

ΝΟΙΚΟΚΥΡΩΣΗ - ΑΝΑΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ

ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΑΝΑΝΕΩΣΙΣ

ΛΑΟΣ - ΕΡΓΑ



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ:

**«Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΜΕΣΩ
ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΤΩΝ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ
ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ
ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΑΤΡΩΝ
ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967»**

ΕΙΣΗΓΗΣΗ:

ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:

ΤΖΑΝΕΤΟΥ ΘΕΟΔΩΡΑ

ΧΡΥΣΑΝΘΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΕΥΓΕΝΙΑ



ΠΑΤΡΑ 2006

“ΑΛΛΑΓΗ..”

ΔΡΑΣΙΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελ.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ΜΕΡΟΣ Α΄	
1. ΔΙΕΘΝΗ ΙΣΤΟΡΙΚΑ, ΠΟΛΙΤΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967.....	7
2. ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967..	8
3. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ.....	13
4. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ.....	19
5. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΤΟΥΣ ΑΠΑΡΤΙΖΟΥΝ.....	22
6. ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	23
7. ΟΙ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ Ο.Τ.Α. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967.....	25
8. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ.....	27
9. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΚΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967.....	29
10. ΟΙ ΔΗΜΑΡΧΟΙ ΠΑΤΡΩΝ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967.....	31
11.ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ – ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΔΗΜΑΡΧΩΝ ΠΑΤΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967.....	35
1) Νικόλαος Γιαννακόπουλος.....	35
2) Ηλίας Λάζαρης.....	36
3) Χρήστος Φακής.....	37
4) Θεόδωρος Ζαφειρόπουλος.....	38
5) Νικόλαος Βέτσος.....	39

6) Βασίλειος Ρούφος (Λαλάκης).....	40
7) Θεόδωρος Άννινος.....	42
ΜΕΡΟΣ Β΄	
1. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	45
1.1 ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....	45
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....	45
1.3 ΕΙΔΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....	46
1.4 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ.....	47
1.5 ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ.....	48
1.6 ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	48
2. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	50
2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	50
2.2 ΠΟΛΙΤΙΚΗ – ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....	52
2.3 ΤΟ ΚΟΜΜΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ.....	54
2.4 Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΜΠΙΑΝΙΑ	57
2.5 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ.....	60
2.6 ΤΟ ΚΟΙΝΟ.....	63
2.7 ΤΑ ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ Ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ.....	64
2.8 ΤΑ ΟΝΟΜΑΤΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ Ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ.....	65
3. ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ.....	66
ΜΕΡΟΣ Γ΄	
1. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΤΩΝ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ ΠΑΤΡΩΝ (1945-1967).....	69
1.1 ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ 1951.....	69

1.2 ΟΝΟΜΑΤΑ – ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ.....	82
2.1 ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ 1954.....	84
2.2 ΟΝΟΜΑΤΑ – ΣΥΝΘΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ	106
3.1 ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ 1959.....	108
3.2 ΟΝΟΜΑΤΑ – ΣΥΝΘΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ.....	124
4.1 ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ 1964.....	127
4.2 ΟΝΟΜΑΤΑ- ΣΗΜΑΤΑ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ.....	141
4.3 ΣΥΝΘΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ.....	142
4.4 ΑΛΛΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....	150
4.5 ΠΟΙΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΑΝ ΤΑ ΠΟΛΙΤΙΚΑ ΚΟΜΜΑΤΑ.....	157
4.6 ΠΟΙΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕ Ο ΤΥΠΟΣ.....	159
5.ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ.....	161
6. ΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ.....	165
7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	168

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο παρόν θα αναλύσουμε τον τρόπο διαφήμισης μέσω του τύπου των υποψηφίων δημάρχων του Δήμου Πατρών στις εκλογές κατά την περίοδο 1945-1967.

Για να υπάρξει μια συνοχή κατά την ανάγνωσή του κρίναμε σκόπιμο να παραθέσουμε το ιστορικό πλαίσιο μέσα στο οποίο κινούμαστε, τα στοιχεία της Τοπικής Αυτοδιοίκησης που μας ενδιαφέρουν, τους κανόνες της πολιτικής διαφήμισης και στο τέλος να παρακολουθήσουμε τον τρόπο διαφήμισης μέσω του τύπου.

Έτσι η ύλη είναι διαρθρωμένη σε τρία μέρη :

- Το **Α΄ Μέρος** όπου αναφέρονται συνοπτικά τα σημαντικότερα ιστορικά γεγονότα που σημάδεψαν το διεθνές στερέωμα καθώς και η ιστορική και πολιτική διαδρομή της Ελλάδος την χρονική περίοδο 1945-1967, την οποία και εξετάζουμε. Επίσης παρατίθενται τα σημαντικότερα γεγονότα για την πόλη των Πατρών τη συγκεκριμένη περίοδο. Ακολούθως αναφέρονται όσα κρίνονται απαραίτητα περί Τοπικής Αυτοδιοίκησης ώστε να γίνει κατανοητό το νομοθετικό πλαίσιο αλλά και τα συστήματα εκλογής των Ο.Τ.Α. Στη συνέχεια αναφέρονται τα πρόσωπα που διετέλεσαν δήμαρχοι την περίοδο 1945-1967 καθώς και βιογραφικά του στοιχεία .
- Το **Β΄ Μέρος** το οποίο αναφέρεται γενικά στη διαφήμιση αλλά και πιο συγκεκριμένα στην πολιτική διαφήμιση, την οποία χρησιμοποιεί ένας υποψήφιος για να πραγματοποιήσει την διαφημιστική του καμπάνια. Επιχειρείται επίσης μια σύγκριση κόμματος και προϊόντος για να δούμε τις διαφορές και τις ομοιότητες στη διαφήμισή τους και αναφέρεται και ο ρόλος της προπαγάνδας στην πολιτική διαφήμιση. Οριοθετείται επίσης το

κοινό στο οποίο απευθύνονται τα κόμματα αλλά και τα σήματα και ονόματα που χρησιμοποιούν .

- Στο **Γ΄ Μέρος** τέλος αναφέρονται οι τέσσερις εκλογικές αναμετρήσεις που έγιναν μέσα στην χρονική περίοδο που εξετάζουμε. Ακολούθως παρατίθενται, σχολιάζονται και αξιολογούνται όλοι οι τρόποι που χρησιμοποίησαν για να διαφημιστούν μέσω του τύπου οι υποψήφιοι δήμαρχοι Πατρών αλλά και όλοι οι δημοτικοί σύμβουλοι του εκάστοτε συνδυασμού.
- Σκοπός μας λοιπόν ήταν μέσω μιας ερευνητικής διαδικασίας την οποία ακολουθήσαμε για να συλλέξουμε όλα τα στοιχεία, να διαπιστώσουμε την όποια πολιτική διαφήμιση μέσω του τύπου , οργανωμένη ή μη, που ακολουθούσαν εκείνη την εποχή οι υποψήφιοι για το δημαρχιακό αξίωμα αλλά και να δούμε τις διαφορές με το σήμερα που τα μέσα, οι κανόνες και η οργάνωση μιας διαφημιστικής καμπάνιας έχουν διαφοροποιηθεί.

Α' ΜΕΡΟΣ

1. ΔΙΕΘΝΗ ΙΣΤΟΡΙΚΑ, ΠΟΛΙΤΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967

- 1945 Το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου.
Η Διάσκεψη της Γιάλτας.
Ρίψη της πρώτης ατομικής βόμβας σε Χιροσίμα και Ναγκασάκι.
- 1946 Ξεκινάει ο εμφύλιος στην Κίνα μεταξύ εθνικιστών και κομμουνιστών.
Ο Περόν αναλαμβάνει την προεδρία της Αργεντινής.
- 1947 Ψηφίζεται και αρχίζει να εφαρμόζεται το Δόγμα Τρούμαν που ουσιαστικά θα αποτελέσει την έναρξη του Ψυχρού Πολέμου.
- 1948 Ψηφίζεται και εφαρμόζεται το Σχέδιο Μάρσαλ.
- 1949 Ιδρύεται η ΚΟΜΕΚΟΝ.
Υπογράφεται η Συνθήκη Βορειοατλαντικού Συμφώνου και ουσιαστικά ιδρύεται το ΝΑΤΟ.
Ανακηρύσσεται επίσημα η κομμουνιστική Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας.
- 1950 Αρχίζει ο πόλεμος της Κορέας.
- 1953 Παρουσιάζεται το πρώτο υπόδειγμα της δομής του DNA.
- 1956 Η κρίση του Σουέζ (επέμβαση των Αγγλογάλλων).
- 1957 Ιδρύεται η ΕΟΚ.
- 1959 Ανακηρύσσεται η ανεξαρτησία της Κύπρου.
Επανάσταση στην Κούβα, ο Φιντέλ Κάστρο με τη βοήθεια του Τσε Γκεβέρα αναλαμβάνει την πρωθυπουργία.
- 1960 Ανεξαρτησία πολλών χωρών της Αφρικής.
- 1960 Προσδιορίζεται η δομή του DNA.
Η ΕΣΣΔ στέλνει τον πρώτο άνθρωπο στο Διάστημα (Γιούρι

Γκαγκάριν).

1965 Οι Αμερικάνοι επεμβαίνουν στο Βιετνάμ.

1967 Κρίση στη Μέση Ανατολή – αραβοϊσραηλινός πόλεμος.

2. ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967

Το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου δεν σημαίνει και τη λήξη των εχθροπραξιών στην Ελλάδα. Παρόλο που η Ελλάδα συγκαταλέγεται ουσιαστικά στις νικήτριες χώρες που στο πλευρό των Συμμάχων που οδήγησαν στην ήττα τις δυνάμεις του Άξονα , δεν ακολούθησε πορεία ανασυγκρότησης και ανάκαμψης. Ανταγωνισμοί και επεμβάσεις στο εσωτερικό της χώρας, που εξέφραζαν κοινωνικές και πολιτικές αντιθέσεις καθώς και ανάγκες των διεθνών ισορροπιών, όξυναν την κατάσταση και επανέφεραν στο προσκήνιο προβλήματα που αντιμετώπιζε η χώρα, εγκαινιάζοντας μια περίοδο συγκρούσεων που θα σφράγιζε την ιστορία της .

Τα Δεκεμβριανά (3/12/1944) αποτέλεσαν την πρώτη ένοπλη σύγκρουση και έδειξαν πως η χώρα εξωθείται αναπόφευκτα στον Εμφύλιο Πόλεμο. Ο Ε.Λ.Α.Σ. αρνήθηκε να παραδώσει τα όπλα και βρέθηκε υποχρεωμένος να αντισταθεί στα αγγλικά και βασιλικά στρατεύματα .

Το 1945 μετά από διαπραγματεύσεις Ε.Α.Μ.(Εθνικό Απελευθερωτικό Μέτωπο) και κυβέρνησης υπογράφεται η Συμφωνία της Βάρκιζας που προέβλεπε τον αφοπλισμό του Ε.Λ.Α.Σ. (Εθνικός Λαϊκός Απελευθερωτικός Στρατός), τον εκδημοκρατισμό του στρατού και των σωμάτων ασφαλείας και την προετοιμασία κλίματος ομαλότητας για την διεξαγωγή εκλογών και δημοψηφίσματος .

Η τήρηση της Συμφωνίας υπονομεύτηκε και όξυνε την κρίση. Στις εκλογές του 1946 απέχουν τα αριστερά κόμματα και στην εξουσία ανέρχεται το φιλοβασιλικό Λαϊκό Κόμμα του Τσαλδάρη. Οργανώνεται δημοψήφισμα, το αποτέλεσμα του οποίου αμφισβητήθηκε, και επανέρχεται στο θρόνο ο Γεώργιος Β΄.

Στη συνέχεια μια σειρά παραγόντων, μεταξύ των οποίων προκλητικές ενέργειες δεξιών οργανώσεων(φυλακίσεις, εκτοπίσεις, εξορίες) κυρίως στις επαρχιακές περιοχές της Ελλάδος, η αύξηση της δράσης αριστερών αντάρτικων ομάδων, η αδυναμία της βρετανικής πλευράς να στηρίξει την άνοδο και παραμονή στην εξουσία μιας κυβέρνησης από τον κεντρικό χώρο, οι κακοί χειρισμοί και υπολογισμοί και των δυο αντιπαρατιθέμενων στρατοπέδων, αλλά και η πολύ κακή κατάσταση της οικονομίας συνέβαλαν στο να οδηγηθεί η χώρα το 1946 σε εμφύλια σύρραξη, η οποία διήρκεσε τρία χρόνια, στιγματίζοντας την ελληνική κοινωνία με πράξεις ωμοτήτων και αγριοτήτων και από τις δυο πλευρές .

Ο Εμφύλιος Πόλεμος έχει ξαναρχίσει καθώς οι παλιοί εαμίτες έχουν καταφύγει πάλι στα βουνά σχηματίζοντας αντάρτικες ομάδες. Δημιουργείται ο Δημοκρατικός Στρατός της Ελλάδος (Δ.Σ.Ε.), ξαναρχίζουν οι εχθροπραξίες και ο στρατός εμπλέκεται σε ένοπλο αγώνα εναντίον των κομμουνιστών ανταρτών.

Τίποτα λοιπόν δεν απέτρεψε την όξυνση της σύρραξης που σοβούσε και η χώρα σύρθηκε -για δεύτερη φορά στην ίδια δεκαετία-να συμμετάσχει σε μια αδελφοκτόνο αυτή τη φορά σύγκρουση

Το 1947 άφθονη αμερικανική βοήθεια , στα πλαίσια του δόγματος Τρούμαν , φτάνει στην Ελλάδα , ο συσχετισμός δυνάμεων ευνοεί τη Δεξιά και το 1949 οι κομμουνιστές χωρίς κανενός είδους ξένη βοήθεια εγκαταλείπουν τον ένοπλο αγώνα .

Οι συνέπειες του Εμφυλίου Πολέμου βάρυναν τη συνολική ζωή της χώρας για τα επόμενα 25 χρόνια.

Η οικονομία καταστράφηκε και η χώρα μετατράπηκε σε ερείπια, ελάχιστο ποσοστό από τη βοήθεια που έλαβε χρησιμοποιήθηκε για παραγωγικές επενδύσεις .Από το 1952 και εξής όμως, μέχρι και το 1963 η χώρα μπήκε σε τροχιά ανάπτυξης με την εισροή ξένων ιδιωτικών κεφαλαίων και την ανάπτυξη της αγροτικής και βιομηχανικής παραγωγής η οικονομική ανάπτυξη της χώρας ήταν πλέον ταχύτερη οδήγησε όμως σε όξυνση των κοινωνικών ανισοτήτων και ανισορροπιών καθώς εξυπηρέτησε το κεφάλαιο και επιβάρυνε ασθενέστερα κοινωνικά στρώματα.

Σε κοινωνικό επίπεδο στα τέλη της δεκαετίας του 1950 και τις αρχές της δεκαετίας του 1960 έχουμε έντονο μεταναστευτικό κύμα προς τις βιομηχανικές χώρες της Ευρώπης.

Η ελληνική μεταπολεμική κοινωνία μεταμορφώθηκε ταχύτατα, ο πολιτικός βίος της χώρας όμως ήταν ανώμαλος. Παράλληλα με την επίσημη πολιτική εξουσία δρούσε ένα καλά οργανωμένο “παρακράτος” της άκρας δεξιάς , το οποίο κατευθυνόταν και από τις ντόπιες και ξένες μυστικές υπηρεσίες. Τα Ανάκτορα δε συχνά ασκούσαν μια πολιτική διαφορετική από αυτήν της επίσημης κυβέρνησης και μάλιστα εν αγνοία της.

Η γενική πολιτική πραγματικότητα μετά τον Εμφύλιο μπορεί να συνοψισθεί στα εξής:

- Τις δύο πρώτες εκλογές μετά τον εμφύλιο (1950,1951) κέρδισαν τα φιλελεύθερα κόμματα .
- Κομμουνιστές, σοσιαλιστές, ριζοσπαστικά και αριστερά στοιχεία , μαζί με παλαιούς αντιστασιακούς του Ε.Α.Μ., συσπειρώθηκαν στο κόμμα της Ε.Δ.Α. (Ενιαία Δημοκρατική Αριστερά), που κάλυπτε έναν πολιτικό χώρο που μέχρι το 1961 άσκησε ισχυρή αντιπολίτευση και είχε αυξήσει την επιρροή του .

- Ο πολιτικός χώρος του μετριοπαθούς και φιλελεύθερου κέντρου παρέμεινε διασπασμένος ως το 1961 και γι' αυτό δεν μπόρεσε να ασκήσει επιρροή στην εξέλιξη των πολιτικών πραγμάτων .
- Η Δεξιά παρά τη νίκη της στον εμφύλιο, και το ότι εμφανιζόταν πολιτικά αδύναμη χάνοντας τις εκλογές του 1950 και 1951, ίδρυσε το κόμμα Ελληνικός Συναγερμός υπό τον Αλέξανδρο Παπάγο και νίκησε στις εκλογές του 1952.

Ακολούθως ιδρύθηκε η Εθνική Ριζοσπαστική Ένωση (Ε.Ρ.Ε.), που με τον Κωνσταντίνο Καραμανλή κερδίζει τις εκλογές του 1956, 1958 αλλά και του 1961 χρησιμοποιώντας και ανορθόδοξες μεθόδους .

- Οι εκλογές του 1961 σημαδεύονται από τη χρησιμοποίηση βίας και νοθείας τόσο εμφανή που οδηγεί σε λαϊκή αγανάκτηση και συγκρούσεις μεταξύ διαδηλωτών και αστυνομικών.
- Τις εκλογές του 1963, κέρδισε η Ένωση Κέντρου (Ε.Κ), με τον Γ. Παπανδρέου, που είχε ιδρυθεί το 1961 και είχε περιλάβει στις τάξεις της φιλελεύθερα και ριζοσπαστικά στοιχεία , δυσαρεστημένα δεξιά στελέχη , καθώς και πρώην αντιστασιακούς του Ε.Α.Μ. Σε νέες εκλογές του 1964 πλειοψηφεί πάλι η Ε.Κ.
- Υπό τη νέα κυβέρνηση η χώρα αρχίζει να εκσυγχρονίζεται, να εκδημοκρατίζεται και να αναπτύσσεται . Με κέντρο τα Ανάκτορα και τη διαμάχη τους με την κυβέρνηση , που τελικά παραιτείται δεν αργεί να επέλθει η μεγαλύτερη κρίση μετά τον Εμφύλιο γνωστή με την ονομασία «Ιουλιανά» (Ιούλιος 1965) .

Για τα επόμενα δυο χρόνια η πλειοψηφία του λαού με έντονες εκδηλώσεις στρέφεται εναντίον των Ανακτόρων, που διαλύουν την Ε.Κ. και των μυστικών υπηρεσιών , ζητώντας τη διεξαγωγή εκλογών .

Αυτή η περίοδος δεν ήταν η καλύτερη για την ελληνική κοινοβουλευτική ιστορία. Πρόσωπα και θεσμοί αλλοιωθήκαν και εξευτελίστηκαν, ο ίδιος ο κοινοβουλευτισμός διασύρθηκε, στελέχη του

πολιτικού κόσμου εκμαυλίστηκαν και οι βασικές αρχές της αστικής δημοκρατίας περιφρονήθηκαν.

- Μια ομάδα στελεχών του στρατού, χρησιμοποιεί ως σύνθημα τον διασυρμό του Κοινοβουλίου και την έκρυθμη πολιτική κατάσταση και βρίσκει έρεισμα για να επιβάλλει την στρατιωτική δικτατορία στις 21 Απριλίου 1967.
- Το στρατιωτικό καθεστώς εκδίωξε σε τόπους εξορίας άτομα με διαφορετικές πολιτικές αντιλήψεις, απαγόρευσε τα κόμματα, προέβη στη λογοκρισία και απομάκρυνε από το στράτευμα, τη δημόσια διοίκηση, την εκπαίδευση και τη δικαιοσύνη όσους θεωρούνταν «επικίνδυνοι»,όσους δηλ. είχαν εκφράσει την αντίθεσή τους στο νέο καθεστώς ή ήταν διαφορετικών προς αυτό πολιτικών φρονημάτων. Όπως συμβαίνει σε ανάλογες περιπτώσεις, το καθεστώς αυτό είχε αντιφιλελεύθερο χαρακτήρα, οργάνωσε ένα αστυνομικό κράτος, μετέτρεψε το στρατό σε μηχανισμό αστυνόμευσης, διέλυσε την οικονομία και επέτρεψε την αυθαιρεσία.
- Η επιβολή της δικτατορίας θα κοστίσει αργότερα (1974) την κατάληψη μεγάλου μέρους της Κύπρου από την Τουρκία, και η δικτατορία θα πέσει κάτω από τα ανομήματά της και την αντεθνική της πολιτική στα πρόθυρα ενός πολέμου με την Τουρκία που τελικά αποσοβήθηκε.
- Η Ελλάδα το 1951 έγινε μέλος του NATO και υπέστη τις συνέπειες του Ψυχρού Πολέμου.
- Το Κυπριακό θα αποτελέσει το εθνικό πρόβλημα που θα επηρεάσει όσο τίποτα άλλο την εξωτερική πολιτική των ελληνικών κυβερνήσεων.

3. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ

Η Πάτρα ήταν από τις πόλεις που διαφοροποιήθηκαν από την πολιτική κατάσταση που επικρατούσε στη χώρα την περίοδο 1945-1967. Όπως αναφέρει στο βιβλίο του, «Πολιτική Ιστορία της Πάτρας» ο κ. Β. Λάζαρης η κατάσταση στην Πάτρα είχε διαμορφωθεί ως ακολούθως :

Στις 28 Ιανουαρίου 1945 ο αντιστασιακός κόσμος της Πάτρας πραγματοποίησε στην πλατεία Γεωργίου το πρώτο συλλαλητήριο και ενέκρινε ψήφισμα για τον προσωρινό Άγγλο ταγματάρχη Νίκολς και τον ταξίαρχο Μπλου.

Αντιστασιακά συλλαλητήρια οργανώθηκαν επίσης στις 16 Ιουλίου και 17 Νοεμβρίου 1945.

Ενώ στις 9 Οκτωβρίου 1946 έγινε μεγάλη λαϊκή συγκέντρωση για την υποστήριξη των εθνικών διεκδικήσεων, στην οποία μετείχαν και εαμίτες, παρά το γεγονός ότι από την ειδική επιτροπή που οργάνωσε τη συγκέντρωση είχε αποκλεισθεί το ΕΑΜ.

Την ίδια εποχή με πρωτοβουλία των εαμικών οργανώσεων είχαν δημιουργηθεί σε όλη την Ελλάδα όπως και στην Πάτρα, Δημοκρατικοί Σύλλογοι που είχαν αναπτύξει αξιόλογη δράση για την ένωση και κινητοποίηση όλων των προοδευτικών στοιχείων της χώρας, προκειμένου να αποφευχθεί ο φασισμός και η μοναρχία.

Στις 21 Ιανουαρίου 1945 ο υπουργός Εσωτερικών Γεώργιος απέλυσε το Βασίλειο Ρούφο από το αξίωμα του δημάρχου και διόρισε στη θέση του εννεαμελή διοικούσα επιτροπή με επικεφαλής το δικηγόρο Νικ. Γιαννακόπουλο. Η επιτροπή αυτή αποδείχτηκε εντελώς ανίκανη να αντιμετωπίσει τα διάφορα τοπικά προβλήματα.

Στις 17 Φεβρουαρίου 1945 σε ειδική συνεδρίαση της αποφάσισε να ανακηρύξει τον Ουίνστον Τσώρτσιλ επίτιμο δημότη της Πάτρας και να δώσει το όνομά του στην Κορίνθου.

Ο Νικ. Γιαννακόπουλος παρέμεινε δήμαρχος της Πάτρας μέχρι τις 5 Απριλίου, οπότε αντικαταστάθηκε από τον ιατρό Ηλ. Λάζαρη, αλλά και αυτός ύστερα από 2 μήνες απολύθηκε και τη θέση του κατέλαβε ο Χρ. Φακής.

Το 1945 μπροστά στη δημοτική αρχή της Πάτρας υπήρχαν πολλά προβλήματα για επίλυση.

- Συγκεκριμένα το δίκτυο του Γλαύκου ήταν κατεστραμμένο στο μεγαλύτερο μέρος του και υπήρχε ανάγκη ριζικής ανακαίνισης των εργοστασίων παραγωγής ηλεκτρικού ρεύματος.
- Η άθλια οικονομική κατάσταση του Νοσοκομείου
- Η έλλειψη οικονομικής βοήθειας στο Βρεφοκομείο

Επίσης υπήρχαν και γενικότερα δυσεπίλυτα προβλήματα πέρα από εκείνα που απασχολούσαν ιδιαίτερα το δήμο. Συγκεκριμένα σύμφωνα με το Εργατικό Κέντρο μέσα στη πόλη υπήρχαν 6000 άνεργοι και επίσης υπήρχε αδυναμία εγχώριου εμπορίου.

Ακόμη υπήρχε το θέμα της παραμονής ή της απέλασης των ιταλοπατρινών. Έτσι το Δεκέμβριο του 1945 αναχώρησε σχεδόν το σύνολο των ιταλοπατρινών για την Ιταλία.

Έπειτα όπως στην Ελλάδα έτσι και στην Πάτρα από τις πρώτες κιόλας ημέρες της απελευθέρωσης άρχισε να δρα ο αγγλοαμερικανικός Στρατιωτικός Σύνδεσμος, η EM-EΛ με στόχο την οικονομική ανόρθωση της χώρας. Τον Απρίλη του 1945 η EM-EΛ άρχισε να παραχωρεί ένα μεγάλο μέρος των αρμοδιοτήτων της στην ΟΥΝΡΑ, μια κατεξοχήν αμερικανική οργάνωση βοήθειας, που κάτω από τη σημαία των Ηνωμένων Εθνών προετοιμάζε με περισσή μεθοδικότητα το δρόμο για την αμερικανοκρατία. Παρόλα αυτά όμως η κατάσταση του πατριάκου λαού δεν φαινόταν να καλυτερεύει, αφού από τις δύο αυτές οργανώσεις ωφελήθηκαν μόνο ορισμένες ομάδες Πατρινών.

Οξύτατα οικονομικά προβλήματα την εποχή αυτή αντιμετώπισαν και οι αγρότες στο συνέδριο 16 και 17 Δεκεμβρίου 1945 με κυριότερο το πρόβλημα της σταφίδας, σχετικά με το οποίο αποφασίστηκε να ζητηθεί από τη κυβέρνηση ο μετασχηματισμός της ΑΣΟ (Αυτόνομος Σταφιδικός Οργανισμός) σε τριτοβάθμια συνεταιριστική οργάνωση, με σκοπό την ενιαία διαχείριση της σταφίδα, η συγχώνευση των υποκαταστημάτων της ΑΣΟ στις ενώσεις γεωργικών συνεταιρισμών, η πριμοδότηση της εξαγωγής του προϊόντος και η κατάργηση των περιοριστικών διατάξεων για την οινοποίηση του ξερού σταφιδόκαρπου.

Την ίδια περίοδο στη Πάτρα η επαγγελματοβιοτεχνική ομοσπονδία αποφάσισε τη κάθοδο των μελών της σε απεργία σε ένδειξη διαμαρτυρίας και οι βιομήχανοι, οι οποίοι με το πρόεδρο των βιομηχάνων και γενικό διευθυντή της Πατραϊκής ζήτησαν χρηματοδότηση από το Κράτος.

Επίσης οι Πατρινοί μετά την απελευθέρωσή τους άρχισαν να συγκροτούν το εργατικό κίνημα, όπως το κίνημα των δημοσίων υπαλλήλων, των αρτεργατών κ.α., με αποτέλεσμα τη περίοδο 1946-1947 να δημιουργούνται απεργιακές κινήσεις.

Την περίοδο των βουλευτικών εκλογών του 1946 στη Πάτρα όπως και σε άλλες πόλεις είχε απλωθεί η τρομοκρατία απέναντι στους πολίτες ψηφοφόρους. Μέσα σε αυτό το κλίμα της τρομοκρατίας εξακολουθούσε να αναπτύσσει πολιτική δράση η τοπική κομμουνιστική οργάνωση με βασικό καθοδηγητή της το Νίκο Μπελογιάννη και με αρκετά άλλα στελέχη που ήταν αφοσιωμένα στο κόμμα. Χαρακτηριστικό είναι ότι η κομμουνιστική οργάνωση της Πάτρας εκείνη τη περίοδο αποτελούσε την καλύτερα συγκροτημένη πολιτική παρουσία μέσα στη πόλη. Ουσιαστικά αυτή καθοδηγούσε το εαμικό κίνημα της Αχαΐας.

Στις 10 Φεβρουαρίου 1947 ήρθε στην πελοποννησιακή πρωτεύουσα ο Αμερικανός Πωλ Πόρτερ επικεφαλής οικονομικής αποστολής και

οργάνωσε σύσκεψη στο αμερικανικό προξενείο που αποσκοπούσε μέσα από οικονομικές ρυθμίσεις που είχαν σχεδιασθεί να προετοιμάσει το έδαφος για την επιβολή του αμερικανικού ελέγχου στα ελληνικά πράγματα κατά απόλυτο τρόπο. Στην σύσκεψη αυτή πήραν μέρος ο νομάρχης και ο δήμαρχος, οι οποίοι του ανέφεραν τα προβλήματα που αντιμετώπιζε η πόλη των Πατρών εκείνη την εποχή :

- Μειωμένη κίνηση του λιμανιού, πεσμένη τιμή σταφίδας, φόβος για σύντομη μεταφορά των τοπικών βιομηχανιών στην Αθήνα.
- Ανάγκη επιδιόρθωσης των κυριότερων δημοτικών δρόμων, κατασκευή μιας σειράς υπονόμων, αναδάσωση αποψιλωμένων λόφων, εκβάθυνση κοίτης του Διακονιάρη και άλλων χειμάρρων,
- βελτίωση και συντήρηση εθνικών δρόμων, κ.α.
- πολλά από τα οποία παρέμειναν άλυτα.

Την περίοδο αυτή και συγκεκριμένα στις 22 Ιανουαρίου και 13 Ιουνίου δεν έλειψαν και οι ένοπλες συγκρούσεις Ελασιτών και σε κυβερνητικές δυνάμεις στη περιοχή της Στρέζοβα, (σημερινή Δάφνη Καλαβρύτων).

Στη περίοδο του εμφυλίου πολέμου και συγκεκριμένα στις 28 Ιανουαρίου και 18 Μαρτίου 1948 πραγματοποιήθηκαν στη πλατεία Γεωργίου αντικομμουνιστικές συγκεντρώσεις. Επίσης στις 24 Απριλίου υποχρεώθηκαν οι μαθητές δημοτικών σχολείων να συγκεντρωθούν μαζί με τους δασκάλους τους στα Ψηλαλώνια για να διαμαρτυρηθούν για το παιδομάζωμα και παράλληλα να παρακολουθήσουν την ομιλία του Δ. Παυλή.

Την αντικομμουνιστική εκστρατεία μέσα στη Πάτρα όπως και σε ολόκληρη την Ελλάδα την οργάνωσε κατά κύριο λόγο η στρατιωτική υπηρεσία και η αστυνομία καθώς επίσης και διάφορες οργανώσεις όπως η Αχαϊκή εταιρία Ροταριανός, ο όμιλος Χριστιανικής εστίας κ.α.

Η οικονομική κατάσταση της Πάτρας κατά την διάρκεια του εμφυλίου πολέμου υπήρξε δυσάρεστη για τα λαϊκά στρώματα, εφόσον το εγχώριο εμπόριο είχε περιέλθει σε μααρασμό, η ανεργία όλο και διογκώνονταν και υπήρχε το φαινόμενο του μαυραγοριτισμού, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί επισιτιστικό πρόβλημα.

Η κρατική όμως τρομοκρατία δεν επέτρεπε απεργιακές κινήσεις εκτός από μερικές περιορισμένης έκτασης που πραγματοποιήθηκαν.

Στη συνέχεια στα μέσα του 1948 κυριάρχησαν στο μεγαλύτερο μέρος της αχαϊκής υπαίθρου οι αντάρτες, το οποίο είχε ως συνέπεια τη μετανάστευση αρκετών κατοίκων της υπαίθρου στη πόλη. Η απειλή ωστόσο αντάρτικων επιθέσεων ακόμα και εναντίον της ίδιας της Πάτρας ήταν εμφανής από το Νοέμβριο ακόμα του 1947, όταν ο δήμαρχος Θ. Ζαφειρόπουλος έστειλε στη Κυβέρνηση αγωνιώδη αναφορά όπου ζητούσε να εγκατασταθούν άμεσα 2 τάγματα εθνοφρουράς στη Πάτρα και στα Καλάβρυτα.

Τα αντάρτικα τμήματα που δρούσαν στο νομό Αχαΐας έρχονταν πάντα σε επαφή με την παράνομη κομμουνιστική οργάνωση της Πάτρας με ενδιάμεσο το Σαραβάλι. Το ισχυρότερο χτύπημα κατά του κομμουνιστικού μηχανισμού στη Πάτρα κατάφερε η αστυνομία στις αρχές του 1949 μετά από προδοσία.

Η αρχή του τέλους του εμφυλίου πολέμου επήλθε με τη καταστροφή του Δημοκρατικού Στρατού της Πελοποννήσου.

Από το 1951 άρχισαν να υπάρχουν στη Πάτρα εργοδοτικά και επαγγελματικά σωματεία.

Το εργατικό κίνημα στη Πάτρα και γενικότερα στην Ελλάδα κατά την τριετία του Αλεξ. Παπάγου(1952-1955) γνώρισε αξιόλογη ανάπτυξη. Βέβαια η εργατική γενική συννομοσπονδία του Φ. Μακρή εμπόδισε αρκετές φορές τους συνδικαλιστικούς αγώνες, όπως και τη διοίκηση του πατραϊκού Εργατικού Κέντρου -η ίδια οξύτητα των οικονομικών

προβλημάτων υποχρέωνε κατά καιρούς τους οργανωμένους εργάτες να προχωρούν σε αγωνιστικές κινητοποιήσεις, εκτός των απεργιών.

Στην Πάτρα από το 1950 και πέρα είχε αρχίσει να αυξάνεται ο αριθμός των Πατρινών μεταναστών.

Στα τέλη Ιουλίου 1953 έγιναν τα εγκαίνια του νέου πατραϊκού σιδηροδρομικού σταθμού, η λειτουργία του οποίου τόνωσε την εμπορική ζωή της πόλης και κυρίως τη κίνηση του λιμανιού.

Σύμφωνα με τον κ. Νικ. Βέτσο το 1955 παρατηρήθηκε αύξηση της βιομηχανικής παραγωγής, η Πατραϊκή ανακαίνισε το κλωστήριο της και προχώρησε και σε άλλες επεκτατικές δραστηριότητες.

Επίσης τον Ιούλιο του 1953 υπήρχε ακόμα το γενικότερο πρόβλημα της σταφίδας, έτσι συζητήθηκε από τη Κυβέρνηση Ελληνικού Συναγερμού η μεταφορά του ΑΣΟ στη Πάτρα. Ενώ η κατάργηση της ενιαίας διαχείρισης της σταφίδας που ίσχυε από το 1940 έβλαψε τους παραγωγούς και ευνόησε τους εμπόρους.

Το 1955 έγιναν στη πόλη των Πατρών όπως και σε άλλες πόλεις διάφορες διαδηλώσεις για το πρόβλημα της Κύπρου και το αίτημα της ένωσης, με σημαντικότερη αυτή της 1^{ης} Νοεμβρίου, όπου για πρώτη φορά η αστυνομία χρησιμοποίησε τα όπλα για να αντιμετωπίσει την ορμητικότητα των διαδηλωτών.

Το 1958 στις βουλευτικές εκλογές η αριστερά αναδείχθηκε στη Πάτρα ως η πρώτη δύναμη σε αριθμούς ψήφων.

Σημαντικό επίσης γεγονός για τους Πατρινούς ήταν ότι το 1962 μπήκε η τηλεόραση στα σπίτια τους.

Την υπόλοιπη περίοδο έως το 1967 μπορούμε να πούμε ότι δεν έγινε κάποιο πολιτικό ή οικονομικό γεγονός που να τονίσει την ιδιαιτερότητα της Πάτρας μέσα στον ευρύτερο ελλαδικό χώρο.

4. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ:

Η ιστορία της τοπικής αυτοδιοίκησης ξεκινά από την αρχαία Ελλάδα με τις γνωστές πόλεις-κράτη, με την δημιουργία δηλαδή αυτόνομων και ανεξάρτητων πόλεων. Με την πάροδο όμως των χρόνων ο θεσμός αυτός ατόνησε και αναπτύχθηκε και πάλι την περίοδο της τουρκοκρατίας. Έτσι λοιπόν, η χώρα μας αμέσως μετά την απελευθέρωση, με τα διατάγματα της 15/4/1833 και 27/12/1833, διαιρέθηκε σε νομούς, επαρχίες και δήμους.

Στη συνέχεια με το σύνταγμα του 1864(άρθρο 105), ο θεσμός του πρώτου βαθμού αυτοδιοίκησης κατοχυρώθηκε και συνταγματικά και ίσχυσε σε όλα τα υπόλοιπα συντάγματα. Έτσι λοιπόν μέχρι το 1912 όλοι οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης πρώτου βαθμού ονομάζονταν δήμοι. Η τότε όμως κυβέρνηση Βενιζέλου, με το νόμο ΔΝΖ/1912 « περί συστάσεως Δήμων και Κοινοτήτων », διέλυσε τους υπάρχοντες μεγάλους δήμους και στη θέση τους δημιούργησε άλλους μικρότερους και αναιμικούς οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, που τους ονόμασε δήμους και κοινότητες, ανάλογα με τον πληθυσμό τους. Δήμους αποτελούσαν οι πόλεις με πληθυσμό άνω των 10000 κατοίκων, οι πρωτεύουσες νομών ή επαρχιών και οι πόλεις με ιδιαίτερη ιστορική αξία ανεξαρτήτως πληθυσμού.

Οι οργανισμοί όμως αυτοί δεν μπορούσαν να εκπληρώσουν τον προορισμό τους και λίγα χρόνια μετά άρχισαν να υποστηρίζονται απόψεις για εθελοντικές ή αναγκαστικές συνενώσεις με άμεση νομοθετική παρέμβαση. Για αυτό τον λόγο η ΚΕΔΚΕ (Κεντρική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων) το 1953 πρότεινε με υπόμνημα της προς την κυβέρνηση να καταργηθεί ο Ν. ΔΝΖ/1912 και να επανέλθει η προηγούμενη νομοθεσία.

Παρόλα αυτά, η νομοθεσία του 1912 με κάποιες τροποποιήσεις και κωδικοποιήσεις (1926 και 1936) ίσχυσε έως το 1954. Από το έτος αυτό τέθηκε σε ισχύ ο ΔΚΚ (ΝΔ 2824/1954), ο οποίος διατήρησε τις ίδιες, βασικώς, αρχές οργάνωσης και λειτουργίας της ΤΑ.

Τονίζεται δε ότι, με το Ν.Δ της 9/10-5-1923 και σε συνδυασμό με τους νόμους 3117/1924 και 3154/1924 δημιουργήθηκε ο δεύτερος βαθμός τοπικής αυτοδιοίκησης. Οι εκλογές όμως που προκηρύχθηκαν για τις 5/10/1924, ματαιώθηκαν.

Με το σύνταγμα του 1927 (άρθρο 107) καθιερώθηκε ο δεύτερος βαθμός τοπικής αυτοδιοίκησης, ο οποίος όμως και πάλι δε λειτούργησε. Με το νόμο 3200/1955 καθιερώθηκε ο θεσμός των νομαρχιακών συμβουλίων, από διορισμένα και εκλεγμένα μέλη, τα οποία αποτελούσαν συμβουλευτική υπηρεσία του διορισμένου νομάρχη. Τα συμβούλια αυτά με μικρές αλλαγές-βελτιώσεις του νομικού τους πλαισίου, υπήρχαν μέχρι την 1/1/1955, οπότε άρχισε να λειτουργεί ο νέος θεσμός του δεύτερου βαθμού τοπικής αυτοδιοίκησης.

Με το νόμο 1622/1986 καθιερώθηκαν κίνητρα για εθελοντικές συνενώσεις Ο.Τ.Α, όμως τα αποτελέσματα στα δέκα χρόνια που ίσχυσε αυτός ο νόμος, ήταν πενιχρά και τα προβλήματα οξύνονταν.

Ο δεύτερος βαθμός τοπικής αυτοδιοίκησης θεσμοθετήθηκε με το νόμο 2218/1994 και άρχισε να ισχύει από την 1/1/1995.

