Ο Ολοκληρωμένος Πολιτικός Σχεδιασμός (Ο.Π.Σ.) οφείλει, πριν απ' όλα, να διαμορφώσει ορισμένες «σταθερές», οι οποίες πρέπει να κατευθύνουν-υποτάσσουν όλες τις επιμέρους ενέργειες.

ΠΡΩΤΟΝ: Ο ΧΡΟΝΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Για μένα είναι αυτονόητο, ότι η αντίληψη του σχεδιασμού οφείλει να είναι εξ ορισμού μακρού χρόνου, άρα όλες οι ενέργειες, οι πρωτοβουλίες, η ρητορική κτλ. ν' ανταποκρίνονται σ' αυτή τη λογική της μακράς προοπτικής. Όταν λέω «μακρού χρόνου» το εννοώ στην απόλυτη σημασία του όρου, την στρατηγική. Υπ' αυτή την έννοια, ως τακτικό προσδιορισμό χρόνου, θεωρώ την επόμενη πενταετία, το περίφημο «1 συν 4» δηλαδή.

ΔΕΥΤΕΡΟΝ: ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Ο στόχος του σχεδιασμού είναι η εμπέδωση ενός τριδύμου σχήματος: «Σημίτης = νέο ΠΑ.ΣΟ.Κ.» - «Σημίτης = νέα εποχή» - «Σημίτης = ισχυρή Ελλάδα». Γνωρίζεις καλώς τις απόψεις μου και γνωρίζω καλώς -και σέβομαι- τις ταυτόσημες δικές σου, εναντίον της προσωποποίησης της πολιτικής και της οπισθοδρόμησης που φέρνουν οι «χαρισματικές» -τάχα- προσωπικότητες. Αναφέρομαι όμως στην πάγια και σταθερή ανάγκη της όποιας δημοκρατικής πολιτείας γνώρισε η Ιστορία να «προσωποποιείται» κάθε νέα περίοδος της πολιτικής και κοινωνικής εξέλιξης. Προσθέτω, ότι η αυτού του είδους, η «εμβληματική» -θα την ονόμαζα- προσωποποίηση, διαφέρει από την «ιδιοκτησιακή» σχέση στην οποία παρέπεμπαν οι «χαρισματικοί» του τύπου Ανδρέα Παπανδρέου ή Καραμανλή. Η «εμβληματική» σχέση του ηγετικού προσώπου με μια ορισμένη περίοδο δεν παρεμποδίζει, αλλά τουναντίον, διευκολύνει και ενισχύει, τόσο την αυτόνομη ανάπτυξη του κοινωνικού και πολιτικού, όσο και την αυτόνομη ανάπτυξη του συλλογικά προσδιορισμένου κομματικού υποκειμένου.

Να το πω απλά: αν δεν «εμβληματισθεί», αν δεν «προσωποποιηθεί» με αυτόν τον τρόπο η νέα περίοδος, ΕΙΝΑΙ ΑΠΟΛΥΤΩΣ ΑΜΦΙΒΟΛΟ ΑΝ ΘΑ ΕΠΙΤΥΧΕΙ ΤΟ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑ ΤΟΥ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΑ.ΣΟ.Κ.

Χρειάζεται λοιπόν, παραλλήλως με την κομματική σου ιδιότητα (Πρόεδρος του ΠΑ.ΣΟ.Κ.) και την κυβερνητική (Πρωθυπουργός), να συναιρεθεί η δράση σου σε μια ανώτερη ιδιότητα, στον κοινό παρονομαστή των δύο αξιωμάτων, που είναι ο ΗΓΕΤΗΣ.

Ο ηγέτης, είναι μια κατάσταση, μια ιδιότητα, περισσότερο από μια αρετή. Είναι η ιδιότητα και η κατάσταση που επιτρέπει να υπερβαίνονται τα τυπικά πλαίσια και περιορισμοί του κομματικού σχηματισμού και της ακτινοβολίας του και του κυβερνητικού σχήματος και της εμβέλειάς του. Η ανάδειξη και επικοινωνιακή επιβολή ενός νέου τύπου και προτύπου ηγεσίας, αποτελεί εγγύηση της διεύρυνσης της κομματικής επιρροής, ενώ προσφέρει πρόσθετη έλξη στο κυβερνητικό έργο.

