαπανών, ανάγει την οικονομική διαφάνεια των κομμάτων σε συνταγματική προσταγή, προβλέπει τη ρύθμιση της προεκλογικής προβολής, δίνει τη

δυνατότητα θέσπισης ποινής που να προβλέπει μέχρι και την έκπτωση από το βουλευτικό αξίωμα, ενώ προβλέπει και την συγκρότηση οργάνου για τον έλεγχο τήρησης του νόμου που θα τεθεί σε εφαρμογή της. Αυτός ο νόμος είναι ο 3023/2002, τον οποίο είδαμε διεξοδικά παραπάνω και ο οποίος φαίνεται να ανταποκρίνεται στις Συνταγματικές προσταγές αλλά και στις απαιτήσεις των καιρών, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι στερείται υπερβολών και μειονεκτημάτων.

Ένα άλλο άρθρο του Συντάγματος που υπέστη μετατροπές και έχει σχέση με την προεκλογική περίοδο είναι το 15 παρ.2 για την ραδιοτηλεόραση. Πριν τη συνταγματική αναθεώρηση το άρθρο 15 παρ. 2 με μια λιτή διάταξη υπήγαγε την τηλεόραση και το ραδιόφωνο στον έλεγχο του κράτους με ελάχιστες διευκρινίσεις και προϋποθέσεις, δίνοντας έτσι πολλές φορές ως και δικαιολογία στις εκάστοτε κυβερνήσεις και δικαστήρια να παίρνουν αποφάσεις που καθιέρωναν το κρατικό μονοπώλιο και τη μονόπλευρη ενημέρωση των πολιτών και προβολή των κομμάτων, τουλάχιστον μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '90. Αργότερα διάφοροι νόμοι προσπάθησαν να ελέγξουν την ραδιοτηλεοπτική έκρηξη και φτάσαμε σε μια ιδιότυπη απορύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου, όπου το κάθε κανάλι και κάθε πολιτικός έκανε σχεδόν ότι ήθελε και φυσικά επικρατούσε ο οικονομικά ισχυρότερος. Η αναθεωρημένη διάταξη του συντάγματος υπάγει πλέον ξεκάθαρα τον έλεγχο της ραδιοτηλεόρασης στην ανεξάρτητη διοικητική αρχή του ΕΣΡ, ενώ περιέχει και ρητή πρόβλεψη για την κάλυψη των προεκλογικών μηνυμάτων των κομμάτων, βάζοντας έτσι τις βάσεις ώστε να βρεθεί η ισορροπία ανάμεσα στην αναρχία και τον άκρατο ανταγωνισμό ανάμεσα στα κανάλια και τα κόμματα από τη μία και στον συνεχή κρατικό παρεμβατισμό και συνεχή έλεγχο και χειραγώγηση των ερτζιανών.

