



ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

**Τίτλος πτυχιακής εργασίας**

**«Ο σύγχρονος λαϊκισμός σε Ευρώπη και Η.Π.Α και ο λαϊκιστικός  
λόγος στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης»**

Όνοματεπώνυμο φοιτητή: Βασιλική Αφροδίτη Αλμπάνη

A.M: 4160004

Επιβλέπων Καθηγητής: Σπύρος Μπλαβούκος

Ιανουάριος 2023

## Περίληψη

Ο προσδιορισμός της έννοιας του λαϊκισμού έχει απασχολήσει ιδιαίτερα την επιστημονική κοινότητα και παραμένει έως και σήμερα ένα δισεπίλυτο πρόβλημα. Πολλά είναι τα κύματα λαϊκισμού τα οποία έχουν συνοδεύσει τις φιλελεύθερες δημοκρατίες από τον 18<sup>ο</sup> αιώνα έως σήμερα, ωστόσο το καθένα φαίνεται να εκδηλώνεται διαφορετικά ανάλογα με τις κοινωνικοπολιτικές συνθήκες. Ωστόσο, η βασική ιδέα που διέπει τον λαϊκισμό είναι η αντίληψη ότι η κοινωνία χωρίζεται σε δύο ομοιογενή και αντίπαλα στρατόπεδα: τον «αγνό λαό» και την «διεφθαρμένη ελίτ» η οποία σφετερίζεται τις ελευθερίες του. Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας ενίσχυσε αυτό το αίσθημα σε ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού: μεταξύ άλλων η εξαφάνιση παλαιότερων επαγγελμάτων και η αντικατάστασή τους με νέα τεχνολογικά μέσα αλλά και τα απαιτητικότερα κριτήρια για την εύρεση εργασίας έχουν τοποθετήσει έναν μεγάλο αριθμό ατόμων σε δυσμενή οικονομική θέση και τους έχουν δημιουργήσει την αίσθηση ότι δεν μπορούν να συμβαδίσουν πλέον με τον ρυθμό της κοινωνίας. Οι συνθήκες αυτές αποτελούν επομένως ένα τέλειο υπόβαθρο για την ανάπτυξη λαϊκιστικού λόγου. Πράγματι, από το 2010 και μετά ένα νέο κύμα λαϊκισμού φαίνεται να έχει ξεσπάσει σε Ευρώπη και Η.Π.Α. Οι νέοι πρωταγωνιστές των λαϊκιστικών κινημάτων τοποθετούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο επίκεντρο της επικοινωνιακής στρατηγικής τους. Αυτό οφείλεται στο ότι τα ΜΚΔ, λόγω του τρόπου με τον οποίο είναι δομημένα, προσφέρουν την δυνατότητα απήχησης σε ένα τεράστιο πλήθος ομοϊδεατών, την εύκολη «επίθεση» σε θεσμούς και πολιτικούς αντιπάλους και την ταχύτατη διάδοση ψευδών ειδήσεων. Όλα τα παραπάνω έχουν οδηγήσει ορισμένους ακαδημαϊκούς στο να χαρακτηρίσουν το τελευταίο λαϊκιστικό κύμα ως «Λαϊκισμό 2.0»

**Λέξεις κλειδιά:** λαϊκισμός, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, λαϊκιστικός λόγος, ψηφιακός λαϊκισμός

## **Abstract**

The definition of the concept of populism has been of particular concern to the scientific community and remains to this day an unsolved problem. Many waves of populism have accompanied liberal democracies from the 18th century to the present day, but each seems to manifest itself differently depending on socio-political conditions. However, the basic idea underlying populism is the notion that society is divided into two homogeneous and antagonistic sides: the 'pure people' and the 'corrupt elite' which is trying to claim their freedoms. The rapidly developing technology has reinforced this feeling in a large part of the population: among other things, the extinction of older professions and their replacement by new technological means and the more demanding criteria for finding a job have placed a large number of people in an unfavourable economic position and have given them the feeling that they can no longer keep up with the pace of society. These conditions are therefore a perfect background for the development of populist discourse. Indeed, since 2010 a new wave of populism seems to have broken out in Europe and the USA. The new protagonists of populist movements are placing social media at the centre of their communication strategy. This is because, due to their architecture, social media offer the possibility of reaching a huge number of like-minded people, of easily "attacking" institutions and political opponents, and of spreading fake news extremely quickly. All of the above have led some academics to characterize this latest populist wave as "Populism 2.0"

**Key words:** *populism, social media, populism discourse, digital populism*

[Κενή Σελίδα]

## Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	2
ABSTRACT.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	7
1.1 Οι προσπάθειες ορισμού του όρου .....	7
1.2 Τα βασικά χαρακτηριστικά του λαϊκισμού.....	12
1.3 Η ιδέα της λαϊκής κυριαρχίας.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΛΑΪΚΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ Η.Π.Α ΚΑΙ ΤΗΝ ΜΕΤΑΠΟΛΕΜΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ.....	17
2.1 Η.Π.Α: Μια ιστορική αναδρομή .....	17
2.2 Ο λαϊκισμός στην Ευρώπη: μια σύντομη ανασκόπηση .....	19
2.3 Οι σύγχρονες μεταμορφώσεις του λαϊκισμού σε Ευρώπη και Η.Π.Α .....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΛΑΪΚΙΣΤΙΚΗ ΡΗΤΟΡΙΚΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	26
3.1 Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: ένα νέο μέσο ενημέρωσης.....	26
3.2 Λαϊκισμός 2.0: Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ως μέσα διάδοσης της λαϊκιστικής ρητορικής .....	27
3.3. Οι λαϊκιστικές επιθέσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	28
ΕΥΡΗΜΑΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	31
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	32

## Εισαγωγή

Ποια είναι η θέση του λαϊκισμού στις σύγχρονες φιλελεύθερες δημοκρατίες; Πώς αντιδρούν οι φιλελεύθερες δημοκρατίες στην επέλαση του; Είναι ο λαϊκισμός ένα φαινόμενο που ήρθε για να μείνει; Πρόκειται απλώς για ένα «σημείο των καιρών» ή έχει τις ρίζες του σε παλαιότερα κινήματα και πολιτικές πρακτικές; Αυτά αποτελούν μόνο μερικά από τα ερωτήματα που καλούμαστε να θέσουμε στην πολιτική επιστήμη εν μέσω μιας εποχής ραγδαίων κοινωνικοπολιτικών εξελίξεων σε Ευρωπαϊκό αλλά και Παγκόσμιο επίπεδο.

Οι στόχοι της παρούσας πτυχιακής είναι:

1. Να παρουσιαστεί το θεωρητικό πλαίσιο του λαϊκισμού
2. Να μελετηθεί η πορεία των λαϊκιστικών φαινομένων σε Ευρώπη και Η.Π.Α από την πρώτη εμφάνιση λαϊκιστικής τάσης έως και σήμερα
3. Να μελετηθεί η επίδραση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) στην διάδοση της λαϊκιστικής ρητορικής

Η διάρθρωση της εργασίας περιλαμβάνει τρία κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εννοιολογική προσέγγιση του όρου «λαϊκισμός» και μια προσπάθεια ομαδοποίησης των κριτηρίων τα οποία χαρακτηρίζουν ένα πολιτικό φορέα λαϊκιστικό. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια ιστορική αναδρομή, στα λαϊκιστικά φαινόμενα της Ευρώπης και των Η.Π.Α, και εξετάζονται οι περιπτώσεις του λαϊκισμού της Μαρίν Λεπέν στην Γαλλία και του Ντόλαντ Τραμπ στις Η.Π.Α. Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζεται ο πολιτικός ρόλος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης καθώς και οι λόγοι για τους οποίους τα τελευταία έχουν αποτελέσει κατάλληλα κανάλια μετάδοσης της λαϊκιστικής ρητορικής.

## Κεφάλαιο 1: Εννοιολογική προσέγγιση

### 1.1 Οι προσπάθειες ορισμού του όρου

Ο Λαϊκισμός αποτελεί, εδώ και δεκαετίες, μια από τις πλέον εννοιολογικά απροσδιόριστες έννοιες της πολιτικής επιστήμης, παρότι η εμφάνιση λαϊκιστών ηγετών και λαϊκιστικών πολιτικών δεν είναι, ακριβώς, κάτι νέο για την παγκόσμια κοινότητα και κυριότερα για τις δυτικές φιλελεύθερες δημοκρατίες.

Το 2016, όμως, αποτέλεσε ένα ιδιαίτερα κομβικό σημείο για την δημιουργία αυτού που πολλοί αποκαλούν ένα «νέο κύμα» λαϊκισμού, με ορισμένους σημαντικούς πρωταγωνιστές όπως ο Donald Trump και η Marie Le Pen στην δεξιά και οι Podemos, ο Sanders και ο SYRIZA στα αριστερά. (PostJill, 2018). Το νέο αυτό κύμα, σύμφωνα με τους ερευνητές, δεν γεννήθηκε τυχαία. Αναδύθηκε από τις στάχτες μιας βαθιά προβληματικής σύγχρονης φιλελεύθερης δημοκρατίας, στιγματισμένης από την συνεχή επιδείνωση των οικονομικών δυνατοτήτων ενός μεγάλου τμήματος του πληθυσμού αλλά και τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις που όλο και αμβλύνουν το χάσμα μεταξύ των «απλών πολιτών» και της ελίτ. Στα πλαίσια αυτής της τεχνολογικής εξέλιξης τα, ελεύθερα προσβάσιμα από όλους, μέσα κοινωνικής δικτύωσης φαίνεται ότι παρέχουν βήμα στους λαϊκιστές για να δηλώσουν τη στήριξη στους απλούς πολίτες ενάντια στο φιλελεύθερο κατεστημένο που φέρεται να τους έχει θυματοποιήσει. (Gerbaudo, 2018). Για να μπορέσουμε όμως να εμβαθύνουμε σε αυτό το φαινόμενο είναι απαραίτητο να ξεκινήσουμε από μια απόπειρα εννοιολογικού προσδιορισμού του όρου «λαϊκισμός».

Η πρώτη αυτή προσέγγιση πραγματοποιείται το 1969, στον συλλογικό τόμο των Γκίτα Ιονέσκου [Ghita Ionescu] και Έρνεστ Γκέλνερ [Ernest Gellner], *Populism: its meaning and national characteristics*, Macmillan, Νέα Υόρκη. (Κατσαμπέκης, 2015). Οι Ιονέσκου και Γκέλνερ (1969), είδαν τον λαϊκισμό ως ένα «φάντασμα το οποίο στοιχειώνει τον κόσμο». Παρόλο που η συγκεκριμένη μελέτη δεν κατάφερε να καταλήξει σε ένα κοινό θεωρητικό πλαίσιο για τον λαϊκισμό, άνοιξε τον δρόμο για περαιτέρω ακαδημαϊκή διερεύνηση. (Tournier-Sol & Gayte, 2021)

Χρησιμοποιώντας την ίδια μεταφορά, ο Sir Bernard Crick έγραψε ότι "ο λαϊκισμός είναι πράγματι ένα φάντασμα που στοιχειώνει τη δημοκρατία, από το οποίο είναι δύσκολο, ίσως αδύνατο, να ξεφύγουμε εντελώς στις σύγχρονες συνθήκες μιας κοινωνίας που καθοδηγείται

από την κατανάλωση και ενός λαϊκιστικού ελεύθερου τύπου" (Crick, 2005: 631).

Ανεξάρτητα από τις διαφορετικές ερμηνείες τους, αυτό που είναι σαφές από τα παραπάνω είναι ότι ο λαϊκισμός και η δημοκρατία είναι έννοιες άρρηκτα συνδεδεμένες.

Παρά τις πολλαπλές ερμηνείες που δίνονται σε αυτόν τον "διαβόητα ασαφή όρο" (Canovan, 1999, σ. 3) όμως, ο λαϊκισμός δεν παύει να είναι ακόμα και σήμερα πεδίο σοβαρών ακαδημαϊκών αντιθέσεων. Ο Ερνέστο Λακλάου (1977:43) σημειώνει: «Γνωρίζουμε διαισθητικά σε τι αναφερόμαστε όταν αποκαλούμε ένα κίνημα ή μια ιδεολογία λαϊκισμό, αλλά έχουμε μεγάλη δυσκολία στο να μεταφράσουμε τη διαίσθηση σε έννοιες»

Ο κύριος λόγος για τον οποίο δεν υπάρχει καθολικός ορισμός του λαϊκισμού είναι το γεγονός ότι εκδηλώνεται διαφορετικά ανάλογα με τις συγκυριακές συνθήκες (Priester, 2007). Για παράδειγμα, οι περιπτώσεις του αγροτικού λαϊκισμού στον απόηχο του αμερικανικού εμφυλίου πολέμου με το λεγόμενο "People's Party" ή του κινήματος Narodnik στη Ρωσία (βλ. κεφάλαιο 2) είναι πολύ διαφορετικές από τα σχετικά νέα λαϊκιστικά κινήματα και κόμματα στις σύγχρονες δυτικές δημοκρατίες.