Σημειώνω ότι ένα νέου τύπου «ηγετικό προφίλ Σημίτη» τείνει ήδη να διαμορφωθεί, χωρίς καμμια ιδιαίτερη επικοινωνιακή επεξεργασία: όσοι δεξιοί στρέφονται προς το ΠΑ.ΣΟ.Κ. δεν λένε «ψηφίζω ΠΑ.ΣΟ.Κ.» αλλά «ψηφίζω Σημίτη», ενώ η ακτινοβολία προς τα αριστερά ασκείται με ομόλογο σχήμα: «μας αφορά το ΠΑ.ΣΟ.Κ. του Σημίτη».

Η «Ηγεσία Σημίτη» είναι ένα πραγματικό -αφενός- και ένα επικοινωνιακό -αφετέρου- ζητούμενο. Το πραγματικό στοιχείο αφορά στο σύνολο των κινήσεων και ενεργειών στην κυβερνητική και κομματική ηγεσία. Το επικοινωνιακό είναι κάτι πολύ πιο σύνθετο και ευρύτερο. Να γίνω σαφής: ας δεχθούμε ότι ηγεσία Σημίτη συνδέεται στο πραγματικό πεδίο με την ρήξη στην δημόσια διοίκηση. Είναι φανερό, ότι στον χρόνο ως τις εκλογές οι όποιες αλλαγές στην δημόσια διοίκηση θα είναι σχετικά λίγες.

Δεν θα υπάρχει χρόνος και σχέδιο, ώστε να επεκταθούν στο σύνολο της δημόσιας διοίκησης. Αν όμως τους επόμενους μήνες:

α) έχουν καταργηθεί κάποιοι αδρανείς δημόσιοι οργανισμοί και υπηρεσίες

β) υπάρξουν λύσεις σε χρονίζοντα προβλήματα π.χ. ναυπηγεία

γ) υπάρξουν μέτρα κατά της διόγκωσης των υπηρεσιών υπό το πρόσχημα των νέων θεσμών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης κτλ. Τότε, η επικοινωνιακή στρατηγική μπορεί να κτίσει την λογική της αποφασιστικής, σταθερής και υπεύθυνης ηγεσίας που προχωρά, χωρίς μικροκομματικούς υπολογισμούς και ταλαντεύσεις, σε ρήξεις για τον εκσυγχρονισμό της χώρας.

Επομένως αυτό που πρέπει να γίνει κατανοητό είναι, ότι η άσκηση πραγματικής πολιτικής και η επικοινωνιακή στρατηγική πάνε «χέρι-χέρι», δεν μπορεί να είναι αποκομμένες. Θεωρώ, ότι στην «περίπτωση Σημίτη» είναι απολύτως λάθος η προσέγγιση της επικοινωνιακής στρατηγικής με όρους IMAGE MAKING, όπως το μετέφεραν μηχανιστικά στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια οι διαφημιστικές εταιρίες από την αγγλοσαξονική (κυρίως την αμερικάνικη) πολιτική παράδοση. **Με λίγα λόγια εδώ δεν κτίζουμε επικοινωνιακά ένα πρόσωπο, αλλά μια πολιτική ενσωματωμένη σε ένα πρόσωπο.** Ο εκσυγχρονισμός που απαιτεί γνώση, ευθύνη και τόλμη, η ισχυρή Ελλάδα που απαιτεί προικισμένη, υπεύθυνη και ισχυρή ηγεσία, δένονται αλληλένδετα στην γραμμή της *«ηγεσίας Σημίτη»*, κατά την οποία το πρόσωπο τεκμηριώνεται μέσα από το έργο και το πρόσωπο γίνεται εγγύηση της συνέχειας του έργου.

Θέλω να πω, με λίγα λόγια, ότι το επικοινωνιακό επιτελείο του Σημίτη, οφείλει να είναι -στον πυρήνα του- κατεξοχήν πολιτικό επιτελείο, στελέχη που γνωρίζουν, όχι κάποιες τεχνικές επικοινωνίας και μόνον, αλλά είναι

σε θέση να χαράσσουν και να επιλέγουν πολιτικές που μπορούν να αποκτούν ισχυρό συμβολικό φορτίο.