Με το νόμο 2539/97, που ονομάστηκε Καποδίστριας, καταργήθηκαν από 1-1-1998 όλοι οι υπάρχοντες πρωτοβάθμιοι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, οι οποίοι ήταν 5923, και συγκροτήθηκαν 1029 νέοι, εκ των οποίων οι 922 δήμοι και 107 κοινότητες. Συγκεκριμένα στο νομό Αχαΐας συστάθηκαν 21 δήμοι και 2 κοινότητες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά την περίοδο της ξενικής κατοχής του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου στις κατεχόμενες από τις ανταρτικές δυνάμεις

περιοχές της Ελεύθερης Ελλάδας, επιχειρήθηκε να λειτουργήσει επί αληθινής και ευρείας λαϊκής βάσης ο θεσμός της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Για το σκοπό αυτό συντάχθηκε από το ΕΑΜ Κώδικας Αυτοδιοικήσεως και Λαϊκής Δικαιοσύνης, ο οποίος τέθηκε σε εφαρμογή το έτος 1943.

Το σύνταγμα αν και αναθέτει τη διοίκηση των τοπικών υποθέσεων στους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, αφήνει το δικαίωμα στο κοινό νομοθέτη να ρυθμίσει με νόμο το εύρος των αρμοδιοτήτων τους, τον τρόπο άσκησης τους κ.λ.π. Για το λόγο αυτό έχουν εκδοθεί αρκετοί νόμοι, οι ισχύουσες διατάξεις των οποίων είναι κωδικοποιημένες σε ενιαίο κείμενο με τίτλο “Δημοτικός και Κοινοτικός Κώδικας”. Ο οποίος συνεχώς τροποποιείται και συμπληρώνεται.

5. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΤΟΥΣ ΑΠΑΡΤΙΖΟΥΝ

Οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης είναι ένα από τα κύρια θεμέλια κάθε δημοκρατικού καθεστώτος, αφού παρέχει στους πολίτες το δικαίωμα συμμετοχής στη διαχείριση των δημοσίων υποθέσεων της περιφέρειάς τους, με δική τους ευθύνη και για δικό τους όφελος, εντός βέβαια των πλαισίων του άρθρου 102 του συντάγματος, το οποίο ορίζει ότι:

α. Η αρμοδιότητα των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης είναι η διοίκηση των τοπικών υποθέσεων.

β. Οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης έχουν διοικητική αυτοτέλεια και οι αρχές τους εκλέγονται με καθολική και μυστική ψηφοφορία.

γ. Το κράτος μεριμνά για την εξασφάλιση των αναγκαίων πόρων για την εκπλήρωση της αποστολής των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, και

δ. Ασκήει εποπτεία, χωρίς όμως να εμποδίζει την πρωτοβουλία και την ελεύθερη δράση τους.

Στην ΤΑ υπάρχουν τα εξής στοιχεία:

Συστατικά:

α. Χώρος, που είναι η βάση του θεσμού της ΤΑ.

β. Άνθρωποι, όσοι διαβιώνουν στο δεδομένο αυτό χώρο.

γ. Υποθέσεις οι οποίες εξορισμού είναι τοπικές

δ. Ικανότητα- εξουσία διαχείρισης των εν λόγω υποθέσεων

ε. Όργανα.

Λειτουργικά:

- α. Μέσα διαχείρισης των τοπικών υποθέσεων (προσωπικό-περιουσία).
- β. Προδιαγραμμένα όρια άσκησης της εν λόγω εξουσίας διαχείρισης των τοπικών υποθέσεων (σχέση Κράτους και ΤΑ).

6. ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στη νεότερη εποχή, κατά την οποία επικράτησε και στη Χώρα μας ο τύπος του γραπτού Συντάγματος, απαντώνται διατάξεις κατοχύρωσης της ΤΑ τόσο από το πρώτο ελληνικό Σύνταγμα του 1844 όσο και στα επόμενα έτη. Την περίοδο 1945-1967 στην χώρα μας ίσχυσαν τα Συντάγματα 1927 και 1952.

Το **Σύνταγμα του 1927** περιέλαβε, στο άρθρο 107, για πρώτη φορά πληθώρα διατάξεων για την ΤΑ. Πρόβλεψε ότι: «το κράτος διαιρείται εις περιφέρειας, εντός των οποίων οι πολίται διαχειρίζονται απ' ευθείας τας τοπικάς υποθέσεις, ως ο νόμος θέλει ορίσει».

Ειδικότερα το Σύνταγμα του 1927 διασφάλιζε τα εξής:

- Α) Τη διαχείριση των τοπικών υποθέσεων από τους πολίτες κάθε περιφέρειας, δηλαδή την ουσία της ΤΑ.
- Β) Την αναγνώριση της Κοινότητας ως πρώτη βαθμίδα της ΤΑ, απαραίτητως, και ακόμη του Δήμου.
- Γ) Το σύστημα της ΤΑ τουλάχιστον κατά δύο βαθμούς.
- Δ) Ο τρόπος ανάδειξης των Αρχών της ΤΑ είναι η εκλογή.
- Ε) Την αναγνώριση αποφασιστικής αρμοδιότητας στις εν λόγω αιρετές Αρχές.

ΣΤ) Την οριοθέτηση της σχέσης Κράτους-ΤΑ. Δηλ, το Κράτος ασκεί, καθώς ο νόμος θέλει ορίσει, μόνο ανώτατη εποπτεία επί των οργανισμών της ΤΑ (ΟΤΑ), χωρίς να εμποδίζει την πρωτοβουλία και την ελεύθερη δράση αυτών.

Ζ) Την δυνατότητα – και όχι την υποχρέωση – του Κράτους να συντρέχει οικονομικώς την ΤΑ.

Στη συνέχεια το **Σύνταγμα του 1952** περιόρισε τις διατάξεις για την ΤΑ, με την πρόβλεψη στο άρθρο 99, ότι:

«Η διοικητική οργάνωσις του Κράτους βασίζεται εις την αποκέντρωσιν και την τοπικήν αυτοδιοίκησιν ως ο νόμος ορίζει.

Η εκλογή των δημοτικών και κοινοτικών αρχών γίνεται δια καθολικής ψηφοφορίας».

Πιο συγκεκριμένα το Σύνταγμα του 1952, κατοχύρωνε τα εξής:

Α) Την ΤΑ ως σύστημα διοικητικής οργάνωσης, (όπως και τα προηγούμενα Συντάγματα 1864,1911,1927 εμμέσως).

Β) Αναγνώριζε ως μονάδες ΤΑ τόσο το Δήμο, όσο και την Κοινότητα.

Γ) Διασφάλιζε τον τρόπο ανάδειξης των Αρχών της ΤΑ.

Δ) Δεν διασφάλιζε υποχρεωτικώς δεύτερη βαθμίδα ΤΑ. Ήταν δηλαδή στο χέρι του Νομοθέτη η θέσπιση ή μη αυτής, εφόσον το Σύνταγμα δεν απέκλειε την δεύτερη βαθμίδα.

7. ΟΙ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ Ο.Τ.Α. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967.

Την περίοδο 1945-1967 τέθηκαν σε ισχύ οι νομοθεσίες ΔΝΖ/1912 και ΝΔ 2888/1954.

Ο Ν. ΔΝΖ/1912 «περί συστάσεως Δήμων και Κοινοτήτων», (στα άρθρα 17 και 92), όριζε ότι «οι Κοινότητες και οι Δήμοι έχουν την αυτοδιοίκησιν των εκ του κοινωνικού και δημοσίου αυτών προορισμού απορρεουσών ιδίων τοπικών υποθέσεων».

Οι διατάξεις αυτές παρέμειναν αμετάβλητες μέχρι το έτος 1954, όπου με τον Δημοτικό και Κοινοτικό Κώδικα του 1954 για πρώτη φορά αίρεται η υφισταμένη αοριστία περί της έκτασης της αρμοδιότητας των δήμων και των κοινοτήτων και αποκλείετε εφεξής η παρέμβαση ή η ανάμειξη κρατικών ή ετέρων αρχών στα θέματα αποκλειστικής αρμοδιότητας των ΟΤΑ χωρίς την τήρηση ειδικής διαδικασίας. Έτσι λοιπόν, καθορίζεται η πλήρης αυτοτέλεια των αυτών κατά την διαχείριση τοπικών υποθέσεων.

Ο **ΔΚΚ 1954** με τον τίτλο «Αρμοδιότητες Δήμων και Κοινοτήτων» περιέλαβε δύο κατηγορίες αρμοδιοτήτων και ειδική διαδικασία κατοχύρωσής τους.

Ειδικότερα:

A) Γενικές αρμοδιότητες (άρθρο 20). Σύμφωνα με αυτό στην αρμοδιότητα των Δήμων και Κοινοτήτων ανήκει η διοίκηση των τοπικών υποθέσεων.

B) Αποκλειστικές αρμοδιότητες (άρθρο 121). Κατ' αυτό με την μέθοδο της απαρίθμησης ορίσθηκαν «τοπικές υποθέσεις» οι οποίες ανήκουν στην αποκλειστική αρμοδιότητα των ΟΤΑ. Προβλέφθηκε δε μία ή πλείονες των ανωτέρω αρμοδιοτήτων, να μπορούν να παραχωρούνται

στο Κράτος ή σε νομικά πρόσωπα, με απόφαση του δημοτικού ή κοινοτικού συμβουλίου εγκρινόμενη από το νομάρχη, υπό δύο προϋποθέσεις, δηλαδή:

- 1) εφόσον αυτό ζητηθεί από τους ΟΤΑ και
- 2) εφόσον οι ΟΤΑ δεν μπορούν να διαθέσουν τις απαιτούμενες δαπάνες για την εκτέλεση των οικείων έργων

Γ) Και τέλος με το άρθρο 22 ορίστηκε ότι απαιτείται η προσυπογραφή από του υπουργό των Εσωτερικών της πράξης οποιασδήποτε Αρχής του Κράτους ή ΝΠΔΔ που αφορά σε θέματα υπαγόμενα στην αποκλειστική αρμοδιότητα των ΟΤΑ.

8. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ:

Τα όργανα διοίκησης της τοπικής αυτοδιοίκησης διακρίνονται σε:

Α) Άμεσα και έμμεσα. Ανάλογα δηλ. με το αν η ασκούμενη απ' αυτά εξουσία εξαρτάται ή όχι από την βούληση άλλων οργάνων.

Άμεσα όργανα είναι το Δημοτικό και το Κοινοτικό συμβούλιο, η Δημορχιακή Επιτροπή, ο πρόεδρος της Κοινότητας και μέχρι ενός ορίου ο δήμαρχος. Ενώ έμμεσα όργανα είναι το γενικώς το υπαλληλικό προσωπικό των ΟΤΑ.

Β) Αιρετά και διοριζόμενα , αναλόγως με τον τρόπο ανάδειξής τους, αν δηλαδή εκλέγονται από τους κατοίκους- εκλογείς δεδομένου ΟΤΑ ή διορίζονται από το Κράτος ή τους ΟΤΑ.

Γ) Μονοπρόσωπα και συλλογικά, αναλόγως αν αποτελούνται από ένα φυσικό πρόσωπο ή και πλείονα, για παράδειγμα ο δήμαρχος και το δημοτικό συμβούλιο.

Επίσης, τα συλλογικά όργανα μπορούν να διακριθούν σε αμέσως ή εμμέσως αναδεικνυόμενα, ανάλογα αν εκλέγονται από το Λαό ή από τους εκλέκτορες.

Οι διακρίσεις αυτές αντιστοιχούν σε συναφείς πραγματικές ανάγκες κατά την διαχείριση των τοπικών υποθέσεων. Έτσι, τα άμεσα όργανα αποφασίζουν, ενώ τα έμμεσα εκτελούν τις αποφάσεις. Τα αιρετά όργανα εκφράζουν τη λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος, ενώ τα διοριζόμενα παρέκβαση από αυτό. Τέλος, τα μονοπρόσωπα παρέχουν ευχέρεια ταχύτητας λήψης αποφάσεων, ενώ τα συλλογικά παρέχουν εγγύηση σύνεσης και ορθής εκτίμησης.

Ειδικότερα τα όργανα διοίκησης των ΟΤΑ την περίοδο 1945-1967 ήταν τα εξής:

A) Βάσει του Ν.ΔΝΖ /1912 διατηρήθηκαν τα όργανα που είχαν καθιερωθεί με τον Ν.27-12-1833 δηλαδή ο δήμαρχος, οι δημοτικοί πάρεδροι και το Δημοτικό Συμβούλιο, και προστέθηκε η δημορχιακή επιτροπή. Ενώ όταν εισήχθη εκ νέου ο θεσμός της Κοινότητας, ορίσθηκαν ως όργανα διοίκησής της το Κοινοτικό Συμβούλιο και ο πρόεδρος αυτού.

B) Έπειτα όμως βάσει του Ν.1454/1950 καταργήθηκε ο θεσμός των δημορχιακών παρέδρων και έκτοτε η ελληνική νομοθεσία υιοθέτησε ως όργανα διοίκησης των ΟΤΑ τα υπό αναφερθέντα.

Έτσι, από το έτος 1912 στους Δήμους, ο δήμαρχος αποτελεί μέλος (πρόεδρος) της δημορχιακής επιτροπής και στις Κοινότητες ο πρόεδρος είναι και μέλος του ομώνυμου συμβουλίου.

9. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΚΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ:

Την περίοδο 1945-1950 οι δήμαρχοι δεν εκλέγονταν, αλλά διορίζονταν από τον εκάστοτε υπουργό εσωτερικών. Ενώ αργότερα με το σύνταγμα του 1952 τα όργανα διοίκησης των ΟΤΑ, τόσο τα μονοπρόσωπα όσο και τα συλλογικά αναδεικνύονται μόνο με καθολική και μυστική εκλογή.

Ειδικότερα τα συστήματα εκλογής των Αρχών της ΤΑ μπορούμε να τα διακρίνουμε ως εξής :

- 1) **Άμεση και έμμεση εκλογή:** Το σύστημα της έμμεσης εκλογής απαντάται μόνο για την ανάδειξη των δημάρχων ή προέδρων Κοινοτήτων, δηλαδή δεν χρησιμοποιείται για την ανάδειξη των Δημοτικών ή Κοινοτικών Συμβουλίων. Πιο συγκεκριμένα κατά το άρθρο 86 ΔΚΚ 1954 ο πρόεδρος της Κοινότητας εκλεγόταν από τα μέλη του ομώνυμου Συμβουλίου ή κατά το άρθρο 13 Ν.4337/1964 σε περίπτωση που ο συνδυασμός δεν λάμβανε την απόλυτη πλειοψηφία επί του συνόλου των έγκυρων ψηφοδελτίων της Κοινότητας, η εκλογή του προέδρου γινόταν από το Κοινοτικό Συμβούλιο. Επίσης κατά το άρθρο 7 Ν. 3938/1959, ορίσθηκε ότι ο δήμαρχος εκλέγεται από το Δημοτικό Συμβούλιο και με το άρθρο 8 Ν. 4337/1967 ορίσθηκε ότι σε περίπτωση που δεν επιτεύχθηκε άμεση εκλογή δημάρχου, αυτός εκλέγεται από το Δημοτικό Συμβούλιο.
- 2) **Αναλογική εκλογή:** Σύμφωνα με αυτήν οι έδρες των μελών των συμβουλίων των ΟΤΑ κατανέμονται μεταξύ των συνδυασμών κατ' αναλογία της εκλογικής δύναμης κάθε συνδυασμού (άρθρο 6 Ν.

3938/1959). Το σύστημα αυτό ανταποκρίνεται πλήρως στην αρχή της λαϊκής κυριαρχίας.

3) **Αναλογική με πλειοψηφική εκλογή:** Με αυτήν η εκλογή παραμένει αναλογική, αλλά παράλληλα ο συνδυασμός που συγκέντρωσε ορισμένο ποσοστό ψηφοδελτίων παίρνει αυξημένο αριθμό εδρών. (άρθρα 6 και 7 Ν. 4337/1964)

4) **Πλειοψηφική εκλογή:** Η οποία διακρίνεται σε σχετική και απόλυτη.

Κατά την σχετική πλειοψηφική εκλογή, επιτυχών θεωρείται ο συνδυασμός που συγκέντρωσε τις περισσότερες ψήφους, ασχέτως αν αυτές υπερβαίνουν ή όχι το ήμισυ του συνόλου των ψήφων. (άρθρο 73 Ν. 27-12-1833 περί Δήμων και άρθρο 7 ΑΝ. 1824/1951).

Κατά την απόλυτη πλειοψηφική εκλογή, επιτυχών θεωρείται ο συνδυασμός που συγκέντρωσε το ήμισυ πλέον μιας ψήφου του συνόλου αυτών επί αρτίου αριθμού ή το ήμισυ της μιας ψήφου επί περιττού αριθμού (άρθρο 8 Ν.1454/1950).

5) **Πλειοψηφική με αναλογική εκλογή:** Κατ' αυτήν αν ο επιτυχών συνδυασμός δεν καταλαμβάνει όλες τις έδρες, τότε οι απομένουσες ως αδιάθετες κατανέμονται μεταξύ των συνδυασμών αναλόγως της εκλογικής δύναμής τους (άρθρα 8 και 9 Ν. 1454/1950).

6) **Πλειοψηφική εκλογή με αντιπροσώπευση της μειοψηφίας:** Σύμφωνα με αυτήν λαμβάνεται πρόνοια ώστε ορισμένο ποσοστό του νόμιμου αριθμού των εδρών να περιέρχεται στον επιλαχόντα συνδυασμό. Έτσι, ο επιλαχών συνδυασμός καταλαμβάνει μόνο όσες έδρες επιτρέπει ο νόμος και όχι όλες (άρθρο 147 Ν. ΔΝΖ /1912, ΚΝΔΚ 1926 και 1936 και αρχικό άρθρο 61 ΔΚΚ 1954, άρθρο 69 Σχεδίου ΔΚΚ 1972, άρθρο 40 Ν. 8/1975 και άρθρα 61

επ. ΔΚΚ 1980). Το τελευταίο αυτό σύστημα εφαρμόστηκε κατά τις εκλογές που διεξήχθησαν μετά το 1975.

10. ΟΙ ΔΗΜΑΡΧΟΙ ΠΑΤΡΩΝ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967

Οι μετακατοχικές διαμάχες στα ελληνικά πολιτικά πράγματα με τον εμφύλιο πόλεμο την περίοδο 1944-1950 δεν άφησαν να διενεργηθούν δημοτικές εκλογές. Έτσι, ο δήμαρχος διορίζονταν από τον Υπουργό Εσωτερικών, (μετακατοχικές κυβερνήσεις).

Επομένως την περίοδο **1945-1950** οι Δήμαρχοι Πατρών ήταν οι εξής:

1) 1945	Νικόλαος Γιαννακόπουλος
2) 1945	Ηλίας Λάζαρης
3) 1945-1948	Χρήστος Φακής
4) 1948-1949	Θεόδωρος Ζαφειρόπουλος
5) 1949-1950	Νικόλαος Βέτσος

Στο διάστημα μεταξύ του 1950 και 1951 (των δημοτικών εκλογών) διορίζονται οι **Υπηρεσιακοί Δήμαρχοι, Κ. Λαμπρινόπουλος και Κ. Μαρμαράς**, αφού βάσει του νόμου τα καθήκοντα του δημάρχου ανατίθενται σε δικαστικούς συμβούλους επικράτειας ή ανώτατους διοικητικούς υπαλλήλους.

Ο Κ Λαμπρινόπουλος αρχικά ήταν εφέτης αλλά στις 5 Φεβρουαρίου του 1951 μετατάσσεται σε σύμβουλο Ελεγκτικού συνεδρίου, έτσι στις 27 Φεβρουαρίου του 1951 διορίστηκε από τον Υπουργό Εσωτερικών στην θέση του, ο Κωνσταντίνος Μαρμαράς, που ήταν πρόεδρος Πρωτοδικών Πατρών.

Στην συνέχεια την περίοδο 1951-1967 ο Δήμαρχος εκλέγεται από τον λαό.

Έτσι λοιπόν κατά την διάρκεια της περιόδου 1951-1967 πραγματοποιήθηκαν 4 εκλογικές αναμετρήσεις.

§ Στις 15 Απριλίου 1951, όπου το αξίωμα του δημάρχου το διεκδίκησαν ο Θεοδ. Ζαφειρόπουλος, ο Νικ. Βέτσος και ο Βασ. Ρούφος που η συμμετοχή του στην εθνική αντίσταση του είχε στοιχίσει το διώξιμο από την δημαρχία από τους πρώτους κιόλας μήνες της απελευθέρωσης.

Στις εκλογές αυτές πρώτος ήρθε ο Βασίλειος Ρούφος.

§ Στις 21 Νοεμβρίου 1954 έθεσαν υποψηφιότητα οι κ. Νικ. Βέτσος, Γιαννακόπουλος, Θεοδ. Ζαφειρόπουλος, Νικ. Παπαγιαβής και Βασ. Ρούφος με νικητή και πάλι τον κ. Βασ. Ρούφο.

§ Στις 5 Απριλίου 1959, όπου υποψήφιοι ήταν οι κ. Νικ. Βέτσος, Τ. Κοτρωνόπουλος, Φαρμακίδης και Α. Φωτήλας με νικητή τον κ. Βέτσο.

§ Στις 5 Ιουλίου 1964 με υποψηφίους τους κ. Νικ. Βέτσο, Θρ. Κωνσταντίνου και Φαρμακίδη. Σε αυτή την εκλογική αναμέτρηση τις περισσότερες ψήφους συγκέντρωσε ο κ. Θρ. Κωνσταντίνου, αλλά τελικά εξαιτίας του αιφνίδιου θανάτου του την θέση του Δημάρχου κατέλαβε ο κ. Θεοδ. Άννινος.

Επομένως οι Δήμαρχοι Πατρών την περίοδο 1951-1967 ήταν οι εξής:

1951-1954	Βασίλειος Ρούφος
1954-1959	Βασίλειος Ρούφος
1959-1964	Νικόλαος Βέτσος
1964-1967	Θεόδωρος Άννινος

Επίσης οι δημοτικοί σύμβουλοι που εκλέχθηκαν ήταν :

ΕΚΛΟΓΕΣ 1951

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΡΟΥΦΟΥ:

Β. ΡΟΥΦΟΣ, Ε. ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ, Χ. ΚΑΝΙΣΤΡΑΣ, Π.
ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ, Α. ΜΑΡΟΥΔΑΣ, Π. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ,
Τ. ΚΟΤΡΩΝΟΠΟΥΛΟΣ, Δ. ΧΑΡΑΡΗΣ , Β. ΜΠΟΤΣΑΡΗΣ,
Δ. ΤΖΕΛΑΤΗΣ

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ:

Α. ΣΑΜΟΥΡΗΣ, Κ. ΦΑΡΜΑΚΙΔΗΣ, Γ. ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ,
Β. ΠΙΛΑΛΗΣ, Θ. ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ, Α. ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ,
Μ. ΣΙΔΕΡΗΣ, Κ. ΖΟΥΡΟΠΟΥΛΟΣ

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΒΕΤΣΟΥ:

Κ. ΜΠΑΡΛΟΣ, Ν. ΒΕΤΣΟΣ, Μ. ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ
Ι. ΖΩΓΟΠΟΥΛΟΣ, Θ. ΠΟΛΥΧΡΟΝΟΠΟΥΛΟΣ, Σ. ΚΟΥΛΗΣ

ΕΚΛΟΓΕΣ 1954

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΡΟΥΦΟΥ:

ΦΑΡΜΑΚΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, ΦΩΤΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ,
ΤΡΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, ΤΖΙΝΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ,
ΜΠΟΤΣΑΡΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ, ΚΑΛΑΤΖΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΔΡΕΑΣ
ΛΕΜΗΣ ΤΑΚΗΣ, ΜΠΟΓΔΑΝΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ
ΚΟΤΡΩΝΟΠΟΥΛΟΣ ΤΑΚΗΣ, ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΣΙΓΑΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ ΤΑΚΗΣ
ΓΚΟΛΦΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, ΜΕΤΖΕΛΟΠΟΥΛΟΣ
ΘΕΟΔΩΡΟΣ, ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΤΙΝΑ, ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ
ΠΛΟΥΤΑΡΧΟΣ, ΚΟΡΦΙΑΤΗΣ ΣΩΤΗΡΙΟΣ, ΧΑΡΑΡΗΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ
ΚΡΙΚΗΣ ΑΓΑΜΕΜΕΝΩΝ

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΠΑΠΑΓΙΑΒΗ:

ΜΑΛΛΙΩΡΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ, ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ ΕΥΘΥΜΙΟΣ,
ΣΚΑΜΝΑΚΗΣ ΧΡΙΣΤΟΣ, ΚΑΠΟΥΡΑΤΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ,
ΠΙΣΚΟΠΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ, ΠΡΟΒΟΣ ΒΛΑΣΙΟΣ

ΕΚΛΟΓΕΣ 1959

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΒΕΤΣΟΥ:

ΒΕΤΣΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ, ΦΙΛΙΑΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ, ΣΙΔΕΡΗΣ ΜΙΧΑΗΛ,
ΜΕΘΕΝΙΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, ΠΟΛΥΧΡΟΝΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ,
ΛΑΓΑΡΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ, ΤΣΙΤΣΑΡΑΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ,
ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ, ΚΑΛΑΠΙΑΝΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ,
ΤΖΙΝΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΦΑΡΜΑΚΙΔΗ:

ΦΑΡΜΚΑΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, ΓΑΛΑΝΟΥΛΙΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ,
ΦΩΤΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ, ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ ΧΡΙΣΤΟΣ,
ΚΑΛΑΤΖΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΔΡΕΑΣ

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΚΟΤΡΩΝΟΠΟΥΛΟΥ:

ΚΟΤΡΩΝΟΠΟΥΛΟΣ ΤΑΚΗΣ, ΓΚΟΛΦΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, ΑΝΤΥΠΙΑΣ ΛΑΜΠΡΟΣ, ΜΑΓΙΑΚΗΣ
ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΦΩΤΗΛΑ:

ΦΩΤΗΛΑΣ ΑΣΗΜΑΚΗΣ, ΣΚΑΛΤΣΑ ΝΙΚΗ, ΚΟΥΡΛΑΜΠΙΑ ΖΩΗ,
ΣΤΑΦΤΑΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ, ΜΑΡΙΝΑΚΗΣ ΠΑΥΛΟΣ,
ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ, ΜΑΛΛΙΩΡΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ

ΕΚΛΟΓΕΣ 1964

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΒΕΤΣΟΥ:

ΒΕΤΣΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ, ΤΣΙΤΣΑΡΑΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ, ΒΡΥΣ ΑΛΕΚΟΣ,
ΦΙΛΙΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ, ΓΚΟΛΦΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΣΤΑΣ, ΣΙΔΕΡΗΣ
ΜΙΧΑΗΛ, ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΕΥΣΤ., ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΥ
ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ, ΤΣΙΛΛΥΡΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ, ΣΠΗΛΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ
ΓΕΩΡ.

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ:

ΣΕΡΙΦΗΣ ΚΩΝ., ΛΥΚΙΑΡΔΟΠΟΥΛΟΣ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ, ΣΤΑΘΑΤΟΣ
ΠΑΝ., ΜΠΙΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝ., ΑΝΝΙΝΟΣ ΘΕΟΔ., ΜΑΛΛΙΩΡΗ
ΑΝΘΗ, ΚΟΥΚΟΣ ΑΝΔΡΕΑΣ, ΚΑΤΣΙΝΗΣ ΣΩΚ. που αντικατέστησε
τον αποβιώσαντα Κωνσταντίνου

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΦΑΡΜΑΚΙΔΗΣ:

ΦΑΡΜΑΚΙΔΗΣ Κ., ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ, ΑΝΤΥΠΙΑΣ
ΛΑΜ., ΜΕΘΕΝΙΡΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΓΕΩΡ.,
ΣΚΑΜΝΑΚΗΣ, ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ

11.ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ – ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΔΗΜΑΡΧΩΝ ΠΑΤΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1945-1967

1) Νικόλαος Γιαννακόπουλος

(Δήμαρχος 1945)

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Γορτυνιακής καταγωγής, δικηγόρος και για χρόνια πρόεδρος
Δικηγορικού Συλλόγου Πατρών.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Υπήρξε Δήμαρχος Πατρών το 1945, όπου παρέμεινε μέχρι 5-4-1945.
Το δημοτικό συμβούλιο αναφέρει στην εφημερίδα «Νεολόγος» στις 28-
4-1945:

«Ο κ. Γιαννακόπουλος απέδειξε κατά το χρονικό διάστημα που
διεχειρίσθη τα δημοτικά πράγματα, ότι κατέχεται υπό της φιλοδοξίας να
εργασθή δραστηρίως υπέρ του κοινού συμφέροντος, μακρόν δε πάσης
κομματικής επιρροής. Είναι άξιος πάσης τιμής δια την αμερόληπτον
στάσιν του, την φιλεργία του και τον ακέραιον χαρακτήραν του».

2) Ηλίας Λάζαρης

(Δήμαρχος 1945)

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ιατρός μαιευτήρας

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Διετέλεσε δήμαρχος Πατρών το 1945, μερικούς μήνες μόνο. Τα μέλη του συμβουλίου το αποτελούσαν : Γ. Αναστασόπουλος, Ν. Βέτσος, Ευαγγ. Παπαδημητρίου, Κ. Φαρμακίδης, Αργ. Σταθόπουλος. Η εφημερίδα «Νεολόγος» αναφέρει ότι: « ο κ. Ηλίας Λάζαρης ο οποίος είναι εκλεκτός συμπολίτης και έγκριτος επιστήμων, εμφορούμενος από τον πόθον να εξυπηρετήσει τα κοινά τούτο είναι αδιάφορο για το συμβούλιο».

Ύστερα από 2 μήνες απολύθηκε από τη θέση του δημάρχου, διότι και αυτός αλλά και ο Γιαννακόπουλος ήταν ανίκανοι να αντιμετωπίσουν τα διάφορα τοπικά προβλήματα, περιοριζόταν σε ενέργειες που ανταποκρινόταν αποκλειστικά και μόνο στις πολιτικές ανάγκες των αντιδραστικών κύκλων της πόλης.

3) Χρήστος Φακής

(Δήμαρχος 1945-1948)

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ο Χρήστος Φακής γεννήθηκε στην Πάτρα στις 1-8-1870. Το 1887 σπούδασε νομικά στην Αθήνα, όπου και αρίστευσε. Το 1898 εξέδωσε στην Πάτρα μετάφραση του περί αλληλόχρεου λογαριασμού τμήματος του Εμπορικού Δικαίου συγγράμματος των Ch. Lyon- Caen και L. Renault με δικό του πρόλογο και προσθήκες. Πέθανε το Μάιο του 1954.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Ο Χρήστος Φακής το 1914 εξελέγη και διετέλεσε δημοτικός σύμβουλος μέχρι το 1926. Το 1923 εξελέγη πληρεξούσιος Πατρών στην Δ΄ Εθνοσυνέλευση. Εξελέγη γερουσιαστής Αχαΐας και Ηλείας το 1929 και προέδρευσε στη δίκη του εκ βουλευτών και γερουσιαστών δικαστηρίου, το οποίο δίκασε το διδάκτορα Θ. Πάγκαλο και υπουργούς του. Πρόεδρος του δικηγορικού συλλόγου Πατρών από το 1936-1945, όπου και ορίστηκε Δήμαρχος Πατρέων. Διετέλεσε μέχρι το 1948.

Κατά την διάρκεια της θητείας του διαμόρφωσε και αναμόρφωσε την Πάτρα από τις καταστροφές που είχε πάθει από τον πόλεμο. Ο Χ. Φακής έγραψε στο θρησκευτικό περιοδικό «Σταυρός» Πατρών το 1903 σειρά άρθρων κατά του υλισμού. Πολλές νομικές μελέτες στα νομικά περιοδικά και εργάστηκε και ως ιστοριοδίφης συνεργάτης του περιοδικού «Αχαϊκά» και συμβάλλων ενεργός στην β΄ έκδοση της Ιστορίας του Θωμόπουλου.

4) Θεόδωρος Ζαφειρόπουλος

(Δήμαρχος 1948-1949)

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Δικηγόρος με καταγωγή από την Πάτρα.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Διετέλεσε Δήμαρχος Πατρών από το 1948-1949 και Νομάρχης Αχαΐας - Ήλιδος το 1921. Ανήκε στο Σύνδεσμο Εφέδρων Αξιωματικών.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ – ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΡΑΣΗ

Ο δήμαρχος Ζαφειρόπουλος με έγγραφό του προς την Κυβέρνηση είχε ζητήσει τη φρούρηση των υδροηλεκτρικών εγκαταστάσεων «Γλαύκος» από ισχυρές στρατιωτικές δυνάμεις.

Ο Θ. Ζαφειρόπουλος είχε κάνει επίσης λόγο για την ίδρυση των εξής σχολών: Ανώτατης Σχολής Βιομηχανικών και Εμποροοικονομικών σπουδών και Σχολής Υπομηχανικών.

5) Νικόλαος Βέτσος

(Δήμαρχος 1949-1950 και 1959-1964)

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:

Γεννήθηκε στην Πάτρα το 1897, ήταν επιχειρηματίας και συγκεκριμένα καλτσοβιομήχανος. Υπήρξε πρόεδρος του Εμποροβιομηχανικού Επιμελητηρίου. Σημαντικότερα όμως πιστεύουμε ότι είναι ιδιώτης του ακομμάτιστου των πράξεών του (26-7-1949). Απεβίωσε στην Πάτρα το 1979 σε ηλικία 82 ετών.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Αιρετός Δήμαρχος Πατρών 1949-50, και 1959-64. Για πρώτη φορά εξελέγη στις 25-7-1949.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ - ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΡΑΣΗ:

Ο Νικόλαος Βέτσος κατά την διάρκεια της θητείας του συνέβαλε στο να γίνει η Πάτρα σύγχρονη μεγαλούπολη. Ο πληθυσμός της σύμφωνα με την απογραφή του 1961 φτάνει στους 96000 κατοίκους. Στη θητεία του χτίζονται οι πρώτες πολυκατοικίες, εργοστάσια, διάφορες εταιρίες, ενώ το εμπόριο γνωρίζει μεγάλη άνθηση. Συνέβαλε στην δημιουργία εμπορικού επιμελητηρίου, στο παλιό Αρσάκειο. Έδωσε μεγάλη βαρύτητα στο πατρινό καρναβάλι, φρόντισε να πάρει από τον Ε.Ο.Τ ετήσια οικονομική επιχορήγηση και τις τελευταίες ημέρες του καλούσε ανθρώπους των γραμμάτων και της τέχνης δίνοντας πανελλήνια προβολή στο καρναβάλι. Επί ημερών του στο δημοτικό θέατρο εμφανίστηκαν μεγάλοι θίασοι και ηθοποιοί που πρόσφεραν μεγάλη λάμψη στο καρναβάλι. Το 1963 ξεκίνησε τις διαδικασίες διεκδίκησης του πανεπιστημίου στην Πάτρα. Το 1964 επέστρεψε στην πόλη η κára του Αγίου Ανδρέα από την ρωμαιοκαθολική εκκλησία που ήταν η αιτία να γίνει στην πόλη πανελλήνιο θρησκευτικό προσκύνημα. Τέλος διέθεσε μεγάλο τμήμα της περιουσίας του στην πόλη.

6) Βασίλειος Ρούφος (Λαλάκης)

(Δήμαρχος 1934, 1941-43, 1944-1945, 1951-1954 και 1954-1959)

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:

Ο Βασίλειος Ρούφος καταγόταν από πολιτική οικογένεια, ήταν γιος του Θάνου και εγγονός του Βενιζέλου Ρούφου. Αριστούχος της Νομικής Αθηνών. Απεβίωσε στην Πάτρα στις 26-3-1960.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Διετέλεσε βουλευτής Πατρών το 1913, 1915, 1917, 1925, 1926, Νομάρχης Αττικοβοιωτίας το 1920-22 και Δήμαρχος Πατρών από το 1934.

Στις εκλογές του 1934 υποψήφιοι για τη δημαρχία ήταν ο Ι. Βλάχος, Β. Ρούφος και Παπαγιαννόπουλος. Η μάχη δόθηκε μεταξύ των δύο πρώτων και τελικά κέρδισε ο Β.Ρούφος, που πήρε 6.412 ψήφους, ενώ ο Ι. Βλάχος 6.377.

Τον Ιούλιο του 1941 παύτηκε από τις αρχές κατοχής, διότι αρνήθηκε να δώσει όρκο υποταγής εις τον Ιταλό Βασιλέα. Επανήλθε το 1944-45 στην Πάτρα μαζί με τις ανταρτικές δυνάμεις όπου είχε καταφύγει στα χρόνια της κατοχής και από το 1951 διετέλεσε αιρετός πάλι Δήμαρχος μέχρι το 1959, όπου αποσύρθηκε για λόγους υγείας.

Στις δημοτικές εκλογές του 1951, εκλέχτηκε πρώτος ανάμεσα στους υποψήφιους Θεόδωρο Ζαφειρόπουλο και Νικόλαο Βέτσο.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ – ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΡΑΣΗ:

Το 1935 η δυσφορία κατά της εταιρείας του Γλαύκου κορυφώθηκε. Τα μαγαζιά έκλεισαν σταμάτησαν να καταναλώνουν ρεύμα (ως αντίποινα) και οργανώθηκαν διαδηλώσεις που στο τέλος αποκτούν αντι-

ιταλική χροιά. Τελικά υποχώρησε η εταιρεία και επήλθε συμβιβασμός. Στην απογραφή του '40 η Πάτρα είχε πληθυσμό 62.275 κατοίκους.

Λίγο πριν το πόλεμο κατασκευάστηκε στον Άραξο το στρατιωτικό αεροδρόμιο. Από τον Αύγουστο του 1936 μέχρι και τον Ιούνιο του 1938 ο Βασίλειος Ρούφος είχε δαπανήσει μεγάλα ποσά χρημάτων για ένα πλήθος ανακαινίσεων, συμπληρώσεων και νέων κατασκευών, για την ύδρευση της πόλης, για την ανάπτυξη των υπονόμων, για την οδοποιία, για το χτίσιμο του δεύτερου τμήματος του κτιρίου του Αρσακείου και για την κατασκευή κλιμάκων, ειδικότερα για τις σκάλες της Παντάνασσας, του Παντοκράτορα, των Τριών Ναυάρχων και της Αγίου Νικολάου.

Από το 1955 επιταχύνθηκε η αποπεράτωση του ναού του Αγίου Ανδρέα. Το 1956 ιδρύθηκε η ΔΕΗ ως ενιαίος φορέας και καταργήθηκαν οι προνομιακές συμβάσεις, έτσι ο Γλαύκος υπήχθη στη ΔΕΗ.

Πέρα όμως από όλα αυτά ο δήμαρχος κλήθηκε να βρει έστω προσωρινές λύσεις για ένα πλήθος προβλημάτων, που είχαν συσσωρευτεί στην πόλη από παλιά. Συγκεκριμένα, από το 1945 ακόμη λόγω της γρήγορης πληθυσμιακής και οικονομικής ανάπτυξης της Αθήνας, είχε λιγοστέψει η σημασία της Πάτρας σαν οικονομικού κέντρου μέσα στον Ελλαδικό χώρο, αλλά και η ειδική σπουδαιότητα της πόλης σαν εξαγωγικού λιμανιού είχε μειωθεί αισθητά, εξαιτίας της κρίσης του εμπορίου της σταφίδας και της μεγαλύτερης χρησιμοποίησης του λιμανιού του Αιγίου για την εξαγωγή των προϊόντων της περιοχής.

Η οδός Βασιλείου Ρούφου στην Πάτρα, πρώην Νοσοκομείου έχει πάρει το όνομά του και βρίσκεται στην Άνω Πόλη.

7) Θεόδωρος Άννινος

(Δήμαρχος 1964-67, 1974-78, 1978-82 και 1982-86)

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:

Ο Θεόδωρος Άννινος γεννήθηκε στην Κεφαλονιά το 1929. Σπούδασε στην Αθήνα Πολιτικός Μηχανικός και άσκησε το επάγγελμα αυτό περίπου ως το 1986. Ήταν παντρεμένος με την Ηλέκτρα Άννινου (αρχιτέκτων – πολιτικός μηχανικός) και έχουν πέντε παιδιά.

Ο Θεόδωρος Άννινος ασχολήθηκε με την ποίηση και τη σκιτσογραφία. Χαρακτήρας ιδιόμορφος και δραστήριος.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Ο Θεόδωρος Άννινος ασχολήθηκε με τα κοινά της Πάτρας και εξελέγη για πολλές τετραετίες δημοτικός σύμβουλος.