Ο Έντουαρντ Σιλς [Edward Shils] το 1956, σε μια έρευνα του πάνω στην ανάπτυξη του λαϊκισμού σε Αφρική και Ασία εντόπισε ίσως το βασικότερο στοιχείο το οποίο σε μεγάλο βαθμό χαρακτηρίζει τον λαϊκισμό. Το στοιχείο αυτό είναι η «εναντίωση». Σύμφωνα με τον Σιλς, ο λαϊκισμός είναι ένα σύμπτωμα της έντασης μεταξύ μητρόπολης και επαρχίας που προκύπτει από την τάση προς την δημιουργία μιας παγκόσμιας κοινότητας διανοούμενων (Κατσαμπέκης, 2015). Η «εναντίωση» αυτή για την οποία μίλησε ο Σιλς, εκδηλώνεται και στην σύγχρονη μορφή του λαϊκισμού που εξαπλώνεται ολοένα και περισσότερο στις δυτικές φιλελεύθερες δημοκρατίες, καθώς χαρισματικοί λαϊκιστές ηγέτες αναπαράγουν διαρκώς την ιδέα ότι μια προνομιούχος μειοψηφία της κοινωνίας, η ελίτ σφετερίζεται την δημοκρατία εις βάρος του λαού (Runciman, 2018). Ο λαϊκισμός επομένως εμπεριέχει κάποιου είδους εξέγερση προς το κατεστημένο στο όνομα του λαού, η οποία συνήθως εκδηλώνεται με εναντίωση στα καθιερωμένα πολιτικά κόμματα. Η αντισυστημική κινητοποίηση όμως δεν αρκεί για να χαρακτηρίσουμε μια πολιτική ως λαϊκιστική, καθώς αυτή η περιγραφή θα συμπεριλάμβανε και τα λεγόμενα «νέα κοινωνικά κινήματα», όπως τα φεμινιστικά και οικολογικά κινήματα (Simitis, 2022). Η κρίσιμη διαφορά μεταξύ των δύο, είναι ότι ο λαϊκισμός δεν αμφισβητεί μονάχα τους καθιερωμένους κατόχους της εξουσίας αλλά και τις αξίες της ελίτ. Η λαϊκιστική επιθετικότητα δηλαδή, δεν στρέφεται μόνο κατά του πολιτικού



και οικονομικού κατεστημένου αλλά και κατά των διαμορφωτών της κοινής γνώμης, την ακαδημαϊκή κοινότητα, τα Μέσα Μαζικής ενημέρωσης (Canovan, 1999) και οποιουδήποτε άλλου θεσμού και προσώπου έχει ταυτιστεί με την φιλελεύθερη δημοκρατία. Η κριτική προς τις ελίτ είναι όμως επίσης μια απαραίτητη αλλά όχι επαρκής συνθήκη ώστε να θεωρηθεί κάποιος λαϊκιστής. (Mueller, 2007, σ.7)

Ακολουθώντας την Canovan, ο μελετητής του φαινομένου Cas Mudde (2004) ορίζει τον λαϊκισμό ως «μια ιδεολογία ισχνού πυρήνα (*thin-centered ideology*) που θεωρεί την κοινωνία χωρισμένη σε δύο ομοιογενή και ανταγωνιστικά μεταξύ τους στρατόπεδα. Από την μία μεριά είναι ο «αγνός» λαός και απέναντι είναι η **διεφθαρμένη ελίτ**. Η πολιτική, σύμφωνα με την θεώρηση αυτή, θα πρέπει να είναι η έκφραση της **γενικής βούλησης του λαού**.» Οι Albertazzi και McDonnell (2008), βασιζόμενοι στον Mudde (2004) αναδιατυπώνουν την έννοια ως μια «ιδεολογία που θέτει έναν ενάρετο και ομοιογενή λαό απέναντι σε ένα σύνολο ελίτ και επικίνδυνων "άλλων", οι οποίοι στερούν (ή επιχειρούν να στερήσουν) από τον κυρίαρχο λαό τα δικαιώματα, τις αξίες, την ευημερία, την ταυτότητα και τη φωνή του» .

Ωστόσο, ο χαρακτηρισμός του λαϊκισμού ως πολιτική ιδεολογία ισχνού πυρήνα δεν γίνεται αποδεκτός από το σύνολο της επιστημονικής κοινότητας. Όπως σημειώνει ο Aslanidis (2016), ο λαϊκισμός στερείται την πιο αδιαμφισβήτητη διάσταση της ιδεολογίας στη βιβλιογραφία: τη συνοχή. Οι θεωρητικοί του λαϊκισμού καταβάλλουν μεγάλη προσπάθεια να δείξουν ότι μεγάλο μέρος της δύναμης και της σημασίας του λαϊκισμού έγκειται στην εγγενή "χαμαιλεοντική" φύση του, στην ικανότητά του να αλλάζει πρόσωπο ανάλογα με το πλαίσιο και να προσκολλάται σε ολοκληρωμένες ιδεολογίες (Mudde and Rovira Kaltwasser, 2013-Taggart, 2000). Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο χαρακτηρίζουμε συνήθως ως λαϊκιστικά τέτοια ιδεολογικά ετερόκλητα πολιτικά φαινόμενα όπως το αμερικανικό λαϊκιστικό κόμμα και το ρωσικό Narodniki του δέκατου ένατου αιώνα, τον Περονισμό στην Αργεντινή και ηγέτες όπως οι όπως τους Ούγκο Τσάβες, Έβο Μοράλες, Μαρίν Λεπέν και Γκερτ Βίλντερς. Κανένα ίχνος ιδεολογικής συνοχής δεν μπορεί να τεκμηριωθεί σε όλες αυτές τις περιπτώσεις. Εάν όμως δεχτούμε ότι ο λαϊκισμός δεν είναι μια «ιδεολογία ισχνού πυρήνα» (Mudde, 2004), τι είναι τελικά;

Αν και χρήσιμη, τονίζει ο Bonikowski (2016), η προσέγγιση της ιδεολογίας ισχνού πυρήνα βασίζεται σε μια προβληματική υπόθεση: ότι ο λαϊκισμός είναι μια σχετικά σταθερή ιδιότητα

των πολιτικών δρώντων και ότι μπορούμε επομένως να ταξινομήσουμε ορισμένους πολιτικούς ή κόμματα ως λαϊκιστές και άλλους ως μη λαϊκιστές. Αυτό συνήθως γίνεται μέσω της προσεκτικής ανάγνωσης των επίσημων πολιτικών δηλώσεων, όπως οι προγραμματικές δηλώσεις των κομμάτων ή οι προεκλογικές πλατφόρμες, οι οποίες μπορούν να αποκαλύψουν κατά πόσον ένα κόμμα ή ένας υποψήφιος αντιλαμβάνεται την πολιτική μέσω της δυαδικής διάκρισης αντι-ελίτ/υπέρ του λαού. Η υπόθεση της ιδεολογικής σταθερότητας είναι προβληματική, εξηγεί, για τον απλούστατο λόγο ότι δεν λαμβάνει υπόψη τη δυναμική φύση του λαϊκισμού. Εμπειρικές αναλύσεις δείχνουν ότι πολλοί πολιτικοί συχνά χρησιμοποιούν τη λαϊκιστική γλώσσα επιλεκτικά, παρουσιάζοντας τους ίδιους πολιτικούς ισχυρισμούς είτε με λαϊκιστικούς είτε με μη λαϊκιστικούς όρους, ανάλογα με το ακροατήριο και το ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο.

Αυτή η διαφοροποίηση υποδηλώνει ότι ο λαϊκισμός δεν είναι μια βαθιά ριζωμένη ιδεολογία, αλλά μάλλον μια ρητορική στρατηγική, ή αυτό που οι πολιτικοί κοινωνιολόγοι αποκαλούν «πλαίσιο». (Bonikowski, 2016). Εναλλακτικές οπτικές στο πλαίσιο αυτής της ιδεολογικής προσέγγισης ορίζουν τον λαϊκισμό όχι ως ιδεολογία, αλλά ως ρητορική (Norris, 2019) πολιτική λογική (Laclau, 2005) ή λόγο (Hawkins, 2010) Οι περισσότεροι ειδικοί συμφωνούν όμως ως προς τα βασικά χαρακτηριστικά του, δηλαδή τον ανθρωποκεντρισμό και τον αντιελιτισμό. (Tournier-Sol & Gayte, 2021)

(Ο Weyland (1996; 2001, σ. 14) έχει επανειλημμένα τονίσει ότι ο λαϊκισμός είναι καλύτερο να θεωρείται στρατηγική, ή ακριβέστερα, «μια πολιτική στρατηγική μέσω της οποίας ένας ηγέτης επιδιώκει να ασκήσει ή ασκεί την κυβερνητική εξουσία βασιζόμενος στην άμεση, αδιαμεσολάβητη, μη θεσμοθετημένη υποστήριξη από μεγάλο αριθμό κυρίως μη οργανωμένων οπαδών». Ο Betz (2002, σ. 198) συμφωνεί, υποστηρίζοντας ότι «ο λαϊκισμός είναι πρωτίστως μια πολιτική στρατηγική, της οποίας η ρητορική είναι η έκφραση λανθανόντων παραπόνων και η επίκληση στα συναισθήματα που προκαλούνται από αυτά, παρά μια ιδεολογία».

Παρ' όλα αυτά, το αν ένας πολιτικός πιστεύει πραγματικά στην πολιτική ως έναν αγώνα μεταξύ της συντριπτικής πλειοψηφίας του λαού και μιας μειοψηφίας των ελίτ ή αν ο λόγος αυτός χρησιμοποιείται ως μια κυνικά καιροσκοπική στρατηγική προκειμένου να αποκομίσει εκλογικά οφέλη, αυτό είναι σε μεγάλο βαθμό ένα εμπειρικό ζήτημα το οποίο, όπως

υποστηρίζουν οι Mudde και Rovira Kaltwasser (2012a, σ. 9), «είναι συχνά σχεδόν αδύνατο να απαντηθεί πειστικά (χωρίς να μπει κανείς στο μυαλό του λαϊκιστή)». Εξάλλου, η στρατηγική είναι εγγενής στην πολιτική δραστηριότητα. Θα μπορούσε κανείς δικαίως να ισχυριστεί ότι κάθε πολιτική δράση είναι στρατηγική και όχι ιδεολογική ή ευθέως τεχνοκρατική, δεδομένου ότι οι πολιτικοί παράγοντες είναι ορθολογικοί δρώντες που στοχεύουν στη μεγιστοποίηση της πολιτικής απόδοσης των αποφάσεών τους.

Αν απλά συγκεντρώσουμε κάθε τύπο πολιτικής συμπεριφοράς κάτω από την ομπρέλα της «στρατηγικής», θυσιάζουμε την έννοια της «στρατηγικής», και εξισώνουμε τον λαϊκισμό με τη δημαγωγία, την τάση να υπόσχεται κανείς πολλά και να «λέει αυτό που ο λαός θέλει να ακούσει». Αν θέλουμε να διατηρήσουμε την αναλυτική χρησιμότητα της έννοιας του λαϊκισμού για την πολιτική επιστήμη, πρέπει να αναγνωρίσουμε ότι συνιστά μια πολιτική συμπεριφορά που ικανοποιεί μια συγκεκριμένη πολιτική λειτουργία. Αφαιρώντας, επομένως, τον ιδεολογικό μανδύα από τον ορισμό του λαϊκισμού αλλά και τον χαρακτηρισμό της πολιτικής στρατηγικής, ο Aslanidis (2016) καταλήγει ότι ο λαϊκισμός είναι «ένα είδος πολιτικού λόγου ο οποίος επικαλείται την υπεροχή της λαϊκής κυριαρχίας για να ισχυριστεί ότι οι διεφθαρμένες ελίτ στερούν από το «λαό» τη νόμιμη πολιτική εξουσία που του αναλογεί. Ένας αντι-ελιτίστικος λόγος στο όνομα του κυρίαρχου Λαού»

Οι Jagers και Walgrave (2007), θεωρούν τον λαϊκισμό ένα είδος πολιτικής επικοινωνίας το οποίο προβάλλει ουσιαστικά την εγγύτητα του λαού, ενώ στο ταυτόχρονα τηρεί μια αντικαθεστωτική στάση και προτάσσει την (ιδανική) ομοιογένεια του λαού αποκλείοντας συγκεκριμένα τμήματα του πληθυσμού. Αποδέχονται, με αυτόν τον τρόπο την πιθανή υιοθέτηση του λαϊκιστικού λόγου από όλες τις ιδεολογίες, χωρίς διάκριση στο δίπολο αριστερά/δεξιά.

Άλλωστε, για να συλλάβουμε και να καταγράψουμε τον λαϊκισμό, έχει διαπιστωθεί ότι αρκεί να αναλυθεί σχολαστικά ο λόγος των πολιτικών δρώντων και να διαπιστωθεί αν τα στοιχεία του λόγου του που εξυψώνουν τον "ευγενή λαό" και καταδικάζουν τις "διεφθαρμένες ελίτ" στο όνομα της λαϊκής κυριαρχίας υπάρχουν, και σε τι βαθμό. (Aslanidis, 2016)

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης εργασίας, θα υιοθετήσουμε τον ορισμό του λαϊκισμού ως πολιτικό λόγο και μέσο πολιτικής επικοινωνίας με σκοπό να εξετάσουμε το κατά πόσο ενισχύεται η διάδοσή του μέσω της, ολοένα αυξανόμενης, χρήσης των μέσων κοινωνικής

δικτύωσης. Πριν προχωρήσουμε σε εκτενέστερη ανάλυση όμως, είναι απαραίτητο να προσδιορίσουμε ορισμένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του λαϊκισμού.