Η ΗΓΕΣΙΑ ΣΗΜΙΤΗ

Η **ηγεσία Σημίτη** βρίσκεται σε πολύ πιο δύσκολη θέση απ' ό,τι βρέθηκαν οι **Καραμανλής** και **Παπανδρέου** το '74-'91 και '81-'89 αντιστοίχως. Πριν απ' όλα και οι δύο είχαν το πλεονέκτημα να συγκρίνονται -και να στηρίζονται, ταυτοχρόνως- σε μια άρνηση: ο Καραμανλής ήταν η άρνηση της χούντας, ο Παπανδρέου του «κράτους της Δεξιάς». Η «ηγεσία Σημίτη» κτίζεται αυτή τη στιγμή χωρίς να υπάρχει το πλεονέκτημα μιας «μετωπικής άρνησης» ως οργανικό συστατικό των δεσμών συνοχής της παράταξης γύρω από αυτή.

Έως τώρα, το σύστημα των αρνήσεων λειτούργησε θετικά μόνον στην σφαίρα του ΠΑ.ΣΟ.Κ., καθώς η ηγεσία Σημίτη είναι αυτομάτως η άρνηση όλων των στρεβλώσεων ου «παπανδρεϊσμού». Τούτο επεκτείνεται με τον ίδιο θετικό τρόπο στο τμήμα της ανανεωτικής αριστεράς και στα μεσαία καλλιεργημένα στρώματα της Νέας Δημοκρατίας. Αλλά φυσικά, η ηγεσία Σημίτη δεν μπορεί να στηριχθεί μόνον σ' αυτό.

Έχουμε λοιπόν ανάγκη να κτίσουμε ένα δίδυμο σχήμα:

A) Σημίτης = θετικές προτάσεις για την ελληνική κοινωνία.

B) Σημίτης = άρνηση του παλαιού πολιτικού και κοινωνικού συστήματος που οδήγησε την χώρα στα αδιέξοδα που όλοι αισθανόμαστε γύρω μας.

Για να γίνει αυτό πράξη, υπάρχουν δύο όροι. Ο πρώτος είναι η σύστοιχη με τις διακηρύξεις κυβερνητική πρακτική. Ο δεύτερος είναι η ομόλογη η κομματική ανασύνταξη. **Χρειάζεται -επιπλέον- όμως, η δημιουργία των όρων ενός νέου τύπου κοινωνικού και πολιτικού κινήματος**

στράτευσης, το οποίο θα εμπνέει και θα εκφράζει η ηγεσία Σημίτη και θα προσωποποιεί ο Κώστας Σημίτης. Αυτό το κίνημα, το «ρεύμα κοινής γνώμης», θα είναι κάτι πολύ ευρύτερο από την κομματική εμβέλεια του ΠΑΣΟΚ. Θα είναι το αποτέλεσμα του κινήματος της ελπίδας που δημιουργεί η «ηγεσία Σημίτη», θα είναι το προσωπικό κεφάλαιο που δημιουργείς και κομίζεις στην παράταξη, έως ότου η παράταξη να αποκτήσει την ίδια φερεγγυότητα και να ασκεί την ίδια πειθώ που διασφαλίζει ως τώρα η προσωπική σου ακτινοβολία.

Ως σήμερα, η εικόνα του Κώστα Σημίτη στην κοινή γνώμη είναι ταυτισμένη με τις ιδιότητες: έντιμος, σταθερός, μεθοδικός, υπεύθυνος, με προφίλ ευρωπαίου πολιτικού. Αυτά είναι στοιχεία που δεν πρόκειται να σκιαστούν στην πορεία, ούτε χρειάζονται παραπέρα εμπέδωση. Αυτό που τώρα χρειάζεται είναι η δημιουργία της εικόνας ενός **Σημίτη, κυβερνήτη-οραματιστή** που δεν θέλει απλώς να διαχειριστεί αποτελεσματικά την διακυβέρνηση, ούτε καν να μεταρρυθμίσει όψεις του πολιτικού και κοινωνικού συστήματος, αλλά να μετασχηματίσει ριζικά την χώρα.