Βέβαια από την εποχή του ν. 230/1975 και του ν. 1144/1981 μέχρι τον 3023/2003 τα ήθη του προεκλογικού αγώνα έχουν αλλάξει τελείως. Οι γιγαντιαίες προεκλογικές συναντήσεις, ο αφισοπόλεμος, οι μάχες των πολιτικών νεολαίων και η ακραία πόλωση όχι μόνο των ψηφοφόρων αλλά και των εφημερίδων έδωσαν σιγά σιγά τη θέση τους στα τηλεοπτικά πάνελ, στην τηλεοπτική (ιδίως αρνητική) διαφήμιση, στις πολιτικές τηλεοπτικές μονομαχίες και στα gallor, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι η ποιότητα της προεκλογικής εκστρατείας άλλαξε προς το καλύτερο. Αυτό που φαίνεται να άλλαξε είναι μάλλον ο «τύπος», το «φαίνεσθαι» της πολιτικής διαφήμισης, της συγκέντρωσης οικονομικών πόρων, καθώς η ψηφοθηρία και η παροχολογία δεν έπαψαν ποτέ να είναι το περιεχόμενο των προεκλογικών πρακτικών των κομμάτων και των υποψηφίων βουλευτών. Μάλιστα, με την εισβολή της τηλεόρασης στα σπίτια των ψηφοφόρων η διαμόρφωση πολιτικής γνώμης έπαψε να είναι προσωπική υπόθεση του πολίτη (αν ήταν ποτέ), αλλά μετατράπηκε στο αποτέλεσμα του ανελέητου βομβαρδισμού από πληροφορίες, σκανδαλολογία, υποσχέσεις και πολιτικές διαφημίσεις γεμάτες χρώματα και μουσικές, που αφήνουν τον πολίτη άφωνο, έκθαμβο και «αποφασισμένο» να χάσει πλέον την ψήφο του, την οποία του την έχει κλέψει ο υποψήφιος ή το κόμμα που του έκανε την καλύτερη τηλεοπτική εντύπωση. Ενώ δηλαδή παλαιότερα ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό πολιτών δεν διαμόρφωνε καν πολιτική άποψη κατά των προεκλογική περίοδο, καθώς αυτή ήταν ξεκάθαρη στο μυαλό του ανεξάρτητα από το πηρόν των κομμάτων, λόγω της απίστευτης πολιτικής πόλωσης που επικρατούσε μετά την μεταπολίτευση, πλέον, οι ελπίδες για σωστότερη πολιτική επικοινωνία μεταξύ πολιτικών σχηματισμών και πολίτη έχουν διαψευστεί, αφού το μέσο που θα συντελούσε σε κάτι τέτοιο, δηλαδή η τηλεόραση, και θα έδινε στον πολίτη το χρόνο και τη δυνατότητα νηφάλια πλέον να εκτιμήσει τα πολιτικά δρώμενα μέσω μιας πολύπλευρης ενημέρωσης για την πολιτική κατάσταση της χώρας, είναι ο παράγοντας που φαλκιδεύει και αποπροσανατολίζει την πολιτική σκέψη των πολιτών, αφήνοντάς την έρμαιο του ψεύδους και του πολιτικού show.

Χωρίς αφίσες, πανό, φέιγ-βολάν και φωτογραφίες, χωρίς ισόγεια εκλογικά κέντρα (οι υποψήφιοι μπορούν να έχουν τρία μόνον εκλογικά κέντρα και μάλιστα... υπερυψωμένα), περίπτερα και τραπεζάκια στις πλατείες, χωρίς διαφημιστικά σποτ και καταχωρίσεις στον τύπο, κυρίως οι παλαιότεροι αλλά και οι νέοι υποψήφιοι νιώθουν κυριολεκτικά έξω από τα νερά τους. Ο ν.3023/2002 είναι όμως αυστηρός (με περισσότερα πάντως θετικά για τον πολίτη στοιχεία από ό,τι υποστηρίζουν οι υποψήφιοι) και σε ό,τι αφορά την παρουσία σε ραδιόφωνα και τηλεοράσεις, αφού προβλέπει ότι οι υποψήφιοι μπορούν να εμφανίζονται μόνο μία φορά σε κάθε σταθμό εθνικής εμβέλειας και δύο φορές στους αντίστοιχους τοπικούς. Η ρύθμιση θα δημιουργήσει από ό,τι φαίνεται πρόβλημα στα πάνελ των δελτίων ειδήσεων και των πολιτικών εκπομπών, αλλά θα ευνοήσει τους λιγότερο προσφιλείς στην κάμερα και, ας ελπίσουμε, την πιο νηφάλια πολιτική σκέψη.