## 1.2 Τα βασικά χαρακτηριστικά του λαϊκισμού

Όπως έχει διαπιστωθεί, ο λαϊκισμός περιλαμβάνει συνήθως αντιθετικές συνιστώσες, όπως η διεκδίκηση της ισότητας των πολιτικών δικαιωμάτων και της καθολικής συμμετοχής του απλού λαού, αλλά συγχωνευμένες με κάποιο είδος αυταρχισμού, συχνά υπό χαρισματική ηγεσία. Περιλαμβάνει επίσης σοσιαλιστικά αιτήματα (ή τουλάχιστον μια διεκδίκηση για κοινωνική δικαιοσύνη), σθεναρή υπεράσπιση της μικρής ιδιοκτησίας, ισχυρές εθνικιστικές συνιστώσες και άρνηση της σημασίας της τάξης. Συνοδεύεται από την επιβεβαίωση των δικαιωμάτων του απλού λαού έναντι των προνομιούχων ομάδων συμφερόντων, που συνήθως θεωρούνται εχθρικές προς το λαό και το έθνος. (Albertazzi, McDonnell, σ.4) Οποιοδήποτε από αυτά τα στοιχεία μπορεί να τονίζεται περισσότερο ανάλογα με τις πολιτισμικές, πολιτικές και κοινωνικές συνθήκες, αλλά είναι όλα παρόντα στα περισσότερα λαϊκιστικά κινήματα. (Engesser et al., 2017)

Ο λαϊκισμός επομένως, απορρίπτει τόσο τον ελιτισμό όσο και τον πλουραλισμό (Jagers και Walgrave 2007), αναπαριστώντας τις κοινωνικές και πολιτικές αντιθέσεις με ένα δυαδικό, διχαστικό, απλοϊκό σχήμα και προτείνοντας την ύπαρξη δύο ομοιογενών ομάδων – «λαού» και «ελίτ», την ανταγωνιστική σχέση μεταξύ των δύο, την ιδέα της λαϊκής κυριαρχίας και τη θετική προβολή του "λαού" σε συνδυασμό με την απαξίωση της «ελίτ».

Στην απόρριψη του πλουραλισμού κάνει αναφορά και ο Γερμανός πολιτικός επιστήμονας Mueller (2017). Οι λαϊκιστές αρνούνται να αναγνωρίσουν οποιονδήποτε δεν υποστηρίζει τα λαϊκιστικά κόμματα ως μέρος του «λαού», τον οποίο αντιμετωπίζουν **μονολιθικά** (Kriesi, 2014). Ο «λαός» για τους λαϊκιστές απαρτίζεται από δύο και μόνο δύο αντίπαλα στρατόπεδα τα οποία επενδύουν με ηθικά χαρακτηριστικά: από την μία ο αγνός και ηθικός λαός στον οποίο παρουσιάζεται να ανήκουν και οι ίδιοι οι λαϊκιστές ηγέτες, και από την άλλη οι ανήθικοι, οι διεφθαρμένοι, η ελίτ, οι αντίπαλοι του κόμματος αλλά και του έθνους. Ο πρόεδρος της Τουρκίας, Ρετζέπ Ταγίπ Ερντογάν σε συνέδριο του κόμματος του δηλώνει «Εμείς είμαστε ο λαός. Εσείς ποιοι είστε;», απευθυνόμενος στους πολυάριθμους εγχώριους επικριτές του. Φυσικά, γνωρίζει πολύ καλά πως και οι αντίπαλοί του είναι, επίσης, Τούρκοι. (Mueller, 2017).

Ο λαϊκισμός, επιπλέον απορρίπτει τους πολιτικούς θεσμούς. Λαϊκιστές τόσο με αριστερή όσο και με δεξιά πολιτική ατζέντα σπεύδουν να αμφισβητήσουν την νομιμότητα των εκλογών (βλ. Trump στην εκλογική αναμέτρηση για τις προεδρικές εκλογές των Η.Π.Α. (CNCBC, 2020), τα κίνητρα των πολιτικών ηγετών και την ακεραιότητα των νομοθετικών, δικαστικών και εκτελεστικών οργάνων της κυβέρνησης καθώς ισχυρίζονται ότι οι συγκεκριμένες πολιτικές εξουσίες θα πρέπει να επιστραφούν στον λαό. (Bonikowski, 2016)

Η ψήφος σε ένα λαϊκιστικό κόμμα για τον Illing (2017) είναι «μια οπισθοδρομική αντίδραση των άλλοτε κυρίαρχων τμημάτων του πληθυσμού στην προοδευτική αλλαγή των αξιών». Στην Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες, πρόκειται γενικά για ηλικιωμένους, λιγότερο μορφωμένους, λευκούς ψηφοφόρους που αισθάνονται ότι η κοινωνική τους θέση και οι αξίες τους έχουν διαβρωθεί και ότι "δεν τους σέβονται πλέον" (Pippa Norris, όπως αναφέρεται στο Illing, 2017)

### **1.3 Η ιδέα της λαϊκής κυριαρχίας**

Ο λαϊκισμός μπορεί να αποβεί επικίνδυνος γιατί δεν απορρίπτει την δημοκρατία με την έννοια της άρνησης της αρχής της πλειοψηφίας. Μάλιστα, για να μπορέσει να υπάρξει χρειάζεται ένα κάποιου είδους δημοκρατικό σύστημα. Απορρίπτει όμως την φιλελεύθερη δημοκρατία, δηλαδή το σύστημα θεσμικών ισορροπιών, πλουραλισμού οργάνων και διαδικασιών οι οποίες πρέπει να βάζουν φρένο σε οποιαδήποτε βούληση - ακόμα και του λαού - η οποία τείνει να γίνει απόλυτη. Οι λαϊκιστές επικαλούνται την δημοκρατική αρχή της λαϊκής κυριαρχίας για να επικρίνουν εκείνους τους θεσμούς που προστατεύουν τα θεμελιώδη δικαιώματα τα οποία είναι εγγενή στο φιλελεύθερο μοντέλο της δημοκρατίας. Έτσι η δικαιοσύνη, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και οι Ανεξάρητες Αρχές γίνονται στόχος των λαϊκιστών στην λογική ότι δεν είναι θεσμοί εκλεγμένοι από τον λαό και περιορίζουν, επομένως, την εξουσία του. Θέλουν, δηλαδή, να πλήξουν το σύστημα των θεσμικών αντίβαρων που έχει δημιουργήσει η φιλελεύθερη δημοκρατία για να εξισορροπεί την φυσική τάση κάθε εξουσίας προς την κατάχρηση της ίδιας της εξουσίας υπονομεύοντας και υποτιμώντας - όταν δεν εχθρεύονται ανοιχτά - τη βασική αρχή της φιλελεύθερης δημοκρατίας, την αρχή της διάκρισης των εξουσιών..

#### **Η έννοια του «λαού»**

Είναι όμως αδύνατο καταλήξουμε στον ορισμό του φαινομένου χωρίς πρώτα να ορίσουμε τι ακριβώς εννοούμε με την έννοια «λαός». Για να μπορέσει να υπάρξει ένας λαϊκιστής ηγέτης, βασική προϋπόθεση είναι να υπάρχει και ένας ενιαίος και ομοιόμορφος λαός στον οποίον θα αναφέρεται. Ο λαός σύμφωνα με τους λαϊκιστές έχει κοινά συμφέροντα και επιδιώξεις τα οποία εκφράζονται σε αυτό που ονομάζουν «γενική βούληση». Έτσι, ο λαός γίνεται πάντα αντιληπτός ως μια ομοιογενής κατηγορία, μια ενιαία οντότητα, ένα συλλογικό σώμα ικανό να έχει μια γενική βούληση - μια "volonte générale". (Kriesi, H. (2014). Η ιδεατή αυτή αντίληψη του λαού, ονομάστηκε "heartland", δηλαδή μια ιδανική και ουτοπική «ενδοχώρα». (Taggart, 2002). Σε πρόσφατες περιπτώσεις δεξιού λαϊκισμού, όπως η εκστρατεία του Τραμπ και τα ευρωπαϊκά αντιμεταναστευτικά κινήματα, οι εκκλήσεις προς «το λαό» έχουν στοχεύσει κυρίως στους λευκούς, γηγενείς ψηφοφόρους, αξιοποιώντας τα παράπονά τους για τις δημογραφικές και πολιτισμικές αλλαγές, καθώς και τη δυσαρέσκειά τους για την κυρίαρχη πολιτική εξουσία. Ωστόσο, τέτοιες στρατηγικές στόχευσης είναι συχνά ανεπαίσθητες και υποκρύπτονται κάτω από φαινομενικά καθολικές προσφυγές στη δημόσια βούληση. (Bonikowski, 2016)

Όπως αναφέρει η Canovan (1984) ο «λαός» είναι μια πολύ αφηρημένη έννοια για να έχει πραγματικό νόημα, καθώς σημαίνει διαφορετικά πράγματα για τον εκάστοτε λαϊκιστή. Έτσι, η δέσμευση στον «λαό» είναι στην πραγματικότητα η ρητή δέσμευση σε ένα κομμάτι της κοινωνίας, το «heartland». Ο «λαός» δεν είναι τίποτα περισσότερο από τον πληθυσμό της «ενδοχώρας» την οποία έχει κατασκευάσει ο λαϊκιστής και στην οποία θέλει να απευθύνεται. Η «ενδοχώρα», επιπλέον, συχνά μοιράζεται ένα όραμα για έναν κόσμο «όπως ήταν παλιά». Αυτό σε πολλές περιπτώσεις οδηγεί στην απόρριψη της μετανάστευσης και της παγκοσμιοποίησης, της αύξησης της φορολογίας αλλά και των εκπροσώπων του κράτους όπως των πολιτικών, των διανοούμενων και των γραφειοκρατών. (Taggart, 2002). Δεν πρόκειται για μια ουτοπία, αλλά για έναν ευημερούντα και αρμονικό τόπο που θεωρείται ότι υπήρχε πράγματι στο παρελθόν, αλλά έχει χαθεί στη σημερινή εποχή λόγω των εχθρών του λαού. Με τον όρκο να επιστρέψει την κυριαρχία στον λαό, ο λαϊκιστής ηγέτης δεσμεύεται επίσης να αποκαταστήσει αυτή την ενδοχώρα και, μαζί με αυτήν, τη «φυσική τάξη των πραγμάτων». Με αυτόν τον τρόπο, οι λαϊκιστές κερδίζουν την υποστήριξη των κοινοτήτων που έχουν χάσει ό,τι είχαν κάποτε και «θα χάσουν τα πάντα αν δεν βρουν τώρα τη φωνή τους και δεν την κάνουν να ακουστεί» - αντί να παραμείνουν ως η σιωπηλή, καταπιεσμένη πλειοψηφία. (Albertazzi, McDonnell, 2008)

Ακολουθώντας τους Mény και Surel (2000), μπορούμε να προσδιορίσουμε τουλάχιστον τρεις αντιλήψεις του "λαού" από τους λαϊκιστές - μια πολιτική (ο λαός ως κυρίαρχος), μια πολιτισμική (ο λαός ως έθνος) και μια οικονομική (ο λαός ως τάξη). Η έννοια του λαού ως έθνος συνδέεται συνήθως με τον δεξιό λαϊκισμό, ενώ η έννοια του λαού ως τάξης (η τάξη των καταπιεσμένων που αντιπροσωπεύει το λαό ως σύνολο) είναι χαρακτηριστική του αριστερού λαϊκισμού. Ο λαός ως κυρίαρχος συνεπάγεται ένα συγκεκριμένο όραμα για μια πιο άμεση και ριζοσπαστική δημοκρατία. Ενώ μπορεί να αποτελέσει δομικό στοιχείο τόσο του αριστερού όσο και του δεξιού λαϊκισμού, μπορεί επίσης να είναι ένα γνήσιο στοιχείο το οποίο ενδιαφέρεται με την ομαλή λειτουργία της δημοκρατίας καθαυτής.

Όπως τονίζουν οι Mueller (2017) και Mudde (2017) δεν είναι αυτόχρονα και αυτοδύναμα λαϊκιστική οποιαδήποτε κριτική ασκηθεί στους θεσμούς (π.χ στην αρχιτεκτονική της Ευρωπαϊκής Ένωσης). Για να είναι κάτι λαϊκιστικό, πρέπει να πληροί κάποιες προϋποθέσεις. Ορμώμενοι από όλα τα παραπάνω, στην συγκεκριμένη εργασία θα ορίσουμε ως πυρήνα της λαϊκιστικής ρητορικής τα εξής τέσσερα βασικά στοιχεία που συνδέονται με το λαό:

#### **A. Ο λαός είναι ομοιογενής και εγγενώς "καλός".**

Είναι μια ομοιογενής και ενάρετη κοινότητα. Οι διαιρέσεις στο εσωτερικό του είναι ψεύτικες, δημιουργήθηκαν και καλλιεργήθηκαν από τις πνευματικές και πολιτικές ελίτ και μπορούν να ξεπεραστούν, καθώς έχουν μικρότερη σημασία από την κοινή «φύση» και ταυτότητα του λαού. Το ποιος αποτελεί το λαό (και, κατ' επέκταση, τους «επικίνδυνους άλλους») κρίνεται με βάση τη φυλή, την τάξη, την εθνική ταυτότητα κ.λπ. ή ένα μείγμα διαφόρων κατηγοριών- ωστόσο, αυτό που είναι κοινό σε όλους τους λαϊκιστικούς λόγους είναι αυτή η αντιπαράθεση του "καλού", και συνεχώς βαλλόμενου λαού με τις "κακές" ελίτ και τους επικίνδυνους "άλλους". Όταν αναφερόμαστε στην σύγχρονη Δυτική Ευρώπη, οι κύριοι "άλλοι" τείνουν να είναι οι μετανάστες, λόγω της απειλής που λέγεται ότι αποτελούν για τους ντόπιους πολιτισμούς και τα κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα που υποτίθεται ότι προκαλούν. Έτσι, οι λαϊκιστικοί φορείς προσπαθούν να διατηρήσουν μια στενή σχέση με τον λαό. Θεωρούν τις ανάγκες και τα αιτήματα του λαού ως απαραβίαστα και τα τοποθετούν πάνω από οτιδήποτε άλλο στην κοινωνία. (Albertazzi, McDonnell, 2008, σ. 6)

#### **B. Ο λαός είναι κυρίαρχος**

Αυτοί που κυβερνούν είναι ηθικά υποχρεωμένοι να ενεργούν προς το συμφέρον του λαού ο οποίος πρέπει να γίνουν και πάλι "κυρίαρχος", με την ευρύτερη έννοια του όρου. Αν ο λαός ενωθεί και κάνει τη φωνή του να ακουστεί μέσω του λαϊκιστή ηγέτη και του κόμματος, τότε μπορεί να κάνει τη δημοκρατία να λειτουργήσει όπως πρέπει: ως καθαρή έκφραση της βούλησης του λαού. Όπως το θέτει ο Gerry Stoker, ο λαϊκισμός «θεωρεί ότι ο λαός είναι ένας και ότι η φωνή του, αν κατανοηθεί σωστά, έχει ένα ενιαίο και ενοποιητικό μήνυμα» (Stoker, 2006: 139).