Τα συνθήματα, όπως *«Σημίτης = ισχυρή Ελλάδα», «Έφοδος στο μέλλον», «Να δώσουμε πρώτο ρόλο στην Ελλάδα της δημιουργίας»,* μαζί με τα «αρνητικά» συνθήματα, *«να πούμε όχι στην κοινωνία των κολλητών» (άρα «να πούμε ναι στην αξιοκρατία»), «να πούμε όχι στην Ελλάδα της αυθαιρεσίας», άρα («να πούμε ναι στην Ελλάδα της ποιότητας της ζωής»),* καθώς και άλλα, καλύτερα, ίσως, που πρέπει σύντομα να βρεθούν, δίνουν τον τόνο, την κατεύθυνση, μιας έμπνευσης πέραν από την διαχείριση, πέρα από την καθημερινή αποτελεσματικότητα του έργου.

Πρέπει να υπάρχει ένα **όραμα** ή -καλύτερα- ένα **«σχέδιο»** για το μέλλον, από το οποίο θα αντλούνται και εξακτινώνονται οι σημερινές

εφαρμογές. **Χωρίς τον οραματικό λόγο, τον σχεδιασμό μακρού χρόνου, χωρίς την έμπνευση ενός κινήματος προς νέους στόχους και κατευθύνσεις, η κυβέρνηση θα είναι τρωτή και αδύναμη, όσες επιτυχίες και εάν έχει, το δε κόμμα, ούτε ελκυστικό θα γίνει, ούτε σύμμαχο στις δυσκολίες της διακυβέρνησης.**

Η λογική της *«οραματικής και μακράς πνοής ηγεσίας»* είναι και το κλειδί της προσάρτησης του πνευματικού κόσμου και των διανοουμένων εκ νέου στο παιγνίδι της πολιτικής εμπιστοσύνης, είναι η ελπίδα της έμπνευσης των νέων γύρω από πολιτικούς στόχους, είναι **ο μόνος τρόπος δημιουργίας πειθαρχιών** στην αθέσμιτη, ρευστή και διεφθαρμένη -εν πολλοίς- ελληνική κοινωνία.

Όλα αυτά -φυσικά- έχουν νόημα, μόνον με την στενή τους συνάρτηση με την σταθμισμένη και υπεύθυνη διακυβέρνηση. Δεν αποτελούν -επομένως- μια γενική ρητορική, αλλά συγκροτούν την δυναμική συνεκτική ουσία των πολιτικών μας προτάσεων και πρακτικών προς το μέλλον, δημιουργούν την έμπνευση και την ελπίδα, ώστε να γίνουν αποδεκτές οι παροδικές δυσκολίες και να ξεπεράσουμε με συναίνεση τους αναπόφευκτους κλυδωνισμούς κάθε μεταρρυθμιστικού εγχειρήματος.

ΤΟ ΣΙΔΗΡΟΥΝ ΠΛΑΙΣΙΟ

Για να δημιουργηθεί αυτό το ιδεολογικό, πολιτικό και ψυχολογικό-ηθικό πλαίσιο μέσα στο οποίο θα προτείνεις την πορεία προς την Ελλάδα του 21^{ου} αιώνα, ο πολιτικός σου λόγος πρέπει να έχει ορισμένες «σταθερές» που θα υποκρύπτονται σε κάθε σχήμα δράσης, σε κάθε πρωτοβουλία, σε κάθε ομιλία σου. Οι «σταθερές» αυτές θα αποτελούν ένα «σιδηρούν πλαίσιο», που θα περιλαμβάνονται πάντοτε στον πυρήνα όλων των παρεμβάσεών σου και θα καθοδηγούν την κομματική και κυβερνητική ενοποίηση των πολιτικών.

Οι «σταθερές» αυτές πρέπει να είναι:

Οι δύο προκλήσεις που έχει μπροστά της η χώρα: α) τουρκική απειλή β) ισότιμη συμμετοχή στην ευρωπαϊκή ολοκλήρωση.

Κοινός παρονομαστής στην αντιμετώπιση των δύο προκλήσεων είναι η «ισχυρή Ελλάδα».

Στόχοι-μέσα για την «Ισχυρή Ελλάδα» είναι ο ριζικός, εκ βάθρων εκσυγχρονισμός της χώρας.

Τούτο σημαίνει αναγκαίες αλλαγές και τομές στην Οικονομία, την Διοίκηση, την Παιδεία κτλ.

Σημαίνει όμως και αλλαγή κοινωνικών νοοτροπιών και πειθαρχιών. («Πατριωτισμός σήμερα είναι ό,τι καθιστά την Ελλάδα ισχυρή» κτλ.)

