

## ΜΙΑ ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟ 2004

Το βασικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει το εγχείρημα των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 είναι αφ' ενός η απουσία μιας συγκεκριμένης ταυτότητας και φυσιογνωμίας και αφ' ετέρου η έλλειψη ενός ολοκληρωμένου πολιτικού και επικοινωνιακού σχεδιασμού από την πλευρά της κυβέρνησης.

Τα χαρακτηριστικά αυτά γνωρίσματα είναι φυσικό να περιορίζουν την εμβέλεια, αλλά και να συρρικνώνουν τις πραγματικές διαστάσεις του εγχειρήματος.

Η παραπάνω αδυναμία ακυρώνει τη δυνατότητα μιας σωστής, εύστοχης και αποτελεσματικής πολιτικής και επικοινωνιακής διαχείρισης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Παρακολουθώντας την έως τώρα προσπάθεια που έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο της προετοιμασίας των Ολυμπιακών Αγώνων, εύκολα διαπιστώνουμε το μεγάλο έλλειμμα που αυτή αντιμετωπίζει.

Είναι, λοιπόν, ζωτική ανάγκη να διαμορφώσουμε με θετικό προσδιορισμό την ταυτότητα και φυσιογνωμία αυτού του εγχειρήματος, κάνοντας σαφές ότι αποτελεί το νέο μεγάλο στοίχημα της χώρας.

Μια τέτοια προσπάθεια θα μας επέτρεπε από τη μια οι Ολυμπιακοί Αγώνες να είναι ένα από τα βασικότερα θέματα της πολιτικής ατζέντας που θέτει αυτή η κυβέρνηση και από την άλλη θα μας βοηθούσε να εξοβελίσουμε τις όποιες δυσχέρειες ή προβλήματα υπάρχουν (συγκρούσεις υπουργών, συγκρούσεις υπουργών με «Αθήνα 2004», κ.ά.) και τα οποία πολλές φορές επισκιάζουν τις προσπάθειες της προετοιμασίας των Ολυμπιακών Αγώνων.

Αν δεν προσδώσουμε στους Ολυμπιακούς Αγώνες ένα σαφές και καθαρό στίγμα και μια διακριτή ταυτότητα, τότε περιορίζουμε το εγχείρημα στην αμιγώς αθλητική του διάσταση, αλλά και ταυτίζουμε το εγχείρημα αυτό με διάφορα φολκλορικά στοιχεία, όπως είναι «οι αρχαίοι ημών πρόγονοι» ή «το αθάνατο αρχαίο ελληνικό πνεύμα».

Σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις, οι Ολυμπιακοί Αγώνες αντιμετωπίζονται με κάποια ανάμικτα αισθήματα από την ελληνική κοινή γνώμη. Από τη μια υπάρχει ένα κλίμα ανάτασης, γιατί η χώρα θα διοργανώσει αυτό το μεγάλο εγχείρημα, από την άλλη υπάρχει μια θολή εικόνα τόσο για την προετοιμασία, όσο και για τα όσα φημολογούνται γύρω από τη διαχείριση και τη διαφάνεια της προετοιμασίας.

Απέναντι σ' αυτή την πραγματικότητα καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε τρεις επιλογές:

- Να μετατρέψουμε το 2004 σε μεγάλο στοίχημα της χώρας, κινητοποιώντας την κοινή γνώμη από τώρα.
- Να ασχοληθούμε εμφανώς με τους Ολυμπιακούς Αγώνες μόνο τον τελευταίο χρόνο και αφού θα έχουν προχωρήσει οι αναγκαίες υποδομές και όλα τα άλλα προετοιμαστικά ζητήματα.
- Να παρέμβουμε στην προετοιμασία των Ολυμπιακών Αγώνων επιλεκτικά, όταν η συγκυρία θα είναι ευμενής.

Η πρώτη και η τρίτη εκδοχή θα μπορούσαν να αποτελέσουν τον κατάλληλο συνδυασμό που θα έχει και σαφή πλεονεκτήματα για την κυβέρνηση.

Στο πλαίσιο ενός τέτοιου συνδυασμού θα είχαμε τη δυνατότητα από τη μια να προβάλλουμε τη σημασία των Ολυμπιακών Αγώνων για την περαιτέρω τόνωση του διεθνούς κύρους της χώρας, την ενίσχυση της οικονομίας, την αύξηση της απασχόλησης, τη δημιουργία υποδομών κ.ά.

## Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΟΥ ΠΡΩΘΥΠΟΥΡΓΟΥ

Ο Πρωθυπουργός πρέπει να βρεθεί στο επίκεντρο του εγχειρήματος των Ολυμπιακών Αγώνων. Ο ρόλος του δεν πρέπει να περιορίζεται στο να προεδρεύει της Διυπουργικής Επιτροπής. Ούτε είναι σωστό να πηδήξει στο τρένο την τελευταία στιγμή.