### **Γ. Ο πολιτισμός και ο τρόπος ζωής του λαού είναι ύψιστης αξίας.**

Αυτός ο ισχυρισμός (υποτίθεται ότι) έχει τις ρίζες του στην ιστορία και την παράδοση και συνεπώς είναι «σωστός» και ευνοεί το δημόσιο καλό - εξ ου και η ανάγκη να τον «αγαπήσουμε», να τον «σώσουμε», να τον «προστατεύσουμε» και να τον «ανακαλύψουμε εκ νέου». Η ιδεολογική ευελιξία του λαϊκισμού πηγάζει επίσης από αυτή την αρχή. Όταν ο λαϊκισμός συναντά αποκλειστικές μορφές εθνικισμού και τοπικισμού, η αγάπη για τον πολιτισμό μεταφράζεται σε απόρριψη των «άλλων» – δηλαδή όσων δεν ανήκουν στην κοινότητα. (Engesser et al., 2017)

### **Δ. Ο ηγέτης και το κόμμα/κίνημα είναι ένα με τον λαό.**

Ο λαϊκισμός εξυμνεί «την απλότητα των ψηφοφόρων του και την χαρισματικότητα των ηγετών του». (Taggart, 2000, σ. 102). Οι «χαρισματικοί» λαϊκιστές ηγέτες ενστερνίζονται την κουλτούρα του λαού, εκφράζουν τη θέληση του, «λένε αυτό που σκέφτεται ο λαός», μπορούν να δουν μέσα από τις μηχανογραφίες των ελίτ και έχουν το όραμα να δώσουν απλές, κατανοητές λύσεις στα προβλήματα που οι ελίτ παρουσιάζουν ως πολύπλοκα και δυσεπίλυτα.

Ωστόσο, ενώ παρουσιάζονται εφοδιασμένοι με ιδιότητες που ξεπερνούν κατά πολύ τον μέσο όρο, οι ηγέτες αυτοί παραμένουν «ένας από τον λαό» και, ως εκ τούτου, «ένας με τον λαό». Συνέπεια αυτού είναι ότι οι λαϊκιστές ηγέτες, δεδομένου ότι πρέπει να φαίνονται ως απλοί άνδρες και γυναίκες που δεν έχουν μολυνθεί από τη σύνδεσή τους με τον σκοτεινό κόσμο της πολιτικής, τείνουν να σπασουν τους συνηθισμένους γλωσσικούς κώδικες των πολιτικών, υιοθετώντας αντ' αυτού μια «άμεση» και μερικές φορές ακόμη και προσβλητική γλώσσα και ύφος επικοινωνίας. Τέλος, αφού η αφοσίωση στον ηγέτη ισοδυναμεί με αφοσίωση στο λαό, όσοι μέσα στο κόμμα διαφωνούν με τον ηγέτη τείνουν να στιγματίζονται γρήγορα ως



«προδότες» και να προστίθενται στον κατάλογο των «εχθρών του λαού». (Albertazzi, McDonnell, 2008, σ. 8)

Συμπερασματικά, είναι σχεδόν αδύνατον να δώσουμε έναν καθολικό ορισμό του λαϊκισμού. Αντιμετωπίζοντάς τον ως πολιτικό λόγο, μπορούμε να ομαδοποιήσουμε τα χαρακτηριστικά του, χρησιμοποιώντας τα έτσι ώστε να αξιολογήσουμε το κατά πόσο ένας πολιτικός φορέας μπορεί να χαρακτηριστεί λαϊκιστικός.

## **Κεφάλαιο 2: Ο λαϊκισμός στις Η.Π.Α και την μεταπολεμική Ευρώπη**

Αφού ολοκληρώσαμε την βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με τον εννοιολογικό προσδιορισμό του λαϊκισμού, στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα αγγίξουμε τις σύγχρονες μεταμορφώσεις του λαϊκισμού στο πολιτικό προσκήνιο της Ευρώπης και των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής. Ξεκινώντας από μια σύντομη ιστορική αναδρομή, θα αναφερθούμε στο λαϊκιστικό κύμα των τελών του 19<sup>ου</sup> αιώνα στις ΗΠΑ και την Ευρώπη. Στην συνέχεια, θα επικεντρωθούμε στις περιπτώσεις δύο σύγχρονων λαϊκιστών, της Μαρίν Λεπέν στη Γαλλία και του Ντόλαντ Τραμπ στις Η.Π.Α. Τέλος, θα εξετάσουμε τα μαθήματα τα οποία εισπράττουν οι φιλελεύθερες δημοκρατίες από την τελευταία δεκαετία και ιδιαίτερα από το «κύμα λαϊκισμού» της περιόδου περίπου από το 2010 έως και το 2016.

### **2.1 Η.Π.Α: Μια ιστορική αναδρομή**

Ο λαϊκισμός αυτός καθαυτόν δεν είναι κάτι καινούριο. Αποκτά αξιόλογη δυναμική στις δημοκρατικές κοινωνίες υπό συγκεκριμένες συνθήκες: (Runciman, 2018:97): Παγκόσμιες οικονομικές αλλαγές οι οποίες προξενούν όχι μόνο οικονομικές δυσκολίες και ανισότητες αλλά και την αναγκαία αλλαγή ενός τρόπου ζωής ο οποίος για πολλούς ανθρώπους ήταν απαραίτητος. Εξελίξεις στην τεχνολογία και την επικοινωνία. Φυσιολογικές μεταβολές οι οποίες ευθύνονται στην ρευστότητα του συστήματος. Δεν είναι η πρώτη φορά που προκύπτουν τέτοιες συνθήκες. Διαμορφώθηκαν επίσης στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα, με τη δημοκρατική πολιτική να σαρώνεται από άλλον ένα μεγάλο κύμα λαϊκιστικής οργής. Τότε, όπως και σήμερα, η οργή αποτέλεσε γόνιμο έδαφος ανάπτυξης θεωριών συνωμοσίας και στις δύο αντιτιθέμενες πλευρές του πολιτικού φάσματος.

Το Λαϊκό Κόμμα των ΗΠΑ στα τέλη του δέκατου ένατου αιώνα (έτος ίδρυσης 1892) θεωρείται ένα από τα καθοριστικότερα λαϊκιστικά κινήματα. (Runciman, 2018)

Υποστηρίζεται μάλιστα, ότι στα πλαίσια των πολιτικών του συγκεκριμένου κινήματος δημιουργήθηκε και το ίδιο το φαινόμενο του λαϊκισμού όπως το περιγράφουμε σήμερα. (Fuentes, 2020). Δημιουργείται το 1891 στις πολιτείες Colorado, Idaho, Kansas, North Dakota, και Nevada της Βόρειας Αμερικής (Fuentes, 2020), μετά από μια σειρά συνεδρίων στα οποία συμμετείχαν οι ηγέτες μερικών αγροτικών οργανώσεων. Το 1892, στις προεδρικές εκλογές, ο υποψήφιος του Λαϊκού Κόμματος James B. Weaver, έλαβε πάνω από ένα εκατομμύριο ψήφους – αριθμός ο οποίος αντιστοιχούσε στο 8,5% του συνόλου των ψήφων που δόθηκαν σε εθνικό επίπεδο - ενισχύοντας έτσι το εθνικό προφίλ του κόμματος και του φαινομένου που εκπροσωπούσε. (Fuentes, 2020).

Μέχρι και το 1896, όρος «λαϊκισμός» είχε ήδη εξαπλωθεί μέσω του τύπου των μεγάλων Ευρωπαϊκών χωρών. Οι προεδρικές εκλογές του 1896 αποτέλεσαν μια δραματική καμπή για το Λαϊκό Κόμμα. Το τελευταίο σχημάτισε συνασπισμό με το Δημοκρατικό Κόμμα και στήριξε ένα ψηφοδέλτιο που περιλάμβανε τον William Jennings Bryan και τον Thomas Edward Watson ως υποψηφίους του Δημοκρατικού και του Λαϊκού Κόμματος για την προεδρία και την αντιπροεδρία αντίστοιχα. Το αποτέλεσμα ήταν σημαντικά βελτιωμένο σε σχέση με εκείνο των εκλογών του 1892-6.510.807 ψήφοι το 1896 έναντι 1.026.595 που είχε λάβει ο Γουίβερ τέσσερα χρόνια νωρίτερα-αλλά η νίκη του Ρεπουμπλικάνου υποψηφίου Γουίλιαμ ΜακΚίνλεϊ (7.112.138 ψήφοι) ξύπνησε τον λαϊκισμό από το εκλογικό του όνειρο. Οι εκλογές σηματοδότησαν και το τέλος του λαϊκιστικού κύματος που είχε ξεκινήσει στις αρχές της δεκαετίας του 1890. (Fuentes, 2020)

Εάν θελήσουμε να εξετάσουμε τους κοινωνικές συνθήκες οι οποίοι επηρέασαν την εμφάνιση του λαϊκισμού στη δεκαετία του 1890, θα παρατηρήσουμε ότι παρουσιάζουν πολλά κοινά σημεία με αυτές που επικρατούσαν κατά την επανεμφάνιση του λαϊκισμού τόσο στις Ηνωμένες Πολιτείες όσο και στην Ευρώπη σήμερα. (Fuentes, 2020)

Όπως αναφέρει ο Runciman (2018, σ. 97):

«Η λαϊκιστική λαίλαπα των αρχών του 19<sup>ου</sup> αιώνα προκλήθηκε από μια παρατεταμένη οικονομική κρίση. Από τη δεκαετία του 1870 η αμερικανική οικονομία εισήλθε σε μια μακρά περίοδο στασιμότητας, κατά την οποία οι μισθοί έφεφταν μαζί με τις τιμές. Περισσότερο επλήγη ο αγροτικός κόσμος στον οποίο επικράτησε ένα κλίμα δυσαρέσκειας απέναντι στους κατοίκους των πόλεων, που έμοιαζαν να έχουν λησμονήσει από που προερχόταν το φαγητό που έφτανε στο πιάτο τους. Η λαϊκή οργή ενάντια στις ελίτ των αστικών κέντρων οξύνθηκε από το οικονομικό κραχ του

1893, το οποίο εξαπλώθηκε από τον τραπεζικό τομέα στην ευρύτερη οικονομία. Επίσης βρισκόταν σε εξέλιξη μια τεχνολογική επανάσταση. Σιδηρόδρομοι, ατμόπλοια, τηλεγράφοι, ηλεκτρικό φως, έμελλε μακροπρόθεσμα να αποφέρουν τεράστια οφέλη, αλλά επίσης βραχυπρόθεσμα σήμαιναν αναστάτωση και ανησυχία για το μέλλον. Παλιοί τρόποι εργασίας αφανίζονταν με τον ίδιο ρυθμό με τον οποίο δημιουργούνταν νέα επαγγέλματα. Τα άμεσα οφέλη κατανέμονταν πολύ άνισα. Κάποιοι επενδυτές έκαναν τεράστιες περιουσίες, ενώ ο πολύς κόσμος έβλεπε το εισόδημά του να κατακραυλά. Πολλοί άνθρωποι έφτασαν στο σημείο να πιστεύουν ότι οι εκλεγμένοι πολιτικοί κατευθύνονταν από ειδικά συμφέροντα ενώ αναπτύχθηκε μια ευρέως διαδεδομένη καχυποψία απέναντι στους μετανάστες.»

## **2.2 Ο λαϊκισμός στην Ευρώπη: μια σύντομη ανασκόπηση**

Η πρώτη ίσως μορφή λαϊκισμού εμφανίζεται στην Ευρώπη στα μέσα του 19<sup>ου</sup> αιώνα μέσω του κινήματος Narodniki στην Τσαρική Ρωσία (Mudde, 2021). Το κίνημα των Ναρόντικων δημιουργήθηκε ως μια προσπάθεια διανοούμενων της μεσαίας τάξης της Ρωσίας στις δεκαετίες 1860-1870 να οργανώσουν τους αγρότες έτσι ώστε να διεκδικήσουν τα δικαιώματά τους από τον Τσάρο.

