

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Π.Μ.Σ. ΔΙΕΘΝΩΝ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ: «ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ»

Διπλωματική Εργασία

**Η Πολιτιστική Διπλωματία της Ελλάδας
Ιστορία, Δυνατότητες, Προτάσεις**

Βασιλική Αποστολοπούλου
(Α.Μ.:1215Μ057)

Επιβλέποντες
Χρήστος Παπάζογλου
Ανδρέας Παπαστάμου

Αθήνα
Νοέμβριος 2016

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας αποτελεί η διερεύνηση των δυνατοτήτων και των προοπτικών που προσφέρει η αξιοποίηση του πολιτισμού στην άσκηση της πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας μας. Ο πολιτισμός αποτελεί αναμφισβήτητα ένα από τα κύρια συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας και μπορεί να συνεισφέρει σε σημαντικό βαθμό στην ενίσχυση της εξωστρέφειάς της, που αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και επακολούθως της οικονομικής της ανάπτυξης. Σε πρώτο επίπεδο πραγματοποιείται ανάλυση της έννοιας

της πολιτιστικής διπλωματίας, καθώς και περιγραφή των κυριότερων φορέων άσκησής

της με πιο σημαντικούς το Υπουργείο Εξωτερικών και το Υπουργείο Πολιτισμού, χωρίς βέβαια να παραμερίζεται ο σημαντικός ρόλος των μη κυβερνητικών φορέων. Στη

συνέχεια, πραγματοποιείται μια αποτίμηση της παρούσας κατάστασης του τομέα αυτού στην Ελλάδα, προκειμένου στη συνέχεια να προσδιοριστούν οι άξονες στους οποίους θα βασιστεί κατά κύριο λόγο το σχέδιο της ελληνικής πολιτιστικής στρατηγικής. Τέλος, παρατίθενται προτάσεις για την αναβάθμιση της ελληνικής πολιτιστικής διπλωματίας, πραγματοποιώντας αναφορές σε συγκεκριμένους τομείς.

ABSTRACT

Without a doubt, one of the most significant comparative advantages of our country is “culture”. Cultural diplomacy and the way it can be incorporated into Greek foreign policy is the main object of this dissertation. First, there was made an analysis of the cultural diplomacy’s definition and its context. A description of the Greek cultural diplomacy actors and their action follows, with the Ministry of Foreign Affairs and the

Ministry of Culture being the most important ones. In the last section, a description of the present situation in Greece is presented. The essay reaches certain conclusions concerning the successful continuation of Greek Cultural Diplomacy.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη.....	1
Abstract	2
Εισαγωγή	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
1 Γενικά Ζητήματα Πολιτιστικής διπλωματίας	6
1.1 Ορισμοί για την Πολιτιστική Διπλωματία.....	6
1.2 Ποιοί Ασκούν Πολιτιστική Διπλωματία	10
1.3 Πολιτιστική Διπλωματία και Δημόσια Διπλωματία.....	13
1.4 Nation Branding.....	15
2 Η Ελληνική Πολιτιστική Διπλωματία.....	17
2.1 Ιστορική Αναδρομή της Πολιτιστικής Διπλωματίας στην Ελλάδα	17
2.2 Φορείς της Ελληνικής Πολιτιστικής Διπλωματίας.....	19
2.3 Υπουργείο Εξωτερικών	19
2.4 Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού	21
2.5 Υπουργείο Εθνικής Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων.....	22
2.6 Απόδημος Ελληνισμός	22
2.7 Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού	23
2.8 Το Οικουμενικό Πατριαρχείο	24
2.9 Άλλοι Φορείς-Πρωτοβουλίες	25
3 Παραδείγματα Επιτυχημένης Πολιτιστικής Διπλωματίας.....	25
3.1 Γαλλία.....	25
3.2 Μεγάλη Βρετανία	28
3.3 Γερμανία.....	29
3.4 ΗΠΑ.....	30
3.5 Καναδάς	30
4 Η Ελληνική Πολιτιστική Διπλωματία.....	32
4.1 Άξονες Σχεδιασμού της Ελληνικής Πολιτιστικής Διπλωματίας.....	34
4.2 Προτάσεις για Αναβάθμιση της Πολιτιστικής Διπλωματίας.....	36
Ενίσχυση του Ρόλου του Ελληνικού Ιδρύματος Πολιτισμού	37
Ενίσχυση Εκπαιδευτικής Διπλωματίας	38
Ρόλος Μορφωτικών Ακολούθων/Ακολούθων Τύπου	41
Συνεργασία μεταξύ Δημοσίων και Ιδιωτικών Φορέων.....	41