Χρειάζεται να έχει μια διαρκή και σταθερή παρουσία, η οποία θα στηρίζεται σ' έναν ολοκληρωμένο πολιτικό και επικοινωνιακό σχεδιασμό, επιτρέποντάς του να παρεμβαίνει επιλεκτικά σε διάφορες φάσεις του εγχειρήματος.

Η επιλεκτική προσέγγιση έχει σαφή πλεονεκτήματα. Ο Πρωθυπουργός «μπαινοβγαίνει» επικοινωνιακά στο θέμα των Αγώνων, ανάλογα με την περίπτωση. Αν υπάρχουν καθυστερήσεις, ζητά ευθύνες. Αν υπάρχει ένα μείζον γεγονός, παίρνει την πρωτοβουλία να το αναδείξει. Στην περίπτωση αυτή, καλό είναι να αδειάζει επικοινωνιακά ο χώρος γύρω του από άλλα πρόσωπα (Βενιζέλος, Γιάννα κλπ).

Αν πάλι η ευρύτερη πολιτική επικαιρότητα μονοπωλείται από άλλα θέματα, ο Πρωθυπουργός προσανατολίζει τη δημόσια παρουσία του προς αυτά, ενώ ταυτοχρόνως απομακρύνεται από το 2004. Η κυριότερη ωφέλεια μιας τέτοιας ευέλικτης στρατηγικής είναι ότι ελέγχει τη δοσολογία του πολιτικού ρίσκου.

Στην περίπτωση του 2004, το πολιτικό ρίσκο ορίζεται από μια βασική ασυμμετρία. Το εγχείρημα είναι τεράστιο και τα επόμενα δύο χρόνια θα καταλαμβάνει όλο και μεγαλύτερο μέρος του κυβερνητικού έργου, συναντά όμως την απάθεια της κοινής γνώμης. Υπολογίσιμο πολιτικό κεφάλαιο κινδυνεύει να επενδυθεί με ελάχιστη απόδοση. Ακόμη χειρότερα: Το 2004 είναι συκοφαντημένο, καθώς είναι ευρέως διαδεδομένη η εντύπωση ότι «κάποιοι τρώνε και κάποιοι τρώνε...».

Ο πακτωλός χρημάτων, το άναρχο και εντυπωσιοθηρικό μιντιακό περιβάλλον, η προγραμματική σκανδαλολογία της Ν.Δ. και οι ανταγωνισμοί στην κορυφή (παράδειγμα η μόνιμη διελκυστίνδα Βενιζέλου – Γιάννας) δεν καθιστούν εύκολη την ανατροπή αυτής της αντίληψης. Η εμπειρία από το εξωτερικό (Ατλάντα, Σίδνεϊ κλπ)

δείχνει ότι η Ολυμπιάδα, αλλά και η ΔΟΕ περιβάλλεται από μια μόνιμη Ρωμαϊκού τύπου ατμόσφαιρα χλιδής, σκανδάλων και προσωπικών συγκρούσεων.

Ο Πρωθυπουργός πρέπει να αρθεί υπεράνω αυτής της κατάστασης. Η «α λα καρτ» προσέγγιση του 2004 σημαίνει ότι πρέπει να ταυτισθεί μόνο με πτυχές που έχουν πραγματική απήχηση στην κοινή γνώμη. Ποιες είναι αυτές; Τα έργα όταν παραδίδονται. Οι επενδύσεις στην περιφέρεια που κατατρέχεται από το σύμπλεγμα ότι το 2004 είναι άλλο ένα προνόμιο της Αθήνας. Τέλος, και σημαντικότερο, η υπόθεση του εθελοντισμού.

## **ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

1. Σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα της προετοιμασίας των Αγώνων, το 2004 είναι «οπισθοβαρές». Έργα, προγράμματα κλπ. θα είναι έτοιμα τη χρονιά των Αγώνων. Ο συσχετισμός με το χρόνο των βουλευτικών εκλογών είναι προβληματικός. Αν και δεν απουσιάζουν γεγονότα σε μηνιαία βάση, τα «μεγάλα» είναι στο τέλος.

Αυτό σημαίνει ότι οι επικοινωνιακές δράσεις του Πρωθυπουργού για το 2004 πρέπει να αποσυνδεθούν από τα «πραγματικά» ορόσημα της προετοιμασίας. Θα μπορούσαν λοιπόν να επινοηθούν ειδικά Ολυμπιακά «γεγονότα» στο επικοινωνιακό πρόγραμμά του, κομμένα και ραμμένα στα μέτρα του.

2. Σύμφωνα με την έρευνα της MRB, η Οργανωτική Επιτροπή Αθήνα 2004 προηγείται με μεγάλη διαφορά της Κυβέρνησης σε θετικές κρίσεις (53,3% προς 33,2%).