Στο σώμα αυτών των σταθερών εξακτινώνονται όλες οι επιμέρους πολιτικές: π.χ. δυναμικός ρόλος της Ελλάδας στα Βαλκάνια κτλ.

Εφόσον η όλη πολιτική σου παρουσία υπαχθεί σ' αυτόν τον πυρήνα στρατηγικής, έχεις το πλεονέκτημα, εν ονόματι της **θετικής πρόκλησης** για το μέλλον, να ταυτίσεις πάνω σου την **ριζική άρνηση** ενός τελειωμένου συστήματος. Με αυτό τον τρόπο με την λειτουργία δηλαδή του ζεύγματος **θετική προοπτική** και **αρνητική ταύτιση** ολοκληρώνεις και τον **διεμβολισμό του υπάρχοντος πολιτικού σκηνικού,** καθώς θα έχεις -έτσι- *«αμφίπλευρη διεύρυνση»* του πολιτικού σου λόγου και πολυσυλλεκτική επιρροή.

Η «ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΚΗΝΟΘΕΣΙΑ»

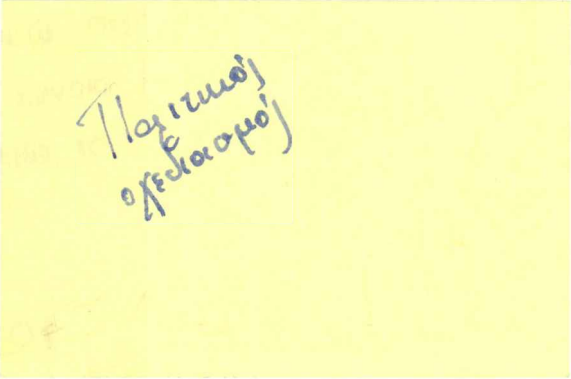
Γνωρίζεις την απέχθειά μου στις τεχνικές του «image making». Υπάρχει μία -όμως- πλευρά, με την οποία συμφωνώ, και είναι η «πολιτική σκηνοθεσία» της εκάστοτε παρουσίας του ηγέτη. Σε κάθε δημόσια εμφάνισή σου είναι για μένα εμφανής η **πλήρης απουσία** κάποιας μορφής *σκηνοθετικής πρόνοιας,* αναγκαίας κατά τη γνώμη μου, αν όχι για το κύρος του Κ. Σημίτη, οπωσδήποτε, πάντως, για το κύρος των αξιωμάτων που φέρει και εκπροσωπεί.

Η ώρα και ο τρόπος που μπαίνεις σε μια αίθουσα, η θέση που κάθεσαι, το σημείο από το οποίο μιλάς κτλ. οφείλουν να είναι από πριν σχεδιασμένα και ελεγμένα, έτσι ώστε να υπάρχει μια συνολική οικονομία κινήσεων, που δημιουργεί την αίσθηση ότι τα πράγματα έχουν ένα συγκεκριμένο σημείο αναφοράς που είναι **ο ηγέτης.**

Όλα αυτά οφείλουν να είναι ευθύνη κάποιου συγκεκριμένου στελέχους του γραφείου σου, με πολιτικό κριτήριο και αντίληψη της επικοινωνίας.

ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΑ

Για μένα, η ιδεώδης μορφή επιτελείου γι' αυτόν τον πολιτικό σχεδιασμό θα ήταν το σχήμα του «πρωινού καφέ» από στελέχη του πρωθυπουργικού γραφείου, που έχουν αντίληψη όλης της κυβερνητικής, κομματικής και προσωπικής σου «ατζέντας». Δεν γνωρίζω, όμως, -και το εννοώ πραγματικά- ποιοι θα ήταν σε θέση να είναι πραγματικά ευρηματικοί και παραγωγικοί σ' αυτή την αναγκαία σύζευξη **πολιτικού και επικοινωνιακού σχεδιασμού** που είναι το ζητούμενο.

Πάντως, αν επιλεγεί άλλο σχήμα, τότε η τουλάχιστον μια φορά την βδομάδα συνάντηση αυτών των ανθρώπων με πλάνα δεκατετράμηνα,

τρίμηνα και μηνιαία κ.ο.κ είναι το μίνιμουμ αναγκαίο για την παραγωγή πολιτικού και επικοινωνιακού σχεδιασμού.