Συμβολή Τουρισμού.....	44
Συμπεράσματα	53
Βιβλιογραφία.....	55

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Top 14 Countries in the World(Πηγή: Reputation Institute 2016).....	29
Πίνακας 2: Παγκόσμια Κατάταξη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας(Πηγή:WEF 2016).....	43
Πίνακας 3:Συνοπτικά Αποτελέσματα της επίδρασης στην οικονομία από μια μεγάλη ξένη παραγωγή(Πηγή: Υπόδειγμα Εισροών-Εκροών IOBE 2015.....)	46

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1:Άμεση Επίδραση του Τουρισμού στο ΑΕΠ(Πηγή: WTTC 2015).....	44
Διάγραμμα 2:Άμεση Επίδραση του Τουρισμού στο ΑΕΠ (%)(Πηγή: WTCC 2015).....	44
Διάγραμμα 3:Άμεση Επίδραση του Τουρισμού στην Απασχόληση(.000 jobs) (Πηγή: WTCC 2015).....	44
Διάγραμμα 4:Άμεση Επίδραση του Τουρισμού στην Απασχόληση(%) (Πηγή: WTCC 2015).....	44

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά των σύγχρονων κοινωνιών αποτελεί δίχως αμφιβολία ο πολύπλοκος χαρακτήρας τους, ο οποίος αποδίδεται ως επί το πλείστον στο παγκοσμιοποιημένο διεθνές περιβάλλον. Τα κράτη προσπαθώντας να ανταποκριθούν στις εξελίξεις αλλά και στο «κάλεσμα» νέων απαιτήσεων συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο τη σημασία των πολιτιστικών σχέσεων και της άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας. Συγκεκριμένα, συνειδητοποιώντας τα κράτη ότι η κλασική διπλωματία έχει εμπλουτιστεί με νέες αρμοδιότητες, μέσα σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο διεθνές σύστημα, αναζητούν την ανάδυση εναλλακτικών μορφών διπλωματίας. Συνεκδοχικά, οι αλλαγές των μεθόδων επικοινωνίας, που επέφερε η εισαγωγή της νέας τεχνολογίας, προσέδωσε μία σειρά από νέες ευθύνες στους παραδοσιακούς τρόπους άσκησης καθηκόντων και αρμοδιοτήτων των διπλωματών, ανάμεσα στις οποίες περιλαμβάνονται οι πολιτιστικές και μορφωτικές λειτουργίες (Θ. Κουλουμπής, 1985, σ. 245). Τούτο εξηγεί και τον ζωτικό ρόλο που προσλαμβάνει πλέον στα περισσότερα κράτη ο πολιτισμός σε τέτοιο βαθμό μάλιστα ώστε να χαρακτηρίζεται ως η τέταρτη διάσταση της εξωτερικής πολιτικής. Από τα ως άνω συνάγεται η παραδοχή ότι ο πολιτισμός συνεισφέρει στην εξωτερική πολιτική και τη διπλωματία μία μακροπρόθεσμη διάσταση και προοπτική.

Τη διάσταση αυτή του πολιτισμού και τα επακόλουθα μακροπρόθεσμα οφέλη που θα επιφέρει στην Ελλάδα ως ζωτικό μέρος της διπλωματικής της δραστηριότητας αποτελεί αντικείμενο της παρούσας εργασίας. Στο πρώτο κεφάλαιο επιχειρείται η προσέγγιση της έννοιας της «πολιτιστικής διπλωματίας», καθώς και ο προσδιορισμός των φορέων που αναλαμβάνουν την άσκησή της. Παρουσιάζεται επίσης ο ρόλος της δημόσιας διπλωματίας στο πλαίσιο άσκησης της εξωτερικής πολιτικής μιας χώρας επιτρέποντας παράλληλα τον εντοπισμό τόσο ομοιοτήτων όσο και διαφορών με το πλαίσιο άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας. Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια σύντομη ιστορική αναδρομή στην πορεία άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας στην Ελλάδα, αλλά και των φορέων που έχουν επιφορτιστεί το έργο αυτό. Λαμβάνοντας ως δεδομένο το γεγονός ότι η χώρα μας βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας κρίνεται αναγκαία η αναφορά σε χώρες, οι οποίες διαχρονικά αξιοποιούν τον τομέα αυτό απολαμβάνοντας τα ανάλογα οφέλη.

Αυτό ακριβώς αποτελεί το περιεχόμενο το τρίτο κεφάλαιο της εργασίας και οι χώρες αυτές είναι η Γαλλία, η Μεγάλη Βρετανία, η Γερμανία, οι ΗΠΑ και ο Καναδάς. Η Ελλάδα προσπαθώντας να σχεδιάσει τη δική της στρατηγική προώθησης του πολιτισμού οφείλει να λαμβάνει υπόψη τα παραδείγματα των χωρών αυτών, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι μια απόπειρα μίμησής τους θα οδηγούσε στα επιδιωκόμενα αποτελέσματα. Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας, αφού πραγματοποιείται μια σύντομη αποτίμηση της ισχύουσας εικόνας του τομέα αυτού στη χώρα μας, παρατίθενται προτάσεις σχετικά τόσο με τους άξονες στους οποίους θα έπρεπε να βασισθεί η οικοδόμηση ενός σχεδίου αποτελεσματικής

άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας τόσο και επιμέρους προτάσεις αναβάθμισής της , πραγματοποιώντας αναφορές σε συγκεκριμένους τομείς δραστηριοποίησης. Η εργασία ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των βασικότερων συμπερασμάτων.