Το 1964 υπήρξε υποψήφιος για την κατάληψη του δημαρχιακού θώκου στο ψηφοδέλτιο του Θρασύβουλου Κωνσταντίνου ο οποίος αναδείχθηκε 5^{ος} στη σειρά δημοτικός σύμβουλος.

Ο Θεόδωρος Άννινος ύστερα από μια σειρά αναποτελεσματικών κωλυσιεργών των συμβούλων του Ν. Βέτσου και αφού αυτοί αρνήθηκαν να πάρουν μέρος στη σχετική ψηφοφορία και αποχώρησαν από την ειδική προς τούτο διαδικασία εκλέχτηκε από τους δημοτικούς συμβούλους του Θρ. Κωνσταντίνου και του Κων. Φαρμακίδη 27^{ος} δήμαρχος Πατρών.

Διετέλεσε δήμαρχος της Πάτρας κατ' επανάληψη 1964-67, 1974-78, 1978-82 και 1982-86.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ – ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΡΑΣΗ:

Ο Θεόδωρος Άννινος στη προδικτατορική θητεία του (1964-1967) συντέλεσε σημαντικά στην ανανέωση του Καρναβαλιού.

Στα χρόνια της δικτατορίας, όπως ήταν φυσικό, δεν υπήρχε ελεύθερη καρναβαλική σάτιρα.

Μετά την αποκατάσταση όμως της Δημοκρατίας, άρχισε νέα εποχή για το καρναβάλι της Πάτρας. Το 1975 ήταν έτος μεταβατικό. Το Καρναβάλι του 1975 χαρακτηρίστηκε τότε καταπληκτικό.

Ο Θεόδωρος Άννινος στην μεταδικτατορική θητεία του βοήθησε και ευτύχησε να δει το Καρναβάλι της Πάτρας να παίρνει τη σημερινή εντυπωσιακή του μορφή.

Εκτός όμως από την πολύτιμη συμμετοχή του στην εξέλιξη του Καρναβαλιού, βοήθησε με διάφορα σημαντικά έργα στην ανάπτυξη της Πάτρας.

Διαμόρφωσε 26 χώρους και πλατείες. Διανοίχτηκαν δρόμοι και ασφαλτοστρώθηκαν 118 δρόμοι. Κατασκεύασε το Λαϊκό Δημοτικό Θέατρο με εθελοντική δουλειά των νέων της Πάτρας και το Δημοτικό Μέγαρο (οδός Παντανάσσης). Επίσης κατασκεύασε το κτίριο Τεχνικών Υπηρεσιών και το κτίριο Μουσικής (οδός Αγ. Διονυσίου). Ακόμη έγινε επιδιόρθωση, αντικατάσταση και επέκταση του δικτύου ύδρευσης, έφτιαξε παιδικές χαρές και κατασκεύασε διάφορα αποχετευτικά έργα. Κατασκεύασε Αντλιοστάσιο στην περιοχή του Ταραμπούρα με υπερσύγχρονο ηλεκτρολογικό δίκτυο ύδρευσης για πυρασφάλεια στο Δασύλλιο και δεξαμενές στην Ανθούπολη, Περιβόλα και Δασύλλιο.

Επίσης διαμόρφωσε το β΄ νεκροταφείο και κατασκεύασε το Ναό. Ο Δήμος φύτεψε 50.000 δέντρα μέσα στην πόλη. Τέλος ίδρυσε το Πνευματικό Καλλιτεχνικό Κέντρο του Δήμου, όπου ακόμα και σήμερα ένας πολύ μεγάλος αριθμός παιδιών και μεγαλύτερων πηγαίνουν με σκοπό να μάθουν τους χορούς της παράδοσής μας

Β' ΜΕΡΟΣ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

1.1 ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ είναι διαδικασία γνωστοποίησης και επηρεασμού του καταναλωτικού κοινού για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία επί πληρωμή. Η διαφήμιση μπορεί να χρησιμοποιεί άλλοτε συγκινησιακά χαρακτηριστικά (επίκληση στο συναίσθημα) που συνδέουν τον χρήστη με την αγορά ή την χρήση του προϊόντος και άλλοτε λογικά χαρακτηριστικά (επίκληση στη λογική) όπως τεχνικά χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα του προϊόντος σε σχέση με τα ανταγωνιστικά.

Η διαφήμιση ανήκει στο μείγμα προβολής και επικοινωνίας του μείγματος Μάρκετινγκ. Τα τελευταία χρόνια όλο και μεγαλύτερα ποσά ξοδεύονται από τις εταιρίες για την διαφημιστική προβολή των προϊόντων της. Εταιρίες κολοσσοί μπορεί να ξοδεύουν ακόμα και δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως.

Η διαφήμιση παραδοσιακά ανήκει στο τμήμα Μάρκετινγκ μίας επιχείρησης και διεκπεραιώνεται από αυτό. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια η εξέχουσα σημασία της διαφήμισης στη επιτυχία ενός προϊόντος και την κερδοφορία μίας επιχείρησης οδηγεί αρκετές εταιρίες στην λήψη εξειδικευμένων υπηρεσιών από επαγγελματικές διαφημιστικές εταιρίες με μεγάλη εμπειρία οι οποίες αναλαμβάνουν την επιλογή και την εκτέλεση του μηνύματος της διαφήμισης.

1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Οι πρώτες μορφές διαφήμισης ήταν οι εκφωνήσεις από τους κήρυκες στους δημόσιους χώρους, όπως και οι επιγραφές έξω από τα πρατήρια και τα εργαστήρια. Μια από τις αρχαιότερες επιγραφές ήταν εκείνη που

βρέθηκε στη Μέμφιδα της Αιγύπτου, με την οποία διαφημίζονταν οι ικανότητες επεξηγητών ονείρων. Γνωστές είναι και οι "προεκλογικές" διαφημιστικές τοιχογραφίες της Πομπηίας. Σε όλο το Μεσαίωνα επικρατεί η διαφήμιση των προϊόντων με κήρυκες.

Η τυπογραφία καθώς και η αλλαγή των κοινωνικών και οικονομικών δομών οδήγησαν στην ανάπτυξη της διαφήμισης.

Στα πρώτα έντυπα που κυκλοφόρησαν στη Γερμανία, Ολλανδία, Αγγλία υπήρχαν υποτυπώδεις διαφημίσεις με τον τίτλο "Συμβουλές". Την 1η Φεβρουαρίου του 1625 δημοσιεύτηκε σε αγγλική εφημερίδα η πρώτη διαφήμιση. Παράλληλα με τις έντυπες διαφημίσεις, αναπτυσσόταν και η διαφήμιση με εμπορικά σήματα, με κρεμασμένα σύμβολα ή παραστάσεις και με πινακίδες και αφίσες. Από το 19ο αι. άρχισαν οι εφημερίδες και αργότερα το ραδιόφωνο, ο κινηματογράφος και η τηλεόραση ν' αποτελούν σπουδαιότατο μέσο διαφήμισης. Ταυτόχρονα, ο επιστημονικός εμπλουτισμός της πρωτόγονης στην αρχή δημοσιότητας με υλικό απ' όλες τις θεωρητικές και πρακτικές επιστήμες, οδήγησε στη δημιουργία μεγάλων διαφημιστικών εταιριών.

Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα η διαφήμιση εμφανίστηκε οργανωμένη μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Από το 1950 αναπτύχθηκαν και οι μεγάλες ελληνικές διαφημιστικές εταιρίες με ειδικό επιστημονικό επιτελείο.

1.3 ΕΙΔΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Κάθε διαφήμιση έχει διαφορετικό σκοπό ως προς τα αποτελέσματα που επιθυμεί να επιτύχει. Έτσι ένα διαφημιστικό μήνυμα μπορεί να έχει σκοπό:

- Να γνωστοποιήσει την ύπαρξη ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας

- Να υπενθυμίσει την ύπαρξη του προϊόντος ή της υπηρεσίας
- Να διαφημίσει την εταιρία που το κατασκευάζει
- Να επηρεάσει το καταναλωτικό κοινό υπέρ του προϊόντος ή της υπηρεσίας

1.4 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

Η διαφήμιση μπορεί να χρησιμοποιήσει αρκετά μέσα για να επιτύχει την αποστολή της (δηλαδή την γνωστοποίηση του προϊόντος) ανάλογα με την αγορά-στόχο που έχει, την αποτελεσματικότητα του μέσου και το κόστος που είναι διατεθειμένη να πληρώσει η επιχείρηση η οποία προβαίνει στην ενέργεια αυτή.

Έτσι λοιπόν τα πιο γνωστά Διαφημιστικά Μέσα είναι τα εξής:

- 1) Τηλεόραση. Με ειδικές εκπομπές γίνεται παραστατική διαφήμιση
- 2) Τύπος. Εφημερίδες κάθε κυκλοφορίας και περιοδικά.
- 3) Ραδιόφωνο. Μ' αυτό η διαφήμιση γίνεται ή με πρόγραμμα που προσφέρει μια επιχείρηση ή ένα προϊόν ή με ορισμένο αριθμό διαφημιστικών λέξεων ή με μικρές ραδιοφωνικές σκηνές που μεταδίδονται μεταξύ προγραμμάτων
- 4) Κινηματογράφος. Η κινηματογραφική διαφήμιση παρουσιάζεται συνήθως με μορφή μικρών ταινιών με παρουσίαση του προϊόντος και της χρήσης του.
- 5) Έντυπα διαφόρων μορφών (διαφημιστικού υλικού) που διανέμονται διαμέσου του ταχυδρομείου ή παραδίδονται από σπίτι σε σπίτι.
- 6) Υπαίθρια διαφήμιση με αφίσες πανό, φωτεινές επιγραφές τοίχων κλπ.
- 7) Ίντερνετ, χρησιμοποιώντας διάφορες εικόνες, πλαίσια, σχήματα κ.λ.π

1.5 ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ

Κάθε διαφήμιση αποτελεί ένα μήνυμα το οποίο είναι κωδικοποιημένο και έχει ως πομπό την επιχείρηση και δέκτη το καταναλωτικό κοινό. Η εκτέλεση του διαφημιστικού μηνύματος μπορεί να γίνει με πολλούς και διάφορους τρόπους. Μπορεί να έχει στοιχεία χιούμορ, σεξ, συγκινησιακά φορτισμένες εικόνες, αναφορά χαρακτηριστικών του προϊόντος, κ.α. Φυσικά ανάλογα με το διαφημιστικό μέσο, η εκτέλεση μπορεί να πάρει συγκεκριμένες μορφές, έτσι για μια διαφήμιση σε περιοδικό η οποία δεν μπορεί να έχει κινούμενη εικόνα μπορεί να ενδείκνυται η αναγραφή των χαρακτηριστικών του προϊόντος. Σε κάθε περίπτωση, η εκτέλεση του μηνύματος εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από την αγορά στόχο δηλαδή από το κοινό στο οποίο απευθύνεται η επιχείρηση με την διαφήμιση της.

1.6 ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Η διαφήμιση επιτρέπει στα προϊόντα και στις υπηρεσίες να γίνουν γνωστά /-ές στο ευρύ κοινό και να διαφοροποιηθούν στο μυαλό των καταναλωτών. Αυτό ευνοεί την εμπορική τους εξέλιξη. Ο ρόλος της διαφήμισης στην οικονομία είναι πολύ σημαντικός.

Ωστόσο, αν δεν τεθούν ορισμένοι περιορισμοί, νομικής και ηθικής φύσης, η διαφήμιση μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα επιζήμια για τα συμφέροντα των καταναλωτών.

1. Η διαφήμιση μπορεί να γίνει επικίνδυνη

Οι καταναλωτές, οι αποδέκτες της διαφήμισης, δεν είναι πάντα σε θέση να αποκωδικοποιήσουν τα διαφημιστικά μηνύματα και να διακρίνουν τις υπερβολές και τις απόπειρες εξαπάτησής τους. Πρέπει

λοιπόν να προστατεύονται έναντι των κακόβουλων προμηθευτών που θέλουν να πουλήσουν πάση θυσία.

2. Η διαφήμιση μπορεί να υπονομεύσει τον υγιή ανταγωνισμό

Μία διαφήμιση που ψεύδεται δίνει στους καταναλωτές λανθασμένη εικόνα των χαρακτηριστικών ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας κάνοντάς τους ενδεχομένως να πιστεύουν ότι το διαφημιζόμενο προϊόν ή η διαφημιζόμενη υπηρεσία υπερέχει αντίστοιχου προϊόντος (ή υπηρεσίας) άλλων προμηθευτών. Στην περίπτωση αυτή ο ανταγωνισμός γίνεται αθέμιτος.

3. Η διαφήμιση μπορεί να έχει αρνητική επίδραση στις καταναλωτικές συνήθειες

Η διαφήμιση μπορεί να ωθήσει τους καταναλωτές στην υπερκατανάλωση με σοβαρές συνέπειες στον προϋπολογισμό των νοικοκυριών με περιορισμένους οικονομικούς πόρους (υπερχρέωση). Μπορεί επίσης να ενθαρρύνει συμπεριφορές που δεν είναι συμβατές με την έννοια της αειφορίας ιδίως μέσω της προώθησης προϊόντων μιας χρήσης (μεγάλη αύξηση του όγκου των απορριμμάτων) ή προϊόντων και υπηρεσιών που δεν σέβονται την κοινωνική και περιβαλλοντική νομοθεσία.

Έτσι λοιπόν έχει θεσπιστεί νομοθεσία για τον έλεγχο της διαφήμισης.

2. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Πριν η Πολιτική Διαφήμιση πάρει τις φόρμες της Διαφήμισης με αποτέλεσμα να πάρει και τους κανόνες και τις τεχνικές της, χρησιμοποιούνταν η Διαφήμιση(και σαν Προπαγάνδα) από πολύ παλιά. Τα Ανάκτορα,τα Δικαστήρια, οι Εκκλησίες είναι Μέσα έκφρασης της εξουσίας, οι στολές των εκπροσώπων της εξουσίας, οι ρωμαϊκοί θρίαμβοι, οι πυραμίδες, οι σημαίες, τα λάβαρα είναι επίσης εκφράσεις της πολιτικής εξουσίας που αφορούν στην καταπίεση των πολιτών για την αναγκαιότητά της .

Η Δημοκρατία είναι μητέρα της Διαφήμισης. Δεν είναι τυχαίο ότι μέχρι σήμερα η Διαφήμιση αναπτύχθηκε σε χώρες που λειτουργεί ο ελεύθερος ανταγωνισμός και ο καταναλωτής καλείται να επιλέξει το προϊόν του.

Η πολιτική διαφήμιση αρχίζει να παίρνει την σημερινή της μορφή το δεύτερο μισό του προηγούμενου αιώνα. Στην Ελλάδα άρχισαν να χρησιμοποιούνται οι τεχνικές της Διαφήμισης από τις εκλογές του 1977 .Και εκλογές με τις εκλογές, η χρησιμοποίηση διαφημιστικής εταιρίας από τα κόμματα σε προεκλογικές περιόδους παγιώθηκε σαν τακτική .

Η πολιτική επικοινωνία αλλάζει το παιχνίδι, και ενώ παλιότερα οι ψηφοφόροι ψήφιζαν ερήμην των προβλημάτων τους, σήμερα έμαθαν να «αγοράζουν» την ψήφο τους και το κάνουν με τη λογική.

Ο πολιτικός ηγέτης αντικατέστησε τον υπαίθριο ρήτορα, χρησιμοποιεί επιχειρήματα για να πείσει ένα πλέον σκεπτόμενο κοινό που δύσκολα μπορεί να παραπλανήσει και πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη και να αποπνέει αξιοπιστία. Ο παραδοσιακός πολιτικός εγκαταλείπει σιγά-σιγά

το προσκήνιο και δίνει τη θέση του στον πολιτικό καριέρας, τον τεχνοκράτη που δεν αναλώνεται σε βαφτίσια και κοινωφελείς εκδηλώσεις(αν και το τελευταίο στη χώρα μας δεν αλλάζει) αλλά κινείται από το γραφείο του και επικοινωνεί με πολύ μεγαλύτερες ποσότητες κόσμου σε συντομότερο χρονικό διάστημα και πολύ αποτελεσματικότερα από ότι ο παραδοσιακός πολιτικός με την πολιτική πελατεία. Η Διαφήμιση οδηγεί σταδιακά στην αποκομματοποίηση των κομμάτων και η ιδεολογία αντικαθίσταται από το positioning .

Οι τεχνικές της Διαφήμισης έστρεψαν την Πολιτική προς αυτή, οι έρευνες που είχαν γίνει κατά καιρούς έδειξαν ότι οι ψηφοφόροι ήταν άνθρωποι με προβλήματα, με ανησυχίες, με όνειρα, δεν ήταν αριστεροί, κεντρώοι, δεξιοί, ήταν άνθρωποι με ηλικίες άνθρωποι των πόλεων και της υπαίθρου, άνθρωποι με επαγγέλματα .

Κάπως έπρεπε λοιπόν να απευθυνθούν σε αυτούς τους ανθρώπους και τις τεχνικές τις ήξερε η διαφήμιση. Έτσι η Πολιτική χρησιμοποίησε τη Διαφήμιση ως τον καλύτερο σύμμαχο για να πετύχει τους σκοπούς της, παλιότερα όχι συνειδητά αλλά στις μέρες μας πιο οργανωμένα από ποτέ.

2.2 ΠΟΛΙΤΙΚΗ – ΠΡΟΕΚΚΛΟΓΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η Πολιτική Διαφήμιση είναι μια μορφή Διαφήμισης . Υπακούει στους κανόνες της Γενικής Διαφήμισης και χρησιμοποιεί τα Μέσα και τις Τεχνικές της για να γίνει πιο αποτελεσματική .

Πολιτική Διαφήμιση γίνεται συνήθως πριν τις εκλογές, έτσι η *Πολιτική* τείνει να ταυτιστεί με την *Προεκλογική Διαφήμιση* .

Δεν είναι όμως έτσι , υπάρχουν δυο ειδών πολιτικές διαφημίσεις :

- α) Από την επόμενη των εκλογών ως την ημέρα προκήρυξης των εκλογών (μεγάλη περίοδος) .
- β) Από την ημέρα προκήρυξης των εκλογών ως την ημέρα των εκλογών.

Πρέπει όμως να υπάρχει ένα συνεχές κανάλι επικοινωνίας του κάθε κόμματος με τους ψηφοφόρους . Η προσπάθεια δεν πρέπει να σταματάει ποτέ .Ο ψηφοφόρος δεν είναι πολιτικός , μόνο στη λεγόμενη μέχρι τώρα προεκλογική περίοδο, είναι συνέχεια .

Ο ψηφοφόρος δεν πρέπει να νοιώθει ότι απευθύνονται σε αυτόν μόνο όταν ζητούν την ψήφο του. Όταν γίνεται αυτό είναι αμέτοχος , ουδέτερος .Δεν είναι «κυρίαρχος» όπως ειρωνικά λέγεται .

Κάθε κόμμα πρέπει να δει αν τον συμφέρει η συχνή επαφή με τον κόσμο. Οι επιχειρηματίες είναι σε συνεχή επαφή με τους καταναλωτές , έστω και αν μια δεδομένη περίοδο αγοράζει από αυτούς μόνο το 2% .

Η επαφή των κομμάτων με τον κόσμο στη μεγάλη περίοδο πρέπει να καλύπτεται από την πληροφοριακή διαφήμιση , η οποία πρέπει να γίνεται προγραμματισμένη . Οι οπαδοί πρέπει να ενημερώνονται για το τι μπορεί να κάνει το κόμμα γι' αυτούς , τι τους προσφέρει και κυρίως ποιες είναι οι θέσεις του σε καίρια ζητήματα που ο κόσμος αγνοεί .

Αντί του όρου Πολιτική Διαφήμιση χρησιμοποιείται πολλές φορές ιδιαίτερα στις μέρες μας και ο όρος Πολιτικό Marketing . Στο πολιτικό Marketing βέβαια δεν φαίνεται να καλύπτονται από πρώτη άποψη , οι 4 παράμετροι του Marketing Mix και ιδιαίτερα αυτή της τιμής .

α) *PRODUCT*, είναι το κόμμα, ο υποψήφιος βουλευτής.

β) *PLACE* , είναι χώρος , η περιοχή που ζητάει ψήφο το κόμμα ή ο βουλευτής .

γ) *PROMOTION*, είναι οι ενέργειες προβολής που γίνονται .

δ) *PRICE*, ούτε το κόμμα , ούτε ο βουλευτής έχουν μια τιμή .

Αλλά σίγουρα έχουν αξία *βραχυπρόθεσμη* και *μακροπρόθεσμη*.

Η Πολιτική Διαφήμιση είναι κοινωνική διαφήμιση μεγάλης εμβέλειας και καίριων προβλημάτων .Η Διαφήμιση αλλάζει το ύφος και το ήθος της πολιτικής αντιπαράθεσης .Ο ανταγωνισμός γίνεται με επιχειρήματα και όχι με χτυπήματα κάτω από τη ζώνη , αν και αυτά τα αναλαμβάνουν πολλές φορές τα μέσα της προπαγάνδας. Η πολιτική διαφήμιση είναι κυρίως λαϊκή διαφήμιση και όταν είναι έντονα ανταγωνιστική μπορεί να συσπειρώσει πολλές φορές επικίνδυνα τους οπαδούς του αντίπαλου κόμματος .

2.3 ΤΟ ΚΟΜΜΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ

Η σύγκριση κόμματος και προϊόντος είχε αρχικά σηκώσει θύελλα αντιδράσεων. Οι επικριτές της πολιτικής διαφήμισης, της διαφήμισης ενός κόμματος υποστήριζαν ότι ένα κόμμα δεν είναι προϊόν, δεν είναι π.χ. οδοντόκρεμα για να διαφημίζεται όπως η οδοντόκρεμα, και πως οι τεχνικές μιας διαφημιστικής εταιρίας θα αλλοιώσουν τα πολιτικά ήθη.

Σίγουρα όμως υπάρχουν διαφορές μεταξύ κόμματος και προϊόντος, όπως υπάρχουν διαφορές στη διαφήμιση αεροπορικής εταιρίας και αλλαντικών, εντομοκτόνου, τράπεζας κ.λ.π.

Οι βασικές λοιπόν διαφορές μεταξύ κόμματος και προϊόντος είναι :

1. Το προϊόν προϋποθέτει αγορά και πολλές φορές επαναλαμβανόμενη αγορά .

Το κόμμα ζητάει ψήφο μία φορά

2. Η διαφήμιση του προϊόντος μπορεί να έχει εκτεταμένη χρονική διάρκεια .

Η διαφήμιση του κόμματος είναι σύντομη .

3. Η διαφήμιση του προϊόντος μπορεί να γίνει σε περιόδους που ο ανταγωνισμός είναι σε ύφεση .

Η διαφήμιση του κόμματος γίνεται σε εποχή που ο ανταγωνισμός είναι σε έξαρση.

4. Τα ο προϊόν, κατά πάσα πιθανότητα έχει περιορισμένη αποδοχή από το κοινό, πολύ πιθανό να χρειαστεί να σπάσει το «φράγμα της αδιαφορίας» του κοινού.

Τα κόμμα έχει εξασφαλισμένη υψηλή αποδοχή από το κοινό .

5. Το προϊόν προϋποθέτει να αγοραστεί .

Η ψήφος δεν στοιχίζει τίποτε (θλιβερή διαπίστωση μέχρι σήμερα) .

- 6.** Το προϊόν μπορεί να μην αγοραστεί, ούτε το ίδιο, ούτε παρόμοιο ανταγωνιστικό.
Η ψήφος θα ριχτεί οπωσδήποτε. Αν δεν ριχτεί στο ένα κόμμα θα ριχτεί στο άλλο (εκτός από την αποχή).
- 7.** Το προϊόν έχει μια φίρμα σαν πρόσθετο στοιχείο. Το κόμμα είναι μόνο του . Ο βουλευτής έχει μια «φίρμα» (το κόμμα) σαν πρόσθετο .
- 8.** Το προϊόν μπορεί να το δοκιμάσει κανείς και να μην το ξαναπάρει .
Τα κόμμα όμως θα το υποστεί ίσως και τέσσερα χρόνια .
- 9.** Το προϊόν μπορεί κάποιος να το αγοράσει όποτε θέλει .
Το κόμμα θα το ψηφίσει μια συγκεκριμένη μέρα .
- 10.** Το προϊόν είναι μια φανερή αγορά .
Η ψήφος είναι ένα μυστικό τις περισσότερες φορές δικαίωμα .
- 11.** Το προϊόν έχει συγκεκριμένα πλεονεκτήματα .
Το κόμμα είναι υποσχέσεις .
- 12.** Το προϊόν έχει σαν παρελθόν τον ίδιο του τον εαυτό .
Το κόμμα έχει σαν παρελθόν την πολιτική ζωή της Ελλάδας .
- 13.** Το προϊόν μπορεί να έχει συνεχή απόδοση .
Η ψήφος έχει περιορισμένη απόδοση .
- 14.** Το προϊόν αφορά άμεσα το προσωπικό συμφέρον .
Το κόμμα αφορά έμμεσα το προσωπικό συμφέρον .
- 15.** Το προϊόν υπακούει στους κανόνες της προσφοράς και της ζήτησης.
Το κόμμα έχει να αντιμετωπίσει ζήτηση ίση με την προσφορά .
Οι διαφορές είναι ανεπαίσθητες και αν κανείς θέλει να κάνει σωστή δουλειά πρέπει να τις λάβει υπόψη του .

Παρόλα αυτά οι ομοιότητες είναι περισσότερο εμφανείς :

1. Το προϊόν (ή η υπηρεσία) και το κόμμα χρησιμοποιούν τα Μαζικά Μέσα Επικοινωνίας .
Τα μαζικά μέσα έχουν απήχηση με τις δοκιμασμένες τεχνικές της διαφήμισης και θα ήταν άλλωστε αντικοινωνικό να χρησιμοποιηθούν τα Μέσα τα ίδια με άλλες μεθόδους .
2. Το προϊόν και το κόμμα αποβλέπουν και τα δύο σε «δράση» .Το προϊόν σε πώληση, το κόμμα σε ψήφο .
3. Το προϊόν και το κόμμα είναι φορτισμένα με στοιχεία πέρα από αυτά .
4. Το προϊόν απευθύνεται στα ίδια κέντρα αποφάσεων με το κόμμα .Στο συνειδητό και στο ασυνείδητο. Στο συναίσθημα και στη λογική .
5. Η διαφήμιση και του προϊόντος και του κόμματος είναι «επιθετική».
Υπακούνε και τα δύο σε συγκεκριμένους κανόνες της διαφήμισης .
6. Το προϊόν και το κόμμα πρέπει να ξεχωρίσουν ανάμεσα στον ανταγωνισμό .
7. Το Κόμμα και το προϊόν απευθύνονται σε κοινό .
8. Τα προϊόν και το κόμμα χρησιμοποιούν τη διαφήμιση σαν μεσολαβητή .
9. Η διαφήμιση του προϊόντος και του κόμματος είναι απλώς μέρος του κυκλώματος του Marketing . Και τα δύο πρέπει να τα δει κανείς μέσα από το κύκλωμα του Marketing .
10. Η διαφήμιση του προϊόντος και του κόμματος πρέπει να επηρεάσει και το κοινό και τους «δικούς μας ανθρώπους». Στο προϊόν τους λιανοπωλητές, στο κόμμα τους επιτελείς, τη νεολαία, τους «κομματάρχες» .

2.4 Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ

Η διαφημιστική καμπάνια (ή εκστρατεία) είναι το σύνολο των διαφημιστικών εκδηλώσεων που γίνεται μια συγκεκριμένη περίοδο για ένα συγκεκριμένο θέμα .Είναι όμως και κάτι παραπάνω, η καμπάνια έχει μια στρατηγική, ένα στόχο, μια κατεύθυνση, Έχει **ένα** περιεχόμενο και μια μορφή (ανάλογα με το μέσο), έχει ομοιογένεια σε όλες τις εκδηλώσεις. Η μια μορφή θυμίζει την άλλη, υπάρχει και πρέπει να υπάρχει, συνέχεια και συνέπεια όπως λένε και στη διαφήμιση. Το ίδιο μήνυμα που θα επιλεγεί πρέπει να υπάρχει παντού .Το ίδιο σλόγκαν .Τα ίδια χρώματα.

Πρέπει να τηρηθούν οι αναλογίες και να ληφθούν υπόψη οι δυνατότητες των Μέσων και οι διαφορές τους ώστε να μπορεί μια αφίσα να μοιάζει με μια ταινία τηλεόρασης. Το να παρουσιάζεις συνέχεια «τα ίδια και τα ίδια» είναι δύσκολο αλλά σωστό στην περίπτωση μιας προεκλογικής καμπάνιας. Το εύκολο είναι να γίνονται πολλά και διαφορετικά πράγματα. Η ομοιομορφία δεν κουράζει κανέναν, απεναντίας διευκολύνει την διείσδυση του μηνύματος . Επιβάλλεται λοιπόν η ύπαρξη μιας ενιαίας καμπάνιας γιατί:

- γίνεται ευκολότερα από ότι οι διαφορετικές μορφές
- είναι ευκολότερα ελέγξιμη από άποψη αποτελεσματικότητας
- είναι οικονομικότερη στην παραγωγή της (ίδιες φωτογραφίες , ίδια στοιχεία κ.λ.π.)
- εκπληρώνει καλύτερα την αρχή της «επανάληψης»(βασική αρχή της προπαγάνδας)
- δεν δημιουργεί σύγχυση, καθώς η μια μορφή δεν αναιρεί, δεν αντιμάχεται την άλλη, όπως θα μπορούσε να συμβεί

Όταν λέμε καμπάνια όμως δεν εννοούμε μόνο την διαφημιστική εκστρατεία που θα δει το φως στα παραδεδεγμένα διαφημιστικά μέσα. Με αυτήν θα πρέπει να συμφωνεί κάθε ενέργεια από οποιονδήποτε.

Ο αρχηγός και τα στελέχη του κόμματος ή του συνδυασμού πρέπει να κινούνται γύρω από αυτή τη καμπάνια .

Πρέπει να τελειώνουν το λόγο τους με το βασικό σύνθημα της καμπάνιας .

Πρέπει όλες τους οι ενέργειες να υπακούν στην ίδια στρατηγική.

Αν έχουμε ένα κόμμα, η καμπάνια κάθε υποψηφίου πρέπει να συμφωνεί με τη γενική καμπάνια, ώστε και οι υποψήφιοι να βοηθηθούν από την καμπάνια του κόμματος και το κόμμα από την καμπάνια του κάθε υποψηφίου.

Μέσα στα πλαίσια της καμπάνιας θα πρέπει να κινηθούν και οι συγκεντρώσει. Τα συνθήματα που θα ειπωθούν θα πρέπει να είναι ίδια με τα συνθήματα της καμπάνιας, η διακόσμηση πρέπει να συμφωνεί. Όλες οι ενέργειες πρέπει να λειτουργήσουν μεθοδικά ώστε να επιτευχθεί ο στόχος.

Σήμερα όλα αυτά διοργανώνονται και επιτυγχάνονται μέσω μια διαφημιστικής εταιρίας που αναλαμβάνει να φέρει εις πέρας αυτό το έργο.

Στοιχεία της καμπάνιας

Η διαφήμιση χωρίζεται σε δυο μεγάλες κατηγορίες :

Στην πάνω από τη γραμμή διαφήμιση (above the line advertising) .

Στην κάτω από τη γραμμή διαφήμιση (below the line advertising) .

Η above the line advertising περιλαμβάνει :

- Την Τηλεόραση
- Τον Κινηματογράφο
- Την Καταχώρηση (Έντυπη διαφήμιση)
- Το Ραδιόφωνο
- Την Αφίσα (υπαίθρια διαφήμιση)

Η below the line advertising περιλαμβάνει :

- Όλες τις άλλες μορφές διαφήμισης .(direct mail, υλικό στα σημεία πώλησης κ.λ.π.)

2.5 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ

Τα όρια προπαγάνδας και διαφήμισης δείχνουν να είναι δυσδιάκριτα και πολλές φορές γίνεται προπαγάνδα αντί διαφήμισης, ιδιαίτερα στην πολιτική .

Η κύρια διαφορά τους είναι ως προς τον σκοπό.

Η διαφήμιση έχει ως σκοπό την πώληση προϊόντος ή υπηρεσίας ενώ η προπαγάνδα έχει σκοπό να μεταστρέψει ή να σταθεροποιήσει πολιτικές πεποιθήσεις (ιδεολογίες) .

Άλλες **διαφορές** :

- 1.** Η προπαγάνδα στηρίζεται στο μύθο, η διαφήμιση στην αλήθεια .Η προπαγάνδα έχει ένα «προϊόν», δεν υπάρχει άλλο, δεν υπάρχουν περιθώρια εκλογής .Τα δημοψηφίσματα της χούντας στην Ελλάδα (1967-1974) ήταν τυπικά παραδείγματα προπαγάνδας ως προς την πρόθεση , δεν είχαν περιθώριο εκλογής , αντίθετης άποψης
- 2.** Η προπαγάνδα στηρίζεται κυρίως στο συναίσθημα, η διαφήμιση απευθύνεται κυρίως στη λογική .
Η προπαγάνδα έλκει την καταγωγή της από τη Ρώμη, η διαφήμιση είναι απόγονος της ελληνικής προπαγάνδας και του ελληνικού τρόπου σκέψης .
- 3.** Η προπαγάνδα απευθύνεται στη μάζα , η διαφήμιση στο άτομο .
Η διαφορά είναι τεράστια. Η μάζα πείθεται δυναμικά , δεν υπάρχει συλλογικός κριτικός έλεγχος, ούτε λογική. Ο ένας παρασύρει τον άλλο. Η μάζα εκστασιάζεται, ενθουσιάζεται, παρασύρεται. Κυριαρχεί το αγελαίο ένστικτο.

Το άτομο έχει τελείως διαφορετικά χαρακτηριστικά. Όταν είναι μόνο του είναι ένα λογικό ον , με σκέψη, με κρίση.

4. Η προπαγάνδα βασίζεται σε άλλα κίνητρα από τη διαφήμιση .

⇒ Το πολεμικό κίνητρο.

⇒ Το κίνητρο των αναγκών .

⇒ Το κίνητρο της χαράς .

⇒ Τα ο κίνητρο της στοργής .

Η διαφήμιση εξατομικεύει αυτά τα κίνητρα, που τα σημαντικότερα είναι :

⇒ Να κερδίσει κανείς χρήματα .

⇒ Να γλιτώσει χρόνο .

⇒ Να αποφύγει προσπάθεια .

⇒ Να αποκτήσει ανέσεις .

⇒ Να είναι υγιής .

⇒ Να είναι δημοφιλής .

5. Η προπαγάνδα είναι υπαίθρια, η διαφήμιση είναι «σπιτική». Η προπαγάνδα γεννήθηκε και "ανδρώθηκε" σε ανοιχτούς χώρους, στους Ρωμαϊκούς δρόμους, στην Αθηναϊκή αγορά, στην Εκκλησία, στα στρατόπεδα, στις λεωφόρους, στις πλατείες, ενώ η διαφήμιση παρόλο που χρησιμοποιεί τα πιο μαζικά μέσα, είναι ατομική, τηλεόραση ο άνθρωπος βλέπει σπίτι του, την εφημερίδα την διαβάζει στο σπίτι του, ραδιόφωνο ακούει σπίτι του .

6. Υπάρχει διαφορά στα μέσα που χρησιμοποιούν η προπαγάνδα και η διαφήμιση .

Η προπαγάνδα όταν χρησιμοποιεί ένα μέσο, το χρησιμοποιεί ολόκληρο, ενώ η διαφήμιση χρησιμοποιεί απλώς χώρο ή χρόνο από τα μέσα .

7. Υπάρχει αντιπροπαγάνδα (ή αρνητική προπαγάνδα), δηλ. η προπαγάνδα μπορεί να στηριχτεί στην αρνητική προσέγγιση και να επηρεάσει τα πλήθη μιλώντας εναντίον κάποιου άλλου, ενώ η διαφήμιση είναι πάντα θετική, υπόσχεται κάτι θετικό και μας λέει τι θα κερδίσουμε αν αγοράσουμε κάποιο προϊόν ή ψηφίσουμε κάποιο κόμμα και σπάνια τι θα χάσουμε αν επιλέξουμε κάτι διαφορετικό .

Για να είμαστε δίκαιοι όμως η Διαφήμιση έχει και ομοιότητες με την Προπαγάνδα :

1. Απλότητα .

Τα μηνύματα, οι θέσεις, οι στρατηγικές της προπαγάνδας και της διαφήμισης είναι απλά και δεν πρέπει να παρερμηνεύονται .

2. Επανάληψη .

Οι άνθρωποι αδιαφορούν και οι λαοί ξεχνούν .

Η διαφήμιση και η προπαγάνδα βασίζονται στην επανάληψη, οτιδήποτε με την επανάληψη καταξιώνεται, δικαιώνεται .

3. Ομοιογένεια

Η ομοιογένεια είναι ουσιαστικά η «οριζόντια επανάληψη». Δηλαδή η επανάληψη των ίδιων πραγμάτων από όλα τα μέσα .

2.6 ΤΟ ΚΟΙΝΟ

Κάθε προϊόν έχει ένα κοινό–στόχο .

Αυτό καθορίζεται δημογραφικά, είτε ανάλογα με την κοινωνικοοικονομική τάξη στην οποία ανήκει, είτε κατά ηλικία, είτε κατά φύλο, είτε κατά επαγγέλματα κ.λ.π. Από καιρό τώρα εφαρμόζεται η επιλογή Μέσων και με βάση τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά ή χαρακτηριστικά life style. Στην Πολιτική Διαφήμιση πρέπει να ληφθεί υπόψη και μια άλλη διαφοροποίηση κατηγοριών του κοινού :

1. Οπαδοί .

Είναι ο κορμός πάνω στον οποίο στηρίζεται το κόμμα . Οι οπαδοί είναι γνωστοί (ενταγμένοι) ή άγνωστοι. Θέλουν την ιδιαίτερη προσοχή του κόμματος γιατί αυτοί αποτελούν τη βάση, το σημείο εκκίνησης .

2. Κοντινοί ή Προσκείμενοι .

Είναι οι ψηφοφόροι που βρίσκονται ιδεολογικά εκατέρωθεν του κάθε κόμματος (εκτός των ακραίων). Συνήθως είναι προσκείμενοι σε δύο πλευρές και χρειάζεται προσπάθεια προσεταιρισμού .

3. Αντίθετοι.

Δεν αξίζει να ασχοληθεί κανείς μαζί τους. Είναι σαν να θέλει κάποιος να πουλήσει ψυγείο σε Εσκιμώου . Μπορεί αλλά πάρα πολύ δύσκολα.

4. Αναποφάσιστοι .

Πολλές φορές από αυτούς κρίνεται το αποτέλεσμα .Θέλουν ιδιαίτερη προσοχή.

5. Νέοι.

Αυτοί δηλ. που δεν ψηφίζουν. Θέλουν επίσης ιδιαίτερη προσοχή, γιατί δεν έχουν ψήφο αλλά έχουν ενθουσιασμό, μπορούν να δουλέψουν, να φωνάξουν, να κινητοποιηθούν, να παρασύρουν και το κυριότερο ίσως την επόμενη φορά ψηφίζουν και η γνώμη που σχηματίζουν δύσκολά αλλάζει .

2.7 ΤΑ ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ

Ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ

Τα Ελληνικά πολιτικά κόμματα έχουν μια συμπαγή, ομοιόμορφη εικόνα από την αρχή τους μέχρι σήμερα. Τα σήματά τους είναι απλοϊκά και οι συνειρμοί τους απολύτως εύκολοι. Οι παραστάσεις λοιπόν θα μπορούσαν να χωριστούν στις ακόλουθες κατηγορίες:

1) Πρόσωπα Πολιτικών Αρχηγών .

Αναντίρρητη απόδειξη ότι τα ελληνικά κόμματα ήταν και είναι προσωποποιημένα .

2) Αρχαίες παραστάσεις .

Αποτελούν αστείρευτη πηγή έμπνευσης, και όχι μόνο για τα κόμματα αλλά και για εμπορικές δραστηριότητες . Η Αθηνά, ο Ερμής, ο Παρθενώνας κ.α. σήματα που κανείς δεν φέρνει αντίρρηση .

3) Πουλιά .

Ο βυζαντινός δικέφαλος αετός , ο Φοίνικας , το περιστέρι .

4) Φυτά .

Η δάφνη, η ελιά, το στάχυ .

5) Ουράνια σώματα .