Παρότι οι Ναρόντικοι είχαν κάποια επιρροή σε μέρη της Ανατολικής Ευρώπης στις αρχές του 20ού αιώνα, συνολικά ο λαϊκισμός παρέμεινε σε μεγάλο βαθμό αδρανής στην Ευρώπη μέχρι τη δεκαετία του 1980.(Mudde, 2021) Αυτό κυρίως οφείλεται στο γεγονός ότι το κίνημα Narodniki περιορίστηκε στη Ρωσία και δεν είχε καμία επιρροή ή συνέχεια στο φαινόμενο που ξεκίνησε στα τέλη του 19ου αιώνα στις Ηνωμένες Πολιτείες. Παρότι το κίνημα παρουσίαζε κάποια κοινά σημεία με τον σύγχρονο λαϊκισμό, όπως η ηθικολογική αντίληψη του «λαού» και η επιδίωξη συλλογικής λύτρωσης από καταπιεστικές δυνάμεις, οι Narodniki αντιπροσώπευαν «μια εξαιρετικά μοναδική περίπτωση πολύ διαφορετική από τον λαϊκισμό αλλού» (Bufacchi, 2018 όπως αναφέρεται στο Fuentes, 2020)

Στην μεταπολεμική Ευρώπη υπήρξαν διάφορα λαϊκιστικά φαινόμενα: μεταξύ άλλων το Common Man's Front του Guglielmo Giannini στην Ιταλία, (τέλη της δεκαετίας του 1940), η Ένωση Άμυνας Εμπορών και Τεχνιτών του Pierre Poujade στην Γαλλία (δεκαετία του 1950), (Fitzgerald, 1970) και το Farmers Party of 'Boer (Farmer) Koekoek' στην Ολλανδία το οποίο μετατράπηκε σε λαϊκιστικό συντηρητικό κόμμα τη δεκαετία του 1960 (Lucardie, 2000)

Κατά την περίοδο μεταξύ των τελών της δεκαετίας του 1960 και των αρχών της δεκαετίας του 1980 η λαϊκιστική κριτική σε Ευρώπη και Η.Π.Α προερχόταν κυρίως από τη (νέα) αριστερά. Οι κύριοι φορείς ήταν οι μαχητικοί φοιτητές το 1968, η Νέα Αριστερά και τα Νέα Κοινωνικά Κινήματα τη δεκαετία του 1970 και τα κόμματα των Πρασίνων ή της Νέας Πολιτικής στις αρχές της δεκαετίας του 1980. (Betz, 1994)

Περίπου από το 1971, οι προηγμένες δυτικές κοινωνίες έχουν έρθει αντιμέτωπες με μια θεμελιώδη αναδιάρθρωση των οικονομιών τους, δραματικές αλλαγές στην κοινωνική δομή και το σύστημα αξιών τους και μια σημαντική μεταμόρφωση του πολιτισμού τους. Αυτό ήταν αποτέλεσμα δύο επαναστάσεων. Η μία είναι η οριστική επανάσταση που επέφερε ο καπιταλισμός σε παγκόσμια κλίμακα. Με την κατάρρευση του κρατικού σοσιαλισμού της Σοβιετικής Ένωσης, ο καπιταλισμός της αγοράς αναδύθηκε ως η μόνη μορφή οργάνωσης των οικονομικών σχέσεων (Albert, 1993). Η οικονομική φιλελευθεροποίηση στη Λατινική Αμερική και την Ινδία, καθώς και η πορεία της κινεζικής οικονομίας είναι από τα πιο έντονα σημάδια του παγκόσμιου θριάμβου του καπιταλισμού. Η δεύτερη επανάσταση ήταν η έλευση μιας παγκόσμιας οικονομίας, όπου το κεφάλαιο και η εργασία, η παραγωγή και οι αγορές, οι πληροφορίες και η τεχνολογία οργανώνονται πέρα από τα εθνικά σύνορα. Στη νέα οικονομία, ο ανταγωνισμός "διαδραματίζεται σε παγκόσμιο επίπεδο, όχι μόνο από τις πολυεθνικές επιχειρήσεις, αλλά και από τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με την παγκόσμια αγορά μέσω δικτύων που τις συνδέουν με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις" (Castells, 1993, σ. 19). (Betz, 1994)

Οι παραπάνω σημαντικές πολιτικοκοινωνικές αλλαγές βοήθησαν τον λαϊκισμό να αποκτήσει ευρύτερη σημασία στη (Δυτική) Ευρώπη στα τέλη της δεκαετίας του 1980, και πιο συγκεκριμένα στα μέσα της δεκαετίας του 1990, με την άνοδο κομμάτων όπως το γαλλικό Εθνικό Μέτωπο (FN) (Betz, 1994). Αν και σήμερα έχουν ξεχαστεί σε μεγάλο βαθμό, κόμματα όπως το FN και το FPÖ (Κόμμα Ελευθερίας της Αυστρίας) είχαν ήδη λάβει περίπου το 15% των εθνικών ψήφων στα μέσα της δεκαετίας του 1990. Το πολιτικό κλίμα της δεκαετίας του 1980 χαρακτηριζόταν από απογοήτευση για τους μείζονες κοινωνικούς και πολιτικούς θεσμούς και βαθιά δυσπιστία για τη λειτουργία τους, αυξημένο πολιτικό κατακερματισμό και εκλογική αστάθεια. (Mudde, 2021)

### **2.3 Οι σύγχρονες μεταμορφώσεις του λαϊκισμού σε Ευρώπη και Η.Π.Α**

Σύμφωνα με τους Albertazzi και McDonnell (2007), η άνοδος του λαϊκισμού στη Δυτική Ευρώπη είναι, σε μεγάλο βαθμό, μια αντίδραση στην αποτυχία των παραδοσιακών κομμάτων να ανταποκριθούν επαρκώς στα μάτια των ψηφοφόρων σε μια σειρά από φαινόμενα, όπως η οικονομική και πολιτιστική παγκοσμιοποίηση, η ταχύτητα και η κατεύθυνση της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης, η μετανάστευση, η παρακμή των ιδεολογιών και των ταξικών πολιτικών, η αποκάλυψη της διαφθοράς των ελίτ κ.λπ. Είναι επίσης το προϊόν μιας πολυσυζητημένης, αλλά σπάνια οριζόμενης, "πολιτικής κακοδαιμονίας", η οποία εκδηλώνεται με σταθερά μειούμενα ποσοστά συμμετοχής σε όλη τη Δυτική Ευρώπη, μειούμενα ποσοστά μελών κομμάτων και όλο και μεγαλύτερο αριθμό πολιτών που σε έρευνες αναφέρουν έλλειψη ενδιαφέροντος και δυσπιστία για την πολιτική και τους πολιτικούς. Υποστηριζόμενο από τα μέσα ενημέρωσης, ένα αντιπολιτικό κλίμα λέγεται ότι έχει αναπτυχθεί σε όλες τις δυτικοευρωπαϊκές κοινωνίες στις οποίες οι άνθρωποι θεωρούν ότι η πολιτική είναι πιο περίπλοκη, απόμακρη και άσχετη με τη ζωή των ανθρώπων και ότι οι πολιτικοί είναι πιο ανίκανοι, αδύναμοι, ιδιοτελείς και όμοιοι μεταξύ τους από ό,τι στο παρελθόν. Αυτή η αντίληψη έχει με τη σειρά της επηρεάσει την εκλογική συμπεριφορά, καθώς όλο και περισσότεροι αποπροσανατολισμένοι και απογοητευμένοι ψηφοφόροι είτε απλά δεν μπαίνουν στον κόπο να συμμετάσχουν είτε γίνονται διαθέσιμοι και ανοιχτοί σε νέες, πιο ριζοσπαστικές εναλλακτικές λύσεις.

Το 2016 μια αποτελεί κρίσιμη συγκυρία για τον λαϊκισμό: η απροσδόκητη νίκη της ψηφοφορίας για το Brexit στις 23 Ιουνίου 2016 θεωρήθηκε ως ένα ισχυρό μήνυμα που επισφράγισε μια νέα «λαϊκιστική επανάσταση», η οποία φάνηκε να βρίσκει ανταπόκριση λίγους μήνες αργότερα στην εξίσου απροσδόκητη νίκη του Ντόναλντ Τραμπ στις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ. Από διεθνή σκοπιά, η ψήφος του Brexit ερμηνεύτηκε ως «λαϊκιστική στιγμή», (Mudde, 2017 όπως αναφέρεται στο Tournier-Sol & Gayte, 2021) σε μια ευρύτερη αλληλουχία γεγονότων που ξεπερνούν την περίπτωση και τα σύνορα του Ηνωμένου Βασιλείου, η οποία ξεκίνησε μια ολόκληρη συζήτηση για την αναζωπύρωση του λαϊκισμού: όπως υποστηρίζει ο Rooduijn στην εφημερίδα The Guardian "Ορισμένες από τις πιο σημαντικές πρόσφατες πολιτικές εξελίξεις, όπως το δημοψήφισμα για το Brexit και η εκλογή του Ντόναλντ Τραμπ, δεν μπορούν να κατανοηθούν χωρίς να ληφθεί υπόψη η άνοδος του λαϊκισμού". Τους επόμενους μήνες ακολούθησαν και άλλες χώρες (η Γερμανία, η Αυστρία, αργότερα η Ιταλία), παρέχοντας περαιτέρω αποδείξεις για τη διεθνή διάσταση του φαινομένου, το οποίο φαινόταν να έχει εξαπλωθεί σε κάθε ήπειρο. (Tournier-Sol & Gayte,

2021) «Αν η απάντηση είναι ο Trump, τότε έχουμε πάψει να θέτουμε το σωστό ερώτημα», σημειώνει ο Runciman (2018, σ. 10).

### 2.3.1 Η περίπτωση της Μαρίν Λεπέν

Η λεγόμενη «λαϊκιστική επανάσταση» της δεκαετίας του 2010 όμως δεν σταματά στο Ηνωμένο Βασίλειο και τις Η.Π.Α. Ακόμα ένα ισχυρό ευρωπαϊκό κράτος φαίνεται να εναποθετεί τις ελπίδες του σε ένα πολιτικό κόμμα το οποίο ονειρεύεται να κυβερνήσει «στο όνομα του λαού». Αναφερόμαστε στην «Εθνική Συσπείρωση» (*Rassemblement National*), της Γαλλίας με πρόεδρο την, χαρισματική για πολλούς, Μαρίν Λεπέν.

Η ιστορία του ξεκινά πριν από 50 χρόνια, όταν ο Ζαν-Μαρί Λεπέν ίδρυσε ένα ακροδεξιό κόμμα, το Εθνικό Μέτωπο, το οποίο περιλάμβανε ανοιχτά ξενοφοβική, και ρατσιστική ρητορική, η οποία κράτησε το κόμμα στο περιθώριο της εθνικής πολιτικής, με περιορισμένη εκλογική επιτυχία. (Delafois, 2017 όπως αναφέρεται στο Soffer, 2022). Αυτό όμως φάνηκε να αλλάζει το 2011, όταν η κόρη του, Μαρίν Λεπέν ανέλαβε το κόμμα. Το τελευταίο, άρχισε να σημειώνει σημαντικά εκλογικά κέρδη. Και αυτό παρά το γεγονός ότι το κεντρικό πολιτικό μήνυμα παρέμεινε το ίδιο. Αλλάζοντας τη ρητορική της τακτική και βασιζόμενη σε αναφορές στη συλλογική μνήμη, η Μαρίν Λεπέν καθιέρωσε το RN και εξασφάλισε μεγαλύτερη εθνική υποστήριξη. (Soffer, 2022). Η μετονομασία του κόμματος σε «Εθνική Συσπείρωση» τελείται το 2018, και το μετατρέπει από ένα ακροδεξιό κίνημα σε ένα καθαρά λαϊκιστικό κόμμα.

Σε γενικές γραμμές, η ρητορική της Μαρίν Λεπέν στοχεύει να δώσει μια εικόνα της Γαλλίας που πολιορκείται από την ανεξέλεγκτη μουσουλμανική μετανάστευση, η οποία υπονομεύει την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας. Σύμφωνα με την ίδια, ένας από τους κύριους λόγους για την κατάσταση αυτή είναι η πολυπολιτισμικότητα, η οποία υποστηρίζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και τις γαλλικές πολιτικές ελίτ που την επιδοκιμάζουν. Κατά την άποψή της, η εισροή μεταναστών όχι μόνο υπονομεύει τον πολιτισμό της Γαλλίας, αλλά είναι και η πηγή των οικονομικών προβλημάτων της. Οι μουσουλμάνοι μετανάστες αφαιρούν θέσεις εργασίας από τους Γάλλους πολίτες και "κλέβουν" τις κοινωνικές παροχές που πληρώνει το γαλλικό κράτος, γι' αυτό και πρότεινε δημοψήφισμα για ένα νομοσχέδιο "με στόχο τη δραστηκή ρύθμιση της μετανάστευσης", σε περίπτωση προεδρίας της το 2022. Το νομοσχέδιο θα επέβαλλε αυστηρά κριτήρια για να καθοριστεί ποιος δικαιούται να εισέλθει στη Γαλλία, να αποκτήσει τη γαλλική υπηκοότητα και να δώσει στους "γηγενείς πολίτες" προτεραιότητα

στην πρόσβαση σε κοινωνική στέγαση, θέσεις εργασίας και κοινωνικές παροχές (Reuters, 2021).

Λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις προτάσεις, η Marine Le Pen φαίνεται να χρησιμοποιεί τον λαϊκισμό, σε μια προσπάθεια να προσελκύσει τους ψηφοφόρους που φοβούνται την οικονομική ανασφάλεια και τις μεγάλες αλλαγές στην κουλτούρα που αναπόφευκτα φέρνει η νέα εποχή.

Με την εκστρατεία διασφάλισης των γαλλικών συνόρων με την αποχώρηση της Γαλλίας από την ΕΕ- το σύνθημα της εκστρατείας της, "Au nom du peuple" (στο όνομα του λαού), διεκδικεί κυριολεκτικά μια «Γαλλία για τους Γάλλους» (Geva, 2020). Με άλλα λόγια, η Λεπέν έχτισε την προεκλογική της εκστρατεία γύρω από την ιδέα του περιορισμού της μετανάστευσης προκειμένου να αποκατασταθεί η «υπερήφανη και αμιγώς γαλλική χώρα που ήταν κάποτε.»

Η μοναδικά γαλλική έννοια της laïcité, η οποία δεν έχει καμία μετάφραση στην ελληνική γλώσσα, περιγράφει μια Γαλλία προοριζόμενη αποκλειστικά για τους Γάλλους. Η Λεπέν χρησιμοποιεί την ιδέα της «laïcité» για να προωθήσει την αντιμεταναστευτική της στάση, κάνοντας διάκριση μεταξύ όσων είναι Γάλλοι και όσων δεν είναι. (Galbreath, 2017).

Η πολιτική της περιλαμβάνει την παροχή προτεραιότητας στους Γάλλους πολίτες για θέσεις εργασίας και στέγαση, την απέλαση των παράνομων μεταναστών και τη μείωση της ποσόστωσης για τη νόμιμη μετανάστευση από 200.000 σε 10.000 άτομα ετησίως. Η Λεπέν υποστηρίζει ότι η γαλλική υπηκοότητα θα πρέπει να είναι "είτε κληρονομική είτε αξιοκρατική" και ότι οι παράνομοι μετανάστες «δεν έχουν κανένα λόγο να παραμείνουν στη Γαλλία» επειδή "παραβίασαν το νόμο από τη στιγμή που πάτησαν το πόδι τους στο γαλλικό έδαφος". Η απήχηση του λαϊκιστικού ιδεώδους της για μια χώρα χτισμένη από τον λαό και για τον λαό αποτυπώνεται καλύτερα στην απάντησή της σε συνέντευξή της στο National Public Radio.

Όταν ρωτήθηκε αν είναι λαϊκίστρια, η Λεπέν απάντησε: "Τι είναι ο λαϊκισμός; Αν είναι κάποιος που θέλει να υπερασπιστεί την κυβέρνηση για τον λαό και από τον λαό, τότε ναι, είμαι λαϊκίστρια".(Soffer, 2022)

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο του λαϊκισμού που εξηγεί την απήχηση του Τραμπ, στον οποίο θα αναφερθούμε στη συνέχεια, και της Λεπέν στους ψηφοφόρους είναι η προσοχή τους

στους «ξεχασμένους ανθρώπους». Αυτοί οι ξεχασμένοι άνθρωποι -κοινωνικά- θεωρούν την εξάπλωση της παγκοσμιοποίησης ως την κύρια αιτία της οικονομικής τους παρακμής, μια δύναμη που αύξησε τον εμπορικό ανταγωνισμό μεταξύ των παγκόσμιων επιχειρηματικών εταιρειών και τον ανταγωνισμό των «γηγενών» με τους μετανάστες για θέσεις εργασίας. Τόσο ο Τραμπ όσο και η Λεπέν απευθύνονται στην υποτιθέμενη σιωπηλή πλειοψηφία, που αποτελείται από ψηφοφόρους της εργατικής τάξης, οι οποίοι αισθάνονται ότι αγνοούνται από την κυβέρνηση. Όπως πολλοί λαϊκιστές ηγέτες, έτσι και η Λεπέν χρησιμοποιεί μη παραδοσιακές δεξιές απόψεις σχετικά με το εμπόριο και τις κρατικές δαπάνες για να κατευνάσει τις οικονομικές ανησυχίες που μαστίζουν αυτούς τους ψηφοφόρους. (Galbreath, 2017)

### 2.3.2 Το φαινόμενο Τραμπ

Η άνοδος του Ντόναλντ Τραμπ στην εξουσία, σημειώνει η Gounari (2018), «μπορεί να θεωρηθεί ως μια στιγμή στην ιστορία όπου η τραγωδία και η φάρσα συμπίπτουν». Κανείς μέχρι τότε δεν πίστευε ότι ένας δισεκατομμυριούχος επιχειρηματίας, με μηδενική εμπειρία στην διακυβέρνηση θα μπορούσε να εκλεγεί πρόεδρος των Η.Π.Α. Και όμως αυτό συνέβη. (Galbreath, 2017). Στις 23 Ιανουαρίου του 2016, ο Ντόναλντ Τραμπ εκλέγεται τεσσαρακοστός πέμπτος πρόεδρος των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής. Πώς όμως φτάσαμε ως εκεί;

Δεν μπορούμε να γνωρίζουμε ακριβώς τους λόγους για τους οποίους ο Αμερικανικός λαός επέλεξε τον Ντόναλντ Τραμπ. Κατά τον Lachmann (2018), για πολλούς Αμερικανούς η ψήφος στον Τραμπ δεν στόχευε απαραίτητα στο να λάβει ο συγκεκριμένος την εξουσία. Στόχευε πρωτίστως στο να αναλάβει την εξουσία το Ρεπουμπλικανικό Κόμμα.

Υποστηρίζει ότι ένα μεγάλο μέρος της Αμερικανικής κοινωνίας, λόγω της παύσης ισχύος ορισμένων νομοθεσιών σχετικά με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, έχει οδηγηθεί σε πιο «δεξιές» και συντηρητικές ιδέες, ενώ έχει ενισχυθεί σημαντικά η πίστη σε θεωρίες συνωμοσίας. Έως και την κυβέρνηση του Ρίγκαν, οι τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί σταθμοί έπρεπε να υπακούουν στην λεγόμενη «διάταξη του ίσου χρόνου». Σύμφωνα με την διάταξη αυτή, οι σταθμοί θα έπρεπε να αφιερώνουν ίσο χρόνο και στα δύο πολιτικά κόμματα (Δημοκρατικός και Ρεπουμπλικανός) αλλά και να αφιερώνουν αρκετές ώρες κάθε μέρα σε ειδήσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα. Το τέλος αυτής της διάταξης επέτρεψε την εμφάνιση ιδεολογικά προκατειλημμένων δικτύων όπως το Fox News. Οι τηλεθεατές του Fox πιστεύουν, επειδή αυτό



ακούνε σε αυτό το δίκτυο χωρίς καμία, ότι οι ΗΠΑ κέρδισαν τον πόλεμο στο Ιράκ αλλά στη συνέχεια έχασαν όταν ο Ομπάμα απέσυρε τα αμερικανικά στρατεύματα, ότι ο Ομπάμα είναι μουσουλμάνος, ότι η υπερθέρμανση του πλανήτη δεν είναι πραγματική και ότι η Χίλαρι Κλίντον διέπραξε μια σειρά από εγκλήματα τα οποία ο Ομπάμα κάλυψε για λογαριασμό της.

Η ενίσχυση των θεωριών συνωμοσιών από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης δεν ήταν, φυσικά, ο μόνος λόγος της εκλογής του Τραμπ. Έθεσε όμως τις βάσεις για την παρουσίασή του ως ηγέτη που «καταλαβαίνει τον λαό» και είναι διατεθειμένος να πολεμήσει για να τον σώσει από αυτό το διεφθαρμένο πολιτικό σύστημα.

Όπως ακριβώς και η Μαριν Λεπέν, ο Τραμπ ενσωματώνει στο λόγο του μια σκληρή αντιμεταναστευτική ρητορική, πατώντας πάνω στον φόβο της τρομοκρατίας (κατάλοιπα του τρομοκρατικού χτυπήματος της 11ης Σεπτεμβρίου στους Δίδυμους Πύργους), και στην πρόφαση ότι οι μεταναστευτικές ροές που καταφθάνουν στην Αμερική θα στερήσουν τα επαγγέλματα από τους «πραγματικούς» Αμερικανούς. (Runciman, 2018).

Ο Τραμπ, επιπλέον κάνει εκτενέστατη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ιδιαίτερα του Twitter, προκειμένου να έρθει κοντά στον λαό (δηλαδή στους υποστηρικτές του) και να εξαπολύσει επιθέσεις κατά των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Όπως επισημαίνει και ο Gerbaudo (2018):

«Στον απόηχο της εκλογής του Τραμπ, σχολιαστές των μέσων ενημέρωσης υποστήριξαν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ήταν καθοριστικά για την οριακή νίκη του επί της Χίλαρι Κλίντον. Οι σχολιαστές εξέτασαν διάφορους παράγοντες που λέγεται ότι ευνόησαν την ψηφιακή δεινότητα του Ντόναλντ Τραμπ. Ορισμένοι έχουν εστιάσει στο εμπρηστικό ύφος των tweets του, τα οποία συχνά καταλήγουν σε συναισθηματικά φορτισμένα επιφωνήματα όπως: "Λυπηρό!", "Πολύ λυπηρό!", "Τόσο λυπηρό!", "Κακό!", "Να είστε ειλικρινείς!", "ΘΑ ΤΟ ΦΤΙΑΞΩ!". Άλλοι έχουν επισημάνει τον ρόλο που διαδραμάτισαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως αγωγός των "ψευδών ειδήσεων", των εσκεμμένα ψευδών ειδήσεων που συνέβαλαν καθοριστικά στην τροφοδότηση της αρνητικής εκστρατείας κατά της Χίλαρι Κλίντον. Άλλοι πάλι έχουν επισημάνει τον καθοδηγούμενο από δεδομένα χαρακτήρα των εκστρατειών του Brexit και των ΗΠΑ και την υποστήριξη που παρείχε η εταιρεία ανάλυσης δεδομένων Cambridge Analytica για τον εντοπισμό στρατηγικών τμημάτων του εκλογικού σώματος, στα οποία θα απευθύνονταν λαϊκιστικά μηνύματα.»

## **Κεφάλαιο 3: Η λαϊκιστική ρητορική στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης**

### **3.1 Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: ένα νέο μέσο ενημέρωσης**

Η δημόσια απήχηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, από την εμφάνισή τους στις αρχές του 2000 είναι συνεχώς αυξανόμενη. Το 2022, η πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης Facebook κατέγραψε πάνω από 1.9 δισεκατομμύρια καθημερινά ενεργούς χρήστες με τον αριθμό αυτό να αυξάνεται κατά 6.8% ετησίως (Backlinko, 2022). Το Facebook αποτελεί την μεγαλύτερη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως με 2,85 δισεκατομμύρια μηνιαίους ενεργούς χρήστες, ακολουθούμενο από το YouTube (2,3 δισεκατομμύρια) και τα WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat και Instagram, τα οποία συγκεντρώνουν πάνω από ένα δισεκατομμύριο χρήστες.

Το γεγονός αυτό μπορεί να αποδοθεί σε μια σειρά παραγόντων. Πρώτον, στο ότι παρέχουν την δυνατότητα δημοσιοποίησης περιεχομένου, αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας με άλλους χρήστες. Επιπλέον, μέσω της αλληλεπίδρασης δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να εκφράσουν τα συναισθήματα και τις σκέψεις τους και να μοιραστούν τις καθημερινές τους δραστηριότητες. (Βούλγαρη, 2020). Έτσι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μετουσιώνονται σε πόλο έλξης για χρήστες οι οποίοι αναζητούν ενημέρωση, κοινωνικοποίηση, ψυχαγωγία και δημιουργία, ενώ παράλληλα νιώθουν την ανάγκη ελεύθερης έκφρασης και κριτικής των πολιτικοκοινωνικών δρώμενων.

Ειδικότερα η δυνατότητα αυτή, οδηγεί στην ανάδυση νέων μορφών οργάνωσης των πολιτών ιδιαίτερα μέσω του Twitter και του Facebook (Τσακαρέστου και Τσενέ, 2011 όπως αναφέρεται στην Βούλγαρη, 2020). Η αυξημένη διάδραση μεταξύ των πολιτών μέσω των κοινωνικών δικτύων είχε ως αποτέλεσμα να αναδυθεί μία νέα μορφή δημοσιογραφίας που γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη, η «δημοσιογραφία των πολιτών» με τη βοήθεια των «νέων κοινωνικών μέσων» (Μουζουράκης, 2011 όπως αναφέρεται στην Βούλγαρη, 2020)

Πλέον, το διαδίκτυο αποτελεί την βασικότερη πηγή ενημέρωσης για ένα πολύ μεγάλο μέρος της κοινωνίας (Βούλγαρη, 2020). Ειδησεογραφικοί οργανισμοί που ξεκίνησαν ως έντυπα μέσα ενημέρωσης, χρησιμοποιούν πια προηγμένες τεχνολογίες για την παραγωγή και διανομή των ειδήσεών τους και στις διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες. (Klinenberg, 2005). Η βασική διαφοροποίηση που προσφέρει όμως το διαδίκτυο, και συγκεκριμένα αυτό που ονομάζουμε *Web 2.0* έγκειται στο γεγονός ότι οι ίδιοι οι πολίτες έχουν την ελευθερία να

παράγουν και να δημοσιεύουν περιεχόμενο παραγόμενο από τους ίδιους (*user-generated content*), χωρίς αυτό να χρειάζεται να περάσει την έγκριση κάποιου φορέα, ή δημοσιογραφικής ομάδας.