1 ΓΕΝΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

Ως πολιτιστική διπλωματία θα μπορούσε να οριστεί η άσκηση διπλωματίας μέσω του πολιτισμού. Ωστόσο, επιδιώκοντας την ασφαλέστερη και ταυτόχρονα πληρέστερη δυνατή προσέγγιση της έννοιας κρίνεται απαραίτητη η ετυμολογική ανίχνευση του όρου «πολιτισμού» και «διπλωματίας». Έτσι, λοιπόν, ως πολιτισμός μπορεί να οριστεί ένα ενιαίο σύνολο από αξίες, ήθη, έθιμα, γνώσεις και εμπειρίες, που δημιουργήθηκαν στην πορεία της ιστορικής εξέλιξης από ένα κοινωνικό σύνολο, φέρουν υπερατομικό και διαχρονικό χαρακτήρα και κληρονομούνται από γενιά σε γενιά (Χριστογιάννης, 2006). Αποτελεί αφενός ζωτικής σημασίας παράγοντα ειρηνικής συνύπαρξης των ανθρώπων αλλά και συμφιλίωσής τους και αφετέρου συνιστά δυνητικά έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες της εγχώριας οικονομίας, καθώς μπορεί να αποτελέσει πηγή εσόδων. Δε θα μπορούσε να παραλειφθεί ο ορισμός του όρου «πολιτισμός» όπως έχει διατυπωθεί από την UNESCO στη 43^η Συνδιάσκεψη για την Παιδεία και τον Πολιτισμό στις 14/9/1992 στη Γενεύη, σύμφωνα με τον οποίο, αποτελεί είναι ολόκληρο το πλέγμα των πνευματικών, υλικών, διανοητικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών που διακρίνουν μια κοινωνία ή μια κοινωνική ομάδα και αποτελούν τα στοιχεία της πολιτισμικής ταυτότητάς της. Σε αυτά περιλαμβάνονται τρόποι ζωής, παραδόσεις, αντιλήψεις, τέχνες και γράμματα, και ότι στο σύστημα των ηθικών αξιών τους εντάσσονται τα θεμελιώδη δικαιώματα του Ανθρώπου. Περιλαμβάνει τόσο τον επίσημο όσο και τον λαϊκό πολιτισμό και δεν περιορίζεται στην υπάρχουσα πολιτισμική κληρονομιά, αλλά εμπλουτίζεται συνεχώς από τη μνήμη και τη δημιουργικότητα.

Δεν είναι εσωστρεφής αλλά γονιμοποιείται από τις έξωθεν πολιτισμικές αλληλεπιδράσεις. Η έννοια πολιτισμός περιλαμβάνει τόσο το υλικό όσο και το πνευματικό στοιχείο. Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι οι έννοιες «πολιτισμός» και «πολιτισμικές αξίες» δεν είχαν και δεν έχουν την ίδια σημασία σε όλες τις εποχές της ιστορίας και σε όλες τις περιοχές του κόσμου

Όσον αφορά τον όρο «διπλωματία» θα μπορούσε να οριστεί ως η επιστήμη ή η τέχνη να εκπροσωπείται επίσημα, με συγκεκριμένα θεσμικά πλαίσια, ένα κράτος στις κυβερνήσεις των άλλων κρατών ή σε διεθνείς οργανισμούς. Με άλλα λόγια, αναφερόμαστε στη δεξιότητα διαχείρισης των εξωτερικών διπλωματικών σχέσεων μίας πολιτείας, που αφορούν το σύνολο των προσώπων και υπηρεσιών που ασχολούνται με τις διεθνείς σχέσεις ενός κράτους (Γιανναράς, 2001, σ. 32). Από τους περσικούς πολέμους μέχρι σήμερα αποτελεί την κλασική μορφή επικοινωνίας και επαφής για την προαγωγή της διακρατικής συνεργασίας, την κήρυξη πολέμου και τη σύναψη ειρήνης. Συνιστά το πιο γνωστό μέσο και εργαλείο άσκησης της εξωτερικής πολιτικής μιας χώρας. Επειδή διά της διπλωματικής οδού προβάλλονται συμφέροντα και ασκείται επιρροή, εκφράζεται ποικιλόμορφα: τυπικά και άτυπα, επίσημα και ανεπίσημα. Η διπλωματία μετέρχεται την κατασκοπεία και την προπαγάνδα και επιστρατεύει υπάρχουσες πολιτιστικές δυνατότητες.