Ο ήλιος, σύμβολο αιώνιο και ακατάλυτο του φωτός , το αστέρι.

6) Αρχικά .

Επιλογή ενάντια στον αναλφαβητισμό των Ελλήνων σε παλαιότερες εποχές .

7) Διάφορα .

Η άγκυρα της σιγουριάς και της ασφάλειας, η ζυγαριά της δικαιοσύνης, γεωργικά μηχανήματα, γραφιστικά σήματα (αν και σπάνιο), όλα έχουν απλούς συνειρμούς .

2.8 ΤΑ ΟΝΟΜΑΤΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΟΜΜΑΤΩΝ Ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ

Ένα όνομα δύσκολα είναι καίριο και αποφασιστικής σημασίας από μόνο του. Η αξία ενός ονόματος έγκειται στη φόρτιση που θα πάρει μετά.

Έτσι το όνομα :

- Ø Δεν πρέπει να είναι δυσνόητο .
- Ø Δεν πρέπει να έχει λέξεις χωρίς σημασία ή με σημασία φθαρμένη .
- Ø Δεν πρέπει να είναι δύσκολο.
- Ø Δεν πρέπει να ακούγεται ή να λέγεται δύσκολα .
- Ø Δεν πρέπει να είναι το αντίθετο κάποιου άλλου για να δείξει αντιπολιτευτική διάθεση.
- Ø Δεν πρέπει να θυμίζει κάποιο άλλο .
- Ø Δεν πρέπει να είναι παραλλαγή κάποιου άλλου.
- Ø Δεν πρέπει να δημιουργεί κακούς ή παραπλανητικούς συνειρμούς .
- Ø Δεν πρέπει να δημιουργεί σύγχυση.
- Ø Πρέπει να λέγεται ρυθμικά από τις μάζες – για να αποκτήσει τη φόρτιση που χρειάζεται, να αποκτήσει ομαδικότητα, δυναμισμό, ενθουσιασμό .
- Ø Όσο πιο σύντομο είναι , τόσο πιο εύκολα γράφεται , σε μικρό χώρο και στους μεγαλύτερους γράφεται με μεγάλα γράμματα, και όσο μεγαλύτερα , τόσο πιο εντυπωσιακό είναι.
- Ø Δεν πρέπει να είναι «μοντέρνο», γιατί οι μόδες περνάνε.
- Ø Το όνομα πρέπει να περιέχει το βασικό χαρακτήρα του κόμματος .
- Ø Να αποφεύγονται φθαρμένες λέξεις «ανανέωση», «αναγέννηση» κ.α.
- Ø Δεν πρέπει να αντλεί κύρος από το παρελθόν, θυμίζοντας έντονα πολλά άλλα πράγματα .

3. ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ

Οι Δημοτικές Εκλογές δεν διαφέρουν καθόλου από τις Βουλευτικές όσον αφορά την διαφήμιση των υποψηφίων, τηρουμένων βέβαια των αναλογιών.

Το μόνο που χρειάζεται από τους υποψηφίους είναι να συγκεντρωθεί η προσπάθειά τους σε συγκεκριμένο στόχο .

Πρέπει να γίνει κατανοητό ότι πρόκειται για εκλογή Δημοτικών Αρχών, που έχουν ένα συγκεκριμένο έργο να κάνουν και δεν πρέπει να υπερεκτιμηθεί το θέμα από τους υποψηφίους .

Οπότε , πριν ξεκινήσουμε μια προεκλογική καμπάνια πρέπει να :

- α) Μελετάμε το θέμα μας .
- β) Βλέπουμε τι θέλει ο κόσμος και ποια προβλήματα τον απασχολούν .
- γ) Διαλέγουμε το positioning .
- δ) Κάνουμε την καμπάνια μας .

Οι Δημοτικές Εκλογές έχουν συνήθως και δεύτερο γύρο μεταξύ των δυο που πήραν το μεγαλύτερο ποσοστό ψήφου και εφόσον πριν από τον πρώτο φαίνεται ότι θα επακολουθήσει και δεύτερος γύρος, κρατάμε δυνάμεις για το δεύτερο .

Ένα καλό ποσοστό στον πρώτο γύρο βοηθάει πολύ στον δεύτερο (και αυτό τονίζεται στον δεύτερο-ο κόσμος πάει με τους πολλούς), και ο δεύτερος γύρος γίνεται με ανανεωμένες δυνάμεις. Στις προεκλογικές συγκεντρώσεις , στις διάφορες περιοχές, ο υποψήφιος δήμαρχος ειδικεύει το θέμα του ανάλογα με την περιοχή που απευθύνεται και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η συγκεκριμένη περιοχή.

Οι Δημοτικές Εκλογές δεν πρέπει να παραβλέπουμε ότι έχουν και αυτές πολιτική χροιά και αυτοί που προσπαθούν να τις αποχρωματίσουν είναι εκείνοι που δεν τους συμφέρει να το δουν σωστά. Ουσιαστικά όμως αυτό δεν αποτελεί πρόβλημα. Η πολιτική δεν θα καθαρίσει τα σκουπίδια από τους δρόμους ενός δήμου θα το κάνει όμως ένα συμβούλιο που συμπαθεί πολιτικά. Οπότε η δυσκολία έγκειται στην σωστή ιεράρχηση των θεμάτων και όχι στο πολιτικό χρώμα των εκλογών .

Γ' ΜΕΡΟΣ

1. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΤΩΝ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ ΠΑΤΡΩΝ (1945-1967)

Όπως έχει αναφερθεί, την περίοδο 1945-1950 οι δημοτικές αρχές διορίζονταν από τις εκάστοτε κυβερνήσεις της χώρας. Οπότε η υποβολή υποψηφιοτήτων ξεκίνησε από τις δημοτικές εκλογές του 1951 και εξής, με την διαφήμιση των οποίων και θα ασχοληθούμε.

1.1 ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ 1951

Οι εκλογές ορίστηκαν για τις 15 Απριλίου 1951. Η υποβολή υποψηφιοτήτων άρχισε την 1^η Μαρτίου και οι συνδυασμοί των υποψηφίων έπρεπε να κατατεθούν στα Πρωτοδικεία και Ειρηνοδικεία 16 ημέρες προ των εκλογών.

Οι υποψήφιοι για τον Δήμο Πατρών και οι συνδυασμοί τους ήταν:



ΒΕΤΣΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ



ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ



ΡΟΥΦΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

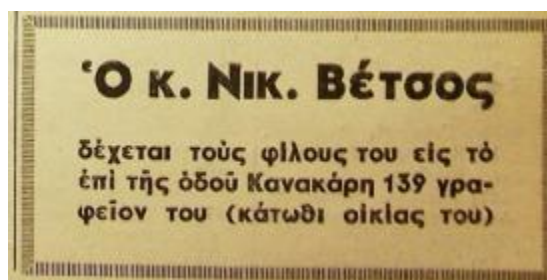
Εξέθεταν το πρόγραμμά τους.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (3)

Ο κ. Ζαφειρόπουλος στο συγκεκριμένο δημοσίευμα, θεωρούσε ότι θα έχει μία βέβαιη και ασφαλή νίκη, υποστηριζόμενος από την εθνικόφρον παράταξη.

Καλούσαν τους “φίλους” τους ψηφοφόρους να τους επισκεφτούν.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (4)

Δημιουργούσαν **ιδιαίτερα τμήματα** για τις **Γυναίκες Ψηφοφόρους**, αφού αυτές είχαν για πρώτη φορά το δικαίωμα του “εκλέγειν και εκλέγεσθαι” στις δημοτικές εκλογές.



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (5)



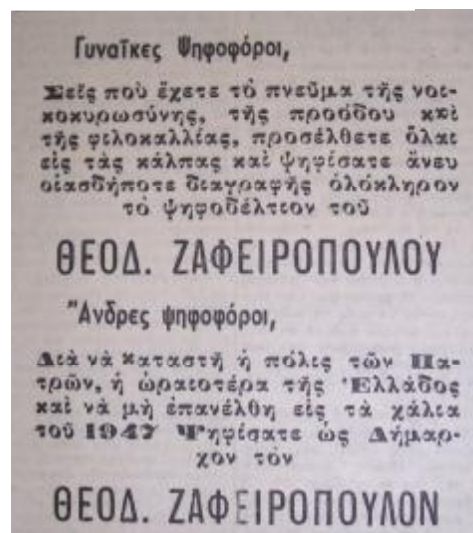
Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα(6)

Απευθύνονταν στο λαό με ιδιαίτερα συνθήματα ζητώντας την ψήφο του.



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα(7)

Ο κ. Ρούφος επικαλείται το συναίσθημα των Πατρινών και την αγάπη που έχουν για την πόλη τους. Δηλώνει ότι “όποιος αγαπάει την Πάτρα



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα(8)

ψηφίζει Ρούφο”, δηλ. έμμεσα υποστηρίζει ότι όσοι νοιάζονται για το καλό της πόλης θα πρέπει να τον ψηφίσουν γιατί αυτός “αγαπάει” την Πάτρα και θα εργαστεί για το σκοπό αυτό.

Ο κ. Ζαφειρόπουλος διαχωρίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται κατά φύλλο.

Απευθυνόμενος στις Γυναίκες ψηφοφόρους, τις προσκαλεί αρχικά να προσέλθουν για να ψηφίσουν ώστε να συμβάλουν και αυτές στην ανάδειξη της δημοτικής αρχής. Τις προτρέπει να ψηφίσουν ολόκληρο το ψηφοδέλιό του χωρίς καμία διαγραφή.

Επίσης επικαλείται ιδιαίτερα στοιχεία του χαρακτήρα των γυναικών (όπως την νοικοκυροσύνη, την προοδευτικότητα και την φιλοκαλία), παρακινώντας αυτές να τον ψηφίσουν.

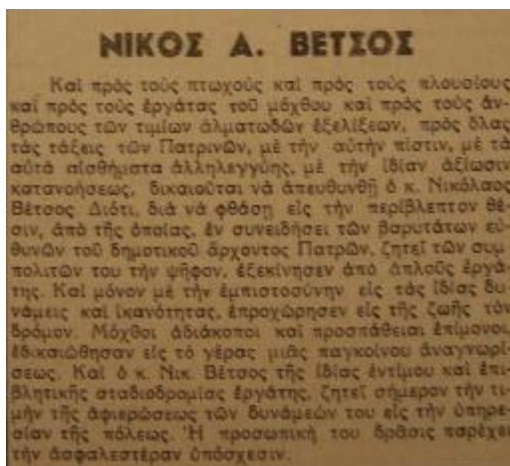
Απευθυνόμενος στους Άντρες ψηφοφόρους, τους θυμίζει την κατάσταση που είχε η Πάτρα το 1947 επί δημαρχίας του κ. Φακή, όντας μία ανοχύρωτη πόλη απέναντι στον κίνδυνο της εισβολής ανταρτών, ένα χρόνο πριν αναλάβει ο κ. Ζαφειρόπουλος, καθώς είχε διατελέσει Δήμαρχος την περίοδο 1948-1949. Για να μην επανέλθει η πόλη στα “χάλια” που είχε εκείνη την περίοδο και για να γίνει η ωραιότερη πόλη της Ελλάδος (υπερβολικό μεν αλλά ο καθένας θέλει η πόλη στην οποία μένει να θεωρείται η καλύτερη) , τους ζητάει να τον ψηφίσουν



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα(9)

Σε ένα άλλο μήνυμά του προς τις Γυναίκες τις προτρέπει να τον ψηφίσουν, αποκαλώντας τον εαυτό του “εργάτη” και “νοικοκύρη”, χαρακτηριστικά που διαθέτουν και εκτιμούν οι γυναίκες. Επίσης τονίζει την τιμιότητα με την οποία έδρασε στο παρελθόν και τη θέληση με την οποία αγωνίστηκε για την καλαισθησία

της πόλης.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα(10)

Ο κ. Βέτσος απευθύνεται σε όλα τα κοινωνικά στρώματα τονίζοντας ότι αυτός ξεκίνησε από εργάτης και έφτασε στο αξίωμα του Δημάρχου, ύστερα από “ επίμονες προσπάθειες και αδιάκοπο μόχθο”.

Ασφαλέστερη λοιπόν υπόσχεση για την εξέλιξη της πόλης αν εκλεγεί δήμαρχος αποτελεί η προσωπική του

δράση.

Οι υποψήφιοι Δημοτικοί Σύμβουλοι του κάθε συνδυασμού ακολουθούσαν και αυτοί την διαφημιστική τους καμπάνια.

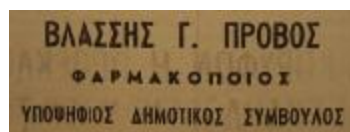
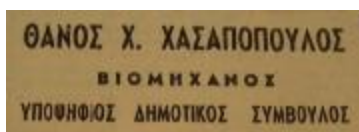
Διαφημιζόνταν στον τύπο (στις εφημερίδες).

Ø Δημοσιεύουν το όνομά τους και τονίζουν το επάγγελμα τους.

Ενδεικτικά:

Συνδυασμός

B. Ρούφου



Εικ.11,12,13,14,15

Συνδυασμός

Θ. Ζαφειρόπουλου





Εικ.16,17,18,19,20

Συνδυασμός

Ν. Βέτσου



Εικ.21,22

Παρατηρείται ότι οι υποψήφιοι και των τριών συνδυασμών προέρχονται από διάφορες κοινωνικές τάξεις και επαγγέλματα παρά το γεγονός ότι υπάρχουν αρκετοί δικηγόροι.

Ο Δημοσιεύουν φωτογραφίες τους ή πορτρέτα τους, συμπληρώνοντας βιογραφικά τους στοιχεία και στοιχεία του χαρακτήρα τους

Ενδεικτικά:

Η Εφημ. Νεολόγος δημοσιεύει φωτογραφίες εκλεκτών υποψηφιοτήτων των κ.κ. Δ. Βουρβούλια και

Τ. Πετρόπουλου, αναφέροντας την ιδιότητά τους.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (23),(24)



Ο κ. Λάγαρης προβάλλει και αυτός την ιδιότητά του ως δημοσιογράφος και το γεγονός ότι πρόκειται για ένα διαπρεπή και εξαιρετο άτομο, υποψήφιο της παράταξης του κ. Βέτσου .

Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (25)



Ο κ. Χρηστόπουλος, υποψήφιος του συνδυασμού του κ. Ζαφειρόπουλου , εκτός από την ιδιότητά του ως ναυτικός πράκτορας, προβάλλει την εργατικότητά του, την εμπειρία του σε διάφορους τομείς και την ικανότητα που επέδειξε σε προηγούμενη θητεία του στο Δημοτικό Συμβούλιο.

Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα(26)

Ο κ Σκούρας δε, τονίζει την ενεργή συμμετοχή του στα κοινά της πόλεως τα προηγούμενα χρόνια, τη δράση του, και ένα από τα σημαντικότερα επιτεύγματά του για την πόλη , τον μεγάλης αξίας τεχνολογικό και υγειονομικό εξοπλισμό του νοσοκομείου.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (27)



ΠΑΝΟΣ Β. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ
Ταξίαρχος
Ἐν πολεμικῇ διαθεσιμότητι
ΡΟΥΦΙΚΟΣ
Διόκησε κατὰ τὸν Ἀλβανικὸν πόλεμον ὁμάδα προσηλοϊκοῦ, ἡσθῶν πολλά τροσιματα κατέστη ἀνέστηρος ἔχει τιμηθῆ τρίς διὰ τὰ ἀριστεῖσι ἀνδρείσι καὶ 12 αἰλίων παρασημῶν.
Χαρακτήρ ἀνέριος, διακρινόμενος διὰ τὴν εὐθυσίαν του καὶ κατόχος τῶν ἐπιτηρώτων τῆς πόλεως τῶν Πατρῶν, εἰσπρόχόμενος εἰς τὸ δημοτικὸν συμβούλιον, διὰ τῆς τιμητικῆς ψηφου τῶν συμπολιτῶν, διὰ προσφέρη ἀπηρεσίας εἰς τὴν Διημέρῃ
Α. Β. 1928

Στην Εφημ. Σημερινή δημοσιεύεται υποψηφιότητα του “Ρουφικού” κ. Παπαδόπουλου, ταξίαρχου σε πολεμική διαθεσιμότητα που πολέμησε και τραυματίστηκε στον Αλβανικό πόλεμο, όπου παρασημοφορήθηκε για την γενναιότητά και τις ικανότητές του.

*Εφημ. Σημερινή,
Εικόνα (28)*

Επίσης επισημαίνεται η ευθυκρισία του και η ακεραιότητα του

ΕΚΛΕΚΤΑΙ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΕΣ



ΓΕΩΡΓΙΟΣ Θ. ΓΙΩΒΑΝΗΣ
ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ
ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ ΔΗΜ. ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ

Ο εμεός επιστήμων και ένδοξος φίλος Πατριώτης, ο οποίος θέλει να τιμήσει με την ψήφου του Πατρικού Λαού, διότι πλείστα όσα δειγματικά γενεός αλτρουισμού και φιλαλληλίου διαπέσει έχει να επιδείξει μέχρι σήμερα. Είναι γνωστό ή άγνωστο και οι άγαθες του ως Προέδρου της Νυκτερινής Σχολής Αναφορητών και άλλων κατ'είδη Αγίου Διονυσίου, διά την πρόθεσιν και διατήρησίνης.

Είναι ο έμπνευστής της ιδέας της ηρώσεως έναστος 'Αγίας Σοφίας και ανεγέρσεως νέου ναού και ίδρυσης του όμω νόμου Προεδρικού Συλλόγου, εις τας ένεργείας του όποιου τόσα έξωραίστικά έργα έγινοντο. Όλοι οι συμπολίται μας και ιδιαίτερος οι Γορτύνιοι, ών ευχαίνει Γεν. Γραμματέας, πιστεύομεν ότι θα ενισχύσουν διά της ψήφου των τον φιλάλληλον ένθουσιασμόν του.

ΓΕΩΡ. ΣΑΚΕΛΛΑΡΟΠΟΥΛΟΣ
Πρόεδρος Προεδρικού Συλλόγου «Η Αγία Σοφία»

χαρακτήρα του, η γνώση του για τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Πάτρα καθώς και η θέληση του να προσφέρει για το καλό της πόλης αν οι συμπολίτες του τον τιμήσουν με την ψήφο τους .

Η ίδια εφημερίδα φιλοξενεί τις απόψεις του κ. Γ. Σακελλαρόπουλου, προέδρου του συλλόγου “Αγία Σοφία”, ο οποίος προτείνει ως μια εκλεκτή υποψηφιότητα για την πόλη τον κ. Γιοβάνη, ιδρυτή του συλλόγου. Τον παρουσιάζει ως έναν

Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (29)

σεμνό επιστήμονα και αισιόδοξο

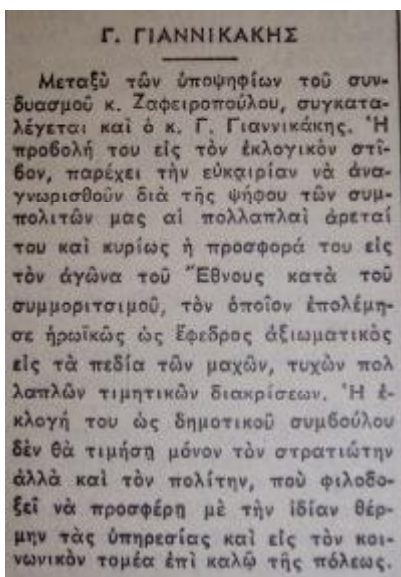
άνθρωπο που η μέχρι τώρα δράση του έχει αποδείξει ότι ενδιαφέρεται για τους συμπολίτες του. Τους καλεί λοιπόν όλους και ιδιαίτέρως τους Γορτύνιους να τον ενισχύσουν με την ψήφο τους.

Η Εφημ. Πελοπόννησος δημοσιεύει την εκλεκτή υποψηφιότητα του δικηγόρου κ. Πιλάλη, υποψήφιου δημοτικού συμβούλου του συνδυασμού κ. Ζαφειρόπουλου. Αναφέρεται η εξαιρετική του μόρφωση, η αγάπη των πατρινών για αυτόν και η φιλοδοξία του να προσφέρει στην πόλη, καθώς διαθέτει την απαραίτητη εμπειρία. Η εμπιστοσύνη του κοινού στο πρόσωπό του θα “θερμάνει τον ενθουσιώδη ζήλων του” και θα τον κατευθύνει να εργαστεί με “φανατισμόν και πίστην”.

Ø Δημοσιεύουν την υποψηφιότητά τους μαζί με κάποια στοιχεία της προσωπικότητάς τους και της επαγγελματικής τους εξέλιξης καθώς και τους τομείς δραστηριοποίησής τους κατά το παρελθόν.



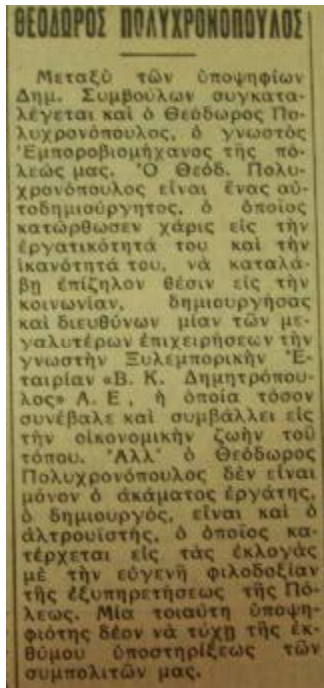
Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (30)



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (31)

Ο κ. Γιαννικάκης υποψήφιος του συνδυασμού του κ. Ζαφειρόπουλου, διαφημιζόμενος στην εφημερίδα Νεολόγος, προβάλλει “τις πολλαπλές αρετές του” και κυρίως την συμμετοχή του στον αγώνα του Έθνους κατά του συμμοριτισμού, όπου πολέμησε ηρωικά και για τον λόγο αυτό τιμήθηκε.

Προσβλέπει λοιπόν, στην ψήφο των πολιτών για να εργαστεί με τον ίδιο ζήλο και στον κοινωνικό τομέα.



Ο κ. Πολυχρονόπουλος υποψήφιος του συνδυασμού του κ. Βέτσου, μέσω της εφημερίδας Σημερινή, ζητάει την υποστήριξη των πολιτών δίνοντας έμφαση στην εργατικότητα και την δημιουργικότητα του που τον οδήγησε στην ίδρυση και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης που συνέβαλε αρκετά στην οικονομική ζωή της Πάτρας. Επίσης προβάλλει την ανυστερόβουλη φροντίδα του για το καλό των άλλων και την φιλοδοξία του να εργαστεί για την πόλη

Εφημ. Σημερινή, Εικόνα
(20)

∅ Δεν πρέπει να παραλείψουμε ότι οι εφημερίδες της εποχής δημοσίευαν τις **προεκλογικές κινήσεις των υποψηφίων Δημάρχων**, όπως τις περιοδείες τους σε διάφορες περιοχές και συνοικίες της πόλης και τις αντιδράσεις των πολιτών, π.χ «υποδέχθηκαν με ενθουσιασμό και θερμότερες εκδηλώσεις τον υποψήφιο κ. Βέτσο», «Κοσμοσυρροή στην συγκέντρωση του κ. Ζαφειρόπουλου»

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ

Βλέποντας τις φωτογραφίες των υποψηφίων, μπορούμε να σχολιάσουμε ηθολογικά στοιχεία της εποχής όπως ο τρόπος ενδυμασίας τους (απαραιτήτως γραβάτα ή και μαντήλι στο πέτο καθώς και προαιρετικά καπέλο) και η εμφάνισή τους (π.χ μουστάκι).

Άξιος σχολιασμού είναι επίσης και ο τρόπος φωτογράφησής τους, δηλ. ποζάρουν κοιτάζοντας απευθείας το φωτογραφικό φακό, όπως προφανώς θέλουν να αντιμετωπίζουν τους ψηφοφόρους τους, ή ελαφρώς στο πλάι (δεξιά ή αριστερά) με απλανές βλέμμα.

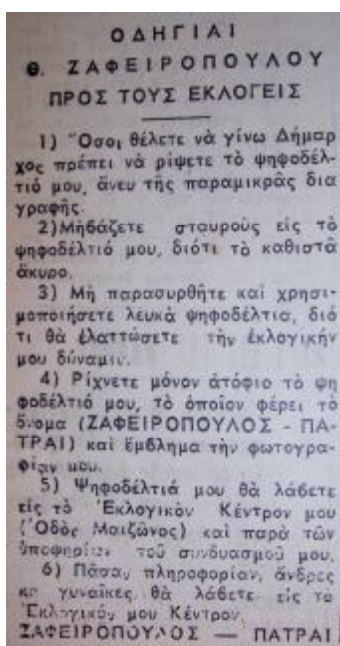
Ø Μετά την εκλογή του Δημάρχου κάποιοι από τους εκλεγέντες δημοσίευαν τα ευχαριστήριά τους προς όσους τους τίμησαν με την ψήφο τους, *ως μία μορφή προεκλογικής διαφήμισης για τις επόμενες εκλογές, που ξεκινά με την λήξη των προηγούμενων.*



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (32)

Όπως π.χ ο κ. Λάγαρης, δημοσιογράφος, ο οποίος εκλέχτηκε αναπληρωματικός Δημοτικός Σύμβουλος με το συνδυασμό του κ. Βέτσου.

Αξίζει να αναφέρουμε δε, κάποιες οδηγίες προς τους εκλογείς,



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (33)

προερχόμενες από τους υποψηφίους, στις οποίες ενημερώνουν τους ψηφοφόρους για τις ακριβείς ενέργειες που πρέπει να ακολουθήσουν προκειμένου να μην χαθεί ή καταστεί άκυρη καμία ψήφος για τους ίδιους, καθώς επίσης και για τον τρόπο που θα προμηθευτούν τα ψηφοδέλτιά τους.



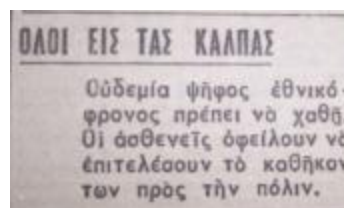
Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα(34)

Ø Πριν τις εκλογές η παράταξη των Εθνικοφρόνων προέτρεπε μέσω πολιτικών μηνυμάτων που δημοσίευσε στην εφημερίδα Νεολόγος, τους εθνικόφρονες ψηφοφόρους του Δήμου Πατρέων να υποστηρίξουν τον συνδυασμό του κ. Ζαφειρόπουλου και να καταψηφίσουν κάθε συνδυασμό που υποστηρίζεται από τους κομμουνιστές, για το καλό του Έθνους.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (35)

Επίσης προσκαλούνται όλοι οι πολίτες να προσέλθουν στις κάλπες για να ψηφίσουν έτσι ώστε να μην χαθεί καμία εθνικόφρονος ψήφος



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (36)

1.2 ΟΝΟΜΑΤΑ – ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ

Ο συνδυασμός του κ. Βέτσου φέρει ως όνομα την φράση «**ΒΕΤΣΟΣ- ΔΡΑΣΙΣ**» και ως χαρακτηριστικό έμβλημα την κεφαλή του Πατρέως.

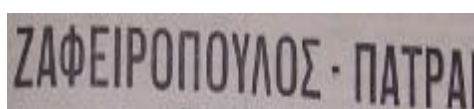


Το όνομα πληροί τις προϋποθέσεις που πρέπει να έχει το όνομα ενός συνδυασμού ώστε να αποτυπωθεί εύκολα στον κόσμο και να περάσει το κατάλληλο μήνυμα στους πολίτες της Πάτρας.

Δεν είναι δύσκολο ή δυσνόητο, λέγεται εύκολα και ρυθμικά από τις μάζες αποκτώντας τον δυναμισμό που χρειάζεται και περιέχει τον βασικό χαρακτήρα των όσων πρεσβεύει ο επικεφαλής του συνδυασμού κ. Βέτσος, δηλ. την δραστηριοποίησή του για το καλό της πόλης.

Όσον αφορά το έμβλημα που έχει επιλέξει, πρόκειται για μία αρχαία παράσταση, τον Πατρέα, ο οποίος υπήρξε ο ιδρυτής της πόλης των Πατρών. Συνειρμικά λοιπόν, όπως ο Πατρέας δημιούργησε την Πάτρα έτσι και ο Βέτσος πρόκειται να αναπλάσσει και να αναδείξει την πόλη των Πατρών.

Ο συνδυασμός του κ. Ζαφειρόπουλου φέρει ως όνομα την φράση «**ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ –ΠΑΤΡΑΙ**», ένα όνομα εξίσου εύκολο που δεν θυμίζει κάποιο άλλο και δεν δημιουργεί παραπλανητικούς συνειρμούς. Ως σήμα είχε επιλέξει το πρόσωπό του, γεγονός που αποδεικνύει την προσωποποίηση του συνδυασμού του.



Ο κ. Ρούφος δεν έχει επιλέξει κάποιο ιδιαίτερο όνομα για τον συνδυασμό του. Σχετικά με το έμβλημα, έχει επιλέξει το πρόσωπό του κάτι που δείχνει και για αυτόν πόσο προσωποποιημένος είναι ο συνδυασμός του.

Στις εκλογές του 1951 εφαρμόστηκε το σύστημα της έμμεσης εκλογής. Σύμφωνα με αυτό λοιπόν οι τακτικοί και αναπληρωματικοί σύμβουλοι που εκλέχθηκαν από το λαό συνήλθαν στις 16 Μαΐου για την ανάδειξη του Δημάρχου. Πρέπει δε να αναφέρουμε ότι αυτές ήταν οι πρώτες δημοτικές εκλογές στις οποίες ψήφισαν και οι γυναίκες.

Υπήρχαν ξεχωριστά εκλογικά κέντρα ανδρών και γυναικών, η προσέλευση και των δύο όμως υπήρξε αθρόα, με τις Αρχές να επιβάλλουν την τάξη.



Χαρακτηριστική φωτογραφία από ένα τμήμα γυναικών.



Οι ψηφοφόροι άσπείνουν την σειράν των.

Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (37), (38)



Θεόδωρος Ζαφειρόπουλος



Νικόλαος Γιαννακόπουλος

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΘΕΟΔ. ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ
ΛΑΟΣ - ΕΡΓΑ
 ΥΠΟΥΦΗΦΙΟΣ ΔΗΜΑΡΧΟΣ
ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ
 ΥΠΟΥΦΗΦΙΟΙ ΔΗΜΟΤΙΚΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ

- 1) Αγγελόπουλος Γεώργιος δικηγόρος
- 2) Αθανασίου Εύγγ., κτηματίας (Δημ. Σίμβουλος)
- 3) Αναγνωστόπουλος Κωνστ., Πρόεδρος Ιατρικού Συλλόγου Πατρών
- 4) Αντώνης Λάμπρος, τ. Πρόεδρος Έθνομαιητικού Κέντρου Πατρών
- 5) Αντωνιάδης Άρσενιος, Ιατρός
- 6) Βασιλόπουλος Γεώργιος, φαρμακοποιός
- 7) Γιαννακόπουλος Γεώργιος, δικηγόρος
- 8) Γκόσης Ίωάννης, ιδιοκτήτης αυτοκινήτων
- 9) Δελής Χρυσός, κτηματίας
- 10) Θεοδοσιάδης Γεώργιος, έμπορος
- 11) Κακουλιάνης Θεόδ., απόστρατος αξιωματικός (πρόσφυγ.)
- 12) Καλιόπης Κων/νος, Πρόεδρος Συλλόγου Οικειομένων και ολιγοπαρονομιών
- 13) Καραγιάννης Χαράλαμπος, Πρόεδρος Οδοντιατρικού Συλλόγου
- 14) Καραζίδης Δημοσθένης, τ. τμηματάρχης Έθνικής Τραπέζης
- 15) Κοντογιάννης Ίωάννης, φαρμακοποιός
- 16) Κουτρούλης Κωνσταντίνος, απόστρατος αξιωματικός
- 17) Λαλιόπουλος Εύγγελος, Ιατρός
- 18) Μακρογιάννης Παναγιώτης, Πολιτικός μηχανικός
- 19) Μανιάτης Ανδρέας, βιομηχανικός
- 20) Μανιετόπουλος Αεωίδης, έμπορος
- 21) Μεταράγκας Στυριώδης, Πρόεδρος Ομοσπονδίας Επαγγελματιών
- 22) Μικρούτσικου Άριστ., Ήλεκτρο (τό γένος Παπασιμ κροπούλου)
- 23) Μιχαλόπουλος Θέμος, δικηγόρος
- 24) Μπιτσάκος Ευστάθιος, δικηγόρος
- 25) Νεζερίτης Νικόλαος, Δικαστικός Γενικών Συνταξιαρχών
- 26) Παπαδημητρίου Γεώργιος, δοντιάρχης
- 27) Παπαδόπουλος Ευστάθιος, δικηγόρος
- 28) Παπαδόπουλος Ανδρέας, έμπορος
- 28) Παπαδοπούλου Γεώργιος, δικηγόρος
- 30) Πετρίδης Νικόλαος, δικηγόρος
- 31) Ρηγόπουλος Παναγιώτης, Ιατρός
- 32) Σειτανίδης Γρηγόριος συνταξιούχος αρτοποιός (πρόσφυγ.)
- 33) Σιδέρης Μιχαήλ, Ιατρός
- 34) Σκληροβάντης Νικόλαος, Πρόεδρος Γαλακτοκτηνοτροφικού Συνταξιαρχείου
- 35) Σολδάτος Ρήγας, στρατηγός έ. α.
- 36) Φέγγας Γεώργιος, επαγγελματίας
- 37) Φουμάκης Κωνσταντίνος, έμπορος

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΝΙΚΟΥ Γ. ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ
ΝΟΙΚΟΚΥΡΩΣΗ - ΑΝΑΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ
 ΥΠΟΥΦΗΦΙΟΣ ΔΗΜΑΡΧΟΣ
ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΟΥ
 ΥΠΟΥΦΗΦΙΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ

- 1) ΑΡΧΟΝΤΗΣ ΝΙΚΙΑΣ τού Ίωάννου, Ιατρός.
- 2) ΒΕΔΡΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ τού Νικόλαου, έγγυθος.
- 3) ΓΑΛΑΝΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού Νικόλαου, έγγυθος.
- 4) ΓΙΑΒΑΝΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ τού Δημητρίου, ίδιου υπάλληλος.
- 5) ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ ΞΕΝΟΦΩΝ τού Γεωργίου, δερματολόγος.
- 6) ΔΕΛΗΣ ή ΚΤΕΛΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ τού Άδων, Μεταλλουργός.
- 7) ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ τού Παναγιώτου, δικηγόρος.
- 8) ΣΑΧΑΡΑΤΟΣ ΘΑΣΕΜΑΧΟΣ τού Διον., ίδιου υπάλληλος.
- 9) ΘΕΟΔΩΡΙΔΟΥ ΕΛΛΗ σύζυγος Θεοδώρου, τό γένος Παπαγιάν, Οδοντίατρος.
- 10) ΘΕΟΦΙΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ τού Ανδρέου, δικηγόρος.
- 11) ΙΓΓΛΕΣΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού Εύαγγελου, έμπορος.
- 12) ΚΑΤΣΙΝΗΣ ΣΩΚΡΑΤΗΣ τού Τραυμά, Ιατρός.
- 13) ΚΕΚΑΤΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ τού Παναγιώτου, Μεταλλουργός.
- 14) ΚΕΠΕΝΕΚΙΔΗΣ ΕΥΣΤΑΘΙΟΣ τού Λεωνίδα, έμπορος.
- 15) ΚΙΤΣΙΑΡΑΙ ΣΠΥΡΙΔΩΝ τού Άθανασίου, Ιατρός.
- 16) ΚΟΛΛΙΑΙΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ τού Τραυμά, Κτηνίατρος.
- 17) ΚΟΥΤΡΑΙ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ τού Δημητρίου, συνταξιούχος Επαγγελματίας.
- 18) ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ τού Περιλάου, Βιομήχανος.
- 19) ΛΙΒΙΕΡΑΤΟΣ ΠΑΝΑΓΗΣ τού Σπύρου, Πολιτικός Μηχανικός.
- 20) ΜΑΛΛΙΑΡΗΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ τού Παναγιώτου, δικηγόρος.
- 21) ΜΕΒΕΝΙΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού Ανδρέου, Βιομήχανος.
- 22) ΜΗΝΤΙΛΟΓΑΙΤΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού Άγγ., Μεταλλουργός.
- 23) ΜΠΑΚΑΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού Γεωργίου, έμπορος.
- 24) ΞΕΝΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ τού Κωνσταντίνου, Χρυσόχοος.
- 25) ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ τού Ηρακλέους, δικηγόρος.
- 26) ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΣΠΥΡΟΣ τού Άγγελου, Ασφαλιστής.
- 27) ΠΑΠΑΚΥΡΙΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού Δημητρίου, Έμπορος.
- 28) ΠΙΛΑΛΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ τού Σπυριδωνού, δικηγόρος.
- 29) ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΣ ΛΕΩΝΙΔΑΣ τού Άγγέλου, Γενικός Έμπορος.
- 30) ΣΑΓΡΗΣ ΠΕΛΙΑΣ τού Κωνσταντίνου, Έμπορος Έπιπέδων.
- 31) ΣΤΑΒΕΡΗΣ ΛΟΥΚΑΙ τού Κωνσταντίνου, Συνταξιούχος Τραπεζιτικός.
- 32) ΣΤΑΘΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΜΙΧΑΗΛ τού Άθανασίου, Ιατρός.
- 33) ΣΤΡΙΑΦΟΜΠΟΛΛΑΙ ΕΠΑΜΕΙΝΩΝΔΑΣ τού Βασίλειου, Βιομήχανος.
- 34) ΤΟΥΛΙΑΤΟΣ ΕΚΤΩΡ τού Νικόλαου, Πρόεδρος Εργολητών.
- 25) ΤΣΑΚΙΡΗΣ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ τού Αναστασίου, Φαρμακοποιός.
- 36) ΤΣΑΟΥΣΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ τού Λεωνίδα, δικηγόρος.
- 37) ΤΣΕΡΩΝΗΣ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ τού Κυριάκου, Ναυτικός Πρόεδρος.

Όπως και στις δημοτικές εκλογές του 1951 έτσι και σε αυτές τις εκλογές οι υποψήφιοι Δήμαρχοι και Δημοτικοί Σύμβουλοι μετά την υποβολή των υποψηφιοτήτων τους και των συνδυασμών στα Πρωτοδικεία και Ειρηνοδικεία, άρχιζαν τον προεκλογικό τους αγώνα και την διαφημιστική καμπάνια.

Ø Η καμπάνια αυτή αρχικά ξεκινούσε με την δημοσίευση στις τοπικές εφημερίδες και την **γνωστοποίηση της υποψηφιοτήτάς** τους στους πολίτες της Πάτρας.

Ø Στη συνέχεια ορισμένοι υποψήφιοι δήμαρχοι όπως οι κκ. Γιαννακόπουλος και Βέτσος, δημοσίευαν στον τύπο τα **εγκαίνια των εκλογικών τους κέντρων** και καλούσαν τον λαό να παρευρεθεί.

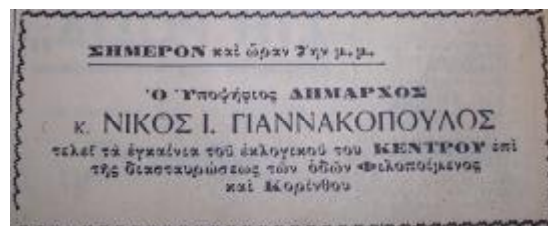


Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (39)

Ο κ. Βέτσος στην εφημερίδα Νεολόγος με το σύνθημα Βέτσος – Δράσις καλεί τους ψηφοφόρους να παρευρεθούν στα εγκαίνια του εκλογικού του κέντρου, που βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της πόλης, όπου θα ομιλήσει σχετικά με το πρόγραμμά του.

Παρατηρούμε ότι στις δημοτικές αυτές εκλογές το εκλογικό κέντρο του κ. Βέτσου βρίσκεται σε διαφορετική τοποθεσία από αυτή των εκλογών του 1951.

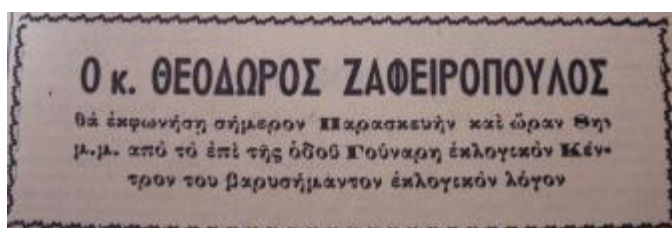
Ο κ. Γιαννακόπουλος επίσης δημοσιεύει στην εφημερίδα Νεολόγος τα εγκαίνια του εκλογικού του κέντρου σε κεντρικό σημείο της πόλεως των Πατρών.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (40)

Ø Εκτός από τα εκλογικά κέντρα, οι υποψήφιοι δήμαρχοι ανακοίνωναν στους πατριούς μέσω των εφημερίδων, το μέρος όπου θα εκφωνούσαν τους **προγραμματικούς τους λόγους**.

Ενδεικτικά:



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (41)

Στην εφημερίδα Πελοπόννησος ο κ. Ζαφειρόπουλος καλεί τους ψηφοφόρους του στον «βαρυσήμαντο εκλογικό

λόγο» που θα εκφωνήσει στο εκλογικό του κέντρο που αυτή την φορά βρίσκεται στην οδό Γούναρη.

Όμοια και ο κ. Γιαννακόπουλος δημοσιεύει στην εφημερίδα Νεολόγος την ακριβής ημερομηνία και τοποθεσία που θα εκφέρει τον προγραμματικό του λόγο.



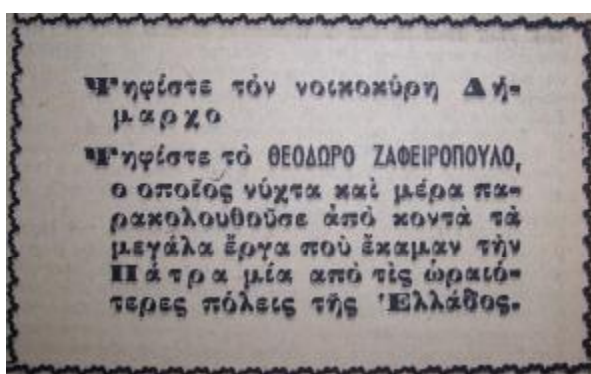
Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (42)

Πρέπει δε να επισημάνουμε ότι και οι δύο υποψήφιοι δήμαρχοι (κ. Ζαφειρόπουλος και κ. Γιαννακόπουλος) επέλεξαν ως σημείο για τον προγραμματικό τους λόγο, έναν από τους μεγαλύτερους και κεντρικότερους δρόμους της Πάτρας, την οδό Γούναρη, εφόσον και η αίθουσα κινηματογράφου Πάνθεον βρίσκεται στην ίδια οδό.

Ο Οι υποψήφιοι Δήμαρχοι επίσης δημοσίευαν στις εφημερίδες διάφορα **μηνύματα και συνθήματα** με σκοπό να προτρέψουν τους πολίτες της Πάτρας να τους ψηφίσουν.

Έτσι λοιπόν χρησιμοποιώντας διάφορες μορφές πειθούς και κυρίως την επίκληση στο συναίσθημα και την λογική προσπαθούσαν να κερδίσουν την ψήφο τους.

Συγκεκριμένα:



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (43)

Ο κ. Ζαφειρόπουλος διαφημιζόμενος στην εφημερίδα Νεολόγος ζητά την ψήφο των πολιτών τονίζοντας την νοικοκυροσύνη και την εργατικότητα του, χαρακτηρίζοντας τον εαυτό του

ως «Νοικοκύρη και Έργατη Δήμαρχο». Συμπεραίνουμε ότι ίσως να θέλεια να απευθυνθεί κυρίως στο γυναικείο φύλο γι' αυτό και χρησιμοποιεί τη λέξη «νοικοκύρη»

Επιπρόσθετα επισημαίνει ότι φρόντιζε και παρακολουθούσε καθημερινά και από κοντά τα έργα τα οποία μετέτρεψαν την Πάτρα σε μία από τις ωραιότερες πόλεις της Ελλάδας.

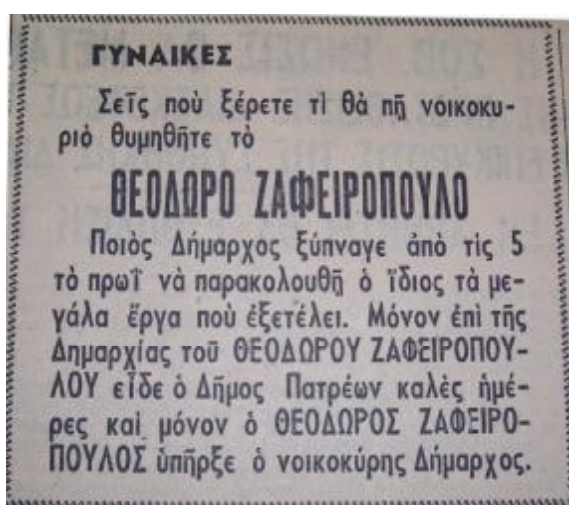


Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (44)



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (45)

Σε μία άλλη δημοσίευση της εφημερίδας Νεολόγος αναφέρεται ότι η Πάτρα οφείλει στον κ. Ζαφειρόπουλο την αναδιαμόρφωση και την οικονομική της ανάπτυξη. Τονίζεται δε ακόμη και από τους αντιπάλους του, ότι δεν αρκείται μόνο στην θεωρία αλλά τηρεί και εκπληρώνει τις υποσχέσεις του. Επομένως είναι η μοναδική εγγύηση για το όφελος της Πάτρας.

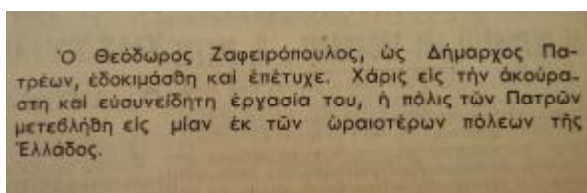


Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (46)

Χαρακτηριστικό της διαφήμισης που ακολουθεί ο κ Ζαφειρόπουλος είναι, ότι και σε αυτές τις εκλογές όπως στις δημοτικές εκλογές του 1951, διαχωρίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται με βάση το φύλο.

Έτσι με αυτό το μήνυμα στην εφημερίδα Πελοπόννησος, απευθύνεται στις γυναίκες και

αποκαλούμενος το γυναικείο χαρακτηριστικό της νοικοκυροσύνης, τις προτρέπει να τον ψηφίσουν. Χρησιμοποιώντας επίσης μία παραστατική ρητορική ερώτηση προσπαθεί να αποδείξει στις ψηφοφόρους ότι μόνο αυτός ενδιαφερόταν για το καλό του Δήμου και για την σωστή υλοποίηση των μεγάλων έργων που θα έκαναν την Πάτρα μία από τις καλύτερες πόλεις. Προσπαθούσε δηλαδή να αγγίξει το γυναικείο συναίσθημα τονίζοντας την εργατικότητα και επιμέλειά του.



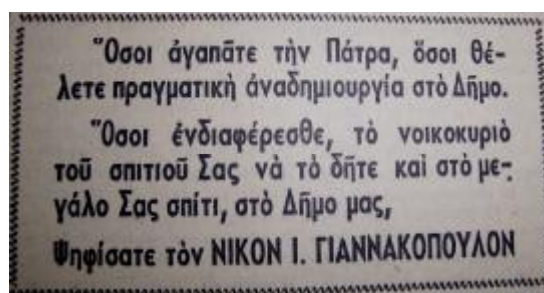
Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (47)

Τέλος ο κ. Ζαφειρόπουλος σε μία αναγγελία του στην εφημερίδα Σημερινή, επισημαίνει για άλλη μία φορά την όρεξή του για ακούραστη και

ευσυνείδητη εργασία προς το συμφέρον και καλό πόλης των Πατρών, εφόσον όπως αναφέρεται στο παρελθόν είχε επιτυχημένη πορεία ως Δήμαρχος.

Παρόμοια και ο κ. Γιαννακόπουλος για να κερδίσει την εμπιστοσύνη των πατρινών και επομένως και την ψήφο τους χρησιμοποιεί την επίκληση στο συναίσθημα.

Αφού σύμφωνα με το δημοσίευμα της εφημερίδας Νεολόγος όσοι πατρινοί αγαπάνε την Πάτρα, θέλουν την πραγματική αναδημιουργία της και



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (48)

ενδιαφέρονται να δουν το νοικοκυριό του σπιτιού τους και στο μεγάλο σπίτι τους τον Δήμο, θα πρέπει να ψηφίσουν τον κ. Γιαννακόπουλο.

Παρατηρούμε ότι ο κ. Γιαννακόπουλος στην προσπάθειά του να γίνει αγαπητός από τους πολίτες της Πάτρας έτσι ώστε να κερδίσει την ψήφο τους, χρησιμοποιεί λέξεις και εκφράσεις παρόμοιες με αυτές που

χρησιμοποίησαν οι υποψήφιοι Δήμαρχοι, ο κ. Ρούφος και ο κ. Ζαφειρόπουλος.

Εφόσον ο κ. Ρούφος στις προηγούμενες δημοτικές εκλογές του 1951 είχε χρησιμοποιήσει το σύνθημα: « Όποιος αγαπάει την Πάτρα ψηφίζει Ρούφο».

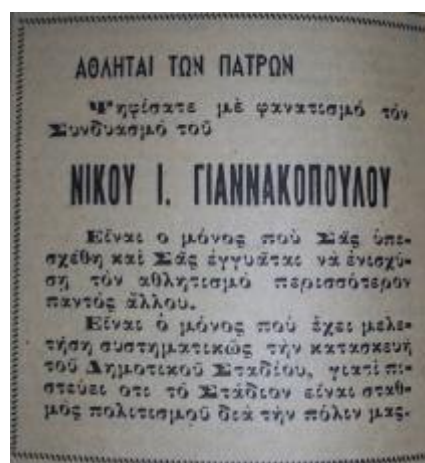
Επίσης ο κ. Ζαφειρόπουλος σε προηγούμενες εκλογές αλλά και σε αυτές προσπαθεί να δώσει την εικόνα του νοικοκύρη Δήμαρχου αναφέροντας λέξεις όπως νοικοκυριό, νοικοκυροσύνη.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (49)

Σε μια άλλη δημοσίευση στην εφημερίδα Νεολόγος ο κ. Γιαννακόπουλος επικαλούμενος την συνείδηση των πατρινών αναφέρει ότι « Αυτός και μόνον αυτός» είναι ο καλύτερος υποψήφιος Δήμαρχος αφού είναι η εγγύηση για μία νέα Πάτρα άξια της ιστορίας της και για μία νέα πνοή στη Διοίκηση του Δήμου.

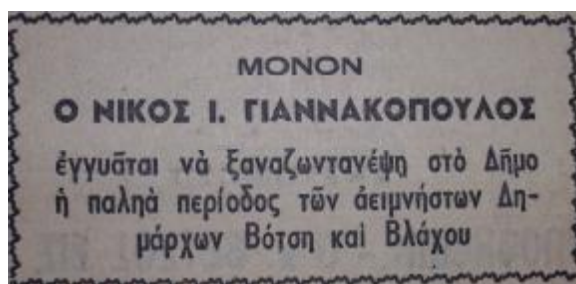
Προτρέπει λοιπόν τους ψηφοφόρους να τον ψηφίσουν με Φανατισμό. Στην ίδια εφημερίδα δημοσιεύει ένα μήνυμα το οποίο απευθύνεται στους αθλητές της Πάτρας λέγοντάς τους ότι θα πρέπει να τον ψηφίσουν με φανατισμό αφού αυτός είναι ο μόνος που ενδιαφέρεται για τον αθλητισμό και την ενίσχυσή του. Επιπλέον αναφέρει ότι είναι ο μόνος που έχει ασχοληθεί με την συστηματική μελέτη για



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (50)

την κατασκευή του Δημοτικού Σταδίου, το οποίο αποτελεί σταθμό πολιτισμού για την Πάτρα.

Χαρακτηριστικό αυτής της δημοσίευσης είναι το γεγονός ότι χρησιμοποιεί ως place (όρος του μίγματος μάρκετινγκ) δηλ. ως κοινό στο οποίο απευθύνεται μία συγκεκριμένη ομάδα ψηφοφόρων, τους αθλητές, οι οποίοι έχουν τις ίδιες απόψεις και προσδοκίες σχετικά με τα έργα που επιθυμούν να πράξει ο Δήμαρχος που θα ψηφίσουν.

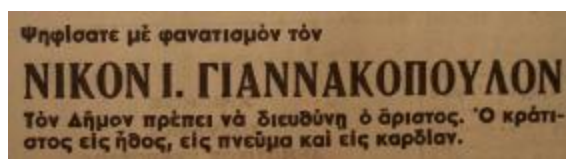


Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (51)

Ο κ. Γιαννακόπουλος στην εφημερίδα Πελοπόννησος, βασιζόμενος σε κάποια παλαιότερα ιστορικά γεγονότα, υπενθυμίζει στους ψηφοφόρους την δημαρχία των Βότση και

Βλάχου, οι οποίοι συνέβαλαν σημαντικά στην ανάπτυξη της Πόλης των Πατρών, και αναφέρει ότι εάν ψηφιστεί θα ακολουθήσει παρόμοια πολιτική και στρατηγική έτσι ώστε να ξαναζωντανέψει εκείνη η αείμνηστη παλιά περίοδος.

Στην εφημερίδα Πελοπόννησος επίσης δημοσιεύεται το εξής μήνυμα:



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (52)



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (53)

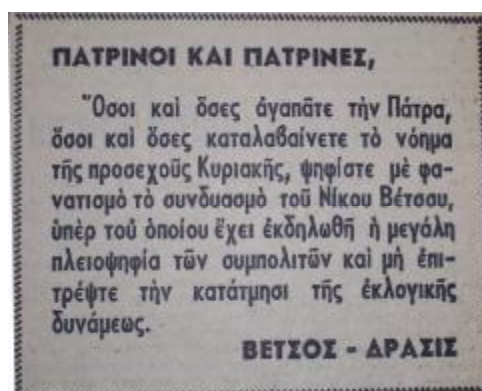
Σύμφωνα με το οποίο ο κ. Γιαννακόπουλος χαρακτηρίζεται ως «ο κράτιστος εις ήθος, εις πνεύμα και εις καρδίαν» και ως αυτός που μπορεί να διευθύνει άριστα τον Δήμο. Γι' αυτόν λοιπόν τον λόγο θα

πρέπει οι πατρινοί να τον ψηφίσουν με φανατισμό.

Ο κ. Γιαννακόπουλος επίσης διαφημιζόμενος στην τοπική εφημερίδα Σημερινή καλεί τους δημότες των Πατρών να τον ψηφίσουν επειδή είναι ο πιο κατάλληλος για την διοίκηση του Δήμου και ο πιο ωφέλιμος για το κοινό.

Τέλος, ο υποψήφιος Δήμαρχος κ. Βέτσος δημοσιεύει και αυτός στις τοπικές εφημερίδες διάφορα μηνύματα με σκοπό να προσελκύσει τον λαό της Πάτρας προς το μέρος του για να τον τιμήσει με την ψήφο του.

Στην συγκεκριμένη δημοσίευση στην εφημερίδα Πελοπόννησος ο κ. Βέτσος υπογράφοντας με το σύνθημα του «Βέτσος – Δράσις», καλεί όσους πατρινούς αγαπούν την Πάτρα, και όσους καταλαβαίνουν το νόημα της



προσεχούς

Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (54)



Εφημ. Νεολόγος,

Εικόνα (55)

ψηφοφορίας να τον ψηφίσουν με φανατισμό. Δηλώνει επίσης ότι η μεγάλη πλειοψηφία των Πατρινών έχει εκδηλωθεί υπέρ αυτού και αποτρέπει τους συμπολίτες του να διαμερίσουν την εκλογική δύναμη.

Χαρακτηριστικό αυτού του μηνύματος είναι ότι ο κ. Βέτσος απευθύνεται στην ίδια ομάδα ανθρώπων με αυτή του κ. Γιαννακόπουλου. Εφόσον και οι δύο καλούν όσους αγαπούν την Πάτρα να τους ψηφίσουν. Χρησιμοποιούν δηλαδή και οι δύο την επίκληση του συναισθήματος και την ευαισθησία που έχουν οι Πατρινοί για την πόλη τους.

Θα πρέπει όμως να σημειωθεί ότι ο κ. Βέτσος γράφοντας την λέξη «όσες» προσμετράει και υπολογίζει την ψήφο των γυναικών δίνοντας ιδιαίτερη σημασία στην άποψή τους.

Αξιοσημείωτη είναι επίσης και η δημοσίευση του κ. Βέτσου στην εφημερίδα Νεολόγος, στην οποία φαίνεται ότι η ίδια η πόλη των Πατρών προτείνει ως Δήμαρχο τον κ. Βέτσο, προτρέποντας τους κατοίκους της να ψηφίσουν τον συνδυασμό της νίκης με το όνομα «Βέτσος-Δράσις», εφόσον αυτός θα φροντίσει για την πρόοδο της και το καλό όλων των πολιτών της.

Όπως στις δημοτικές εκλογές του 1951 έτσι και σε αυτές τις εκλογές εκτός από τους υποψηφίους Δημάρχους, διαφημιστική προβολή ακολουθούσαν και οι υποψήφιοι Δημοτικοί Σύμβουλοι, που αφορούσε κυρίως την διαφήμισή τους στον τύπο.

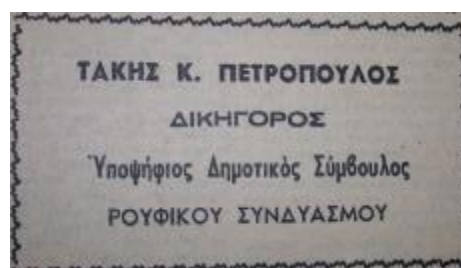
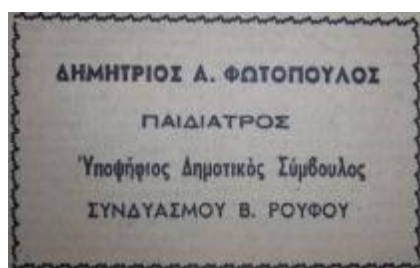
Η διαφήμιση μέσω των τοπικών εφημερίδων των υποψηφίων Δημοτικών Συμβούλων ποικίλε από υποψήφιο σε υποψήφιο, δηλαδή υπήρχαν διάφορες μορφές διαφήμισης που μπορούσαν να διαλέξουν οι ενδιαφερόμενοι.

Συγκεκριμένα:

- Ø Οι υποψήφιοι Δημοτικοί Σύμβουλοι δημοσίευαν την υποψηφιότητά τους στον τύπο αναφέροντας το επάγγελμά τους και προσθέτοντας ίσως κάποια γεγονότα του παρελθόντος που τους χαρακτήρισαν ή βιογραφικά τους στοιχεία ή και ακόμα δημοσιεύοντας την φωτογραφία τους ώστε να τους γνωρίσουν καλύτερα οι μελλοντικοί τους ψηφοφόροι.

Ενδεικτικά ο τρόπος διαφήμισης που διάλεξαν κάποιοι υποψήφιοι των πέντε υποψηφίων συνδυασμών είναι ο εξής:

Συνδυασμός κ. Ρούφου



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνες (56),(57)

Οι υποψήφιοι Δημοτικοί Σύμβουλοι κ. Φωτόπουλος και κ. Πετρόπουλος του ρουφικού συνδυασμού δημοσιεύουν στην εφημερίδα **Νεολόγος** την υποψηφιότητα, αναγράφοντας μόνο το επάγγελμά τους.

Εκτός από την εφημερίδα **Νεολόγος** υποψηφιότητες Δημοτικών Συμβούλων δημοσιεύονται με τον ίδιο τρόπο και στις εφημερίδες **Σημερινή** και **Πελοπόννησος**.

Ενδεικτικά στην εφημερίδα **Πελοπόννησος** αναφέρεται η υποψηφιότητα και το επάγγελμα του κ. Σουράνη ως χημικός.



*Εφημ. Πελοπόννησος
Εικόνα(58)*

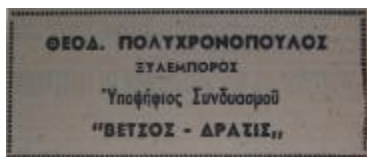


Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (59)

Ενώ η υποψηφιότητα του κ. Κορφιάτη ως επαγγελματία αυτοκινητιστή και γραμματέα του τμήματος ομοσπονδίας επαγγελματιών και βιοτεχνών Πατρών ανακοινώθηκε μέσω της εφημερίδας **Σημερινής**.

Ομοίως ανακοινώνονται οι υποψηφιότητες των υπολοίπων συνδυασμών.

Συνδυασμός Ν. Βέτσου



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (60)

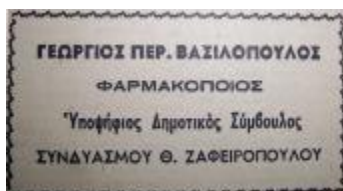


Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα(61)



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (62)

Συνδυασμός Θ. Ζαφειρόπουλου



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα(63)



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (64)



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (65)

Συνδυασμοί Ν. Γιαννακόπουλου - Γ. Παπαγιαβή



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (66)



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (67)



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (68)

Ο Από την άλλη πλευρά ορισμένοι υποψήφιοι των συνδυασμών αυτών, εκτός από το επάγγελμα δημοσίευαν και την φωτογραφία τους, με σκοπό να γίνουν περισσότερο αναγνωρίσιμοι στο κοινό.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (69)

Ένα μέρος λοιπόν από τις υποψηφιότητες που ανακοινώνονται στην εφημερίδα Νεολόγος είναι αυτές των κκ. Μεντζελόπουλου και Σταθόπουλου.

Αξίζει να παρατηρηθεί ότι ο κ. Μεντζελόπουλος σε αντίθεση με τους περισσότερους υποψηφίους φωτογραφίζεται

χαμογελαστός ντυμένος επίσημα με κοστούμι και γραβάτα προσπαθώντας ίσως να δείξει την αισιοδοξία του, την καλοσύνη και την σιγουριά για το αποτέλεσμα των εκλογών καθώς επίσης και το ότι είναι προσιτός στους ψηφοφόρους του.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (70)

Ο κ. Σταθόπουλος αναδεικνύει την προσωπικότητά του επιλέγοντας να φωτογραφηθεί σε μορφή πορτρέτου και φορώντας μαντήλι στο πέτο προσπαθεί να δείξει επισημότητα και σοβαρότητα.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (71)

Αντίστοιχα η εφημερίδα Πελοπόννησος δημοσιεύει την υποψηφιότητα του κ. Λέμη μαζί με την φωτογραφία του.

Ο οποίος είναι ντυμένος επίσημα υιοθετώντας το στυλ της εποχής, με κοστούμι, γραβάτα και μαντήλι στο πέτο. Επίσης παρατηρούμε ότι αν και το

σώμα του έχει μία κλίση προς τα δεξιά, ο ίδιος κοιτάει το φωτογραφικό φακό και εμμέσως το κοινό από το οποίο ζητάει την ψήφο του.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (72)

Ο κ. Ζαχαρόπουλος υποψήφιος του συνδυασμού με το όνομα

«Βέτσος-Δράσις», μέσω της ανακοίνωσης στην εφημερίδα Πελοπόννησος, καλεί τους πολίτες της Πάτρας να βάλουν σταυρό στο όνομά του. Στην φωτογραφία εμφανίζεται σοβαρός φορώντας και αυτός κοστούμι με διπλό πέτο. Χαρακτηριστικό της φωτογράφησης είναι ότι κοιτάει

απευθείας το φακό, γεγονός που ίσως να δηλώνει την ειλικρίνεια και την υπευθυνότητά του.



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (73)

Στην εφημερίδα Σημερινή μαζί με την φωτογραφία του υποψηφίου κ. Λάγαρη, ανακοινώνεται και ένα μήνυμα, σύμφωνα με το οποίο προτρέπει τους πολίτες που αγαπούν την Πάτρα να ακολουθήσουν αυτόν και τον συνδυασμό του.

Χαρακτηριστικό της φωτογραφίας του αποτελεί η εμφάνισή του με μουστάκι και ότι ποζάρει χωρίς να κοιτάει τον φωτογραφικό φακό.



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (74)

Ο κ. Σ. Θεοδοσίου υποψήφιος του αντισυναγερμικού συνδυασμού του κ. Παπαγιαβή δημοσιεύει την υποψηφιότητά του στην εφημερίδα Σημερινή επισημαίνοντας την ιδιότητά του ως λογιστής. Επίσης

για περισσότερη διασημότητα προσθέτει την φωτογραφία του, όπου εμφανίζεται με αυστηρό ύφος και με μουστάκι. Αξίζει να σημειωθεί ότι είναι ένας ακόμη υποψήφιος με μαντήλι στο πέτο.

Μια άλλη υποψηφιότητα που ανακοινώνεται μέσω της εφημερίδας Νεολόγου είναι του δικηγόρου κ. Β. Πιλαλη, που ανήκει στον συνδυασμό Γιαννακόπουλου. Το ύφος του ανωτέρω στην φωτογραφία είναι αυστηρό και στημένο αποφεύγοντας να κοιτάζει το φωτογραφικό φακό.



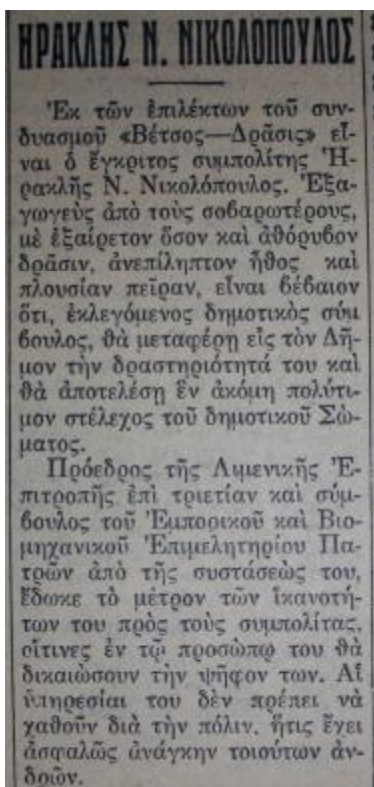
Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (75)



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (76)

Η εφημερίδα Πελοπόννησος αναφέρει την υποψηφιότητα του κ. Ε. Αθανασίου του συνδυασμού με το όνομα « Λαός – Έργα» καθώς επίσης εμφανίζει και την φωτογραφία του.

Διαπιστώνουμε ότι ο κ. Αθανασίου κοιτάει απευθείας τον φακό και σε αντίθεση με τους προηγούμενους υποψηφίους φοράει καπέλο το οποίο ίσως να δηλώνει μία περισσότερο λαϊκή άποψη του χαρακτήρα του.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (77)

Ο κ. Η. Νικολόπουλος επέλεξε να γνωστοποιήσει την υποψηφιότητά του στους πολίτες της Πάτρας και παράλληλα να διαφημιστεί μέσω της τοπικής εφημερίδας Νεολόγος με έναν διαφορετικό τρόπο, δημοσιεύοντας ένα μήνυμα στο οποίο αναφέρει στοιχεία του χαρακτήρος του όπως το «ανεπίληπτον ήθος και η πλούσια πείρα του», βιογραφικά του στοιχεία και διάφορες ενέργειες και υπηρεσίες που διετέλεσε στο παρελθόν, με τις οποίες συνέβαλε στο καλό της πόλης. Προσπαθεί δηλαδή να κερδίσει την ψήφο του κοινού κάνοντας επίκληση στην λογική

και υπενθυμίζοντάς του ευνοικά στοιχεία του παρελθόντος για την πόλη και τους πολίτες της.

Οι υποψήφιοι Δήμαρχοι επίσης ως προεκλογική καμπάνια πραγματοποιούσαν διάφορες προεκλογικές κινήσεις στις οποίες έβγαζαν διάφορους λόγους εκθέτωντας στους ψηφοφόρους το πρόγραμμά τους και γενικά διάφορους στόχους τους. Επομένως οι τοπικές εφημερίδες ανακοίνωναν τους λόγους τους, τις διάφορες αντιδράσεις των ψηφοφόρων από διάφορες ομιλίες τους καθώς και εικόνες από τις διάφορες συγκεντρώσεις.

Ενδεικτικά λοιπόν στην τοπική εφημερίδα Πελοπόννησος δημοσιεύθηκε το παρακάτω μήνυμα που αφορούσε μία συγκέντρωση του κ. Ν. Βέτσου.



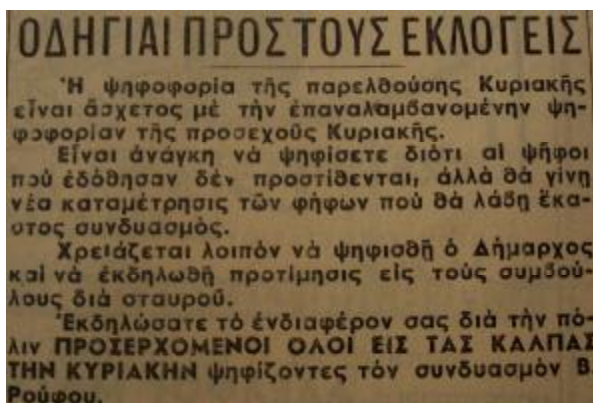
Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (78)

Αντίστοιχα στην εφημερίδα Σημερινή δημοσιεύθηκε μία φωτογραφία από την ομιλία του κ. Γιαννακόπουλου στους Πατρινούς πλαισιομένου από τους εκλεκτούς συνεργάτες του.



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (79)

Όπως έχει προαναφερθεί σε αυτές τις δημοτικές εκλογές (του 1954) πραγματοποιήθηκαν δύο εκλογικές αναμετρήσεις σε δύο συνεχόμενες Κυριακές προκειμένου ο εκλεγών Δήμαρχος να συγκεντρώσει τον απαραίτητο αριθμό ψήφων.

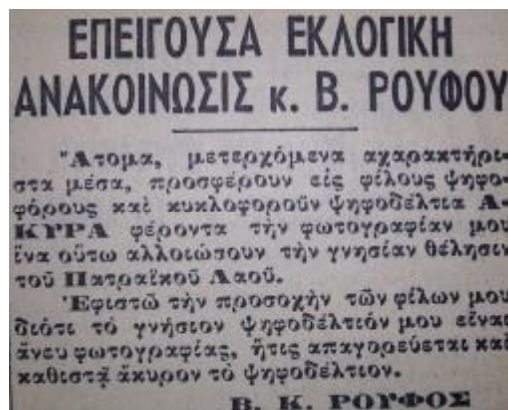


Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (80)

Βλέπουμε λοιπόν ότι στην εφημερίδα Πελοπόννησος ο κ. Ρούφος υποψήφιος Δήμαρχος, δημοσιευει οδηγίες προς τους εκλογείς για να τους ενημερώσει για το πώς θα πρέπει να ψηφίσουν και να τους

προτρέψει να ψηφίσουν τον συνδυασμό του.

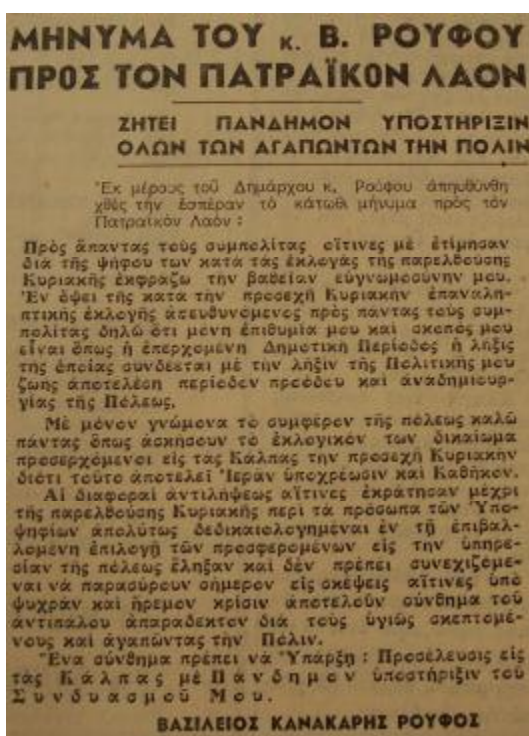
Επίσης ανακοινώνεται από την εφημερίδα Νεολόγος μία επείγουσα εκλογική ανακοίνωση του κ. Ρούφου σύμφωνα με την οποία ο ανωτέρω ενημερώνει και εφιστά την προσοχή στους εκλογείς του σχετικά με μία απάτη που ετοίμασαν κάποιοι αντίπαλοι προς το πρόσωπό του



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (81)

προκειμένου να αλοιώσουν το αποτέλεσμα. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι κάποιοι κυκλοφορούν άκυρα ψηφοδέλτιά του συνδυασμού του Ρούφου με την φωτογραφία του.

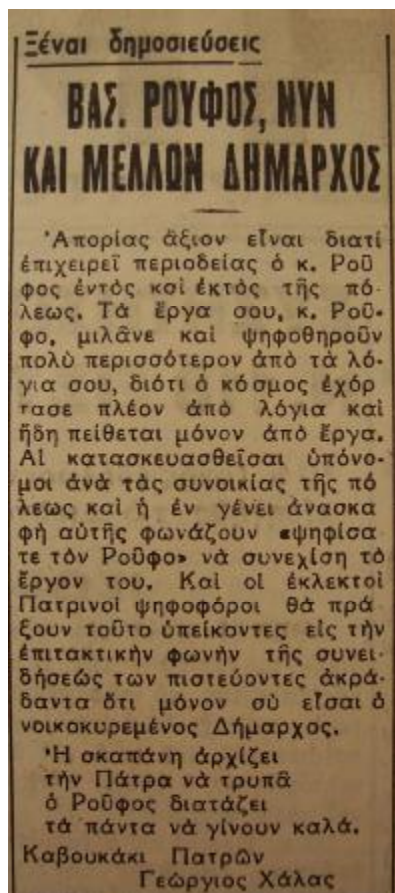
Η ανακοίνωση αυτή ίσως να δηλώνει ότι κάποιοι αντίπαλοι του «φοβούνταν» την νίκη του και την απήχηση που προφανώς είχε στο κοινό και σε αυτές τις εκλογές και με δόλια μέσα προσπαθούσαν να αλλάξουν το τελικό αποτέλεσμα.



Ο κ. Ρούφος επίσης μέσω μιας δημοσίευσης της εφημερίδας Πελοπόννησος απευθύνεται στον πατραϊκό λαό ζητώντας την πάνδημη υποστήριξη από όλους όσους αγαπούν την πόλη. Επίσης ευχαριστεί όσους τον τίμησαν με την ψήφο τους την προηγούμενη Κυριακή και αναφέρει ότι όπως

Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (82)

έπραξε την προηγούμενη περίοδο της θητείας του ως Δήμαρχος Πατρών έτσι και τώρα έχει ως στοχο την πρόοδο και την αναδημιουργία της πόλης.



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (83)

Τέλος χαρακτηριστική διαφήμιση του κ. Β. Ρούφου αποτελεί η δημοσίευση του κ. Γ. Χάλα σύμφωνα με την οποία στην εφημερίδα Σημερινή στην στήλη των ξένων δημοσιεύσεων προτρέπει τους πατριούς ψηφοφόρους να τον τιμήσουν για άλλη μια φορά με την ψήφο τους με έναν ιδιαίτερο τρόπο. Συγκεκριμένα αναρωτιέται για ποιο λόγο ο κ. Ρούφος επιχειρεί περιодίες εφόσον τα έργα που διέπραξε στην προηγούμενη θητεία του μιλάνε και ψηφοθηρούν περισσότερο από τα λόγια του, εφόσον ο κόσμος πλέον πείθεται περισσότερο από έργα παρά από λόγια και υποσχέσεις. Επίσης χρησιμοποιώντας την επίκληση στο συναίσθημα των Πατριών αναφέρει ότι θα

πρέπει να ακούσουν την φωνή την συνείδησή τους και να ψηφίσουν τον μοναδικό νοικοκυρεμένο Δήμαρχο.

Χαρακτηριστικό του δεύτερου γύρου των εκλογών μεταξύ του κ. Γ. Παπαγιαβή και κ. Β. Ρούφου, αποτελεί το γεγονός ότι ο κ. Ρούφος έδωσε περισσότερη σημασία στην διαφήμιση και προβολή του μέσω του τύπου από αυτή του πρώτου γύρου σε σχέση με τον αντίπαλό του. Ο οποίος και αναδείχθηκε τελικά Δήμαρχος Πατρών για μία ακόμη φορά.

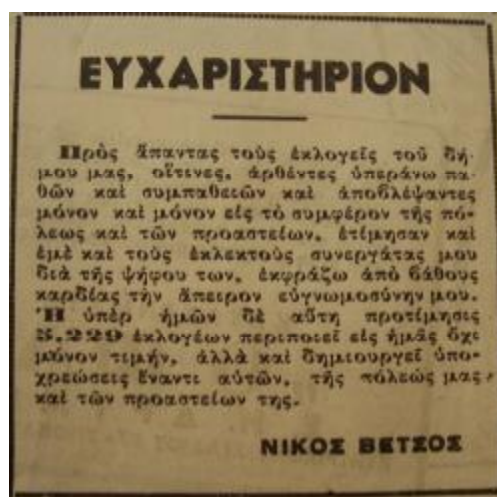
Παρόμοια με τις δημοτικές εκλογές του 1951, ορισμένοι υποψήφιοι Δήμαρχοι και Δημοτικοί Σύμβουλοι με το πέρας της εκλογικής αναμέτρησης, αρχίζουν μία μορφή προεκλογικής διαφήμισης για τις

επόμενες εκλογές, εκφράζοντας τα ευχαριστήριά τους προς τους ψηφοφόρους τους, τους οποίους θέλουν να βλέπουν και μελλοντικούς.

Μερικά λοιπόν ευχαριστήρια που δημοσιεύονται στις εφημερίδες είναι τα εξής:



Εφημ. Σημερινή, Εικόνα (84)



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (85)

Ενδεικτικά παρατίθενται εικόνες από την προσέλευση των πολιτών στα εκλογικά κέντρα για να ψηφίσουν.



Αί γυναίκες προσήλθον και γόης εις τας κάλπας με φανκτιρόν, όστις δέν ανεμένετο

Εφημ Πελοπόννησος, Εικόνα (86)

Αρχών ετοιμάζονται να ασκήσουν το εκλογικό τους δικαίωμα.

Άντρες και γυναίκες “έχουν βάλει τα καλά τους” και υπό την εποπτεία των Αστυνομικών



Οί «ούρτες» δέναν γόης και ουδέν τέ ουκάντεσε κανείς εις τά περισσότερα εκλογικά τμήματα. Άντάρω μιά απε τάς λίγας σχηματιστάς ούρας

Εφημ Πελοπόννησος, Εικόνα (87)

2.2 ΟΝΟΜΑΤΑ – ΣΥΝΘΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ

§ Ο κ. Βέτσος ονομάζει τον συνδυασμό του «**BETΣΟΣ-ΔΡΑΣΙΣ**», μια φράση-σύνθημα γνωστή στους εκλογείς του από την συμμετοχή του στις προηγούμενες δημοτικές εκλογές (1951), με ομότιτλο συνδυασμό.

Σκοπός που υποψηφίου που αποτυπώνει το σύνθημα η δραστηριοποίησή του για την πόλη. Επίσης παρατηρούμε και σύμφωνα με τη θεωρία της πολιτικής διαφήμισης ότι είναι ένα σύνθημα εύστοχο και αποτελεσματικό εφόσον αποτελείται από δύο μόνο λέξεις δηλαδή είναι σύντομο, λέγεται και ακούγεται εύκολα και ρυθμικά στις μάζες, δεν μπερδεύει τον ακροατή, δεν είναι δυσνόητο και δεν παραπέμπει σε κάποιο άλλο αντιπάλου.

§ Ο συνδυασμός του κ. Γιαννακόπουλου φέρει το όνομα «**ΝΟΙΚΟΚΥΡΟΣΥΝΗ-ΑΝΑΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ**». Η λέξη αναδημιουργία είναι μία λέξη που όπως προείπαμε (σύμφωνα με τον κ. Γκόμπλια στο βιβλίο πολιτική διαφήμιση) πρέπει να αποφεύγεται από τα ονόματα και συνθήματα των παρατάξεων αφού είναι μία λέξη φθαρμένη και όχι πρωτότυπη. Ωστόσο με αυτές τις λέξεις συμπυκνώνεται η πρόθεση και επιδίωξή του για ορθή οικονομική διαχείριση του δήμου με νοικοκυροσύνη και τάξη αλλά και η εκ νέου δημιουργία αυτού ή τουλάχιστον η ανάπλασή του υπό νέες βάσεις . Επίσης είχε ως έμβλημα ένα **πηδάλιο**, το οποίο θα τον οδηγούσε σε μια σωστή διακυβέρνηση. Είναι ένα σύμβολο αρκετά έξυπνο αφού συνειρμικά υπονοείται το μέσο με το οποίο ο κ. Γιαννακόπουλος θα έβρισκε το δρόμο χωρίς παρεκκλίσεις για την επιθυμητή διοικητική πορεία του δήμου της Πάτρας.