Μια εκδοχή θα ήταν να εμφανίζεται συχνότερα ο Πρωθυπουργός στο πλαίσιο δράσεων του «Αθήνα 2004» ιδίως αυτών που έχουν επικοινωνιακό «τζόγο», όπως η παρουσίαση της Μασκότ, ή οι χειμερινοί αγώνες του Σολτ Λέικ Σίτι. Αυτονόητα, δεν είναι η μοναδική.

Το αντίδοτο ή συμπλήρωμα είναι ίσως να εντάξει ο Πρωθυπουργός το 2004 στις δικές του διεθνείς δράσεις ακριβώς όπως έγινε με την επίσκεψη στον Μπους. Κατ' αυτή τη λογική, η Ελληνική Προεδρία στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2003 θα μπορούσε να λάβει και Ολυμπιακή διάσταση, με

πρωταγωνιστή τον Πρωθυπουργό. Συνοπτικά: Το 2004 θα μπορούσε να είναι η βιτρίνα της ΟΝΕ.

3. Κρίσιμος είναι ο συνδυασμός 2004 και περιφερειακής πολιτικής. Τούτο είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον σε σχέση με το πρόγραμμα «Ελλάδα 2004». Ακόμη: Η ύπαρξη Ολυμπιακών Δήμων (Ηράκλειο, Πάτρα, Θεσσαλονίκη, Βόλος – σε συνδυασμό με Αθήνα, Πειραιά, Λεκανοπέδιο Αττικής) είναι κάτι που μπορεί να αξιοποιηθεί εν όψει των Δημοτικών Εκλογών.
4. Ένας στους δύο Έλληνες δεν πρόκειται να συμμετάσχει ως εθελοντής στο 2004. Ωστόσο, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τον εθελοντισμό δείχνει η ομάδα 18-35, δηλαδή οι νέοι. Για λόγους εικόνας, ο Πρωθυπουργός πρέπει να είναι κοντά στον εθελοντισμό, όχι μόνο γιατί είναι η ανιδιοτελής πλευρά των Αγώνων – αλλά και γιατί είναι το νεανικό τους πρόσωπο. Η νεότητα «φωτίζει» το προφίλ του Πρωθυπουργού – και αντισταθμίζει το νεανικότερο στυλ του Καραμανλή.

Ο Πρωθυπουργός πρέπει να είναι παρών σε όλες τις ανθρώπινες πτυχές της Ολυμπιάδας. Πρέπει να συνδεθεί με το πρόγραμμα του εθελοντισμού, το οποίο επιβάλλεται να αναπτυχθεί με τρόπο που να αγκαλιάσει όλους τους Έλληνες σε κάθε σημείο της χώρας. Γι' αυτό είναι επείγουσα ανάγκη - σε συνεργασία με το 2004 - να καταρτισθεί ένα επιχειρησιακό πρόγραμμα δράσεων με ορίζοντα τριετίας. Μόνο αυτό θα φέρει τους Αγώνες κοντά στον απλό κόσμο, και συγχρόνως θα τους «αποκαθάρει» από τις συκοφαντίες ότι «κάποιοι τρώνε».

Ο Εθελοντισμός είναι το μόνο «παράθυρο» των απλών ανθρώπων στους Αγώνες. Σε όλα τα άλλα είναι θεατές.

Αν ο Πρωθυπουργός «υιοθετήσει» πολιτικά τον εθελοντισμό (ανακοινώνει το πρόγραμμα δράσεων, παρίσταται σε σημαντικές εκδηλώσεις ανά την Ελλάδα) αυτό θα ωφελήσει και το προφίλ του, αφού θα τον εμφανίζει ανθρώπινο.

5. Το πρόσωπο με τα μεγαλύτερα οφέλη δημοτικότητας στην περίπτωση του 2004 είναι η Γιάννα Αγγελοπούλου. Εν μέρει αυτό οφείλεται και στην καλή της τοποθέτηση. Η Γιάννα είναι επίσης πρόσωπο με διακομματική απήχηση.

Από πλευράς εικόνας, είναι προτιμότερο ο Πρωθυπουργός να εμφανίζεται σε συνδυασμό με τη Γιάννα, παρά με φθαρμένα πολιτικά πρόσωπα. Ο Πρωθυπουργός μπορεί να πάρει έτσι μέρος από τη θετική απήχηση της Γιάννας.

Ασφαλώς, η (ακραία και πολύ κυνική) στρατηγική αυτή θέλει προσοχή και διακριτικότητα. Και πάλι όμως, ο Πρωθυπουργός έχει τη δυνατότητα να ανανεώσει το προσωπικό και πολιτικό προφίλ του, σε μια φάση που το ΠΑΣΟΚ έχει κουράσει.

Η συνύπαρξη με πρόσωπα «μεσαίου χώρου» προσδίδει στο 2004 μια εικόνα εθνικού στόχου, πάνω από τη μικροπολιτική αντιπαράθεση ΠΑΣΟΚ – ΝΔ.