Λαμβάνοντας υπόψη, λοιπόν, τον προσδιορισμό των εννοιών «πολιτισμού» και «διπλωματίας» η έννοια της πολιτιστικής διπλωματίας θα μπορούσε να συνοψισθεί ως η άσκηση εξωτερικής πολιτικής μιας χώρας μέσω πολιτιστικών δραστηριοτήτων αποβλέποντας στη σύναψη σταθερών σχέσεων που θα επιφέρουν μακροπρόθεσμα αποτελέσματα. Συνιστά ουσιαστικά τη μεθοδική χρήση στοιχείων ή γνωρισμάτων ιδιαιτερότητας του πολιτισμού μιας χώρας κατά την άσκηση διαχείρισης των εξωτερικών (διεθνών) σχέσεων. Χαρακτηρίζεται ως η «εναλλακτική» οδός στην άσκηση της εξωτερικής πολιτικής όταν οι «παραδοσιακοί» δεν επαρκούν ή έχουν πάψει να είναι ανοιχτοί (Τζουμάκα, 2005, σ. 9). Ο σαφής προσδιορισμός της έννοιας της πολιτιστικής διπλωματίας είναι τόσο δύσκολος διότι διαφέρει κατά πολύ από τις άλλες μεθόδους διπλωματικής δραστηριότητας.

Συγκεκριμένα, , δεν αποτελεί μέσο επικοινωνίας μεταξύ των κυβερνήσεων αλλά των κυβερνήσεων με τις ξένες κοινωνίες. Αποτελεί την άμεση και διαρκή επαφή μεταξύ των πολιτών διαφόρων κρατών και η οποία σχεδιάζεται για τη δημιουργία ενός καλύτερου κλίματος διεθνούς εμπιστοσύνης και κατανόησης εντός του οποίου μπορούν να συναφθούν αμοιβαίες επίσημες σχέσεις. Συνεπώς, η πολιτιστική διπλωματία αποτελεί αντικείμενο παραδοσιακής εξωτερικής πολιτικής, αλλά μόνο άμεσα (Donfried, 2010, p. 13).

Είναι εύλογο στον όρο ‘πολιτιστική διπλωματία’ να προσδίδεται διαφορετικό περιεχόμενο, ανάλογα με την κυβέρνηση και τους φορείς που την ασκούν. Για τις ΗΠΑ, κράτος με τεράστια οικονομική και στρατιωτική ισχύ, η πολιτιστική διπλωματία ή δημόσια διπλωματία, όπως την καθορίζουν, είναι μια από τις εναλλακτικές μορφές της διπλωματίας για την πραγμάτωση των “παγκόσμιων” στόχων τους. Για τη Γαλλία, η έννοια της πολιτιστικής διπλωματίας είναι φορτισμένη με το πλούσιο πολιτιστικό παρελθόν της και συνάπτεται με τις σύγχρονες προσπάθειες της χώρας για την επιβίωση της γαλλικής γλώσσας. Είναι καθοριστικής σημασίας για την Ελλάδα, χώρα με διαχρονική πολιτιστική παρουσία στην παγκόσμια ιστορία, να καλλιεργεί τις πνευματικές και ανθρωπιστικές πλευρές της πολιτιστικής διπλωματίας (Χριστογιάννης, 2006: 105).

Σε χώρες με αναγνωρισμένα αποτελεσματικά επιτεύγματα η πολιτιστική διπλωματία μπορεί να αποτελέσει καθοριστικής σημασίας μέσο αντιστάθμισης ελλείψεων που εντοπίζονται στην οικονομική, πολιτική, καθώς και στη στρατιωτική τους δύναμη. Με τη χρήση του πολιτισμού προβάλλεται η χώρα και βελτιώνει την εικόνα της, καθώς οι πολιτιστικές ανταλλαγές εδραιώνουν κλίμα εμπιστοσύνης, αποβλέποντας μακροπρόθεσμα στην αλληλοκατανόηση και την αποφυγή πολιτικών κρίσεων και συγκρούσεων. Η πολιτισμική ανταλλαγή μπορεί να λάβει χώρα σε τομείς όπως οι τέχνες, ο αθλητισμός, η λογοτεχνία, η μουσική, η επιστήμη και η οικονομία. Επίσης καλύπτει τεχνικές , στη μελέτη και διαφύλαξη πολιτιστικής κληρονομιάς, ιδωμένης κατά κύριο λόγο ως κληρονομιάς των αρχαίων, των κειμένων και κυρίως των μνημείων. Σε κάθε περίπτωση βασική προϋπόθεση της πραγματοποίησης της εν λόγω ανταλλαγής αποτελεί τόσο ο σεβασμός όσο και η κατανόηση μεταξύ των εμπλεκόμενων δρώντων, των εμπλεκόμενων πολιτισμών.