Η «λαϊκή φύση» των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ήδη ορατή και στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάστηκαν ως ένας χώρος στον οποίο οι απλοί άνθρωποι και οι «ερασιτέχνες» θα μπορούσαν να εκφραστούν, ξεπερνώντας έτσι το παλιό μοντέλο της δημόσιας, αναμεταδιδόμενης επικοινωνίας στο οποίο μόνο οι επαγγελματίες επικοινωνιολόγοι και δημοσιογράφοι θα μπορούσαν να εκφράσουν τις απόψεις τους.

### **3.2 Λαϊκισμός 2.0: Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ως μέσα διάδοσης της λαϊκιστικής ρητορικής**

Το νέο αυτό πρόσωπο της διαδικτυακής ενημέρωσης αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν, σε μια κοινωνία όπου πρωταγωνιστούν η οικονομική και πολιτική αστάθεια. Όπως έχουμε ήδη τονίσει, τέτοιες συνθήκες είναι ιδανικές για την εμφάνιση του λαϊκισμού. (Gerbaudo, 2018). Έτσι, οι πλατφόρμες του Twitter και το Facebook, λειτουργούν ως μέσο διαμαρτυρίας και έκφρασης δυσαρέσκειας για τους πολίτες (Fisher, Marshall & McCallum, 2018). Όπως είναι φυσικό, οι πλατφόρμες αυτές αποτελούν, πλέον, σημαντικά εργαλεία πολιτικής επικοινωνίας και στρατηγικής όλων των κομμάτων, όχι μόνο των λαϊκιστικών. Ειδικότερα όμως, τα λαϊκιστικά κόμματα και κινήματα χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο έπακρο για τη διάδοση των ιδεών τους όπως η επίθεση στις ελίτ ή η προάσπιση του λαού (Engesser at al., 2017). Ο Gerbaudo (2014), μάλιστα, δίνει σε αυτό το φαινόμενο το όνομα Λαϊκισμός 2.0 (Populism 2.0).

Τα τελευταία χρόνια συναντάμε όλο και περισσότερους πολιτικούς να διαδίδουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λαϊκιστικό λόγο, υπερσυνδέσμους (#hashtags) που αναφέρονται στο λαό, στο διεφθαρμένο πολιτικό σύστημα και τα αλλοτριωμένα μέσα ενημέρωσης. Επίσης αναρτούν φωτογραφίες, βίντεο, συνθήματα, emoticons, memes και γενικά ό,τι θα μπορούσε να ενθαρρύνει τους υπόλοιπους χρήστες να συμμετέχουν και αυτοί στο πολιτικό marketing (Penney, 2017) και να προσδώσουν στους ίδιους χαρακτηριστικά απλών ανθρώπων (Graeff, 2016 όπως αναφέρεται στο Baldwin-Philippi, 2019).

Μια θεωρητική σχέση μεταξύ λαϊκισμού και διαδικτυακής επικοινωνίας είχε ήδη καθιερωθεί από τις αρχές της ιστορίας του Διαδικτύου (Bimber, 1998). Ορισμένοι μελετητές εκτίμησαν ότι το Διαδίκτυο έχει την δυνατότητα να «αναδιαρθρώσει την πολιτική εξουσία προς μια

λαϊκιστική κατεύθυνση» (σ. 137) και να προωθήσει την αδιαμεσολάβητη επικοινωνία μεταξύ πολιτικών και πολιτών (σ. 137). Μεταξύ των πολιτικών, φαίνεται ότι οι λαϊκιστές ήταν κυρίως αυτοί οι οποίοι ενδιαφέρθηκαν ιδιαίτερα για μια τέτοια στενή σχέση με τους πολίτες (Canovan, 2002- σ. 34, Krämer, 2014, σ. 45 Kriesi, 2014, σ. 363 Taggart, 2002, σ. 67), αφού ως αυτοπροσδιοριζόμενοι συνήγοροι του λαού απαιτούν «άμεση, αδιαμεσολάβητη πρόσβαση στα παράπονα του» (Kriesi, 2014, σ. 363). Ο Bartlett (2014) προσθέτει επίσης ότι «η σύντομη καυστική φύση των λαϊκιστικών μηνυμάτων λειτουργεί καλά σε αυτό το μέσο» (σ. 94).

### **3.3. Οι λαϊκιστικές επιθέσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**

Όπως είδαμε, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχουν καταστεί κατάλληλο κανάλι για λαϊκιστικές εκστρατείες, εξαιτίας του τρόπου με τον οποίο έχουν επικρατήσει ως πλατφόρμα για την ανάδειξη της φωνής του, σε αντίθεση με τα «διεφθαρμένα», σύμφωνα με τους λαϊκιστές, κυρίαρχα Μέσα Μαζικής ενημέρωσης, τα οποία συνεργάζονται με το οικονομικό και πολιτικό κατεστημένο.

Οι επιθέσεις κατά των κυρίαρχων μέσων ενημέρωσης, που συχνά συντομεύονται ως *MSM* (*Mainstream Media*), αποτελούν επίσης κοινό χαρακτηριστικό πολλών διαδικτυακών συνομιλιών που συνδέονται με λαϊκιστικά κινήματα, όπως και οι εκκλήσεις προς τους πολίτες να αναπαράγουν ορισμένες ειδήσεις οι οποίες πολλές φορές δεν είναι επιβεβαιωμένες, με βάση την παραδοχή ότι τα *MSM* «δεν θέλουν να το ξέρετε». Η δημοσιοποίηση τέτοιου ειδησεογραφικού περιεχομένου προάγεται από τους λαϊκιστικούς φορείς ως προσπάθεια απελευθέρωσης από τη λογοκρισία που υποτίθεται ότι επιβάλλουν τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης σε ορισμένους τύπους πολιτικού περιεχομένου.

Προφανώς αυτή η αφήγηση έρχεται σε σύγκρουση με το γεγονός ότι οι πλατφόρμες των ΜΚΔ ελέγχονται σε μεγάλο βαθμό από καπιταλιστικές εταιρείες όπως η Google και το Facebook, των οποίων η ατζέντα με στόχο το κέρδος φαίνεται να έχει ελάχιστη σχέση με τα συμφέροντα του «απλού λαού». Επιπλέον, το Διαδίκτυο είναι το μέρος όπου οι δημοσιογράφοι προσφεύγουν ώστε να προσθέσουν ένα στοιχείο "vox populi" στα ρεπορτάζ και τα σχόλιά τους, τα οποία συχνά προλογίζονται με εκφράσεις όπως «η επικρατούσα άποψη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι...». Όλα αυτά τα φαινόμενα έχουν συμβάλει στη δημιουργία της αντίληψης ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η φωνή του λαού,

έναν χώρο που φημολογείται ότι είναι πιο αυθεντικός από αυτόν που κυριαρχείται από τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης. (Gerbaudo, 2018) Αυτή η στάση κατά των παραδοσιακών των ειδησεογραφικών μέσων διαφαίνεται και μέσω της συντριπτικής πτώσης της εμπιστοσύνης προς τα μέσα ενημέρωσης που παρατηρείται μετά την οικονομική κρίση. (Carr et al., 2014).

Έτσι, μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Twitter, δίνουν τη δυνατότητα στους λαϊκιστές πολιτικούς να εκφράζουν την έντονη δυσαρέσκειά τους, εξαπολύοντας δριμείς κατηγορίες στους πολιτικούς τους αντιπάλους τους οποίους θεωρούν ένοχους για τα κοινωνικά προβλήματα. Όχι σπάνια, συναντάμε δημοσιεύσεις με εθνικιστικό περιεχόμενο, εθνικιστικά σύμβολα, θεωρίες συνομοσίας κλπ. ενώ παράλληλα δεν παραλείπουν να εκφράζουν την απέραντη αγάπη για την πατρίδα τους (Krämer, 2017).

Οι λαϊκιστές πολιτικοί φροντίζουν να δίνουν την εντύπωση ότι χειρίζονται οι ίδιοι τους λογαριασμούς τους, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να προκαλούν την αίσθηση της αμεσότητας σε αυτούς που απευθύνονται. Δημιουργούν και συντονίζουν ομάδες ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα (π.χ. NEXIT! Netherlands out of Europe). Παρουσιάζουν την επίλυση των όποιων προβλημάτων ως εύκολη (Caiani, Graziano, 2016) και χρησιμοποιούν γλώσσα απλή και κατανοητή (Oliver, Rahn, 2016). Ο θυμός, η οργή, η αγανάκτηση, ο φόβος, η πικρία (hameleers et al., 2016) αυτά τα συναισθήματα τα οποία η Margaret Canovan( 1999) αποκαλούσε «λαϊκιστική διάθεση» (populist mood) είναι έντονα παρόντα. Τόσο το Facebook όσο και το Twitter προσφέρουν συναφείς δυνατότητες στους λαϊκιστές ηγέτες σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό.

Συγκεκριμένα, το Facebook προσφέρει περισσότερες δυνατότητες για αμοιβαία ανταλλαγή μηνυμάτων, έχει υψηλότερα επίπεδα εγγύτητας και αλληλεπίδρασης και δεν υπόκειται σε καθορισμένα όρια χαρακτήρων, γεγονός που δίνει στους πολιτικούς τη δυνατότητα να εκφράζονται ελεύθερα χωρίς περιορισμούς (Kalsnes, Larsson & Enli, 2017). Από την άλλη το Twitter δίνει τη δυνατότητα μία δημοσίευση να λάβει μεγαλύτερες διαστάσεις εξάπλωσης μέσα από τα hashtag (#) και το retweet, τα οποία βοηθούν το περιεχόμενο να μπει ευκολότερα στις δημοφιλείς τάσεις (trend) και να αποκτήσει τεράστια δημοσιότητα (viral), ειδικά όταν περιέχει χυδαία γλώσσα, επιθετικό λεξιλόγιο, χιούμορ και ειρωνεία, στοιχεία που αποτελούν κύρια χαρακτηριστικά στις δημοσιεύσεις με λαϊκιστικό περιεχόμενο.

Η δυνατότητα αυτής της αδιαμεσολάβητης και πιο ανθρώπινης και συναισθηματικής προσέγγισης που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπει στους λαϊκιστές δημιουργούν ισχυρότερους δεσμούς με τους ψηφοφόρους. (Βούλγαρη, 2020). Αυτό συμβάλλει στην αλλαγή της εικόνας του «απόμακρου» πολιτικού που χρησιμοποιεί ξύλινη γλώσσα που δεν γίνεται τις περισσότερες φορές κατανοητή από τον λαό και την παρουσίαση του ως ένα άτομο «της διπλανής πόρτας» και βοηθώντας τους να φαίνονται πιο απλοί και προσιτοί. (Βούλγαρη, 2020).

Παράλληλα, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, μέσω των «δικτύων ομοϊδεατών» που προσφέρουν καλλιεργούν την «ομοφιλία», την «τάση δηλαδή των ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα, αντιλήψεις, ιδέες να σχηματίζουν δεσμούς μεταξύ τους» (Colleoni, Rozza, & Arvidsson, 2014, όπως αναφέρεται στο Engesser et al, 2017). Αυτό επιτυγχάνεται επίσης και μέσω της ίδιας της αρχιτεκτονικής των ΜΚΔ, η οποία λόγω του, προαναφερθέντος, στόχου της «μεγιστοποίησης της προσοχής», ταξινομούν τους χρήστες τους χρησιμοποιώντας τα λεγόμενα “filter bubbles”, περιορίζοντας την προσοχή τους σε περιεχόμενο που ανταποκρίνεται στις ιδεολογικές τους απόψεις και απομονώνοντας τον αντίλογο. Έτσι, δημιουργούνται οι λεγόμενοι «θάλαμοι ηχώ» (*echo chambers*), δηλαδή οι διαδικτυακές κοινότητες χρηστών με ίδιες απόψεις. Επίσης, λόγω του στόχου μεγιστοποίησης της προσοχής οι αλγόριθμοι των ΜΚΔ είναι προγραμματισμένοι έτσι ώστε να ευνοούν άμεσα το δημοφιλέστερο περιεχόμενο, δηλαδή τις δημοσιεύσεις οι οποίες συγκεντρώνουν μεγάλο αριθμό αντιδράσεων (*impressions*) σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα. (Gerbaudo, 2018) βοηθώντας έτσι την ραγδαία εξάπλωση μη φιλτραρισμένων και πολλές φορές ψευδών ειδήσεων.

Ο Chadwick (2013) διέγινε ένα υβριδικό μοντέλο χρήσης των μέσων ενημέρωσης όπου «παλαιότερες και νεότερες λογικές των μέσων ενημέρωσης» (σ. 207) ανταγωνίζονται και αλληλοσυμπληρώνονται. Βασιζόμενοι σε αυτή την ιδέα της υβριδικότητας, οι Klinger και Svensson (2015, 2016) διαφοροποίησαν τη λογική των μέσων μαζικής ενημέρωσης των επαγγελματικών ειδησεογραφικών μέσων από τη λογική του δικτύου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ενώ η πρώτη βασίζεται σε επαγγελματίες και σε ένα σχετικά παθητικό κοινό, η δεύτερη βασίζεται σε ενεργά δίκτυα «ομοϊδεατών» (Klinger & Svensson, 2015, σ. 1248) Όσον αφορά στην παραγωγή περιεχομένου, η λογική των μέσων μαζικής ενημέρωσης τηρεί αυστηρούς επαγγελματικούς κανόνες και δεοντολογία, ενώ τα ΜΚΔ ακολουθούν την στρατηγική της «μεγιστοποίησης της προσοχής» (Klinger & Svensson, 2016, σ. 29).