Όπως όμως είπαμε παραπάνω, δεν μπορούμε να μιλήσουμε για νέα ήθη, για νέους καιρούς, όπως εύκολα έχουμε ακούσει να μιλάνε κάποιοι για νέους ανθρώπους και νέο ρεύμα που πνέει στις ηγεσίες των πολιτικών κομμάτων. Στην περίπτωση μας οι υποψήφιοι

βουλευτές επιστρέφουν στα παλιά. Συγκεντρώσεις σε φιλικά σπίτια, μοίρασμα φυλλαδίων πόρτα πόρτα και επιστολές με σταυρωμένα ψηφοδέλτια μέσω ταχυδρομείου και ανοικτές συγκεντρώσεις θα έχουν την τιμητική τους. Οι επιστολές και τα τηλεφωνήματα προς τους ψηφοφόρους χρειάζονται, όμως, μακροσκελείς λίστες με ονόματα και διευθύνσεις που δεν διαθέτουν πάντοτε τα πολιτικά γραφεία των βουλευτών. Οι υποψήφιοι λοιπόν των κομμάτων, αντί να μειώσουν τις προεκλογικές τους δαπάνες, οι οποίες ήταν υπέρογκες λόγω του ακριβού τηλεοπτικού χρόνου τον οποίον εξαγόραζαν, αναγκάζονται πλέον να διοχετεύσουν τα ίδια σχεδόν ποσά σε άλλους εμπορικούς αποδέκτες. Οι υποψήφιοι, ιδίως των δύο μεγάλων κομμάτων, προσεγγίζουν γραφεία εταιρειών εμπορικών πληροφοριών με την πρόθεση να αποκτήσουν – με βάση τους ταχυδρομικούς κώδικες ανά εκλογική περιφέρεια – ονόματα και διευθύνσεις πολιτικών προκειμένου να τους στείλουν επιστολές.

Τα παραπάνω αρνητικά συμπεράσματα δεν σημαίνουν ότι η προεκλογική περίοδος έχει χάσει τελείως την σημασία και την αξία της, με την ψήφο να έχει μετατραπεί απόλυτα στο θήραμα που τα κόμματα και οι υποψήφιοι κυνηγούν όχι με επιχειρήματα πολιτικά, αλλά με εμπορικές διαφημίσεις και παιχνίδια εντυπωσιασμού. Υπάρχει ακόμα η δυνατότητα να μπορέσουν ο ψηφοφόρος να διαμορφώσει συνειδητή απόφαση για την ψήφο τους κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, αν κλείσει τα αυτιά του στις εκκλήσεις στο συναίσθημα και ανοίξει το μυαλό του στα λογικά επιχειρήματα που απευθύνονται σε υπεύθυνες πολιτικές σκέψεις. Έτσι θα καταστήσουν οι πολίτες, χωρίς τη βοήθεια υπερβολικά ή μη αυστηρών νόμων, το εμπορικό πανηγύρι που στήνεται πριν από τις εκλογές άχρηστο και περιττό.

## **ΠΗΓΕΣ**

## **-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. Αριστόβουλος Μάνεσης: Δίκαιο, Σύνταγμα, Πολιτική. Αθήνα 1984. Εκδόσεις Παρατηρητής
2. Ζίγδης, Ιωάννης Γ.: Ευρωεκλογές 1984 και εκλογικά συστήματα. Αθήνα 1985. Έκδοση: Γραφείο Τύπου της ΕΔΗΚ
3. Π.Δ. Δαγτόγλου: Κώδικες Ραδιοτηλεοπτικής Δεοντολογίας. Αθήνα – Κομοτηνή 1991. Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα
4. Π. Δ. Δαγτόγλου: Συνταγματικό Δίκαιο - Ατομικά Δικαιώματα, Τόμοι Α & Β. Αθήνα – Κομοτηνή 1991. Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα
5. Παπαδημητρίου Γιώργος: Δίκαιο των Πολιτικών Κομμάτων. Αθήνα 1994. Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα
6. Gordon Graham: Internet, Μία κοινωνιολογική προσέγγιση. Copyright Αθήνα 2001 (για την ελληνική γλώσσα). Εκδόσεις Περίπλους. First published: London 1999 by Routledge
7. Νίκος Δεμερτζής: Η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα. Αθήνα 2002. Εκδόσεις Παπαζήση

## **-ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ**

1. Σύνταγμα 1975/1986: άρθρα 4, 14, 15, 29
2. Σύνταγμα 1975/1986/2001: άρθρα 4, 14, 15, 29
3. Ν. 230/1975
4. Ν. 1144/1981
5. Ν. 1491/1984
6. Ν. 1443/1984
7. Ν. 1730/1987
8. Ν. 1847/1989
9. Ν. 1867/1989
10. Ν. 1866/1089
11. Ν. 1882/1990
12. Ν. 2187/1994
13. Ν. 2328/1995
14. Ν. 2429/1996
15. Ν. 3023/2002
16. π. δ. 152/1985

17. π. δ. 25/1988

## **-ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ**

1. ΣΤΕ 2423/84
2. ΣΤΕ 930/90

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

### **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

- I) Η σημασία του προεκλογικού αγώνα .....i  
II) Τα κυριότερα στοιχεία της προεκλογικής περιόδου .....ii

### **ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ Η ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ**

- Εισαγωγή.....iv  
Α. Η νομοθεσία της προεκλογικής περιόδου από τις εκλογές του '81 μέχρι και τον Νόμο 2429/1996.....iv

I) Οι εκλογές της 18 <sup>ης</sup> Οκτωβρίου 1981.....	iv
II) Αλλαγές στην προεκλογική νομοθεσία από το 1984 μέχρι το 2002.....	vii
α) Ν. 1491/’84.....	vii
β) Ν. 1443/’84.....	viii
γ) π.δ. 152/1985 – Ν. 1847/’89.....	x
δ) Ν. 2429/1996.....	xiii
B. Η ραδιοτηλεόραση στην προεκλογική περίοδο – Το διαδίκτυο.....	xvi
I) Η γκρίζα περίοδος του κρατικού μονοπωλίου.....	xvii
α) Οι εκλογές του 1981.....	xvii
β) Η προεκλογική περίοδος των Ευρωεκλογών του 1984.....	xvii
γ) Ο Νόμος 1730/1987 και ο 1866/1989 – ΣτΕ 930/90 (Ολ.).....	xxi
II) Οι «μοντέρνοι καιροί» της ελληνικής πολιτικής διαφήμισης.....	xxii
α) Η τηλεόραση και τα νέα ήθη της προεκλογικής περιόδου.....	xxii
1) Τηλεόραση και εκλογές στην Ελλάδα τη δεκαετία 1990 – 2000.....	xxiv
2) Τα πρώτα ελληνικά πολιτικά debate.....	xxv
3) Η τηλεοπτική πολιτική διαφήμιση στην Ελλάδα.....	xxvi
β) Το διαδίκτυο στην υπηρεσία των κομμάτων για τις εκλογές.....	xxvi
1) Πλεονεκτήματα των κομμάτων από την παρουσίαση στο internet.....	xxvii
2) Τα πρώτα βήματα των ελληνικών κομμάτων στον κυβερνοχώρο.....	xxvii
Γ. Η ισχύουσα ρύθμιση της προεκλογικής περιόδου και του εκλογικού αγώνα των κομμάτων γενικότερα – Ο Ν. 3023/2002.....	xxviii
I) Η προεκλογική χρηματοδότηση των κομμάτων.....	xxviii
II) Έσοδα και δαπάνες των πολιτικών κομμάτων και υποψήφιων βουλευτών.....	xxix
III) Η προεκλογική προβολή κομμάτων και υποψήφιων βουλευτών και απαγορεύσεις κατά τη διάρκεια του εκλογικού αγώνα.....	xxx
IV) Δημοσιότητα των οικονομικών των πολιτικών κομμάτων και των υποψήφιων βουλευτών – Έλεγχος των οικονομικών των πολιτικών κομμάτων και των υποψήφιων βουλευτών – Διοικητικές κυρώσεις, έκπτωση από το βουλευτικό αξίωμα.....	xxxiii
V) Τελικές διατάξεις του Νόμου 3023/2002.....	xxxiv

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

- «Νέα ήθη, Νέοι καιροί» ;.....	xxxvi
---------------------------------	-------

## ΠΗΓΕΣ

-Βιβλιογραφία.....	xxxix
-Νομοθεσία.....	xxxix
-Νομολογία.....	xl

Περιεχόμενα.....	xli
------------------	-----