Η πολιτιστική διπλωματία, λοιπόν, ως εγγενές στοιχείο της πολιτικής διπλωματίας μπορεί να θεωρηθεί ως ένα ζωτικό συστατικό στοιχείο κάθε πολιτικής δραστηριότητας (Mark, 2009, p. 12). Η επιλογή αυτή, ως μέσο προσέγγισης των διεθνών σχέσεων, δύναται να προσφέρει θετικά φορτία ισχύος σε χώρες με σημαντικό πολιτισμό, όπως η Ελλάδα, αντισταθμίζοντας την έλλειψη οικονομικής, στρατιωτικής και πολιτικής δύναμης.

Σύμφωνα με τον πολιτικό επιστήμονα Joseph Nye, ο οποίος διέκρινε μεταξύ «σκληρής»(hard) και «ήπιας»(soft) ισχύος, περιγράφει τη δεύτερη, ως την ικανότητα πειθούς μέσα από τη κουλτούρα, τις αξίες και τις ιδέες σε αντίθεση με την πρώτη η οποία κατακτά και εξαναγκάζει μέσω της στρατιωτικής δύναμης. Λαμβάνοντας υπόψη τα ιστορικά δεδομένα, η προσέγγιση της «σκληρής» ισχύος αποτελεί σαφώς την τον πιο διαδεδομένο τρόπο διεξαγωγής των διεθνών και τοπικών σχέσεων. Ωστόσο, η όλο και αυξανόμενη τάση αλληλεξάρτησης, που καθίσταται εμφανής στην παγκόσμια σκηνή επιτάσσει την ανάγκη συνεργασίας σε ένα νέο επίπεδο όπου την πρωτοκαθεδρία θα διαθέτουν πλέον «ήπιες» μορφές δύναμης. Μάλιστα ο J. Nye θεωρεί ότι η πολιτιστική διπλωματία αποτελεί το πιο εύστοχο παράδειγμα αυτού που αποκαλείται ως «ήπια» μορφή ισχύος, καθώς μεταξύ άλλων παρέχει τη δυνατότητα επικοινωνίας μέσω της κουλτούρας, των ιδεών και των αξιών των χωρών, εν αντιθέσει με τις «σκληρές» μορφές ισχύος, όπου κυριαρχεί η επιδίωξη επιβολής με στρατιωτικά κυρίως μέσα (Nye, 2002)¹. Υπενθυμίζεται, ότι σε αυτό το πλαίσιο η πολιτιστική διπλωματία δε λειτουργεί παραπληρωματικά ως προς την κατεξοχήν διαδικασία της πολιτικής διπλωματίας, αλλά ως εγγενές στοιχείο της πολιτικής δραστηριότητας. Αυτή η άποψη αποτελεί τη μια όψη του νομίσματος.

Η άλλη όψη του νομίσματος αμφισβητεί την πρωτοκαθεδρία αυτού του είδους διπλωματίας έναντι της μυστικής, προσλαμβάνοντας ως δεδομένο την παραδοχή ότι το γεγονός της παγκοσμιοποίησης και της αλματώδους ανάπτυξης των νέων τεχνολογιών, εγγυώνται την ανάδυση κάποιας νέας κοινωνίας πολιτών, ιδιαίτερα πρόσφορης στα κοινωνικά μηνύματα.

Η ολοένα αυξανόμενη παρουσία του διαδικτύου, σε όλες τις εκφάνσεις της κοινωνικής ζωής, σε συνδυασμό με την τεράστια εξάπλωση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, με φυσικό επακόλουθο τον καταίγισμο των πληροφοριών, αλλά και την άκρως πιθανολογημένη δυνατότητα απολύτου ελέγχου της πληροφόρησης, σε συνδυασμό με την αναπόφευκτη εξάπλωση της βιομηχανίας της κουλτούρας, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι μπορεί πιο εύκολα από πριν να λειτουργήσει μάλλον διαστρεβλωτικά και ανασχετικά, παρά ενισχυτικά προς τον πολιτισμό. Και τούτο διότι, αυτή η υπερπληθώρα πληροφόρησης, πολύ συχνά συντείνει σε κατακράτηση και διαστρέβλωση της πληροφορίας, με επακόλουθο αποτέλεσμα η πολιτιστική διπλωματία να αποτελεί μία σύνθετη διαδικασία, καθώς προϋποθέτει, αναμείγρση, γνώση διάφορων πεδίων και εισπήδηση και σε άλλα πεδία, όπως Ιστορία, Θρησκεία, Παιδεία, Ιδεολογία, Επικοινωνία, Τεχνολογία. Τέλος, απαιτεί την ιεράρχηση των στόχων της εξωτερικής πολιτικής, καθώς και την εκπόνηση σχετικής στρατηγικής,

¹ Βέβαια, αξίζει να σημειωθεί ότι η «ήπια» ισχύς επιτυγχάνεται μόνον όταν άλλα κράτη θαυμάζουν και επιθυμούν να μιμηθούν πτυχές του πολιτισμού ενός άλλου κράτους.