Σε αυτό το πλαίσιο, είναι λογικό οι λαϊκιστικοί φορείς να ακολουθούν μια υβριδική επικοινωνιακή στρατηγική. Από τη μία πλευρά, μπορεί να απευθύνονται στα μέσα μαζικής ενημέρωσης προκειμένου να διανείμουν επίσημες δηλώσεις σε μεγαλύτερα ακροατήρια. Τα μηνύματα αυτά πρέπει να συμμορφώνονται με τη λογική των μέσων μαζικής ενημέρωσης και μπορεί να τροποποιούνται ανάλογα από τον δημοσιογράφο (Herkman, 2015). Εξάλλου, οι δημοσιογράφοι του παραδοσιακού τύπου θεωρείται ότι λειτουργούν ως «φερέφωνα» των ελίτ και αμβλύνουν ή επικρίνουν τις λαϊκιστικές δηλώσεις στα άρθρα τους (Mazzoleni, 2003, 2008). Ως εκ τούτου, οι λαϊκιστές μπορεί να στραφούν προς τα ΜΚΔ προκειμένου να παρακάμψουν τους θεσμούς των μέσων ενημέρωσης και τους δημοσιογραφικούς κανόνες.

Μπορούμε τέλος να πούμε, ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι πλατφόρμες οι οποίες έχουν ξεφύγει από τα χέρια των δημιουργών τους, δηλαδή των μεγάλων ψηφιακών εταιρειών όπως το Facebook και το Twitter. Ενώ η πολιτική ιδεολογία των συγκεκριμένων εταιρειών είναι προφανές ότι ανήκει σε μια νεοφιλελεύθερη πολιτική ατζέντα, και οι εταιρείες διοικούνται από «συστημικά» άτομα και εξυπηρετούν συμφέροντα «του κατεστημένου», τα ίδια τα ΜΚΔ φαίνεται να φιλοξενούν συζητήσεις των οποίων το περιεχόμενο θέτει μια θεμελιώδη πρόκληση στη φιλελεύθερη δημοκρατία.

## **Ευρήματα - Συμπεράσματα**

Η έννοια του λαϊκισμού αποτελεί ακόμα και σήμερα μέρος μιας μεγάλης ακαδημαϊκής συζήτησης. Ο βασικός λόγος της δυσκολίας ορισμού του συγκεκριμένου όρου είναι ότι ο ίδιος ο λαϊκισμός εκδηλώνεται διαφορετικά ανάλογα με τις συγκυριακές συνθήκες της εκάστοτε κοινωνίας αλλά και ανάλογα με την πολιτική ιδεολογία του λαϊκιστή πολιτικού. Παρά την αδυναμία εύρεσης ενός καθολικού ορισμού όμως, οι περισσότεροι θεωρητικοί συμφωνούν ως προς τα βασικότερα χαρακτηριστικά του. Ο λαϊκισμός βασίζεται στον διαχωρισμό της κοινωνίας σε δύο αντίπαλα στρατόπεδα – τον λαό και τις ελίτ και ισχυρίζεται ότι οι τελευταίες συνωμοτούν ενάντια στον λαό προσπαθώντας να σφετεριστούν την εξουσία που -δικαιωματικά- του ανήκει. Επιπλέον, ο λαϊκισμός δεν αναφέρεται στον λαό ως ένα σύνολο ατόμων με διαφορετικά χαρακτηριστικά, αξίες και αντιλήψεις αλλά ως μια ομοιόμορφη ομάδα ατόμων με κοινά συμφέροντα και μια «γενική βούληση». Το πρώτο λαϊκιστικό κίνημα το οποίο υιοθετεί παρόμοια λαϊκιστική ρητορική με τα σύγχρονα παραδείγματα ξεκινά από τις Ηνωμένες Πολιτείες κατά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα με το People's Party.

Δείγματα λαϊκιστικής πολιτικής συναντώνται μετέπειτα και στην Ευρώπη, προετοιμάζοντας το έδαφος για την ανάδειξη πληθώρας λαϊκιστών πολιτικών από το 2010 και μετά. Αντιπροσωπευτικά παραδείγματα λαϊκιστικού λόγου και λαϊκιστικών πολιτικών μπορούμε να διακρίνουμε στις περιπτώσεις της Μαρίν Λεπέν και του Ντόναλντ Τραμπ, οι οποίοι παρουσιάζουν κοινά σημεία κυρίως ως προς την υιοθέτηση μιας σκληρής προς τη μετανάστευση στάσης, με έντονα στοιχεία λαϊκισμού και νατιβισμού. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, αποτελούν πλατφόρμες κατάλληλες για την διάδοση τέτοιων ιδεών και χρησιμοποιούνται από τους λαϊκιστές. Η ίδια η αρχιτεκτονική τους, δίνει την δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας των λαϊκιστών ηγετών με τους ψηφοφόρους τους, την εσκεμμένη διάδοση ψευδών ειδήσεων κατά πολιτικών αντιπάλων και ανοικτές επιθέσεις στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και τα μέλη της «ελίτ». Παράλληλα, λόγω του τρόπου λειτουργίας του αλγορίθμου των ΜΚΔ, ο οποίος βασίζεται στην λογική της «μεγιστοποίησης της προσοχής», η στοχευμένη επικοινωνία σε ένα μόνο κομμάτι της κοινωνίας – σε ένα δίκτυο ομοϊδεατών – είναι πλέον πιο εύκολη από ποτέ. Αυτό το συστατικό είναι σημαντικό για κάθε είδους πολιτική καμπάνια, περισσότερο όμως για μια λαϊκιστικής φύσης: όπως είδαμε δεν υπάρχει κάτι που να «αγαπά» περισσότερο ο λαϊκισμός από τον διαχωρισμό της κοινωνίας σε «στρατόπεδα» και την αντιμετώπιση των υποστηρικτών του ως ένα ομοιόμορφο σύνολο ατόμων. Τέλος, μέσω των ΜΚΔ, οι λαϊκιστές καταφέρνουν να δώσουν μια εικόνα «καθημερινού» ανθρώπου, πείθοντας τους υποστηρικτές τους ότι είναι και εκείνοι, «ένας από τον λαό».

## **Βιβλιογραφία**



- Albertazzi, D. and McDonnell, D. (2008) *Twenty-First Century Populism The Spectre of Western European Democracy*. New York: Palgrave Macmillan
- Aslanidis, P. (2015). Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective. *Political Studies*, 64(1\_suppl), pp.88–104. doi:10.1111/1467-9248.12224.
- Baldwin-Philippi, J. (2017). The Myths of Data-Driven Campaigning. *Political Communication*, [online] 34(4), pp.627–633. doi:10.1080/10584609.2017.1372999.
- Betz, H.-G. (1994). *Radical Right-Wing Populism in Western Europe*. doi:10.1007/978-1-349-23547-6
- Betz, H.-G. (2002). Conditions Favouring the Success and Failure of Radical Right-Wing Populist Parties in Contemporary Democracies. *Democracies and the Populist Challenge*, 197–213. doi:10.1057/9781403920072\_11
- Bimber, B. (1998). The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism. *Polity*, 31(1), pp.133–160. doi:10.2307/3235370.
- Bonikowski, B. (2016). Three lessons of contemporary populism in Europe and the United States. *The Brown Journal of World Affairs*, 23(1), 9-24.
- Canovan, M. (1999). Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, [online] 47(1), pp.2–16. doi:10.1111/1467-9248.00184.
- Canovan, M. (2002). Taking Politics to the People: Populism as the Ideology of Democracy. *Democracies and the Populist Challenge*, [online] pp.25–44. doi:10.1057/9781403920072\_2.
- Crick, B. (2005). Populism, politics and democracy. *Democratization*, 12(5), pp.625–632. doi:10.1080/13510340500321985.
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F. and Büchel, F. (2016). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), pp.1109–1126. doi:10.1080/1369118x.2016.1207697
- Engesser, S., Fawzi, N. and Larsson, A.O. (2017). Populist online communication: introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20(9), pp.1279–1292. doi:10.1080/1369118x.2017.1328525.
- Fisher, C., Marshall, D. and McCallum, K. (2018). Bypassing the press gallery: from Howard to Hanson. *Media International Australia*, 167(1), pp.57–70. doi:10.1177/1329878x18766077.
- Fitzgerald, S. (1970). The Anti-Modern Rhetoric of Le Mouvement Pouvade. *The Review of Politics*, 32(2), pp.167–190. doi:10.1017/s0034670500013619.
- Fuentes, J.F. (2020). Populism. *Contributions to the History of Concepts*, 15(1), pp.47–68. doi:10.3167/choc.2020.150103.

- Galbreath, M. (2017), An Analysis of Donald Trump and Marine Le Pen. *Harvard International Review*, [online] 38(3), pp.7–9. Available at:  
<https://www.jstor.org/stable/26528673>.
- Gerbaudo, P 2014, Populism 2.0: Social media activism, the generic internet user and interactive direct democracy. in *Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube*. Taylor and Francis, pp. 67-87. <https://doi.org/10.4324/9781315764832>
- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity? *Media, Culture & Society*, 40(5), pp.745–753. doi:10.1177/0163443718772192.
- Geva, D. (2018). Daughter, Mother, Captain: Marine Le Pen, Gender, and Populism in the French National Front. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 27(1). doi:10.1093/sp/jxy039.
- Hawkins, K.A. (2010), *Venezuela's Chavismo and Populism in Comparative Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press
- Ionescu, G. and Gellner, E. (1970). *Populism : its meanings and national characteristics*. Weidenfeld Goldbacks.
- Jagers, J. and Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), pp.319–345. doi:10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x.
- Klinenberg, E. (2005). Convergence: News Production in a Digital Age. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), pp.48–64.  
doi:10.1177/0002716204270346.
- Krämer, B. (2014). Media Populism: A Conceptual Clarification and Some Theses on its Effects. *Communication Theory*, 24(1), pp.42–60. doi:10.1111/comt.12029.
- Kriesi, H. (2014). The Populist Challenge. *West European Politics*, 37(2), pp.361–378.  
doi:10.1080/01402382.2014.887879.
- Lachmann, R. (2017). Trump: how did he happen and what will he do. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (86). doi:10.7458/spp20188613532.
- Laclau, E. (1977) *Politics and Ideology in Marxist Theory: Capitalism, Fascism and Populism*, London: NLB
- Laclau, E. (2005) *On Populist Reason*, London: Verso
- Lucardie, P. (2000). Prophets, Purifiers and Prolocutors. *Party Politics*, 6(2), pp.175–185.  
doi:10.1177/135406880006002003.

- Mény & Y. Surel (Eds.), *Democracies and the populist challenge*, New York: Palgrave. (pp. 25–44).
- Mudde C. & Kaltwasser C.R. (2017). *Populism: a very short introduction*. New York: Oxford University Press.
- Mudde, C. (2004). *The Populist Zeitgeist. Government and Opposition*, 39(4), 541-563.
- Müller J. (2017). *What is populism?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Norris, P., Inglehart R. (2019) *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*, Cambridge: Cambridge University Press
- Penney, J. (2017). *The citizen marketer: Promoting political opinion in the social media age*. Oxford: Oxford University Press.
- Postill, J. (2018). Populism and social media: a global perspective. *Media, Culture & Society*, 40(5), 754–765. doi:10.1177/0163443718772186
- Reuters (2021). France’s Le Pen proposes referendum on immigration if elected president. *Reuters*. [online] 27 Sep. Available at: <https://www.reuters.com/world/europe/frances-le-pen-proposes-referendum-immigration-if-elected-president-2021-09-27/>.
- Runciman, D. (2018), *Έτσι τελειώνει η δημοκρατία;* Αθήνα: Πατάκης
- Shils, E. (1960). The Intellectuals in the Political Development of the New States. *World Politics*, 12(3), pp.329–368. doi:10.2307/2009395.
- Simitis, M. (2002). *New social movements in Greece: Aspects of the feminist and ecological projects*. (Master Thesis), UK: London School of Economics and Political Science
- Soffer, D. (2022). The use of collective memory in the populist messaging of Marine Le Pen. *Journal of European Studies*, 52(1), 69–78.
- Stoker, G. (2017). *Why Politics Matters: Making Democracy Work*. London, Bloomsbury Publishing.
- Taggart, P. (2002). Populism and the Pathology of Representative Politics. *Democracies and the Populist Challenge*, [online] pp.62–80. doi:10.1057/9781403920072\_4.
- Tournier-Sol, K. and Gayte, M. (2021). *The Faces of Contemporary Populism in Western Europe and the US*. Switzerland: Springer Nature.
- Weyland, K. (2001). Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics*, [online] 34(1), pp.1–22. doi:10.2307/422412.
- Βούλγαρη Β. (2020) (Msc Thesis), Ο λαϊκισμός στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης κειμένου στα προφίλ λαϊκιστών πολιτικών σε ΗΠΑ και Ευρώπη. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ)

Κατσαμπέκης, Γ. (2015). Λαϊκισμός και μεταδημοκρατία: εκσυγχρονισμός, μεσαίος χώρος και λαϊκιστική αριστερά στην ύστερη μεταπολίτευση (Doctoral dissertation) Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ).