

# «Παραγωγή» και «εξαγωγή» ελληνικού πολιτισμού Οριοθετήσεις και προσανατολισμοί

Της κ. **Ελισ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ**  
M. Sc., Επικοινωνιολόγου,  
Γεν. Διευθ. ELISARTE, Cultural Marketing

## Οριοθετήσεις

Ο αρχαίος Έλληνας Κυνικός Φιλόσοφος Διογένης μας κατέλιπε μία σπουδαία «αρχή»: αρχή σοφίας ονομάτων επίσκεψις.

Υπό το πνεύμα αυτής της επιταγής, υπενθυμίζεται στα πλαίσια αυτού του συνοπτικού άρθρου, ότι πολιτισμός είναι το σύνολο των ενεργειών, με τις οποίες ο άνθρωπος επιδιώκει να κατακτήσει την φύση και να την χρησιμοποιήσει προς όφελός του, προκειμένου να ανυψωθεί, ελευθερούμενος από ανάγκες, σε πνευματικό όν.

Ο όρος προέρχεται από την λέξη πόλις και αυτό οδηγεί στην παραδοχή, ότι δεν είναι δυνατόν να παραχθεί πολιτισμός παρά μέσα σε χώρο, όπου συμβιώνουν άνθρωποι.

Βασική διάκριση του όρου πολιτισμός, γενικώς παραδεκτή, είναι σε τεχνικό ή υλικό (υλικά μέσα για την διευκόλυνση της ζωής) και σε πνευματικό (πνευματικές αξίες).

Πολιτιστικές δραστηριότητες εμφανίζονται σε πλήρη ή μη μορφή ακόμη και σε πρώιμα στάδια της ανθρώπινης ιστορίας, όχι πάντοτε ισομερώς κατανεμημένες σε χρόνους και χώρους.

Κατά την σύγχρονη εποχή την έννοια της οργανωμένης πολιτικής πολιτιστικών δραστηριοτήτων οριοθέτησε η UNESCO, προηγηθείσα των σχετικών διακηρύξεων Οργανισμών, όπως του Συμβουλίου της Ευρώπης, Διεθνών Ενώσεων Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (C.D.R.L.) κ.ά.

Κατά την UNESCO, λοιπόν, η πολιτιστική πολιτική, ως έννοια γένους, είναι σύνολο κοινωνικών πρακτικών συνειδητών και συγκεκριμένων παρεμβάσεων ή μη παρεμβάσεων, με στόχο την ικανοποίηση πολιτιστικών αναγκών, με πλήρη αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων ανθρώπινων και υλικών πόρων, που διαθέτει μία οργανωμένη κοινωνία, σε δεδομένη χρονική περίοδο. Εξυπακούεται, ότι η πολιτική αυτή πρέπει να καθορίζει κριτήρια πολιτιστικής ανάπτυξης και να επιχειρεί σύνδεση του πολιτισμού με την διαμόρφωση της προσωπικότητας του ατόμου, αλλά και με το ιστορικό παρελθόν του.

Κατά προέκταση αυτής της οριοθέτησης, η πολιτιστική δραστηριότητα, θεμέλιος λίθος πολιτιστικής ανάπτυξης, είναι δυνατόν να ορισθεί ως η οργανωμένη επικοινωνία των καταναλωτών/χρηστών με τα πολιτιστικά προϊόντα/αγαθά, την συνακόλουθη χρησιμοποίησή τους και την περαιτέρω αξιοποίησή τους.

Η επικοινωνία αυτή, ως εκ της φύσεώς της, είναι δυνατόν να καταστεί αμφιμερώς επωφελής, τόσο για τον δημιουργό/παραγωγό πολιτιστικού προϊόντος, όσο και για το κοινωνικό σύνολο.

Οι Έλληνες συγκαταλέγονται μεταξύ των λαών εκείνων, οι οποίοι «παρήγαγαν» πολιτισμό λίαν ενωρίς και μάλιστα ιδιάζουσας υψηλής ποιότητας και ποικιλίας.

Αυτού του πολιτισμού είμεθα κληρονόμοι, αλλά τίθεται σειρά ερωτημάτων εάν είμεθα καλοί διαχειριστές της πολύτιμης αυτής κληρονομιάς.

Έχω την αίσθηση, ότι είμεθα μη επαρκείς στο να διαφυλάξουμε και να αξιοποιήσουμε το ιστορικό μας παρελθόν, που από μόνο του είναι ικανό να μας δώσει «πόρους» ζω-

ής. Στο Βερολίνο παραδείγματος χάριν είχαν την ευφυΐα να κατασκευάσουν σε πραγματικές διαστάσεις αναπαράσταση μεγάλου μέρους του ναού της Περγάμου, ενώ παραπλεύρως επεξηγούν την ακριβή θέση και λειτουργία των αρχαιολογικών ευρημάτων, που εκτίθενται στο Μουσείο. Το αποτέλεσμα είναι εντυπωσιακό για τον σύγχρονο επισκέπτη και η επισκεψιμότητα του μουσείου πολύ μεγάλη.

Αν κάναμε το ίδιο στην Ελλάδα για κάθε αρχαιολογικό χώρο, αν καταφέραμε να αναδείξουμε και να εντάξουμε το παρελθόν στο παρόν, η Ελλάδα θα ήταν μία άλλη Χώρα. Το στοίχημα είναι να καταφέρουμε να μεταγγίσουμε την πληροφορία και το πνεύμα της ιστορίας μας στον σύγχρονο άνθρωπο.

Αντί αυτού τοποθετούμε συνήθως ένα μίζερο δήθεν προστατευτικό-απαγορευτικό σκοινί γύρω από τα εγκαταλελειμμένα μάρμαρα του ναού του Σουνίου. Αποκλείεται όμως έτσι με αυτή την πολιτιστική διαχείριση να προσελκύσουμε τουρίστες.

### **Η «άλλη» προσέγγιση**

Η Ελλάδα εξακολουθεί «να παράγει» πολιτισμό βεβαίως και σήμερα. Υπήρξαν Έλληνες, που έγιναν γνωστοί διεθνώς για την προσωπικότητα και το έργο τους, όπως οι Δημήτρης Μητρόπουλος, Μαρία Κάλλας, Ιωάννης Ξενάκης, Δημήτρης Ροντήρης, Νίκος Καζαντζάκης, Οδυσσέας Ελύτης, Γιώργος Σεφέρης, Μελίνα Μερκούρη, Μίκης Θεοδωράκης, Ειρήνη Παμπά, Κώστας Γαβράς κ.ά.

Όλοι αυτοί με τον έναν ή τον άλλον τρόπο εξήγαγαν ελληνικό πολιτισμό, ο Ροντήρης έκανε παγκόσμιες περιοδείες παίζοντας αρχαία τραγωδία από την Αμερική ως την Αυστραλία σε γεμάτα θέατρα, η Μελίνα γέμισε τις αίθουσες του Broadway, ο Μίκης Θεοδωράκης αποθεώθηκε σε γεμάτα στάδια σε όλα τα μήκη και τα πλάτη της γης.

Όλοι αυτοί «δημιούργησαν τέχνη» πολιτιστικό προϊόν, που πέρασε τα ελληνικά σύνορα. «Ο Ζορμπάς» του Μιχάλη Κακογιάννη με το ομώνυμο τραγούδι του Μίκη Θεοδωράκη έκανε τον γύρο του κόσμου. Σήμερα τί αντίστοιχο έχουμε να επιδείξουμε;

Η τελευταία μας μεγάλη καλλιτεχνική επιτυχία ήταν η βράβευση της Έλενας Παπαρίζου την Eurovision. Δεν θα υποτιμήσω τον θεσμό, δεν ξέρω όμως αν προσέθεσε κάτι στην πολιτιστική μας ταυτότητα. Δεν ξέρω αν θυμάται κανείς σήμερα στην Ευρώπη αυτό το τραγούδι, εάν θυμάται, ότι το τραγούδησε Ελληνίδα και εάν μπορεί να κάνει κάποιο συνειρμό με την Χώρα μας όταν το ακούει.

Οι Παραγωγοί οι αποκαλούμενοι «Μάνατζερς», δεν ξέρουν πια τι να προβάλουν, τι να προωθήσουν στον πολιτιστικό τομέα.

Το μόνο που μας απέμεινε είναι λίγα μεγάλα ονόματα τραγουδιστών, που γεμίζουν τα θέατρα ως μονάδες. Όποιος φορέας, Εταιρεία, Σύλλογος, Υπουργείο, επιθυμεί να διοργανώσει κάτι αξιόλογο καταλήγει σε αυτή την επιλογή.

Δεν παράγουμε πια πολιτισμό, φοβάμαι, ότι συνήθως παράγουμε κάτι αναλώσιμο σε επίπεδο «Show biz», που κάνει πωλήσεις για λίγους μήνες στην Ελλάδα και χάνεται. Δεν είναι διεθνούς βεληνεκούς γιατί δεν έχει καλλιτεχνική αξία, κανείς δεν θα το θυμάται σε ένα χρόνο, αν πρόκειται για τραγούδι, ούτε το τραγούδι, ούτε τον τραγουδιστή, αν πρόκειται για τηλεοπτική σειρά το ίδιο, για τα λοιπά θεάματα, θέατρο και κινηματογράφο, χορό, δεν συζητώ είναι τοπικού βεληνεκούς και συνήθως δεν ταξιδεύουν στο εξωτερικό.

Αν πρέπει να δοθεί απάντηση στους προβληματισμούς αυτούς θα πρότεινα να αξιοποιήσουμε το ιστορικό μας παρελθόν. Σχετικά με την σύγχρονη δημιουργία είναι γεγονός, ότι δεν εκβιάζεται η έμπνευση των δημιουργών, είτε υπάρχει, είτε δεν υπάρχει.

Η άλλη απάντηση είναι ίσως, ότι ήρθε η εποχή των εμπνευσμένων παραγωγών και όχι των δημιουργών. Ίσως θα πρέπει να αξιοποιήσουμε, να ανασύρουμε και να συνθέσουμε με νέα ματιά έργα παλιότερων για να δώσουμε το στίγμα μας, μια και οι καινούργιοι Θεοδωράκης και Χατζιδάκις δεν φαίνεται να έχουν γεννηθεί με το ίδιο ποιοτικό μέγεθος.