στα πλαίσια της οποίας οι διάφορες δράσεις θα προσλάβουν ένα ιδιαίτερο νόημα (Τζουμάκα, 2005, σσ. 51-53).

Ωστόσο, η άποψη αυτή δεν αποτελεί τίποτα παραπάνω από την άλλη όψη του νομίσματος, γεγονός που επιβεβαιώνεται από την προτεραιότητα που δίνουν οι ανεπτυγμένες χώρες στα πολιτιστικά και μορφωτικά θέματα κατά την άσκηση της εξωτερικής πολιτιστικής πολιτικής. Μάλιστα σε ένα όλο και πιο παγκοσμιοποιημένο, αλληλεξαρτώμενο κόσμο, στον οποίο η διάδοση της τεχνολογίας μαζικής επικοινωνίας εξασφαλίζει ότι όλοι έχουν μεγαλύτερη πρόσβαση μεταξύ τους περισσότερο από ποτέ, η πολιτιστική διπλωματία είναι εξαιρετικής σημασίας για την προώθηση της ειρήνης και της σταθερότητας σε όλο τον κόσμο. Η Πολιτιστική Διπλωματία όταν διδάσκεται και εφαρμόζεται σε όλα τα επίπεδα, έχει τη μοναδική ικανότητα να επηρεάσει την παγκόσμια κοινή γνώμη και την ιδεολογία ατόμων, κοινοτήτων, πολιτισμών ή εθνών, η οποία μπορεί να επιταχύνει την υλοποίηση των αρχών που αναφέρονται παρακάτω. Υλοποιώντας την πρώτη, ενεργοποιείται η δεύτερη, η οποία ακολούθως ενεργοποιεί την τρίτη έως ότου επιτευχθεί η πέμπτη και τελευταία αρχή της παγκόσμιας ειρήνης και σταθερότητας. Οι αρχές αυτές είναι:

- Σεβασμός και αναγνώριση της πολιτιστικής πολυμορφίας και κληρονομιάς.
- Παγκόσμιος διαπολιτισμικός διάλογος.
- Δικαιοσύνη, Ισότητα και Αλληλεξάρτηση.
- Η προστασία των διεθνών ανθρώπινων δικαιωμάτων.
- Παγκόσμια ειρήνη και σταθερότητα.

Η σημασία και η χρησιμότητα της «ήπιας ισχύος» (soft power) στην επίτευξη των στόχων εξωτερικής πολιτικής είναι αδιαμφισβήτητες, ιδιαίτερα για χώρες που γειτνιάζουν με ταραγμένες περιοχές. Πλέον το παιχνίδι της εξωτερικής πολιτικής και της προάσπισης των εθνικών συμφερόντων παίζεται όχι μόνο εκτός συνόρων, αλλά συχνά και εκτός επισήμων διπλωματικών διαύλων και οργάνων και διά μέσου άτυπων διαύλων επικοινωνίας. Αποτελεί δε δοκιμασμένη μέθοδο η προσπάθεια επίλυσης συγκρούσεων όχι μόνο διά της επισήμου οδού, αλλά και μέσω ανεπίσημων ή ημιεπίσημων επαφών και διαβουλεύσεων ,με διερεύνηση νέων ιδεών και πρωτοβουλιών από μη κρατικούς θεσμούς και οργανισμούς, ενώ πολύ χρήσιμη μπορεί να είναι η διατήρηση επαφών διπλωματών και στρατιωτικών εκτός επισήμων διαύλων. μπορούν να συνοψισθούν ως εξής (Κοσμίδου, 2000, σσ. 160-161):

Πρώτον, η πολιτισμική διείσδυση σε άλλη ή άλλες χώρες έχει ως στόχο αφενός την κατανόηση των θέσεων και των αξιών της χώρας, ώστε να συντελείται σταδιακά η μείωση της διαφοροποίησης των πολιτισμικών διαφορών με τη σύγκλιση των ταυτοτήτων και αφετέρου την εξυπηρέτηση κυριαρχικών συμφερόντων με τη διατήρηση σχέσεων πολιτισμικής εξάρτησης(λ.χ. με πρώην αποικίες).

Μια δεύτερη διάσταση αποτελεί η εδραίωση και εμπέδωση μιας θετικής εικόνας στο διεθνές σύστημα με στόχο τη βελτίωση των εθνικών σχέσεων της χώρας με τον υπόλοιπο κόσμο. Η αναγνώριση της σημασίας της διάστασης αυτής είναι σημαντική, δεδομένου ότι η εικόνα της χώρας μας έχει πληγεί τα τελευταία χρόνια ιδίως λόγω της πολυετούς οικονομικής κρίσης που ταλανίζει τη χώρα μας.

Η τρίτη διάσταση αφορά οικονομικούς λόγους, Συγκεκριμένα, η εξαγωγή των πολιτιστικών προϊόντων απευθυνόμενες στην παγκόσμια αγορά, συνιστούν μια ιδιαίτερα επικερδή διαδικασία, καθώς διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό το εισαγωγικό εμπόριο στις χώρες αυτές.

Ως εκ τούτου, καθίσταται σαφής ο σημαντικότερος ρόλος της πολιτιστικής διπλωματίας στο διεθνές σύστημα και αυτό κυρίως διότι ο πολιτισμός μιας χώρας αποτελεί τον «καθρέφτη» των πολιτισμικών αξιών των πολιτών της, οι οποίες με τη σειρά τους αποτελούν τον γνώμονα της ομοιογένειας ή της διαφοροποίησής τους χωρίς αυτό να συνεπάγεται ότι το ένα δρα αρνητικά στο άλλο. Καθώς όμως σαφώς προτιμότερη επιλογή αποτελεί η παράλληλη λειτουργία τους, κρίνεται απαραίτητη η δόμηση σχέσεων συνεργασίας, οι οποίες δυνητικά θα συντελέσουν στην δημιουργία ενός κλίματος αμοιβαίας κατανόησης και εμπιστοσύνης προς το κοινό όφελος. Τις προσπάθειες αυτές έχουν την υποχρέωση να τις στηρίζουν οι κυβερνήσεις τόσο σε διμερές όσο και δε πολυμερές επίπεδο και εν συνεχεία τα δύο αυτά επίπεδα να αλληλοσυμπληρώνονται. Η στήριξη της κυβέρνησης περιλαμβάνει βέβαια την υποχρέωση της οικονομικής ενίσχυσης των προσπαθειών αυτών, έτσι ώστε να καθίσταται εφικτή η πραγματοποίηση των επιμέρους στόχων της εξωτερικής τους πολιτικής.

1.2 ΠΟΙΟΙ ΑΣΚΟΥΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

Με κριτήριο τον τρόπο άσκησης της, η πολιτιστική διπλωματία δύναται να θεωρηθεί είτε διμερής είτε πολυμερής. Συγκεκριμένα, στην πρώτη περίπτωση, η Κυβέρνηση και οι φορείς που έχει αυτή ορίσει υπεύθυνους για το σκοπό αυτό, επιδιώκουν τη σύναψη σχέσεων με άλλες χώρες με τη μορφή ανταλλαγών, εκδηλώσεων, καθώς και πολιτιστικών και μορφωτικών προγραμμάτων. Υπεύθυνοι φορείς είναι συνήθως το Υπουργείο Πολιτισμού, το Υπουργείο Εξωτερικών, το Υπουργείο Τουρισμού με προσωπικό που απασχολείται είτε στην κεντρική υπηρεσία είτε στις πρεσβείες εκτός της χώρας, αλλά και μορφωτικά ιδρύματα ξένων χωρών στην Ελλάδα, όπως για παράδειγμα το Γαλλικό Ινστιτούτο και το Βρετανικό Συμβούλιο. Βέβαια, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της κάθε χώρας συναντώνται και διαφορετικοί φορείς, όπως λόγου χάριν στην Ελλάδα το Οικουμενικό Πατριαρχείο και το Άγιο Όρος.

Εκτός της Κυβέρνησης και των προαναφερόμενων φορέων, σημαντικό ρόλο στην άσκηση της πολιτιστικής διπλωματίας διαδραματίζει και η Κοινωνία των Πολιτών. Αποτελούμενη από Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις δραστηριοποιείται με στόχο την ανάπτυξη και την ενθάρρυνση πλατφορμών κοινής πολιτιστικής ανταλλαγής. Η δράση τους ενδέχεται να λαμβάνει τη μορφή συνεργασίας μέσω της συμμετοχής σε αξιολογη επαγγελματική πληροφόρηση, αλλά και τη μορφή δικτύων, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τις ανταλλαγές φοιτητών.

Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί και ο ρόλος των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Οι παγκόσμιες εμπέλειας επιχειρήσεις δεν αποτελούν μόνο ένα σημαντικό κύκλωμα μέσα από το οποίο διεξάγονται πολιτισμικές ανταλλαγές, αλλά χαρακτηρίζονται από το ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον τους για τη διαπολιτισμική επικοινωνία και εκπαίδευση ως τρόπο βελτίωσης της αποτελεσματικότητας και των πρακτικών τους (Τζουμάκα, 2005, σ. 21). Ως εκ τούτου, μεγάλες εταιρείες αποτελούν σημαντικό φορέα

παρουσίασης της κουλτούρας της χώρας στην οποία εδρεύουν , ενώ παράλληλα επιδιώκουν να γνωρίσουν τα χαρακτηριστικά της κουλτούρας μιας ξένης χώρας, συνήθως υποψήφιας εξαγόμενης χώρας, ώστε να διαμορφώνουν αναλόγως τη στρατηγική πωλήσεών τους.