§ Το όνομα του συνδυασμού του κ. Ζαφειρόπουλου, «**ΛΑΟΣ-ΕΡΓΑ**»,ή επιχειρώντας έναν αναγραμματισμό “έργα για το λαό”, με δήμαρχο τον κ. Ζαφειρόπουλο. Το όνομα και σύνθημα ταυτόχρονα αυτό του συγκεκριμένου υποψήφιου είναι σωστό εφόσον και αυτό ακολουθεί τους κανόνες που θα πρέπει να έχουν τα συνθήματα προκειμένου να φέρουν το επιθυμητό αποτέλεσμα.

§ Οι συνδυασμοί των κ.κ. Παπαγιαβή και Ρούφου δεν φέρουν κάποιο όνομα παρά μόνο δηλώνουν πως πρόκειται για τον συνδυασμό του οποίου επικεφαλής και επομένως υποψήφιος για το δημοτικό αξίωμα είναι ο καθένας τους .

Την ίδια δομή ακολουθούν όλοι οι συνδυασμοί, δηλ. δηλώνεται ο επικεφαλής του συνδυασμού και υποψήφιος δήμαρχος και ακολούθως οι υποψήφιοι δημοτικοί σύμβουλοι .

Πρέπει να επισημάνουμε ότι σε αυτές τις εκλογές υπάρχει αλλαγή στον εκλογικό νόμο, σύμφωνα με τον οποίο ο επικεφαλής του συνδυασμού δεν χρειάζεται σταυρό από τους ψηφοφόρους αλλά αρκεί να ψηφιστούν οι δημοτικοί του σύμβουλοι και το ψηφοδέλτιο φυσικά θα απαριθμηθεί υπέρ του. Επίσης σε κανέναν συνδυασμό-ψηφοδέλτιο δεν υπάρχει το πρόσωπο, η φωτογραφία του υποψηφίου, καθώς κάτι τέτοιο απαγορεύεται . Γι’ αυτό το λόγο και ο κ. Ρούφος παραπονέθηκε κάποια στιγμή δημόσια πως κυκλοφορούν άκυρα ψηφοδέλτια με το πρόσωπό του και επιστούσε την προσοχή στους ψηφοφόρους του.



ΦΑΡΜΑΚΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ



ΦΩΤΗΛΑΣ ΑΣΗΜΑΚΗΣ

**ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ
ΚΩΝΣΤ. ΦΑΡΜΑΚΙΔΗ**



ΥΠΟΨΗΦΙΟΙ ΔΗΜΟΤΙΚΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΔΗΜΟΥ ΠΑΤΡΕΩΝ

- 71 ΦΑΡΜΑΚΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού ΙΩΑΝΝΟΥ, Επαγγελματίας
- 72 ΓΑΛΑΝΟΥΤΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ τού ΔΙΟΝΥΣΙΟΥ, τού Γεωργίου Διο. Φαρμάκων
- 73 ΓΕΡΑΚΑΚΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ τού ΑΔΕΙΣΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 74 ΓΕΩΡΓΙΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ, Επαγγελματίας
- 75 ΓΚΟΥΦΑΛΟΠΟΥΛΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ τού ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ, Επαγγελματίας
- 76 ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ τού ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ, Επαγγελματίας
- 77 ΣΑΜΠΟΥΝΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ τού ΜΙΧΑΗΛ, Επαγγελματίας
- 78 ΣΠΥΡΙΔΟΥΔΗΣ ΜΙΧΑΗΛ τού ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 79 ΣΑΙΜΑΝΗΣ ΑΓΑΠΗΦΩΝ τού ΝΙΚΟΛΑΟΥ, Επαγγελματίας Επιστήμονας
- 80 ΚΑΛΑΜΠΟΥΣΙΔΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού ΙΩΑΝΝΟΥ, Επαγγελματίας
- 81 ΚΑΡΕΛΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 82 ΚΑΤΡΙΒΕΝΗ ΒΑΣ. ΦΩΦ τού ΝΙΚΟΥ ΔΟΥΡΥΔΗ
- 83 ΚΡΑΒΑΔΑΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού ΑΔΕΙΣΙΟΥ, τού ΝΙΚΟΥ Επαγγελματίας
- 84 ΚΟΥΛΑ ΥΨΟΝΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
- 85 ΛΑΜΠΡΙΑΝΙΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ τού ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 86 ΜΑΝΟΥΣΑΚΗ ΕΡΕΤΕ τού ΠΑΥ. ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 87 ΜΕΝΕΤΣΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού ΣΤΕΦΑΝΟΥ, Επαγγελματίας
- 88 ΜΙΧΑΗΛ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ τού ΑΝΤΩΝΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 89 ΜΙΧΑΗΛΙΔΟΥΔΗΣ ΚΑΡΑΛΑΜΟΣ τού ΧΡΗΣΤΟΥ, Επαγγελματίας
- 90 ΜΙΧΑΗΛΙΔΟΥΔΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ τού ΓΕΩΡΓΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 91 ΝΙΚΟΛΑΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ, Επαγγελματίας Ι. & Β.
- 92 ΠΑΛΑΤΕΛΛΟΥΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού ΑΡΙΣΤΕΙΔΟΥ, Επαγγελματίας
- 93 ΠΑΠΑΔΑΚΗΠΟΥΔΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ τού ΓΡΗΓΟΡΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 94 ΠΕΤΡΟΥΤΣΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού ΝΙΚΟΛΑΟΥ, Επαγγελματίας
- 95 ΡΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ, Επαγγελματίας
- 96 ΡΕΤΡΟΣ ΒΑΣΙΛΙΟΣ τού ΓΡΗΓΟΡΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 97 ΡΑΦΤΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ τού ΝΙΚΟΛΑΟΥ, Επαγγελματίας
- 98 ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού ΓΕΩΡΓΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 99 ΡΙΣΙΩΤΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 100 ΣΑΒΒΑΔΟΥΔΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού ΣΑΒΒΑ, Επαγγελματίας Ι. & Β.
- 101 ΣΑΒΒΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού ΓΕΩΡΓΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 102 ΣΑΓΓΑΛΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού ΘΑΝΟΥ, Επαγγελματίας
- 103 ΣΑΒΒΑΚΗΣ ΚΡΙΣΤΙΔΗΣ τού ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 104 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ τού ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 105 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού ΠΕΡΙΚΛΕΟΥΣ, Επαγγελματίας
- 106 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ τού ΑΝΤΩΝΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 107 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 108 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ, Επαγγελματίας
- 109 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ τού ΝΙΚΟΛΑΟΥ, Επαγγελματίας
- 110 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ τού ΓΕΩΡΓΙΟΥ, Επαγγελματίας
- 111 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ τού ΑΝΔΡΕΑΣ, Επαγγελματίας
- 112 ΧΡΗΣΤΟΠΟΥΛΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ τού ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ, Επαγγελματίας

**ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΚΟΣ
ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΟΣ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΑΝΑΝΕΩΣΙΣ**

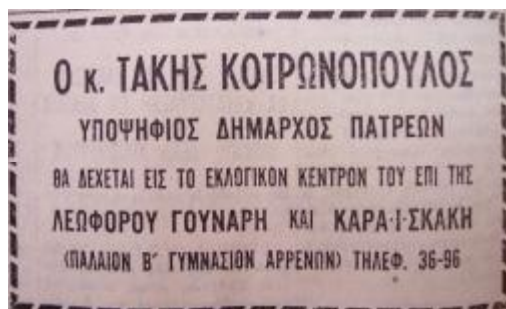


ΨΗΦΟΔΕΛΤΙΟΝ ΕΚΛΟΓΗΣ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ

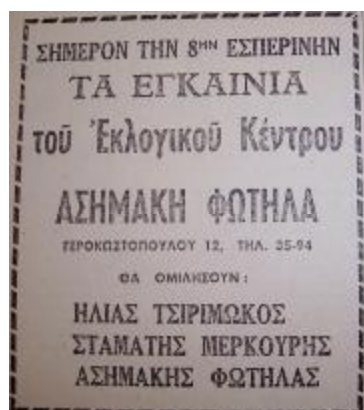
ΦΩΤΗΛΑΣ ΑΣΗΜΑΚΗΣ τού Αριστοτέλους, Δικηγόρος
 ΚΟΥΡΑΛΛΑ ΣΠΗ, τού Αλφ. τού γένου Χ. Χορμυλιού, Επαγγελματίας
 τού γένου Παλιούρη, τού Αλεξάνδρου
 ΣΚΑΛΙΤΣΑ ΝΙΚΗ, τού γένου Γαλακίου, τού γένου Βασιλείου, τού γένου
 ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ τού Αθανασίου, Επαγγελματίας
 ΑΘΑΝΑΣΙΑΔΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού Αρίστου, Επαγγελματίας
 ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ τού Θεοφίλου, Επαγγελματίας
 ΑΝΔΡΕΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ τού Θωμά, Επαγγελματίας
 ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΣ ΗΛΙΑΣ τού Θεόδωρου, Επαγγελματίας
 ΑΝΔΡΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού Ανδρέου, Επαγγελματίας
 ΒΑΛΑΧΗΣ ΑΓΓΕΛΟΣ τού Διονυσίου, Επαγγελματίας
 ΒΙΛΙΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ τού Γεωργίου, Επαγγελματίας
 ΓΕΡΑΝΙΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού Φωκίωνος, Επαγγελματίας
 ΓΕΩΡΓΙΑΔΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ τού Παναγιώτου, Επαγγελματίας
 ΓΡΗΓΟΡΟΠΟΥΛΟΣ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ τού Βασίλειου, Επαγγελματίας
 ΣΑΒΒΑΔΟΥΔΗΣ ΒΕΒΑΔΩΡΟΣ τού Νικολάου, Επαγγελματίας
 ΚΑΡΑΒΑΣΙΛΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ τού Παναγιώτου, Επαγγελματίας
 ΚΑΡΠΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ τού Αδριάνου, Επαγγελματίας
 ΚΑΛΟΓΕΡΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού Χρηστάκη, Επαγγελματίας
 ΚΑΤΡΙΒΕΝΗΣ ΑΔΕΙΣΙΟΣ τού Παναγιώτου, Επαγγελματίας
 ΚΕΡΕΝΕΚΙΔΗΣ ΕΥΣΤΑΘΙΟΣ τού Αθανασίου, Επαγγελματίας
 ΚΡΟΜΠΛΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ τού Αδριάνου, Επαγγελματίας
 ΚΟΥΛΑΟΥΤΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού Γεωργίου, Επαγγελματίας
 ΛΥΓΕΡΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού Αθανασίου, Επαγγελματίας
 ΜΑΛΛΙΩΡΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού Σπυρίδωνος, Επαγγελματίας
 ΜΑΡΙΝΑΚΗΣ ΠΑΥΛΟΣ τού Δημητρίου, Επαγγελματίας
 ΜΠΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού Βασίλειου, Επαγγελματίας
 ΝΤΟΛΚΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ τού Σπυρίδωνος, Επαγγελματίας
 ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ τού Σπυρίδωνος, Επαγγελματίας
 ΠΑΠΑΚΥΡΙΑΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού Βασίλειου, Επαγγελματίας
 ΠΑΠΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού Δημητρίου, Επαγγελματίας
 τού γένου Ε. Κ. Παπαλάου
 ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού Νικολάου, Επαγγελματίας
 ΡΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ τού Παναγιώτου, Επαγγελματίας
 ΡΗΓΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ τού Θεόδωρου, Επαγγελματίας
 ΡΟΓΚΑΛΛΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ τού Αθανασίου, Επαγγελματίας
 ΡΟΥΒΑΛΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ τού Κωνσταντίνου, Επαγγελματίας
 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ τού Στεφάνου, Επαγγελματίας
 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ τού Χρηστάκη, Επαγγελματίας
 ΣΑΥΡΑΝΙΔΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ τού Αθανασίου, Επαγγελματίας
 ΧΡΗΣΤΟΠΟΥΛΟΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ τού Χρηστάκη, Επαγγελματίας

Η διαφημιστική προβολή των υποψηφίων δεν διέφερε κατά πολύ από αυτή των προηγούμενων εκλογικών αναμετρήσεων. Με την ανακοίνωση των συνδυασμών ξεκινούσε και ο προεκλογικός αγώνας.

Αρχικά εγκαινιάζαν τα εκλογικά τους κέντρα.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνες (88), (89)



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (90)

Όπως ήταν φυσικό αυτά βρίσκονταν σε κεντρικά σημεία της πόλης, για την εύκολη πρόσβαση των ψηφοφόρων τους.

Ο κ. Φωτήλας σε μια τέτοια γνωστοποίηση των εγκαινίων ενημερώνει το κοινό ότι στα εγκαίνια του εκλογικού του κέντρου θα μιλήσουν εκτός

από τον ίδιο και άλλες προσωπικότητες όπως ο κ. Τσιριμώκος, ο οποίος ήταν και ο αρχηγός της Δημοκρατικής Ενώσεως (δηλ. της Ε.Δ.Α. – ισχυρό κόμμα της αντιπολίτευσης) και θα εκφωνούσε λόγο στα εγκαίνια του εκλογικού κέντρου του κ. Φωτήλα προς ενίσχυση της υποψηφιότητάς και δήλωση της υποστήριξής του στο πρόσωπο του κ. Φωτήλα.

Ο κ. Κοτρωνόπουλος σε μια πρόσκλησή του προς το λαό να προσέλθει σε μια προεκλογική του συγκέντρωση όπου θα εκφωνούσε το πρόγραμμά του κάνει ιδιαίτερη μνεία στο «αλάθητο υμών αισθητήριο» των πολιτών χρησιμοποιώντας ήδη στομφώδεις όρους που μάλλον θα προσέλκυαν τον κόσμο .



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (91)



Εφημ. Ημέρα, Εικόνα (92)

Ο κ. Βέτσος καλεί τον λαό να τον ψηφίσει «για να αλλάξει η Πάτρα». Αυτή η φράση αποτέλεσε και ένα από τα βασικά του συνθήματα για

αυτές στις εκλογές. Δήλωνε πως θα ήταν ο αναμορφωτής της πόλης , προς το καλύτερο βέβαια, και γι' αυτό έπρεπε να ψηφιστεί.

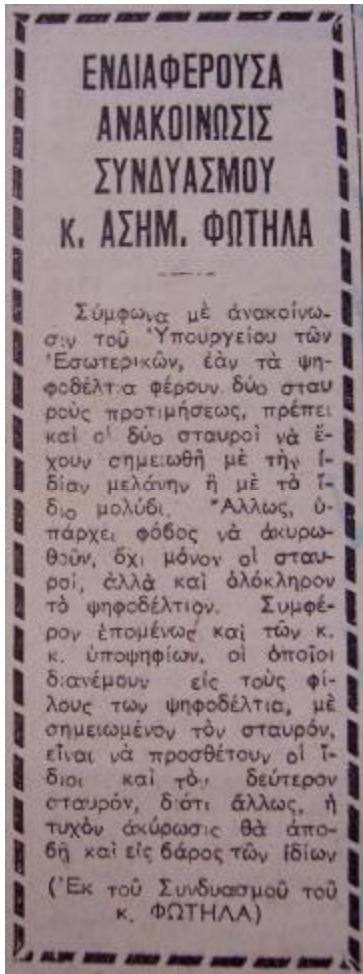
Διευκρίνιζε δε πως χρειαζόταν τον πρώτο σταυρό των ψηφοφόρων του, αφού ο εκλογικός νόμος είχε αλλάξει και οι πολίτες έπρεπε να κατανοήσουν ότι για να εκλεγεί ο υποψήφιος που υποστήριζαν θα έπρεπε. Σε αυτό το θέμα την ίδια τακτική ακολούθησαν και οι



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (93)

υπόλοιποι υποψήφιοι, όπως ο κ. Φαρμακίδης καθώς ήταν σημαντικό τα ψηφοδέλτιά τους να φέρουν σταυρό και στο όνομά τους και ο πιο

ασφαλής τρόπος κατανόησης αυτής της αλλαγής ήταν η επανάληψή της

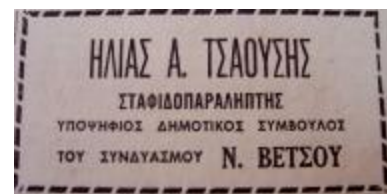


Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (94)

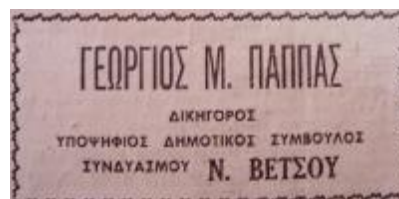
Σε μια άλλη ανακοίνωση του υποψηφίου κ. Φωτήλα μαθαίνουμε ότι ο μέγιστος αριθμός σταυρών που μπορούσαν να βάλουν ήταν δυο, και φυσικά τον πρώτο θα λάμβανε ο επικεφαλής του συνδυασμού. Γίνεται γνωστή όμως και μια τακτική που θα ακολουθούν οι πολιτευτές ακόμα και σήμερα. Τα ψηφοδέλτια ετοιμάζονται εξολοκλήρου στα εκλογικά κέντρα ή από κάποιους υποψηφίους και ο απλός πολίτης το μόνο που καλείται να κάνει είναι να προσέλθει στις κάλπες και να ρίξει ένα έτοιμο ψηφοδέλτιο χωρίς να εκφράζει την γνώμη του.

Όσον αφορά την διαφημιστική προβολή των υποψηφίων δημοτικών συμβούλων δεν διαφέρει πολύ από τα όσα ακολουθούσαν μέχρι τώρα. Ενδεικτικά :

Συνδυασμός Ν. Βέτσου



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνες(95), (96)



Εφημ. Εθνικός Κήρυξ, Εικόνα (97)

Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (98)

**Συνδυασμός
Τ.
Κοτρωνόπουλου**



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνες (99), (100), (101), (102)

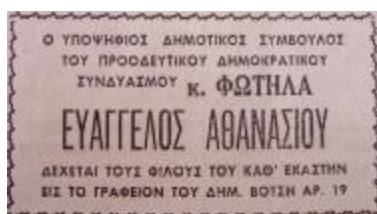
**Συνδυασμός
Κ. Φαρμακίδη**



Εφημ. Εθνικός Κήρυξ, Εικόνα (103)



**Συνδυασμός
Α. Φωτήλα**



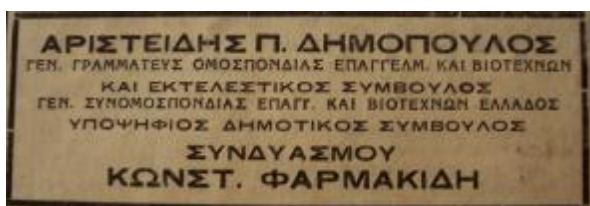
Εφημ. Νεολόγος, Εικόνες (104), (105), (106), (107)

Οι υποψηφιότητες βλέπουμε ότι προέρχονται όλο και από περισσότερες επαγγελματικές τάξεις ενώ δεν λείπουν πλέον και οι γυναικείες υποψηφιότητες. Πρέπει να παρατηρήσουμε επίσης ότι αρκετοί από τους υποψηφίους έχουν ανάγει την επαγγελματική τους στέγη και σε εκλογικό κέντρο όπου δέχονται και εξυπηρετούν τους ψηφοφόρους τους.

Σε κάποιον από τους άλλους τρόπους διαφήμισής τους ο κ. Γερακάρης μας δηλώνει ότι πρόκειται να υπηρετήσει τη αλήθεια και κανείς δεν θα τον εμποδίσει να εργαστεί προς αυτή την κατεύθυνση.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (108)



Εφημ. Ημέρα, Εικόνα (109)

Ο κ. Δημόπουλος καταδεικνύει την ιδιότητά του ως βιοτέχνης και τη θέση που έχει κατακτήσει στο σωματείο του κλάδου του

θέλοντας να μας δείξει ότι η υποψηφιότητά του δεν είναι τυχαία.

Ο κ. Μπάκας υποψήφιος με το συνδυασμό του κ. Βέτσου θυμίζει στον πατραϊκό λαό ότι υπήρξε και παλαιότερα δημοτικός σύμβουλος και έχει τιμηθεί για τις υπηρεσίες που έχει προσφέρει στην πόλη, οπότε είναι από τους πιο ικανούς να βρεθούν και πάλι σ' αυτή τη θέση.



Εφημ. Ημέρα, Εικόνα (110)



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (111)

Ο κ. Τσιτσάρας απευθύνεται πιο συγκεκριμένα στους συμπατριώτες του από την Αιτωλοακαρνανία και Ευρυτανία ζητώντας να τον ψηφίσουν με «φανατισμό» .



*Εφημ. Νεολόγος,
Εικόνα(112)*

Η εφημ. Νεολόγος επίσης καταχωρεί την υποψηφιότητα του κ. Λέμη, ο οποίος ακολουθεί τον ίδιο τρόπο διαφήμισης παρόλο που δεν προβάλλει την επαγγελματική του ιδιότητά αν και θα μπορούσε να τον βοηθήσει καθώς από το ψηφοδέλτιο είδαμε ότι πρόκειται για έναν εξαγωγέα, οπότε βάσει επαγγέλματος θεωρείται από τις διακριτές προσωπικότητες της πόλης. Ηθογραφικό στοιχείο πάλι το κοστούμι και η διαφορά στη ριγέ γραβάτα, στην κατεύθυνση που κοιτάζει.

*Εφημ. Νεολόγος,
Εικόνα(113)*

Ο κ. Γκολφινόπουλος υποψήφιος του συνδυασμού του κ. Κοτρωνόπουλου διαφημίζεται προβάλλοντας μόνο την ιδιότητά του ως δικηγόρος. Άξιος σχολιασμού ο τρόπος που κοιτάζει τον φακό, όπως προφανώς αντικρίζει τους ψηφοφόρους, με καθαρότητα στο βλέμμα, διαφανής και με μεγάλη σοβαρότητα. Ηθογραφικό στοιχείο το μαντήλι στο πέτο, το οποίο δεν λείπει από τους καλοντυμένους κυρίους της εποχής και δη τους δικηγόρους.



όπως επίσης και



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (114)

Ο κ. Καραλής υποψήφιος του συνδυασμού του κ. Βέτσου προβάλλει την ιδιότητά του ως δημοσιογράφος και το παρωνύμιο με το οποίο υπογράφει τη καθημερινή του στήλη στο φύλο της εφημ. Πελοποννήσου, ως «Πελοποννήσιος». Τονίζει ότι μέσω της στήλης του παρακολουθεί τα ζητήματα της πόλης και αγωνίζεται για την προκοπή της και το ίδιο προφανώς ευελπιστεί να κάνει και ως δημοτικός σύμβουλος. Ηθογραφικό στοιχείο που θα σχολιάσουμε είναι το μουστάκι .



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνες (115), (116)

Δεν λείπουν και οι υποψηφιότητες νέων ανθρώπων, όπως αυτές των κ. Γερακάρη και Ανδριόπουλου υποψηφίων των συνδυασμών των κ. Φαρμακίδη και Βέτσου αντίστοιχα.

Ο κ. Γερακάρης π.χ. προβάλλει την επαγγελματική του εξέλιξη και

επιτυχία και το γεγονός ότι αγωνίζεται με ενθουσιασμό για τα

ζητήματα της πόλης. Ηθογραφικό στοιχείο που θα σχολιάσουμε είναι πως οι νέοι της εποχής δεν έχουν αλλάξει τρόπο ενδυμασίας (κοστούμι και πάλι) έχουν αλλάξει όμως τρόπο εμφάνισης, τα μαλλιά δεν είναι αυστηρά χτενισμένα προς τα πίσω αλλά επιμελώς χωρισμένα στη μέση .



Εκτός των νέων έχουμε και αρκετές υποψηφιότητες γυναικών όπως αυτή της κ. Κόλλα, μιας εξαιρετης καλλιτέχνης όπως εμφανίζεται. Την καλλιτεχνική της φύση καταδεικνύει και ο τρόπος που ποζάρει στο φακό, καθαρά επαγγελματικός, προφίλ κοιτάζοντας αριστερά. Πρέπει να σχολιάσουμε και το γεγονός ότι στο ψηφοδέλτιο του κ. Φαρμακίδη, με το συνδυασμό του οποίου είναι υποψήφια εμφανίζεται ως Κόλλα Υβόννη, σύζυγος Κωνσταντίνου .



*Εφημ. Νεολόγος,
Εικόνα (117)*

Άλλες γυναικείες υποψηφιότητες αυτές των κ. Φαλτσέτα και Σκλάβου



υποψηφίων με το συνδυασμού του κ.

Κοτρωνόπουλου.

Χαρακτηριστικό και των δύο τα κοντά μαλλιά και η σεμνή ενδυμασία. Η κ.

Σκλάβου δε φορά και καπέλο, κάτι που προφανώς συνήθιζαν οι κυρίες της εποχής .



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνες (118), (119)



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (120)

Ο κ. Τσιλίρας απευθύνεται στους Πατρινούς ζητώντας να τον προτιμήσουν με την ψήφο τους “αν επιθυμούν να ανασυγκροτηθούν οι παραμελημένες ηθικές και υλικές δυνάμεις της πόλης”, αφήνοντας να εννοηθεί ότι η πόλη έχει περιέλθει σε μια κατάσταση αποδιοργάνωσης και

αυτό πρέπει να αλλάξει και πως ο ίδιος πρόκειται να εργαστεί προς αυτή την κατεύθυνση .

Θα πρέπει να κάνουμε και μια αναφορά στην υποψηφιότητα του κ. Μεντζελόπουλου η οποία δεν διαφέρει σε τίποτα από τις υπόλοιπες αλλά αυτό που την έκανε να ξεχωρίσει ήταν το γεγονός ότι η υποψηφιότητά του καταχωρούνταν κάθε μέρα στις εφημερίδες και ήταν από τους λίγους αν όχι ο μοναδικός που στη φωτογραφία του είναι χαμογελαστός .



*Εφημ. Νεολόγος,
Εικόνα (121)*

Ο κ. Κόρπας τονίζει την αθόρυβη συμβολή του στην πρόοδο της πόλης, ως βιομήχανος και ότι εκλεγόμενος θα αγωνιστεί για να αναδιοργανωθεί η Πάτρα, να βγει από το λήθαργό της και να αποτελέσει πηγή ευημερίας. Χαρακτηριστικό



Εφημ. Εθνικός Κήρυξ, Εικόνα (122)

σύνθημά του ότι «αποτελεί εγγύηση» για την πόλη. Παράξενο αν όχι αγενές το γεγονός ότι ποζάρει με μαύρα γυαλιά.



Εφημ. Ημέρα, Εικόνα (123)

Στο ίδιο μήκος κύματος κινείται και η υποψηφιότητα του κ. Λάγαρη, δημοσιογράφου, υποψηφίου με το συνδυασμό του κ. Βέτσου για τρίτη συνεχόμενη εκλογική αναμέτρηση.

Βασικό του σύνθημα **“ΕΛΑΤΕ ΜΑΖΙ ΜΑΣ”**

Καλεί τους πολίτες να ψηφίσουν με συνείδηση ευθύνης απέναντι στο μέλλον της πόλης. Τους προσκαλεί να ψηφίσουν τον συνδυασμό του και τον ίδιο για να εξυγιανθούν τα “δημοτικά πράγματα”,

όπως αναφέρει, για να αποκατασταθεί η νοικοκυροσύνη και η δημιουργική πνοή στο δήμο. Επίσης επικαλείται το συναίσθημα των Πατρινών λέγοντας πως όσοι πονάνε την Πάτρα και θέλουν την πρόοδό της και όσοι θέλουν να επανέλθει η αίγλη και το γόητρο της πόλης και

του Δημοτικού της Συμβουλίου να τον υπερψηφίσουν. Έτσι ο δήμος θα ανήκει σε όλους τους δημότες και όχι σε κλίκες όπως αναφέρει .

Ένας τρόπος έμμεσης διαφήμισης, αν θα μπορούσαμε να το πούμε έτσι,



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (124)

για τους υποψηφίους ήταν η δημόσια υποστήριξη από την επαγγελματική τους ομοσπονδία. Εδώ βλέπουμε την εκλογική επιτροπή της ομοσπονδίας επαγγελματιών – βιοτεχνών να ανακοινώνει την υποστήριξη της προς κάθε συνάδελφο που θέτει υποψηφιότητα ανεξαρτήτως συνδυασμού. Αυτό το κάνει όπως αναφέρει επειδή είναι αναγκαίο να εκπροσωπούνται τα συμφέροντα και οι ανάγκες τους στο Δημοτικό Συμβούλιο από κάποιον που ανήκει στην τάξη των επαγγελματιών

βιοτεχνών.

Σε αυτές τις εκλογές κατά τη λήξη του προεκλογικού αγώνα παρατηρήσαμε ότι οι υποψήφιοι δήμαρχοι απεύθυναν έναν ύστατο χαιρετισμό προς το εκλογικό σώμα. Ενδεικτικά παραθέτουμε τους ακόλουθους χαιρετισμούς :

Ο κ. Κοτρωνόπουλος απευθύνεται στους *αγαπητούς εκλογείς του Δήμου*



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (125)

Πατρώων, αισθανόμενος την υποχρέωση, αφού δεν μπόρεσε να επικοινωνήσει με τον καθένα ξεχωριστά, να ευχαριστήσει άπαντες για την εμπιστοσύνη και εκτίμηση που του δείχνουν. Επίσης γνωρίζει τις ευθύνες που αναλαμβάνει αν εκλεγεί και υπόσχεται «να αφιερώσει όλες του τις δυνάμεις για την αντιμετώπιση των σοβαρότατων ζητημάτων του Δήμου και μοναδικός του σκοπός θα είναι η πρόοδος και η ευημερία της αγαπητής σε όλους πόλης των Πατρών». Το κλείσιμο “ Με πολλή αγάπη ” συνεπές με τον

αρχικό χαιρετισμό του.

Ο κ. Φαρμακίδης απευθύνει προς *το λαό των Πατρών* εγκάρδιο και ειλικρινή χαιρετισμό ελπίζοντας πως ο λαός «θα του δώσει την τιμή και την εντολή να αφιερώσει όλη του τη ζωή σε ένα καλύτερο αύριο για την πόλη, τον δήμο και τους συμπολίτες του». Κλείνει δε το χαιρετισμό απλά υπογράφοντας.

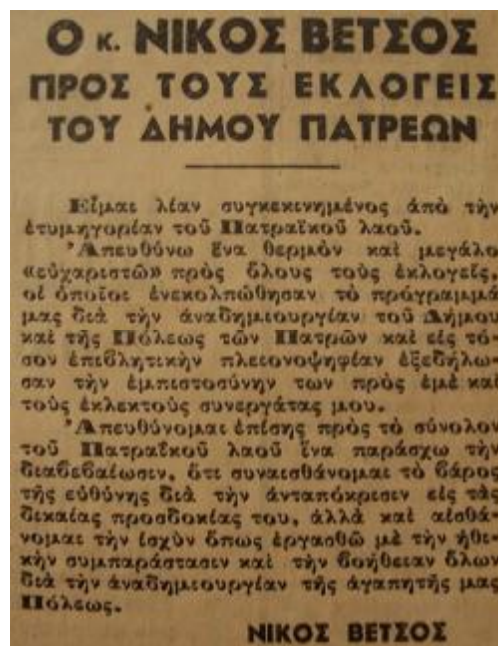


Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (126)

Ο κ. Φαρμακίδης προβάλλει την αφοσίωσή του προς την πόλη και την προσήλωσή του που θα διατηρήσει για να γίνει η πόλη καλύτερη .

Ο κ. Κοτρωνόπουλος δε, τονίζει την αγάπη που τρέφει για την πόλη και σκοπός του είναι η ευδαιμονία και ευμάρειά της.

Νικητής των εκλογών αναδείχτηκε ο κ. Βέτσος, οποίος δεν παρέλειψε να ευχαριστήσει τους εκλογείς για την εμπιστοσύνη που έδειξαν σε αυτόν και στο πρόγραμμά του για την αναμόρφωση του Δήμου. Διαβεβαιώνει λοιπόν πως θα εργαστεί με τη ηθική συμπαράσταση και την βοήθεια όλων για την αναδημιουργία της πόλης. Εμφανίζεται ως ο μεταρρυθμιστής της πόλης και του Δήμου και κατανοεί την ευθύνη που έχει αναλάβει.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (127)

3.2 ΟΝΟΜΑΤΑ – ΣΥΝΘΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ

§ Ο συνδυασμός του κ. Βέτσου φέρει το όνομα «**ΒΕΤΣΟΣ-ΔΡΑΣΙΣ**», το οποίο πολύ σωστά και έξυπνα αποτέλεσε και το βασικό σύνθημα της προεκλογικής του καμπάνιας όχι μόνο για



αυτές τις εκλογές αλλά και σε παλιότερες υποψηφιότητές του. Ως σήμα είχε επιλέξει το φάρο που αποτελεί μέχρι και σήμερα ένα από τα χαρακτηριστικά της πόλης των Πατρών. Ο φάρος συνειρμικά οδηγεί στη σιγουριά και την ασφάλεια που νοιώθουν οι ναυτικοί όταν μέσα στη νύχτα βλέπουν το φάρο να φωτίζει από μακριά. Την ίδια σιγουριά θέλει να πρεσβεύει και ο κ. Βέτσος για την Πάτρα. Συχνά δε χρησιμοποιούσε και το σύνθημα «**ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΛΟ ΤΩΝ ΠΑΤΡΩΝ ΔΩΣΑΤΕ ΜΟΥ ΠΛΗΡΗ ΔΥΝΑΜΗ**», το οποίο δεν είναι τόσο σύντομο όσο θα έπρεπε και όσο είναι το προηγούμενο, όμως χρησιμοποιεί απλές και εύκολες λέξεις και θέτει το δίλημμα στους πολίτες της Πάτρας ότι εάν θέλουν το καλό της Πάτρας θα πρέπει να ψηφίσουν Βέτσο. Κάτι που με παρόμοιο και επιτυχή τρόπο είχε κάνει και ο κ. Ρούφος στις δύο προηγούμενες δημοτικές εκλογές.

§ Ο κ. Κοτρωνόπουλος δεν είχε κάποιο σήμα για τον συνδυασμό του, παρά μόνο το πρόσωπό του, κάτι που έδειχνε πόσο προσωποπαγής ήταν ο συνδυασμός του. Δεν είχε επιλέξει ούτε κάποιο όνομα για το συνδυασμό του απλά τον χαρακτήριζε ως έναν «**ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟ**

ΣΥΝΔΥΑΣΜΟ» καθώς δεν δεχόταν το χρίσμα από κανένα από τα κόμματα της εποχής.

Για τον κ. Κοτρωνόπουλο όμως πρέπει να σημειώσουμε ότι αρχικά επέλεξε για έμβλημά του τον *Πατρέα*. Αυτό το σήμα είχε χρησιμοποιήσει στις εκλογές του 1951 και 1954 η παράταξη του κ. Βέτσου και αποτελούσε καθιερωμένο έμβλημα του συγκεκριμένου συνδυασμού. Αυτό το σήμα στην αρχή του εκλογικού αγώνα με διαφορά ωρών πρόλαβε και κατέθεσε ως εκλογικό του έμβλημα ο κ. Κοτρωνόπουλος για τον συνδυασμό του. Αυτή η πράξη ξεσήκωσε αμέσως αντιδράσεις περισσότερο από τον κ. Βέτσο, ο οποίος θεώρησε ότι ο κ. Κοτρωνόπουλος σφετερίστηκε το καθιερωμένο έμβλημά του με σκοπό τη σύγχυση του λαού και την υποτίμηση της νοημοσύνης των πολιτών και με ανακοίνωσή του που δημοσιεύτηκε στην εφημ. Ημέρα τόνισε ότι *«χαρίζει στον κ. Κοτρωνόπουλο την κεφαλή του Πατρέα ως εκλογικό του έμβλημα και απόκειται στους συμπολίτες του αν θα του προσφέρουν και την πόλη των Πατρών ως τιμάριόν του»* Μετά λοιπόν την αναστάτωση που προκλήθηκε το συγκεκριμένο έμβλημα δεν γνωρίζουμε αν αποσύρθηκε αλλά δεν χρησιμοποιήθηκε από τον συνδυασμό του κ. Κοτρωνόπουλου.



§ Ο κ. Φωτήλας είχε επιλέξει για το συνδυασμό του το όνομα «**ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΑΝΑΝΕΩΣΗ**», χαρακτηριζόταν ως ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΟΣ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ.

Το όνομα αυτό όπως ειπώθηκε και σε προηγούμενη εκλογική αναμέτρηση ανήκει στα όχι και τόσο πετυχημένα ονόματα και συνθήματα γιατί χρησιμοποιείται η λέξη «ανανέωση», μία λέξη τετριμμένη και συνηθισμένη, χωρίς να προκαλεί το ενδιαφέρον του

μελλοντικού ψηφοφόρου. Ως έμβλημα είχε ένα πουλί, το φοίνικα ο οποίος αναγεννάτε από τις στάχτες του και η φλόγα που καίει δίνει φτερά στο πουλί. Συμβολισμός της πόλης αλλά και της χώρας που υπό την παρούσα κυβέρνηση, κατά τον κ. Φωτήλα, ο οποίος είναι αντικυβερνητικός και υποστηρίζεται από την ΕΔΑ, δεν βρίσκεται στα καλύτερά της αλλά σε παρακμή. Έχοντας λοιπόν την υποστήριξη των συνδημοτών του, η πόλη θα ακολουθήσει την ανανέωση και όχι τον μααρασμό, όπως ακριβώς συμβαίνει με τον φοίνικα που αναγεννάτε μέσα από τις στάχτες του. Αξιολογώντας λοιπόν το έμβλημα αυτό βλέπουμε πως είναι αρκετά πρωτότυπο και έξυπνο και μη συνηθισμένο στο κοινό. Επίσης κατά πολύ ορθό τρόπο είναι άρρητα συνδεδεμένο με το όνομα του συνδυασμού. Στο συνδυασμό βλέπουμε βέβαια και το πρόσωπό του κάτι που μας δείχνει πόσο προσωποποιημένος ήταν. Ο κ. Φωτήλας δηλ. αντιπροσώπευε την αλλαγή, την ανανέωση, την πρόοδο .

§ Ο κ. Φαρμακίδης τέλος δεν είχε ούτε κάποιο έμβλημα για το συνδυασμό του, ούτε κάποιο όνομα παρά μόνο το πρόσωπό του το οποίο μας δείχνει πάλι ότι και για τους υπολοίπους .

Όπως και στις προηγούμενες εκλογικές αναμετρήσεις έτσι και σε αυτές τις δημοτικές εκλογές οι υποψήφιοι Δήμαρχοι και Δημοτικοί Σύμβουλοι μετά την υποβολή των υποψηφιοτήτων τους στο Πρωτοδικείο της πόλης άρχιζαν τον προεκλογικό αγώνα (διαφημιστική καμπάνια).

Θ Όπως παρατηρούμε από τις παρακάτω φωτογραφίες, οι υποψήφιοι Δήμαρχοι ανακοίνωναν μέσω των εφημερίδων **τα εγκαίνια** και τις ημερομηνίες έναρξης λειτουργίας των εκλογικών κέντρων που βρίσκονταν σε κεντρικά σημεία της πόλης.

Συγκεκριμένα:



Εφημ. Νεολόγος,

Εικόνα (128)

Ο κ. Φαρμακίδης δημοσιεύει τα εγκαίνια του εκλογικού κέντρου του συνδυασμού του, μέσω της εφημερίδας Νεολόγος, σε κεντρικό δρόμο της πόλης, έναντι του Μεγάρου Ο.Τ.Ε.

Επιπρόσθετα η εφημερίδα Νεολόγος ανακοινώνει την έναρξη λειτουργίας του εκλογικού κέντρου του κ. Κωνσταντίνου που βρίσκεται στην Κεντρική πλατεία της



Εφημ. Νεολόγος

Εικόνα

(129)

Πάτρας.

Την έναρξη λειτουργίας όμως του εκλογικού κέντρου του συνδυασμού Βέτσος –Δράσις, ανακοινώνει η εφημερίδα Πελοπόννησος.

Στην ίδια ανακοίνωση επίσης γίνεται λόγος και για τα «καθιερωμένα εγκαίνια όπου ο κ.

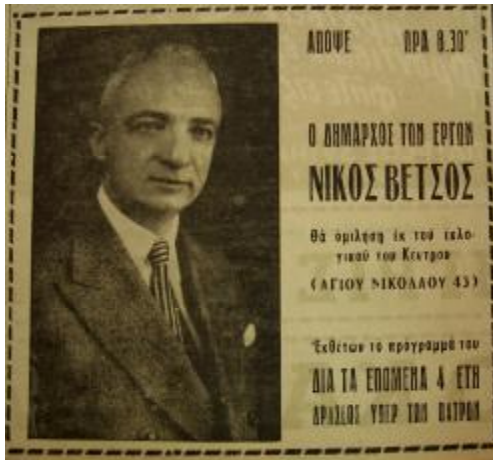
Βέτσος θα εκθέσει το πρόγραμμά του.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα

(130)

§ Επιπλέον προσκαλούσαν τους πολίτες της Πάτρας σε ομιλίες τους όπου θα ανακοίνωναν τα προγραμματικά τους σχέδια.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα(131)

Έτσι λοιπόν σε μια δημοσίευση της εφημερίδας Πελοπόννησος ο κ. Βέτσος ανακοινώνει την ημερομηνία και τον τόπο της προεκλογικής του ομιλίας στην οποία θα εξέθετε το πρόγραμμα του για τα επόμενα 4 έτη.



Εφημ. Ημέρα, Εικόνα (132)

Ο κ. Θρ. Κωνσταντίνου προσκαλεί μέσω της εφημερίδας Ημέρα τον λαό της Πάτρας να παρευρεθεί στην «Παλλαϊκή συγκέντρωση» που θα διοργανωθεί στη κεντρική πλατεία της Πάτρας (Πλατεία Γεωργίου Α΄). Σε αυτή τη συγκέντρωση θα εκθέσει το πρόγραμμα του συνδυασμού του.

Ø Ακολούθως οι υποψήφιοι Δημοτικοί Σύμβουλοι παρατηρούμε ότι καλούν τους φίλους τους στα εκλογικά τους κέντρα.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (133)



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνες (134), (135)

Ø Επίσης παρόμοια με τις προηγούμενες εκλογές οι υποψήφιοι δημοτικοί σύμβουλοι γνωστοποιούσαν στους πολίτες της Πάτρας τις υποψηφιότητές τους μέσω των τοπικών εφημερίδων με ποικίλους τρόπους.

Ένας από αυτούς είναι ο ακόλουθος.

Ενδεικτικά:
Συνδυασμός
Κ Φαρμακίδη



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (136)



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (137)



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (138)



Εφημ. Ημέρα, Εικόνα (139)

Συνδυασμός
Βέτσος – Δράσις



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (140)



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (141)



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (142)

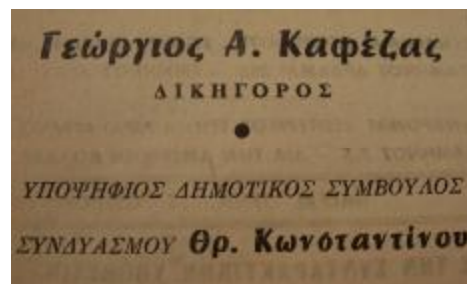


Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (143)

Συνδυασμός ΘΡ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (144)



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (145)

Όπως παρατηρείται και στις προηγούμενες δημοτικές εκλογές οι δημοτικοί σύμβουλοι διαφημίζουν την υποψηφιότητά τους προσθέτοντας την φωτογραφία τους.

Ενδεικτικά :



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (146)

Ο κ. Γεώργιος Μεθενίτης δημοσιεύει την υποψηφιότητά του αναφέροντας το συνδυασμό στον οποίο ανήκει και το επάγγελμά του.

Επιπλέον εγγυάται στους πολίτες της Πάτρας την δραστηριότητά του στο δήμο για την καλύτερευση της πόλης του.

Καθώς παρατηρούμε την φωτογραφία του διαπιστώνουμε ότι είναι επίσημα ντυμένος ακολουθώντας το στυλ της εποχής, με γραβάτα και μαντήλι στο πέτο. Ο κ. Μεθενίτης επίσης αποφεύγει να κοιτάζει το φακό δείχνοντας με αυτό τον τρόπο σοβαρό και αποστασιοποιημένο ύφος.



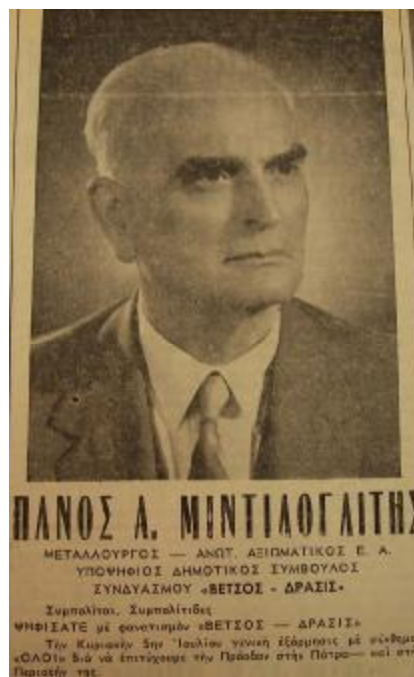
Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (147)

Ο κ. Θεόδωρος Άννινος του συνδυασμού «Αλλαγή» παρουσιάζεται και αυτός με τον ίδιο τρόπο.

Σε αντίθεση με τον κ. Γ. Μεθενίτη χαρακτηριστικό στοιχείο του τρόπου ντυσίματος τους είναι το γεγονός ότι δεν φοράει κοστούμι και γραβάτα παρά μόνο ένα πουκάμισο, δείχνοντας έτσι έναν πιο λαϊκό και οικείο χαρακτήρα.

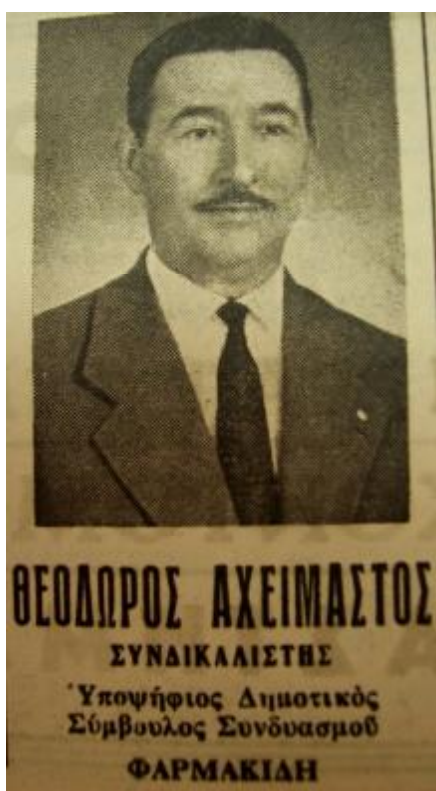
Ο υποψήφιος δημοτικός σύμβουλος κ. Πάνος Μιντιλογλίτης προτρέπει τους πολίτες της Πάτρας να ψηφίσουν με φανατισμό τον συνδυασμό «Βέτσος-Δράσις» έχοντας ως σύνθημα το «ΟΛΟΙ». Προκειμένου να επιτύχουν την «Πρόοδο» της Πάτρας.

Ως ηθογραφικό στοιχείο βλέπουμε ότι Οο συγκεκριμένος υποψήφιος μη κοιτάζοντας απευθείας το φακό, παρουσιάζεται στην



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (148)

φωτογραφία σοβαρός ντυμένος επίσημα φορώντας γραβάτα, με αυστηρό και αυταρχικό ύφος. Ίσως με αυτό τον τρόπο φωτογράφησης του ο κ. Μιντιλογλίτης δεν πετυχαίνει το στόχο του και δεν περνάει το μήνυμα που πρέπει, εφόσον φαίνεται απόμακρος, μη εύκολα προσεγγίσιμος στο κοινό για πιθανά προβλήματα που τυχόν θα αντιμετωπίσουν μετά το τέλος των εκλογών και αδιάλακτος. Με αποτέλεσμα να μην κερδίζει εύκολα τη συμπάθεια των πολιτών.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνες (149), (150)

Στην εφημερίδα Νεολόγος δημοσιεύονται οι υποψηφιότητες των συνδικαλιστών κ. Θεόδωρου Αχείμαστου και κ. Ιωάννη Κωνσταντινίδη οι οποίοι ανήκουν στους συνδυασμούς «Φαρμακίδη» και «Αλλαγή».

Παρατηρούμε ότι και οι δύο είναι ντυμένοι επίσημα φορώντας κοστούμι. Χαρακτηριστικό τους γνώρισμα είναι ότι ο κ. Αχείμαστος έχει μουστάκι και ο κ. Κωνσταντινίδης φοράει μπερέ, που ίσως να θέλει να υποδείξει

μια πιο λαϊκή θέση και να πάρει με το μέρος του αρκετό ποσοστό από το λαϊκό κόσμο της Πάτρας.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (151)

Μία άλλη υποψηφιότητα δημοτικού συμβούλου που δημοσιεύεται στην εφημερίδα Νεολόγος είναι αυτή του κ. Δημήτρη Λάγαρη. Ο οποίος είναι δημοσιογράφος και ανήκει στον συνδυασμό του κ. Βέτσου.

Όπως άλλωστε είχαμε παρατηρήσει και στις δημοτικές εκλογές του 1951 και 1954 στις οποίες είχε βάλει υποψηφιότητα, ο κ. Δημ. Λάγαρης προτιμά να φωτογραφίζεται σε

θέση προφίλ, χωρίς δηλαδή να κοιτάει τον φωτογραφικό φακό και εμμέσως και τους ψηφοφόρους του, δηλώνει μία πιο συντηρητική άποψη,

και ίσως να μην πετυχαίνει τον στόχο του αφού οι αναγνώστες και προκείμενοι ψηφοφόροι καταλαβαίνουν ότι δεν θα αντιμετωπίσει κατάματα και απευθείας τα τυχόν προβλήματα που θα συμβούν στο μέλλον. Επίσης είναι ντυμένος επίσημα με κοστούμι, γραβάτα και μαντήλι στο πέτο.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (152)

Η εφημερίδα Νεολόγος προτρέπει τους πολίτες της Πάτρας να ψηφίσουν τον κ. Σωτήρη Στρούζαν που είναι υποψήφιος του συνδυασμού του κ. Φαρμακίδη.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο κ. Στρούζαν προτίμησε να φωτογραφηθεί ποζάροντας με ένα έντονο χαμόγελο, κάτι που δεν συνηθιζόταν από τους υπόλοιπους υποψήφιους, χρησιμοποιώντας δηλαδή μία νεότερη και πιο μοντέρνα άποψη. Η επιλογή του αυτή ίσως να στόχευε στην προσέλκυση του ενδιαφέροντος των νέων ψηφοφόρων.

Επίσης φοράει κοστούμι και ριγέ γραβάτα έχοντας ως χαρακτηριστικό του στοιχείο το καπέλο, δηλώνοντας ταυτόχρονα και τη λαϊκή του θέση και άποψη σε ορισμένα ζητήματα της διοίκησης της πόλης.



ΑΝΘΗ ΝΙΚ. ΜΑΛΛΙΩΡΗ,
Ιατρού, υποψήφια Δημο-
τική Σύμβουλος συνδυα-
σμοῦ θρ. Κωνσταντίνου

*Εφημ. Πελοπόννησος,
Εικόνα (153)*

Δεν πρέπει να παραληφθεί και η συμμετοχή της γυναικείας υποψηφιότητας σε αυτές τις εκλογές.

Μία από αυτές είναι της κ. Ανθή Μαλλιώρα, η οποία είναι υποψήφια του συνδυασμού με το όνομα «Αλλαγή».

Παρατηρούμε ότι η ανωτέρω προτίμησε να δημοσιεύσει το επάγγελμα του συζύγου της προκειμένου να δώσει κύρος και να δείξει την σοβαρότητα του χαρακτήρος της.

Όπως φαίνεται στην φωτογραφία η κ. Μαλλιώρα έχει κοντά μαλλιά και φοράει ένα σκούρο ταγιέρ με μία καρφίτσα στο πέτο. Γεγονός που αποδεικνύει την κοινωνική της τάξη.

Επιπλέον επιλέγει να φωτογραφηθεί σε θέση προφίλ έχοντας ένα ελαφρύ χαμόγελο, με το οποίο γίνεται συμπαθής αλλά και έμπιστη απέναντι στο κοινό που πρόκειται να την ψηφίσει. Από τον τρόπο με τον οποίο φωτογραφήθηκε η συγκεκριμένη υποψήφια συμπεραίνουμε ότι ίσως ως στόχο για το κοινό στο οποίο θα απευθυνόταν να ήταν οι γυναίκες και οι άντρες παρόμοιας κοινωνικής τάξης με αυτής.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (154)

Ένας ακόμη υποψήφιος δημοτικός σύμβουλος του συνδυασμού του κ. Φαρμακίδη που διαφημίζεται στην εφημερίδα Πελοπόννησος είναι ο κ. Χαράλαμπος Κανδηλώρος.

Παρατηρούμε ότι ο συγκεκριμένος υποψήφιος στην διαφήμιση αυτή δεν αναφέρει το επάγγελμα του.

Χαρακτηριστικό στοιχείο επίσης της φωτογραφιάς του είναι το γεγονός ότι παρά την σχετικά νέα ηλικία του προτιμά να φωτογραφηθεί ντυμένος επίσημα ακολουθώντας ένα πιο συντηρητικό στυλ, με κοστούμι και μαντήλι στο πέτο, συνδυάζοντας όμως και τον «μοντερνισμό» της νεαρής ηλικίας του, έχοντας ένα ελαφρύ χαμόγελο και παίρνοντας μια πιο ελεύθερη πόζα.

- Ø Βέβαια ορισμένοι υποψήφιοι δημοτικοί σύμβουλοι προκειμένου να διαφημιστούν επέλεξαν μαζί με την **φωτογραφία τους να δημοσιεύσουν στις διάφορες τοπικές εφημερίδες και κάποια στοιχεία του χαρακτήρα τους και του ήθους τους.** Με αυτόν δηλαδή τον τρόπο προσπαθούσαν να γίνουν περισσότερο αγαπητοί στους ψηφοφόρους τους.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (155)

Ἔτσι λοιπὸν ὁ κ. Κώστας Τριανταφύλλου σε μια δημοσίευσή του στην εφημερίδα Πελοπόννησος, προσπαθεῖ να κερδίσει τὴν ψήφο τῶν πατριῶν τονίζοντας στοιχεῖα τῆς προσωπικότητάς του, χρησιμοποιώντας δηλ. τὴν ἐπίκληση στο συναίσθημα καὶ στη λογική χωρὶς να αναφέρει τὴν ιδιότητά του καὶ τὸν συνδυασμὸ στὸν ὁποῖο ἀνήκει.

Επιπλέον, ὁ τίτλος «ὁ Ἐνδεδειγμένος» μας δίνει τὴν ἐντύπωση ὅτι εἶναι αὐτὸς που

πολλοὶ συστήνουν γιὰ δημοτικὸ σύμβουλο.

Ἀξίζει ἐπίσης να σχολιασθεῖ καὶ ὁ τρόπος που ἐπέλεξε να φωτογραφηθεῖ ὁ συγκεκριμένος υποψήφιος, ἐφόσον διαφέρει κατὰ πολὺ ἀπὸ αὐτὸν που συνήθιζαν οἱ υπόλοιποι.

Πιο συγκεκριμένα βλέπουμε ὅτι ὁ κ. Τριανταφύλλου προτίμησε να βγάλει μία ολόσωμη φωτογραφία κρατώντας μία γκλίτσα καὶ φορώντας κοστούμι, θέλοντας ἴσως να συνδυάσει τὴν ἀπλή καὶ λαϊκὴ του στάση με τὴν σοβαρότητα τῆς προσωπικότητάς του. Ἐπίσης προσπαθεῖ να δείξει τις καθοδηγητικὲς καὶ ἀρχηγικὲς τάσεις ἀπέναντι στους πολίτες τῆς Πάτρας.

Ένας ακόμα υποψήφιος που επέλεξε να διαφημιστεί με τον ανωτέρω



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (156)

τρόπο είναι ο κ. Ξεν. Σωτηρχόπουλος του συνδυασμού «Βέτσοι-Δράσις».

Ο κ. Σωτηρχόπουλος προκειμένου να κερδίσει την ψήφο των Πατρινών προβάλλει την ιδιότητά του ως Λυκειάρχης, το ήθος του και την δραστηριότητά του.

Μπορούμε να δούμε ότι δεν κοιτάει απευθείας τον φακό και το ύφος του είναι αυστηρό και σοβαρό. Διατηρεί και αυτός δηλ. τον συντηρητισμό και καθοπρεπισμό που πολλοί είχαν τη περίοδο εκείνη.

Ø Από την άλλη μεριά ορισμένοι υποψήφιοι προτίμησαν να διαφημιστούν **δημοσιεύοντας κάποια συνθήματα** που αναδείκνυαν τα μελλοντικά τους σχέδια και έργα.



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (157)

Ειδικότερα:

Ο κ. Σοφοκλής Κολαΐτης υποψήφιος του συνδυασμού «Αλλαγή», χρησιμοποιεί την επίκληση στο συναίσθημα με σκοπό να συγκεντρώσει τις περισσότερες ψήφους από τους Πατρινούς.

Ομοίως ο κ. Δημήτρης Λάγαρης του



Εφημ. Ημέρα, Εικόνα (158)

συνδυασμού «Βέτσος-Δράσις» με την αναφορά στην αγάπη των πολιτών για την Πάτρα προσπαθεί να κερδίσει την εμπιστοσύνη τους.

Στην συγκεκριμένη δημοσίευση ο κ. Λάγαρης έχει προσθέσει την υπογραφή του με αποτέλεσμα να γίνει πιο προσωπικό και έγκυρο.

Ø Μία ακόμα επιλογή των υποψηφίων δημοτικών συμβούλων για την διαφήμισή τους είναι η **αναφορά σε συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων που είτε έχουν κοινό επάγγελμα είτε απλά κοινά ενδιαφέροντα.**

Έτσι λοιπόν ο κ. Αναστάσιος Μάλλιαρης του συνδυασμού Φαρμακίδη



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (159)

απευθύνεται στην τάξη των αυτοκινητιστών στην οποία ανήκει, και ζητάει να τον τιμήσουν με την ψήφο τους έτσι ώστε να εκπροσωπήσει το επάγγελμα αυτό στο Δημοτικό Συμβούλιο.

Αξίζει να σημειωθεί ό,τι ο υποψήφιος Δήμαρχος κ. Κων. Φαρμακίδης επέλεξε να φωτογραφηθεί στην εφημερίδα Νεολόγος με το σύνθημα «Ο αυριανός Δήμαρχος», το οποίο δηλώνει σιγουριά για την προτίμηση των συμπολιτών του στις προκείμενες εκλογές.



Καθώς βλέπουμε την φωτογραφία διαπιστώνουμε ότι κοιτάει τους ψηφοφόρους του απευθείας έχοντας ύφος που δηλώνει την προφανή νίκη του στις δημοτικές εκλογές.

*Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα
(160)*

4.2 ΟΝΟΜΑΤΑ – ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ

§ Ο συνδυασμός του κ. *Βέτσου* φέρει το όνομα “**ΒΕΤΣΟΣ-ΔΡΑΣΙΣ**”, το οποίο αποτέλεσε και βασικό σύνθημα για τον κ. Βέτσο σε όλες τις εκλογικές αναμετρήσεις που είχε λάβει μέρος τα προηγούμενα χρόνια . Όπως έχουμε αναφέρει είναι ένα αρκετά επιτυχημένο όνομα για συνδυασμό αφού είναι εύκολο να ειπωθεί αλλά και να μείνει στη μνήμη των πολιτών και συμπυκνώνει σε δύο λέξεις το *βασικό σκοπό* του κ. Βέτσου, *τη δραστηριοποίησή του για την πόλη*.

§ Ο συνδυασμός του κ. *Κωνσταντίνου* φέρει το όνομα “**ΑΛΛΑΓΗ**”, μία λέξη αρκετά εύστοχη για τα όσα προφανώς ήθελε να αντιπροσωπεύει ο κ. Κωνσταντίνου, *τη μεταβολή των κατεστημένων πραγμάτων* στην πόλη τη διαφοροποίησή των οποίων θα έφερνε η εκλογή του. Ο συγκεκριμένος υποψήφιος δηλαδή χρησιμοποιώντας μόνο μία λέξη απλή και εύκολη, που αποτυπώνεται εύκολα στη μνήμη των πολιτών να δηλώσει και να εξηγήσει στο κοινό τα σχέδιά δράσης του στη πιθανή εκλογή του.

§ Ο συνδυασμός του κ. *Φαρμακίδη* δεν είχε ούτε κάποιο όνομα αλλά ούτε και κάποιο σήμα που θα τον αντιπροσώπευε .

Πρέπει να σημειώσουμε ότι κανένας από τους τρεις συνδυασμούς δεν είχε κάποιο σήμα που να τον εκφράζει, όπως είχαμε παρατηρήσει σε συνδυασμούς παλαιότερων εκλογών. Άξιο σχολιασμού είναι επίσης το γεγονός ότι σε κανέναν συνδυασμό δεν υπάρχει το πρόσωπο, η φωτογραφία του υποψηφίου, που άλλοτε μας έδειχνε πόσο προσωποποιημένοι ήταν οι συνδυασμοί, ενώ τώρα μάλλον στηρίζεται σε όλα τα πρόσωπα που τον απαρτίζουν. Υπάρχει βέβαια και το ενδεχόμενο να απαγορεύεται κάτι τέτοιο όπως έγινε και στις εκλογές του 1954 .

4.3 ΣΥΝΘΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ

Σε αυτές τις εκλογές οι υποψήφιοι δήμαρχοι απευθύνθηκαν στο λαό με πολλά συνθήματα.

Ο κ. Βέτσος απευθύνεται στους συμπολίτες του και τους ζητάει να μην δίνουν σημασία στα



Εφημ. Πελοπόννησος, Εικόνα (161)

άπατηλά πολιτικά συνθήματα που προσπαθούν να τους παραπλανήσουν και να ψηφίσουν **με φανατισμό το μοναδικό υπερκομματικό ψηφοδέλτιο που εκπροσωπεί μονάχα την Πάτρα** . Τους ζητάει να ψηφίσουν τον συνδυασμό του, το συνδυασμό με το όνομα “**ΒΕΤΣΟΣ-ΔΡΑΣΙΣ**” , καθώς αυτός είναι ο μόνος υπερκομματικός δηλ. δεν ανήκει σε κανένα κόμμα ή παράταξη και δεν ελέγχεται ή επηρεάζεται από κανένα, είναι ανεξάρτητος και εκπροσωπεί μόνο την Πάτρα για το καλό της οποίας θα δραστηριοποιηθεί .

Ο φανατισμός με τον οποίο ζητάει να ψηφιστεί ο κ. Βέτσος είναι κάτι συνηθισμένο για τους υποψηφίους και κατά το παρελθόν, εξωθεί όμως στην έχθρα προς τους αντιφρονούντες και σε όσους έχουν διαφορετικές αντιλήψεις από όσα πρεσβεύει ο εκάστοτε υποψήφιος και εν προκειμένω ο κ. Βέτσος, ίσως όμως αυτός να ήταν και ο σκοπός τους .

Προς την ίδια κατεύθυνση και άλλα συνθήματα που δημοσιεύονταν στον τύπο εκείνη την εποχή, όπως το επόμενο στο οποίο ο κ. Βέτσος ουσιαστικά εκφράζει το ίδιο μήνυμα.

Απευθύνεται στους Πατρινούς τονίζοντάς τους πως η κυβέρνηση και ο πρωθυπουργός της κ. Παπανδρέου ενδιαφέρεται **μόνο** για την Πάτρα και



Εφημ. Πελοπόννησος,

Εικόνα (162)

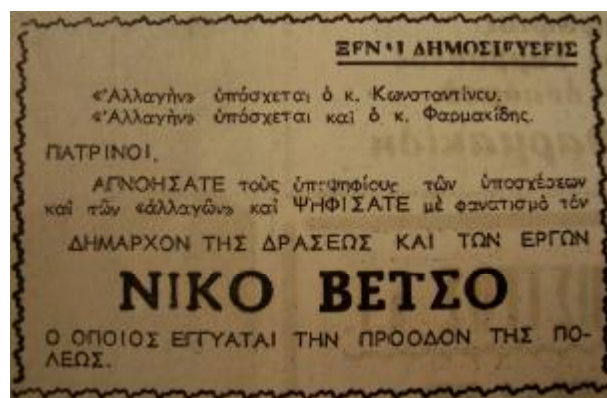
θα υποστηρίξει
 όποιον δήμαρχο
 και αν εκλέξει ο
 λαός των
 Πατρών και όχι
 αυτούς που

προσπαθούν να
 τον εξαπατήσουν

δηλώνοντας ότι υποστηρίζονται από την Ένωση Κέντρου.

Εμμέσως λοιπόν από αυτό το μήνυμα βγαίνει το συμπέρασμα ότι ο δήμαρχος που θα εκλέξει ο λαός θα είναι ο κ. Βέτσος, κάτι που θεωρείται σίγουρο από τον ίδιο. Ο συνδυασμός του δεν υποστηρίζεται ανοιχτά από την Κυβέρνηση, η οποία δεν έχει δώσει επίσημα το χρίσμα σε κανέναν από τους αντιπάλους του υποψηφίους, ούτε και στον ίδιο βέβαια, αλλά ο υπερκομματισμός που τον διακρίνει και τον κάνει να ξεχωρίζει από τους υπολοίπους του επιτρέπει να συμπεριλάβει στο ψηφοδέλτιό του δεκαεπτά επίλεκτα μέλη και στελέχη, όπως αναφέρει, της Ένωσης Κέντρου. Αυτό πιστεύει ότι είναι και το πλεονέκτημά του έναντι των άλλων και γι' αυτό προφανώς το προβάλλει.

Σε ένα άλλο δημοσίευμα θεωρείται ο δήμαρχος της δράσης και των έργων και εγγυάται την πρόοδο της πόλης, ζητά να ψηφιστεί με φανατισμό και να «αγνοηθούν» οι άλλοι υποψήφιοι που υπόσχονται αλλαγή.



Εφημ. Πελοπόννησος,

Εικόνα (163)



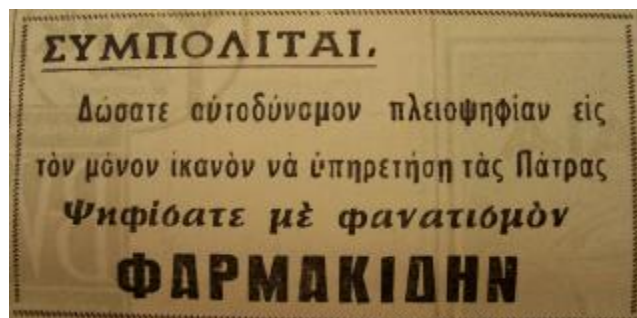
Εφημ. Ημέρα, Εικόνα (164)

Στον προγραμματικό του λόγο ο κ. Βέτσος εμφανίστηκε με το σύνθημα “*Η ΠΟΛΙΣ ΘΑ ΝΙΚΗΣΕΙ*” και βλέπουμε για πρώτη φορά αποτυπωμένο από το φακό το γνωστό “*μπαλκόνι*” από όπου εκφωνούσαν τους λόγους και απευθύνονταν στο λαό οι πολιτικοί .

Ο συνδυασμός του κ. Κωνσταντίνου δεν χρησιμοποίησε ιδιαίτερα συνθήματα για να απευθυνθεί στους πολίτες. Ανέπτυξε απλά το πρόγραμμά του και περίμενε την υποστήριξη τους για τα όσα αντιπροσώπευε και πίστευε. Βασική του επιδίωξη την οποία επαναλάμβανε σε κάθε του συγκέντρωση ήταν να καταστεί η Πάτρα «η μεγαλύτερη πόλη της Μεσογείου» .

Ο τρίτος υποψήφιος κ. Φαρμακίδης χρησιμοποίησε πάρα πολλά συνθήματα και η προεκλογική του καμπάνια βασίστηκε κυρίως σε αυτά τα συνθήματα .

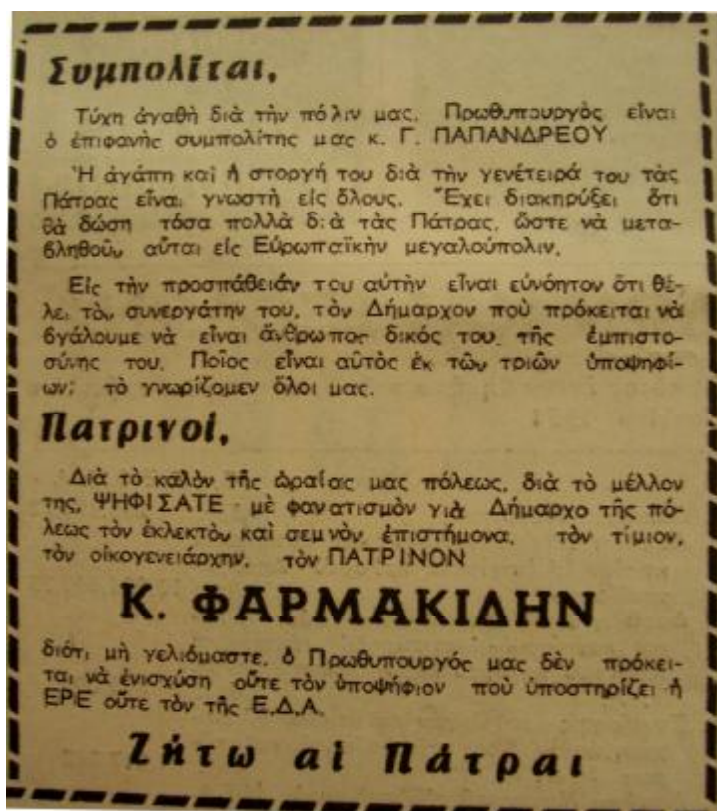
Βλέπουμε ότι κάποια από τα μηνύματά του προς το λαό έχει τα ίδια χαρακτηριστικά με αυτά του αντιπάλου του υποψηφίου κ. Βέτσου.



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (165)

Απευθύνεται και αυτός στους **συμπολίτες** του Πατρινούς και τους ζητάει

να τον ψηφίσουν με **φανατισμό**, δίνοντάς του αυτοδύναμη πλειοψηφία, δηλ. να τον ψηφίσουν με τέτοιο ποσοστό ώστε να εκλεγεί από τον πρώτο γύρο και να μην χρειαστεί δεύτερη εκλογική αναμέτρηση, γιατί αυτός είναι ο μόνος ικανός να υπηρετήσει τη Πάτρα .



Εφημ. Νεολόγος, Εικόνα (166)

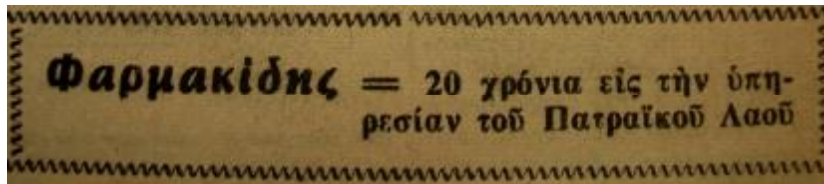
Παρατηρούμε ότι έχει ιδιαίτερη σημασία και για τον κ. Φαρμακίδη ποιόν θα υποστηρίξει ο κ. Παπανδρέου, ο οποίος είναι Πατρινός και είναι φυσικό η Πάτρα να ενισχυθεί και να λάβει από αυτόν ιδιαίτερη βοήθεια τώρα που βρίσκεται στην Κυβέρνηση. Γι' αυτό το λόγο και ο κ.

Φαρμακίδης

υποστηρίζει ότι είναι αυτός που έχει την εμπιστοσύνη του κ. Παπανδρέου και η εκλογή του θα σημαίνει την εύνοια του Πρωθυπουργού για την πόλη , καθώς αν εκλεγεί αυτός που υποστηρίζει η ΕΔΑ ή η ΕΡΕ η πόλη δεν θα έχει την ενίσχυση του κ. Παπανδρέου.

Σε αυτό το μήνυμα τονίζονται επίσης τα χαρακτηριστικά του κ. Φαρμακίδη ως σεμνού επιστήμονα ,τίμιου οικογενειάρχη αλλά και γνήσιου Πατρινού, και κλείνει με το επιβλητικό σύνθημα “ΖΗΤΩ ΑΙ ΠΑΤΡΑΙ” .

Τα περισσότερα συνθήματα όμως στηρίχτηκαν στο τι σημαίνει **Φαρμακίδης** για την Πάτρα.

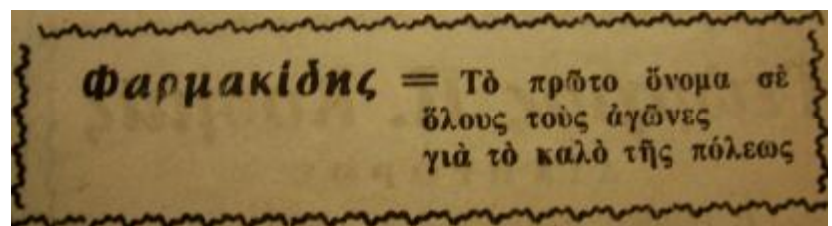


Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (167)

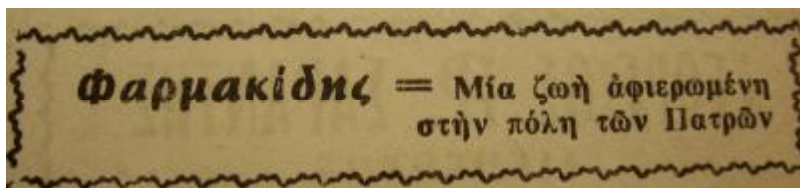
Δηλώνει ότι έχει αφιερώσει τη ζωή του στην πόλη

των Πατρών.

Ότι για 20 χρόνια ήταν στην υπηρεσία του Πατραϊκού λαού.



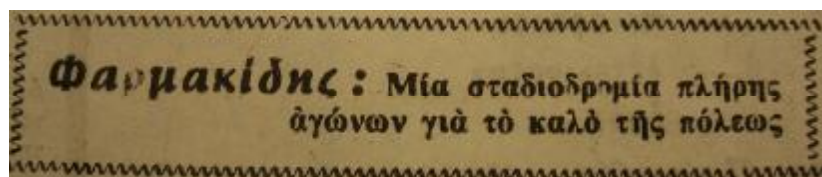
Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (168)



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (168)

Ότι πρωτοστάτησε σε όλους τους αγώνες που έγιναν κατά το παρελθόν για το καλό της πόλης .

Ότι όλη του η σταδιοδρομία είναι γεμάτη αγώνες για το καλό της πόλης .



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (169)

Όλα τα παραπάνω τα συνοψίζει μάλλον στο επόμενο σύνθημά του .



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (169)

ΦΑΡΜΑΚΙΔΗΣ σημαίνει αγώνας υπέρ της πόλεως . Όπως έχει αγωνιστεί τόσα χρόνια ανιδιοτελώς για το καλό της πόλης των Πατρών, το ίδιο θα κάνει και τώρα με την εκλογή του.

Ο Φαρμακίδης συμβολίζει επίσης την εντιμότητα και την αρετή στοιχεία που θα συνεκτιμήσουν οι Πατρινοί αλλά και αυτά που θέλουν να έχει κάποιος για να αναλάβει το δημαρχιακό αξίωμα .



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (170)



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (171)

Φαρμακίδης σημαίνει το δίκαιο του απλού πολίτη. Κάθε πολίτης θα βρίσκει το δίκαιο του με δήμαρχο το Φαρμακίδη, ο οποίος θα αγωνίζεται για τα δικαιώματά τους.

Προβάλλεται πάλι η τιμιότητα του κ. Φαρμακίδη, τα αληθινά, όπως χαρακτηριστεί κά αναφέρει, δημοκρατικά του

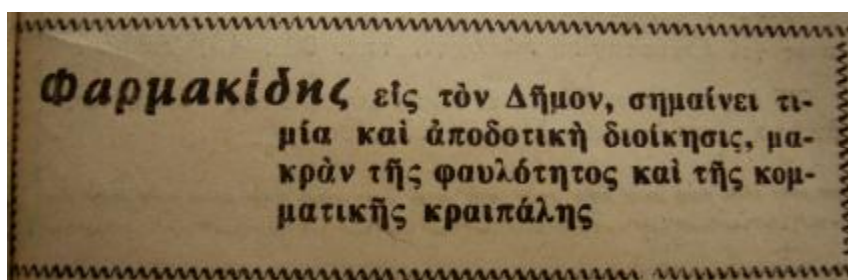


Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (172)

φρονήματα

και η σωφροσύνη που τον διακρίνει και θα τον καταστήσει έναν συνετό δημοτικό ἄρχοντα .

Ο τρόπος που θα διοικήσει τον Δήμο θα είναι



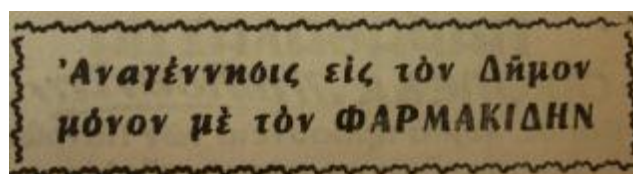
Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (173)

αποδοτικός,

ηθικός και

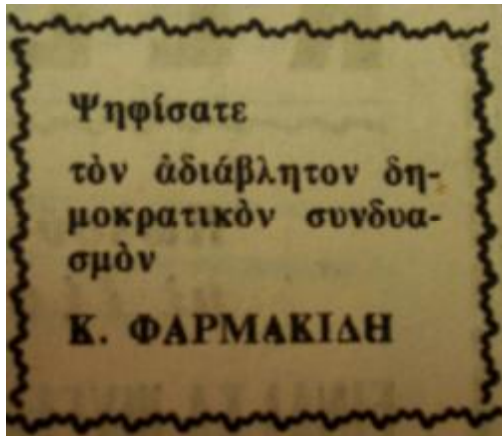
απαλλαγμένος από αισχροτήτες .Επίσης η διοίκησή του θα απέχει της “κομματικής κραιπάλης” , όπως αναφέρει, και ουσιαστικά δεν θα καταχραστεί τη θέση του με πράξεις υποκινούμενες από την κομματική του ταυτότητα. Εδώ λοιπόν τονίζει σε μεγάλο βαθμό την ηθικότητα του χαρακτήρα του και τη κόσμια συμπεριφορά που έχει να επιδείξει καθώς και την ικανότητα διοίκησης ενός οργανισμού όπως είναι ο δήμος .

Ο δήμος της Πάτρας θα αναγεννηθεί και θα αναδημιουργηθεί μόνο με δήμαρχο τον Φαρμακίδη.



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (174)

Μεγαλεπήβολος στόχος αλλά και ο τρόπος παρουσίασής του .

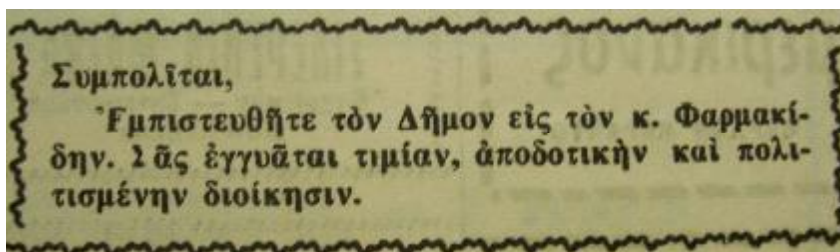


Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (175)

Μία άμεση προτροπή προς τους ψηφοφόρους για ψήφο στον αδιάβλητο δημοκρατικό συνδυασμό του κ. Φαρμακίδη .Έναν συνδυασμό που δεν μπορεί να διαβληθεί και να κατηγορηθεί για τίποτα όπως προφανώς και ο επικεφαλής του και φυσικά έναν συνδυασμό δημοκρατικό

και πολυσυλλεκτικό αφού έχει συγκεντρώσει υποψηφίους από τις περισσότερες επαγγελματικές τάξεις, από βιομηχάνους μέχρι αρτεργάτες και ηλεκτρολόγους .Σε αυτό αλλά και στις διαφορετικές απόψεις, συντηρητικές και προοδευτικές, που εκφράζουν ελεύθερα όλοι αυτοί, ανεξαρτήτως πολιτικής τοποθέτησης έγκειται προφανώς ο δημοκρατικός χαρακτήρας του συνδυασμού.

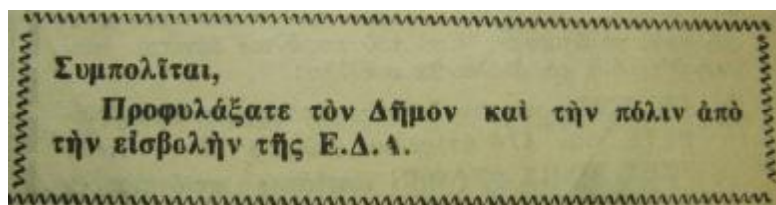
Τον ίδιο προσανατολισμό έχει και το ακόλουθο μήνυμα αφού μάλλον



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (176)

είχε αλλά και έχει ιδιαίτερη σημασία η ηθική και η τιμιότητα του ατόμου που θα

βρίσκεται στο δημοτικό αξίωμα καθώς και η προοδευτικότητα που θα τον διακρίνει ώστε να διοικεί σε πολιτισμένο κλίμα .



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (177)

Δεν έλειπαν όμως και μηνύματα που προέτρεπαν και παρακινούσαν τον κόσμο να αποφύγει να στηρίξει άτομα που είχαν την ενίσχυση της Ε.Δ.Α.

γιατί αν το έκαναν δεν θα μπορούσε να αποφευχθεί η εισβολή της στο δήμο Πατρών .

4.4 ΑΛΛΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Ø Ένας ακόμη τρόπος διαφήμισης και σε αυτές τις εκλογές ήταν τα **ευχαριστήρια** που δημοσίευαν οι εκλεγέντες ή μη δήμαρχοι και δημοτικοί σύμβουλοι. Όπως έχει αναφερθεί αυτή ήταν μία μορφή προεκλογικής διαφήμισης για τις επόμενες εκλογές, που ξεκινούσε με την λήξη των προηγούμενων. Έτσι ευχαριστήρια εξέδωσαν :

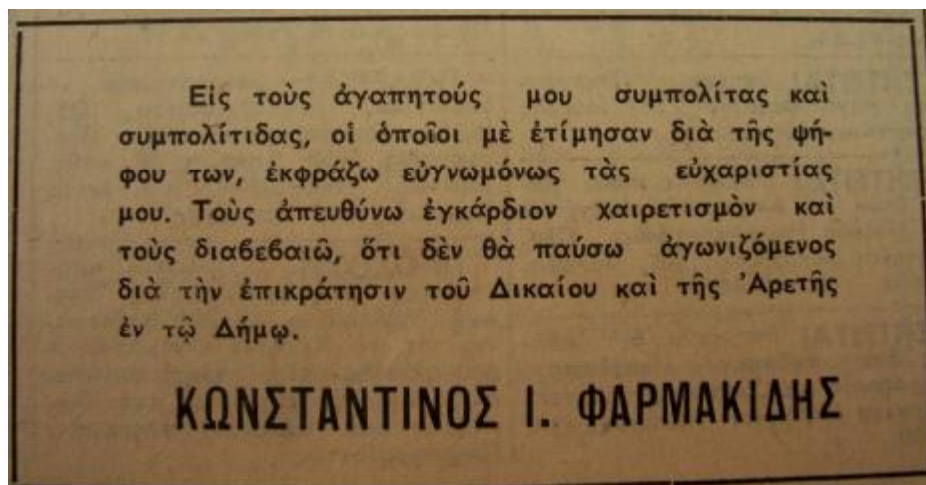


Ο κ. Κωνσταντίνου, ευχαριστώντας θερμά όσους τον τίμησαν με την ψήφου τους ζητώντας την «ΑΛΛΑΓΗ» στο δήμο της Πάτρας και τον βοήθησαν να καταστήσει μια τέτοια νίκη (σημειώνουμε ότι κατετάγη δεύτερος).

Εφημ Ημέρα, Εικόνα (178)

Ο κ. Φαρμακίδης, ευγνωμονώντας αυτούς που τον ψήφισαν (κατέλαβε την τρίτη θέση) και διαβεβαιώνοντάς τους ότι θα συνεχίσει να αγωνίζεται

για την επικράτηση “του δίκαιου και της αρετής” στο δήμο



και στο μέλλον .

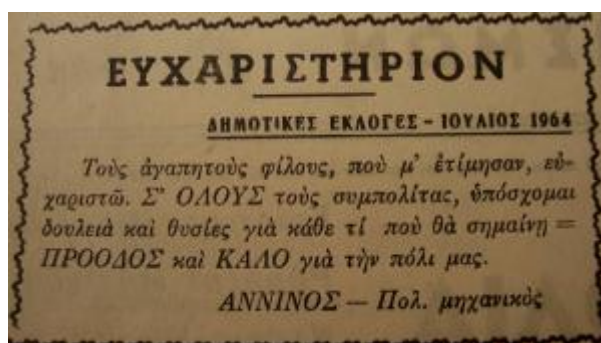
Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (179)

Ο νικητής των εκλογών κ. Βέτσος με ένα λιτό σε σύγκριση με τους άλλους

ευχαριστήριο δείχνοντας απλά πως τον χαροποίησε η ψήφος της πλειοψηφίας των πολιτών.



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (180)



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (181)

Ο κ. Αννινος, υποψήφιος με το συνδυασμό του κ, Κωνσταντίνου, ευχαριστεί και υπόσχεται ότι θα εργαστεί για την πρόοδο και το καλό της πόλης, ο οποίος ήταν τελικά και αυτός που κατέλαβε το αξίωμα του δημάρχου.

Ø Η διάθεση κάποιων υποψηφίων να ζητήσουν **συγγνώμη από τους**



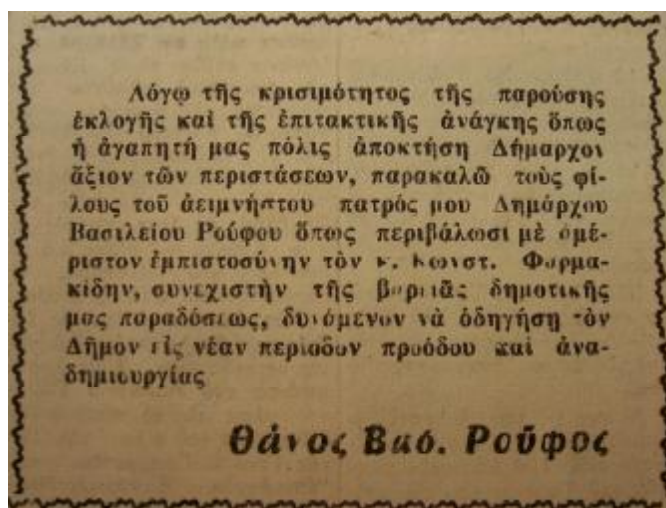
συμπολίτες τους επειδή δεν είχαν τον χρόνο να επισκεφτούν τις συνοικίες τους και να ακούσουν τα προβλήματά τους από κοντά, ήταν ένας τρόπος έμμεσης διαφήμισης καθώς έτσι κατόρθωναν

Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (182)

να γίνουν περισσότερο συμπαθείς .

Ø Ακόμα ένας τρόπος διαφήμισης είναι και η εκδήλωση της υποστήριξης προς κάποιον υποψήφιο από εξέχοντες προσωπικότητες της

πόλης, όπως η στήριξη του κ. Θάνου Ρούφου, υιό του πρώην δημάρχου των Πατρών κ. Β. Ρούφου, στο πρόσωπο του κ. Φαρμακίδη. Ο κ. Φαρμακίδης φέρεται ο συνεχιστής της παράδοσης του κ. Ρούφου στα δημοτικά πράγματα και γι' αυτό αξίζει την ψήφο των πολλών “Ρουφικών” .



Εφημ Πελοπόννησος, Εικόνα (183)

Ø Όπως και στις εκλογές του 1959, οι υποψήφιοι συνήθιζαν την ημέρα των εκλογών να απευθύνουν έναν τελευταίο χαιρετισμό προ στο εκλογικό σώμα. Ενδεικτικά ο χαιρετισμός του κ. Φαρμακίδη :



Εφημ Πελοπόννησος, Εικόνα (184)

Έκφραση ευγνωμοσύνης προς τον Πατραϊκό Λαό για τη συμπαράστασή του, σιγουριά για τη νίκη και αξιοσημείωτος ο τρόπος που κλείνει ο χαιρετισμός «Ζήτω η πόλις των Πατρών»

Ø Δεν πρέπει φυσικά να παραλείψουμε και τις περιοδείες που έκαναν οι υποψήφιοι στις περισσότερες συνοικίες της πόλη χάριν ψηφοθηρίας και



Εφημ Πελοπόννησος, Εικόνα (185)

χαρακτηριστικές για την αντίδραση του

κόσμου ήταν οι εικόνες που δημοσιεύονταν από αυτές τις περιοδείες .

ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΤΗΣ ΕΚΛΟΓΗΣ ΤΟΥ κ. ANNINOY

Την Κυριακή 5 Ιουλίου, ημέρα που διενεργήθηκαν οι εκλογές δεν εξελέγη δήμαρχος, καθώς κανένας από τους υποψηφίους δεν συγκέντρωσε το 40 %, ποσοστό πλειοψηφίας που απαιτούνταν σύμφωνα με τον εκλογικό νόμο, που πρόσφατα είχε αλλάξει, για να εκλεγεί κάποιος απευθείας δήμαρχος από το λαό. Σε μια τέτοια περίπτωση ο δήμαρχος εκλέγεται έμμεσα, δηλ. με φανερή ψηφοφορία από το Δημοτικό Συμβούλιο μεταξύ των δυο πρώτων υποψηφίων ή των δυο ισοψηφησάντων. Εν προκειμένω μεταξύ των κ. Βέτσου και κ. Κωνσταντίνου που εξασφάλισαν 16.593 και 14.905 ψήφους αντίστοιχα έναντι του τρίτου κ. Φαρμακίδη που έλαβε 12.312 ψήφους . Η έμμεση εκλογή δημάρχου ορίστηκε λοιπόν για την 23^η Αυγούστου.

Λίγες ημέρες αργότερα όμως ο κ. Κωνσταντίνου πεθαίνει αιφνιδίως προδομένος από την καρδιά του. Όλοι, με πρώτους τους πολιτικούς του αντιπάλους εκφράζουν τη λύπη τους και εκθειάζουν το κύρος και την προσωπικότητά του ,την επαγγελματική του κατάρτιση ως έναν από τους καλύτερους γιατρούς , τη συμμετοχή του στην Αντίσταση και το γεγονός ότι ο λαός τον ψήφισε ως πρόσωπο και όχι ως πολιτικό εκτιμώντας όσα είχε προσφέρει στους συμπολίτες του.

Η εκλογή δημάρχου θα γινόταν λοιπόν μεταξύ του κ. Βέτσου και του πρώτου επιτυχόντος σε σταυρούς στο ψηφοδέλτιο του κ. Κωνσταντίνου. Οι τέσσερις πρώτοι όμως που πλειοψηφούσαν σε σταυρούς παραιτήθηκαν, οπότε το δημαρχιακό αξίωμα απέναντι στον κ. Βέτσο θα διεκδικούσε ο πέμπτος κ. Θεόδωρος Άννινος .

Η συνεδρίαση του Δημοτικού Συμβουλίου στις 23 Αυγούστου ματαιώθηκε ελλείψει απαρτίας. Έτσι ορίστηκε νέα συνεδρίαση για την επόμενη Κυριακή 30 Αυγούστου. Και αυτή η συνεδρίαση όμως απειλούνταν με ματαίωση καθώς δεν είχε βρεθεί για να ορκιστεί ο

πρώτος επιλαχών του συνδυασμού του κ. Βέτσου, κ. Τριανταφύλλου ο οποίος θα αντικαθιστούσε τον κ. Σιδέρη που είχε παραιτηθεί . Αν ματαιωνόταν και αυτή η συνεδρίαση ελλείψει απαρτίας, εκλεγείς δήμαρχος, κατά το νόμο, θα θεωρούνταν απευθείας ο υποψήφιος δήμαρχος του πλειοψηφίσαντος κατά τις εκλογές συνδυασμού, δηλ. ο κ. Βέτσος .Οπότε όλη αυτή η δραστηριότητα ευνοούσε τον κ. Βέτσο, την εκλογή του οποίου δεν εξυπηρετούσαν οι μέχρι τώρα διαμορφωμένες συνθήκες. Η συνεδρίαση της 30^{ης} Αυγούστου, μετά τη μη προσέλευση του κ. Τριανταφύλλου, διακόπηκε καθώς θεωρήθηκε αντικανονικά από κ. Τσιτσάρα, πλειοψηφήσαντα του πρώτου συνδυασμού, που προέδρευε του Δημοτικού Συμβουλίου, “μη νόμιμος η συγκρότηση του δημαρχαιρεσιακού σώματος”. Αποχώρησαν οι σύμβουλοι του κ. Βέτσου και ο ίδιος αλλά παρέμειναν οι σύμβουλοι του κ. Φαρμακίδη. Μεταξύ των παρευρισκομένων δημοτικών συμβούλων (14- νόμιμη απαρτία) εκλέχθηκε τελικά δήμαρχος ο κ. Άννινος, την εκλογή του οποίου αμφισβήτησε ως μη νόμιμη ο κ. Βέτσος αλλά τελικά επικυρώθηκε από τις αρμόδιες υπηρεσίες λίγο καιρό αργότερα.

4.5 ΠΟΙΟΥΣ ΥΠΟΨΗΦΙΟΥΣ - ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΑΝ ΤΑ ΠΟΛΙΤΙΚΑ ΚΟΜΜΑΤΑ

Η Ε.Δ.Α.(Ενιαία Δημοκρατική Αριστερά) υποστήριξε τον συνδυασμό του κ. Κωνσταντίνου, ο οποίος όμως δημοσίως δήλωνε ότι ήταν υπεράνω κομμάτων και όπως ανέφερε απευθυνόταν σε όλους τους πολίτες «ανεξαρτήτως πολιτικών παρατάξεων».

Η Ε.Κ.
(Ένωση
Κέντρου) ως
Κυβέρνηση
ήθελε εκείνη
την εποχή να
αποχρωματίσει
τις δημοτικές
εκλογές από



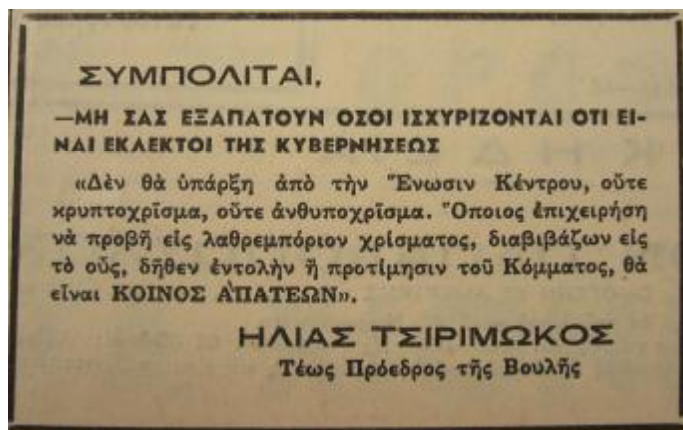
κομματικές

Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (186)

παρεμβάσεις, έτσι στον τύπο είχε δημοσιευτεί μέσω του Αντιπροέδρου της κ. Στεφανόπουλου το παραπάνω μήνυμα . Ουσιαστικά ήταν μια ανακοίνωση, γνωστοποίηση του κόμματος ότι δεν έχει δώσει το χρίσμα σε κανένα υποψήφιο και ότι στις δημοτικές εκλογές δεν πρέπει κανένας από την Ένωση Κέντρου, ούτε και οι τοπικές οργανώσεις της παράταξης να υποδείξουν και να στηρίζουν υποψηφίους .

Αυτή η προσπάθεια αποχαρακτηρισμού των δημοτικών εκλογών από κομματικά κριτήρια ήταν πολύ έντονη. Προς την ίδια κατεύθυνση ήταν λοιπόν και η παρακάτω ανακοίνωση του κ. Τσιριμώκου, τέως προέδρου της Βουλής . Η δημοσίευση αυτή προοριζόταν προς τον οποιονδήποτε

ισχυριζόταν ότι είχε λάβει από την Ε.Κ. το χρίσμα για τις δημοτικές εκλογές και θεωρούσε εαυτόν εκλεκτό της Κυβέρνησης.



Εφημ Νεολόγος, Εικόνα (187)

Ο κ. Τσιριμώκος χαρακτηρίζει «κοινό απατεώνα» όποιον επιχειρεί να διαβιβάσει σε υποψήφιο επίσημη αναγνώριση του κόμματος, καθώς δεν είχε

δοθεί χρίσμα ούτε κρυφά, ούτε επίσημα, ούτε σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό «ανθυποχρίσμα», όπως αναφέρει. Αποδείχτηκε εκ των υστέρων όμως ότι μέλη της τοπικής ηγεσίας της Ε.Κ. αλλά και ο πρόεδρος της κυβέρνησης προσωπικά υποστήριζε τον κ. Φαρμακίδη.

Η Ε.Ρ.Ε.(Εθνική Ριζοσπαστική Ένωση) τέλος μέσω παραγόντων της έκανε γνωστό ότι δεν αποδίδει καμία σημασία στην τοπική αυτοδιοίκηση και κράτησε μια ουδέτερη στάση αν και τοπικοί βουλευτές της παράταξης υποστήριζαν δημόσια με κριτήρια οικογενειακά και φιλικά όποιον επιθυμούσαν.

4.6 ΠΟΙΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕ Ο ΤΥΠΟΣ

Η εφημ. Νεολόγος ήταν η πρώτη που υποστήριξε ανοιχτά την υποψηφιότητα ενός εκ των υποψηφίων δημάρχων. Εκθειάζει τα προσόντα, τη μόρφωση, το



χαρακτήρα, την καταγωγή του κ. Φαρμακίδη και τον προτείνει ανεπιφύλακτα για το δημαρχιακό αξίωμα τονίζοντας ότι αν δεν τον έκρινε ικανό δεν θα διακινδύνευε ποτέ να πάρει θέση υπέρ του .Βέβαια δεν πρέπει να παραβλέψουμε το γεγονός ότι στους κόλπους του ψηφοδελτίου του κ. Φαρμακίδη βρίσκεται και ο κ. Καρφάκης, ένας εκ των πρωτεργατών της εφημ. Νεολόγος και Γεν. Γραμματέας της Ένωσης Εργαζομένων Τύπου Πατρών. Αν δεν ήταν αυτός δεν γνωρίζουμε αν η εφημερίδα θα έπαιρνε θέση υπέρ του κ. Φαρμακίδη .

Η εφημ. Ημέρα δεν είχε εκφράσει την υποστήριξή της υπέρ κάποιου υποψηφίου. Λίγες ημέρες πριν τις εκλογές της 5^{ης} Ιουλίου όμως είχε κατηγορήσει ανοιχτά τον κ. Κωνσταντίνου με ένα άρθρο που τιτλοφορούταν ως εξής : «Κ^{ΟΝ} ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Ἡ ΚΟΥ-ΚΟΥ-ΕΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ» Σε αυτό το άρθρο η εφημερίδα υποστήριζε ότι ο κ. Κωνσταντίνου απέκρυψε και διαστρέβλωσε την αλήθεια για να

παραπλανήσει το λαό ώστε να ωφεληθεί η Ε.Δ.Α. και το Κ.Κ.Ε. Στους λόγους του ο συγκεκριμένος υποψήφιος έλεγε ότι “*υπέταξε την αριστερά*” ουσιαστικά όμως υποτάχτηκε σε αυτήν καθώς στο ψηφοδέλιό του «προσέλαβε όλη την Νομαρχιακή Επιτροπή της Αριστεράς» και δεν διέσωσε το δικαίωμά του να επιλέξει ο ίδιος τους εκ Αριστεράς υποψηφίους για τον συνδυασμό του. Υποτάχτηκε όχι μόνο σε πρόσωπα αλλά και στις ιδέες αφού δεσμεύτηκε να μην διαφωνήσει στο πρόγραμμα της Ε.Δ.Α. για τις δημοτικές εκλογές. Αυτή ήταν η άποψη της εφημερίδας για τον κ. Κωνσταντίνου. Κατά τα άλλα όμως προέτρεπε τους πολίτες να ψηφίσουν με γνώμονα το εθνικό και δημοτικό συμφέρον, αλλά και την ιδεολογική τους γραμμή .

Η εφημ. Πελοπόννησος κράτησε μια ουδέτερη στάση απέναντι στους υποψηφίους. Παρότρυνε μόνο τους πολίτες να ψηφίσουν τον ικανότερο για το αξίωμα του δημάρχου, χωρίς να πολιτικοποιούν τις δημοτικές εκλογές και φυσικά να ψηφίσουν με γνώμονα τις ανάγκες της Πάτρας .

Η εφημ. Εθνικός Κήρυκας τοποθετήθηκε εξ’ αρχής υπέρ του κ. Βέτσου θεωρώντας πολλές φορές σε άρθρα που δημοσίευε βέβαιη τη νίκη του. Προς αυτή την κατεύθυνση οπωσδήποτε βοήθησε και η υποψηφιότητα με τον συγκεκριμένο συνδυασμό του κ. Βρή, ο οποίος ήταν έγκριτος δημοσιογράφος και διευθυντής της εφημ. Εθνικός Κήρυξ .

5. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Στις εκλογές του 1951 κανένας από τους υποψηφίους δημάρχους δεν είχε μεγάλη διαφημιστική προβολή στον τύπο. Ο κ. Ζαφειρόπουλος αλλά και ο κ. Βέτσος δημοσίευσαν αναγγελίες των εγκαινίων τους, ο μεν πρώτος με μια συνηθισμένη ανακοίνωση, “μονότονη” που με την πρώτη ματιά δεν προσελκύει τον αναγνώστη(εικ. 1), ο δε δεύτερος με μια ανακοίνωση στη οποία τονίζει με έντονα γράμματα το όνομά του, και ακολούθως το λόγο της δημοσίευσης –εγκαίνια, αλλά και το χρόνο τέλεσής τους, τρόπος μάλλον πιο αποδοτικός. (εικ. 2)

Οι προσκλήσεις των ψηφοφόρων στα εκλογικά τους κέντρα και οι ανακοινώσεις των προγραμμάτων τους ακολουθούν το ίδιο “μοτίβο”(εικ.3,4) και στις περισσότερες ανακοινώσεις τους βλέπουμε το βασικό τους σύνθημα : *“ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ-ΠΑΤΡΑΙ”* και *“ΒΕΤΣΟΣ - ΔΡΑΣΙΣ”*

Σημειώνουμε ότι από αυτές τις εκλογές υπήρχαν ξεχωριστά εκλογικά κέντρα για τις γυναίκες. Ο κ. Ζαφειρόπουλος λοιπόν προτίμησε να διαχωρίσει με ευδιάκριτο τρόπο τους ψηφοφόρους του σε άντρες και γυναίκες. Πρωτοποριακά απευθύνθηκε με ξεχωριστές δημοσιεύσεις σε γυναίκες και άντρες, γράφοντας στην αρχή κάθε μηνύματος με κεφαλαία και ευδιάκριτα γράμματα σε ποιον απευθυνόταν κάθε φορά (εικόνα 5 σελ.65 και 8, 9σελ.66). Με αυτό τον τρόπο το κάθε φύλο και κυρίως οι γυναίκες μπορούσαν με μια πρώτη όψη να δουν κάθε φορά ποιους αφορά το μήνυμα και κυρίως θεωρούνταν και ήταν πλέον σημαντικές.

Ο κ. Ρούφος δεν διαφημίστηκε σχεδόν καθόλου, το μόνο σύνθημα που δημοσίευσε και που μάλλον ήταν αρκετό για την εκλογή του, ήταν το εξής : *“ΟΠΟΙΟΣ ΑΓΑΠΑΕΙ ΤΗΝ ΠΑΤΡΑ ΨΗΦΙΖΕΙ ΡΟΥΦΟ”* τονίζοντας με εντονότερα γράμματα τις δυο τελευταίες λέξεις, θέλοντας

έτσι να περάσει εύστοχα το μήνυμα του στους πολίτες της Πάτρας. Αξιολογώντας αυτό το σύνθημα του κ. Ρούφου βλέπουμε ότι είναι μελετημένο και προσεγμένο αφού πετυχαίνει το στόχο του σε 4 μόνο απλές γραμμές. (εικ 7).

Οι υποψήφιοι δημοτικοί σύμβουλοι όπως είδαμε ακολούθησαν διάφορους τρόπους για να διαφημιστούν. Δημοσίευαν το όνομά τους τονίζοντας το επάγγελμά τους, προφανώς για να δείξουν το κύρος τους αλλά και να προσελκύσουν τους ψηφοφόρους που προέρχονται από την ίδια επαγγελματική τάξη, και ακολούθως ανέφεραν και τον συνδυασμό με τον οποίο ήταν υποψήφιοι(εικ.11-22). Αυτός ο τρόπος διαφήμισης ήταν αρκετός για να τους γνωρίσουν οι πολίτες.

Ένας άλλος τρόπος ήταν να δημοσιεύσουν τη φωτογραφία τους μαζί με όλα τα προηγούμενα αλλά και λιγοστά βιογραφικά στοιχεία.(εικ.23-26) Αυτός ο τρόπος ίσως να ήταν πιο αποτελεσματικός .

Οι άλλοι τρόποι κατά τους οποίους δημοσιεύουν φωτογραφία τους και αρκετά βιογραφικά τους στοιχεία(εικ. 27-30) ή μόνο το όνομά τους και βιογραφικά τους στοιχεία με τη μορφή ολόκληρου κειμένου(εικ.31,32) μάλλον δεν επιτέλεσαν το σκοπό τους καθώς ιδιαίτερα ο τελευταίος τρόπος ήταν μάλλον βαρετός παρά ενδιαφέρον για τον αναγνώστη-ψηφοφόρο.

Οι εκλογές του 1954 είχαν περισσότερους υποψηφίους και περισσότερη διαφήμιση. Ο κ. Βέτσος διατηρεί το βασικό του σύνθημα “*BETΣΟΣ -ΔΡΑΣΙΣ*” , το οποίο τονίζει με έντονα και κεφαλαία γράμματα σε κάθε του ανακοίνωση. Αυτό είναι απολύτως σωστό καθώς διατηρεί και δεν αλλοιώνει την ταυτότητά του και δεν μπερδεύει τους ψηφοφόρους του .

Ο κ. Γιαννακόπουλος στις ανακοινώσεις του τονίζει τις εξής λέξεις : ΔΗΜΑΡΧΟΣ ΠΑΤΡΕΩΝ ΝΙΚΟΣ ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΣ (εικ.44,46), ΑΥΤΟΣ ΚΑΙ ΜΟΝΟΝ ΑΥΤΟΣ (εικ.53), ΜΟΝΟΝ Ο ΝΙΚΟΣ

ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΣ (εικ.55), ψηφίστε με φανατισμό Ν. ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟ (εικ.56)κ.ο.κ. Δεν πρέπει να παραλείψουμε όμως ότι ήταν από τους πρώτους που απευθύνεται ξεχωριστά σε μια ομάδα ατόμων-ψηφοφόρων, τους αθλητές (εικ.54), υπακούοντας εμμέσως στους κανόνες της διαφήμισης οριοθετώντας το place, δηλ. το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Ονόμασε δε το συνδυασμό του *ΝΟΙΚΟΚΥΡΟΣΥΝΗ-ΑΝΑΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ* αν και αυτές τις λέξεις θα χρησιμοποιήσει περισσότερο ένας άλλος υποψήφιος ο κ. Ζαφειρόπουλος και θα δημιουργήσει μάλλον περισσότερο σύγχυση παρά σαφήνεια στους ψηφοφόρους .

Ο κ. Ζαφειρόπουλος λοιπόν προβάλλεται ως Θ. ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ ο νοικοκύρης δήμαρχος (εικ. 47),ο εργάτης δήμαρχος (εικ. 48),και αυτός με βάση την προηγούμενη θητεία του ΕΚΤΕΛΕΙ ΕΡΓΑ(εικ. 49).Εξ' αυτού και το όνομα του συνδυασμού του ΛΑΟΣ-ΕΡΓΑ.

Ο κ. Ζαφειρόπουλος όμως απευθύνεται πάλι με ξεχωριστές ανακοινώσεις σε γυναίκες και άντρες, έτσι δίνει ιδιαίτερη σημασία στο γυναικείο φύλο (Εικόνα 32 σελ. 80, 35 σελ. 81),και αυτή η ενέργειά του δικαιώνεται καθώς πήρε περισσότερες ψήφους από τις γυναίκες ψηφοφόρους ,κάτι που σχολιάστηκε μετά τις εκλογές .

Ο κ. Ρούφος αλλά και ο κ. Παπαγιαβής δεν ακολουθούν ιδιαίτερη διαφήμιση αλλά αυτό δεν είδαμε να τους εμπόδιζε από το να εκλεγούν ο μιν δήμαρχος και ο δε δεύτερος στις προτιμήσεις των πολιτών .Άρα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι και σε αυτές τις εκλογές δεν έχει ιδιαίτερη σημασία η διαφήμιση μέσω του τύπου.

Όσο για του υποψηφίους δημοτικούς συμβούλους ακολούθησαν τους ίδιους τρόπους διαφήμισης με τις προηγούμενες εκλογές με μόνη διαφορά το γεγονός ότι τώρα διαφημιζόνταν όλο και περισσότεροι.

Στις εκλογές του 1959 συναντάμε τον κ. Βέτσο πιστό στο σύνθημά του “*ΒΕΤΣΟΣ -ΔΡΑΣΙΣ*”, τους υπόλοιπους υποψηφίους να δηλώνουν

ανεξάρτητοι όπως ο κ. Κοτρωνόπουλος , δημοκρατικοί και προοδευτικοί όπως ο κ. Φωτήλας και έτοιμοι για τη “ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΑΝΑΝΕΩΣΗ”, όπως ονόμαζε τον συνδυασμό του, αλλά και να μην δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για να διαφημιστούν όπως ο κ. Φαρμακίδης

Κατά τα άλλα η διαφήμιση ακολουθεί την ίδια βάση. Στις δημοσιεύσεις τονίζονται με έντονα γράμματα όσα έχουν σημασία για τον καθένα : ΤΑΚΗΣ ΚΟΤΡΩΝΟΠΟΥΛΟΣ ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ ΔΗΜΑΡΧΟΣ ΠΑΤΡΕΩΝ (εικ.91), ΕΚΛΟΓΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ Ν. ΒΕΤΣΟΥ (εικ.92), ΕΓΚΑΙΝΙΑ ΑΣΗΜΑΚΗ ΦΩΤΗΛΑ (εικ.93), ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ Κ. ΦΑΡΜΑΚΙΔΗ (εικ.96).

Όσον αφορά τους δημοτικούς συμβούλους εκτός του ότι διαφημίζονται όλο και περισσότεροι, βλέπουμε πλέον ότι οι γυναίκες υποψήφιες αλλά και οι διαφημιστικές καταχωρήσεις τους στις εφημερίδες αυξάνονται.

Στις εκλογές του 1964 ο κ. Βέτσος δεν αλλάζει πλευση και διατηρεί το σύνθημα που τον έχει καθιερώσει και του έδωσε τη νίκη την προηγούμενη τετραετία και καλεί του συμπολίτες τους να ψηφίσουν “ΒΕΤΣΟΣ -ΔΡΑΣΙΣ”(εικ.166).

Ο κ. Φαρμακίδης αλλάζει τακτική και ο προεκλογικός του αγώνας χαρακτηρίζεται από πληθώρα δημοσιευμάτων και συνθημάτων με τα οποία ζητάει να ψηφιστεί με φανατισμό αλλά και εξισώνει το όνομά του με όλα όσα βλέπουμε να αποτυπώνονται στις εικ.172-182.

Ο κ. Κωνσταντίνου δε εμφανίζεται αρκετά μετριοπαθής σε συνθήματα και δημοσιεύσεις και αρκείται στο να υπόσχεται “ΑΛΛΑΓΗ”.

Οι υποψήφιοι δημοτικοί σύμβουλοι ακολουθούν τον ίδιο δρόμο και τρόπο διαφήμισης με τις προηγούμενες εκλογικές αναμετρήσεις.

6. ΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ



Μια από τις δημοσιεύσεις που διαφοροποιήθηκε από τις άλλες ανακοινώσεις στον τύπο ήταν αυτή του κ. Βέτσου, με την οποία ευρηματικά ζητάει την ψήφο των συμπολιτών του. Όπως βλέπουμε φαίνεται να μιλάει η ίδια η Πάτρα (με την εισαγωγή «Σας ομιλεί η Πάτρα μας» και την “υπογραφή” «*Η ΠΑΤΡΑ ΣΑΣ*») και να προτείνει για δήμαρχο τον κ. Βέτσο.

Εντύπωση προκαλούν επίσης οι δημοσιεύσεις με τις φωτογραφίες δυο υποψηφίων δημοτικών συμβούλων. Η πρώτη του κ. Στρούζα και η



δεύτερη του κ. Μεντζελόπουλου, οι οποίοι σε αντίθεση με τους άλλους υποψηφίους εμφανίζονται χαμογελαστοί και πρόσχαροι, προσελκύοντας το



ενδιαφέρον του πολίτη.



Μια από τις πιο χαρακτηριστικές φωτογραφίες είναι αυτή του κ. Τριανταφύλλου ο οποίος διάλεξε έναν πρωτότυπο τρόπο να φωτογραφηθεί δείχνοντας παράλληλα την σοβαρότητα αλλά και την λαϊκή του προέλευση, κοστούμι και γκλίτσα μαζί.

Επίσης μια διαφορετική φωτογραφία είναι αυτή του κ. Κανδηλώρου. Πρόκειται για μια καλλιτεχνική φωτογραφία με την υπογραφή και του studio στο οποίο τραβήχτηκε ,υποδηλώνοντας ίσως την καλλιτεχνική του φύση αλλά προβάλλοντας και την γοητεία του ώστε να προκαλέσει το θαυμασμό και τη ψήφω των γυναικών.





Πρωτοποριακή είναι επίσης η δημοσίευση του κ. Λάγαρη. Καλεί τους συμπολίτες του να ψηφίσουν με συνείδηση ευθύνης τον συνδυασμό του και είναι ο μοναδικός που υπογράφει τα λεγόμενά του δίνοντας έτσι ένα πιο προσωπικό χαρακτήρα .

Διαφορετική είναι επίσης η δημοσίευση του κ. Μεθενίτη ο οποίος διαφημίζεται με το όνομά του, το επάγγελμά του και τον συνδυασμό του σε μαύρο φόντο και όχι σε λευκό όπως οι υπόλοιποι υποψήφιοι.



7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η διαφημιστική προβολή μέσω του τύπου των υποψηφίων Δημάρχων αλλά και των Δημοτικών Συμβούλων την περίοδο που εξετάσαμε δεν διαφέρει σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο που διαφημίζονται σήμερα οι αντίστοιχοι υποψήφιοι, τόσο στο Δήμο της Πάτρας όσο και στα περισσότερα δημοτικά διαμερίσματα της χώρας.

Συγκεκριμένα, όπως τότε έτσι και τώρα οι υποψήφιοι δημοσιεύουν φωτογραφίες με συνθήματα του συνδυασμού τους και εκφωνούν τους προγραμματικούς τους λόγους σε οργανωμένες μαζικές συγκεντρώσεις σε πλατείες αλλά και στα εκλογικά τους κέντρα, τα οποία έχουν εγκαινιάσει σε κεντρικά σημεία της πόλης, με λαμπρότητα και αθρόα προσέλευση ψηφοφόρων. Επίσης οργανώνουν περιοδείες στις συνοικίες της πόλης ώστε να πλησιάσουν τους πολίτες και να ακούσουν τα προβλήματά τους.

Ωστόσο στις μέρες μας οι περισσότεροι υποψήφιοι αναθέτουν την διαφημιστική τους καμπάνια σε έμπειρους επικοινωνιολόγους, με την καθοδήγηση των οποίων κινούνται. Η διαφημιστική τους προβολή επεκτείνεται και σε μέσα όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση.

Ο προϋπολογισμός των υποψηφίων για τη διαφημιστική τους προβολή έχει αυξηθεί, καθώς εκτός από τα παραπάνω τοιχοκολλούν αφίσες σε κάθε γωνία και μοιράζουν φυλλάδια με βιογραφικά τους στοιχεία και εξαγγελίες τους σε κάθε γειτονιά (ταχυδρομικώς και από πόρτα σε πόρτα). Επίσης στέλνουν οι ίδιοι επιστολές στους ψηφοφόρους (γνωστό ως direct mail).

Οι αντιπαραθέσεις των υποψηφίων είναι εντονότερες και συχνά ξεφεύγουν από το πολιτικό και περνούν σε προσωπικό επίπεδο. Συχνά δε το πρόγραμμά τους βασίζεται σε όσα δεν έκαναν οι αντίπαλοί τους και όχι στο τι θα κάνουν αυτοί.

Χαρακτηριστικός δε είναι ο τρόπος που ποζάρουν στις φωτογραφίες των διαφημιστικών τους εντύπων. Προφίλ, ανφάς, κοιτάζοντας απευθείας το φωτογραφικό φακό με σοβαρότητα, οικειότητα και σιγουριά, ένα σύνθημα, ένα χαμόγελο, αυτοπεποίθηση και κάπου στην εικόνα το σήμα του συνδυασμού (το οποίο σήμερα σχεδόν πάντα εμπεριέχει τρία χρώματα, με το γαλάζιο και το πράσινο απαραίτητως παρόντα, ώστε να υποδηλώνεται η...ανεξαρτησία του υποψηφίου) .

Επίσης παρατηρούμε ότι στον τρόπο ενδυμασίας τους ακολουθούν τα ήθη και έθιμα της εποχής τους, τη μόδα και τα κοινωνικά πρότυπα (κοστούμι, καπέλο, μαντήλι στο πέτο, γραβάτα, ανοικτό πουκάμισο, μουστάκι, κοντά ή μακριά μαλλιά).

Στη φωτογραφία του ο υποψήφιος δήμαρχος οφείλει να δείχνει φιλικός, οφείλει να δείχνει νέος(εξ ου και τα ρετούς που παρατηρούμε ενίοτε στις φωτογραφίες σήμερα). Οφείλει να δείχνει οικείος ,τόσο που να νοιώθεις ότι σε νοιάζεται ,αλλά όχι τόσο οικείος που να υποβιβάζεται η εικόνα της υπευθυνότητας και της σοβαρότητάς του .Γι' αυτό το σκοπό προτιμάται μεν να φοράει κοστούμι στην αφίσα, αλλά με τέτοιο τρόπο που να μην δείχνει σφιγμένος .

Δεν πρέπει να παραλείψουμε όμως ότι το γυναικείο φύλο έχει περισσότερες εκπροσώπους στους συνδυασμούς και φυσικά το γεγονός ότι οι υποψήφιοι προέρχονται από διάφορες κοινωνικές τάξεις και επαγγέλματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- § ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ(ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΕΙΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ)
- § ΓΚΟΜΠΛΙΑΣ ΚΩΣΤΑΣ, **ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΝΤΑΣ**, Γ΄ ΕΚΔΟΣΗ,
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΛΙΒΑΝΗ, ΑΘΗΝΑ 1991
- § ΓΚΟΜΠΛΙΑΣ ΚΩΣΤΑΣ, **ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**
- § **ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ**
- § **ΔΟΜΗ** (ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΕΙΑ)
- § ΖΩΤΟΣ Γ. Χ., **ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**
- § ΚΡΕΜΜΥΔΑΣ ΒΑΣΙΛΗΣ, **ΝΕΟΤΕΡΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ
ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ**, Δ΄ ΕΚΔΟΣΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΕΝΗ,
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, 1987
- § ΛΑΖΑΡΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ, **ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ**,
ΤΟΜΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟΣ (1945-1955)
- § ΜΑΡΑΣΛΗΣ Α., **ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ**, ΠΑΤΡΑ 1983
- § ΠΑΡΝΕΛ, **ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ 20^{ου} ΑΙΩΝΟΣ ΧΡΥΣΟΣ ΤΥΠΟΣ**
- § ΤΑΧΟΣ ΑΝΑΣΤ. Ι., **ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ**, ΔΕΥΤΕΡΗ
ΕΚΔΟΣΗ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΑΚΚΟΥΛΑ, 1985
- § ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ, **ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ ΠΑΤΡΑΣ**
- § **ΤΟΠΙΚΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ: ΝΕΟΛΟΓΟΣ**

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ

ΣΗΜΕΡΙΝΗ/ ΗΜΕΡΑ

ΕΘΝΙΚΟΣ ΚΗΡΥΞ

Ευχαριστούμε τη γραμματεία του Μουσείου Τύπου και ειδικότερα τη
κ. Τσίρου Κατερίνα.

Επίσης τον εισηγητή μας κ. Παναγόπουλο Ιωάννη για την πολύτιμη
βοήθειά του.