Βασική προϋπόθεση επιτυχούς άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας αποτελεί δίχως αμφιβολία η συνεργασία «δημόσιας» και «ιδιωτικής» σφαίρας. Συγκεκριμένα, το κράτος οφείλει να αναγνωρίζει τη σημασία της ενεργούς συμμετοχής της Κοινωνίας των Πολιτών στη δημόσια σφαίρα μέσω της απευθείας επικοινωνίας με το κράτος. Βέβαια γεγονός αποτελεί ότι η επικοινωνία αυτή τίθεται συνεχώς υπό την απειλή αυξανόμενων οικονομικών περιορισμών, ακόμα και λόγω της δυσκινησίας που χαρακτηρίζει σε πολλές περιπτώσεις τις διοικητικές υπηρεσίες. Ωστόσο, το κράτος οφείλει να αναζητά συνεχώς νέους τρόπους ενθάρρυνσης της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, κυρίως μέσω της παροχής σημαντικών κινήτρων σε επιχειρήσεις, σε ιδρύματα αλλά και σε ενδιαφερόμενους χορηγούς, έτσι ώστε να ενισχυθεί η δημιουργική παραγωγή των πολιτών σε ένα πλαίσιο κανόνων, που διασφαλίζουν το δημόσιο συμφέρον, την ποιότητα και τα πνευματικά δικαιώματα των δημιουργών.

Από την άλλη πλευρά η πολυμερής πολιτιστική διπλωματία επιτυγχάνεται μέσα από τη δράση διεθνών οργανισμών και φορέων, όπως για παράδειγμα τα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Την πρωτοκαθεδρία διαθέτει η UNESCO, οργανισμό του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών, που έχει ως στόχο την παγίωση της παγκόσμιας ειρήνης μέσα από την επικοινωνία των λαών. Με χρονολογία ίδρυσης το 1945 και την υποστήριξη των 195 κρατών-μελών της, η UNESCO επιδιώκει την επίτευξη του στόχου της μέσα από τρεις δομές δράσης, που είναι η εκπαίδευση, οι φυσικές και κοινωνικές επιστήμες και ο πολιτισμός. Όσον αφορά τον πολιτισμό, θεωρείται ένας ζωτικής σημασίας παράγοντα για τη διασφάλιση της αειφόρου ανάπτυξης. Προκειμένου να διασφαλιστεί ότι όλες οι αναπτυξιακές στρατηγικές και διαδικασίες παγκοσμίως περιλαμβάνουν και τον πολιτιστικό τομέα, η UNESCO έχει υιοθετήσει μια παράλληλη προσέγγιση σύμφωνα με την οποία συνεργάζεται τόσο με τη διεθνή κοινότητα προωθώντας τη θέσπιση συγκεκριμένων πολιτικών και νομικών πλαισίων όσο και με τις κυβερνήσεις και τους αντίστοιχους τοπικούς φορείς στοχεύοντας στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, στην ενίσχυση των δημιουργικών βιομηχανιών και στην υποστήριξη του πολιτιστικού πλουραλισμού εντός των κρατών αυτών.

Αναφορικά με τους αποδέκτες άσκησης της πολιτιστικής διπλωματίας σημειώνεται ότι σημαντικός στόχος των κρατών είναι να απευθύνεται όχι μόνο στους κρατικούς θεσμούς, αλλά και στο εσωτερικό των κοινωνιών (Τζουμάκα, 2005, σ. 57).

Όταν αποδέκτες της πολιτιστικής διπλωματίας είναι τα κράτη, η επίδρασή της φαίνεται να έχει πολύτιμα και μακροπρόθεσμα αποτελέσματα, χωρίς βέβαια να απουσιάζει ο κίνδυνος της «βουλμίας» των ισχυρότερων. Το πεδίο, ωστόσο, δεν είναι τόσο ξεκάθαρο όταν αποδέκτης της πολιτιστικής διπλωματίας αποτελεί μια κοινωνία, καθώς η επίδραση της εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Συγκεκριμένα:

- Ενδέχεται να επιφέρει άμεσα, όχι όμως απαραίτητα σταθερά αποτελέσματα. Έχει παρατηρηθεί ότι μη προσδοκώμενες πολιτισμικές ομοιότητες ή και διαφορές συναρπάζουν τους απλούς πολίτες και τα ινδάλματα μιας κοινωνίας μπορούν να γίνουν εξαιρετικά δημοφιλή σε μια άλλη. Τα αποτελέσματα μιας τέτοιας πολιτισμικής διείσδυσης, που μπορεί να είναι κρατικά είτε ιδιωτικά οργανωμένα είναι τόσο εντυπωσιακά και ραγδαία, ώστε ο παρατηρητής να τείνει καλοπροαίρετα να ταυτίσει την πολιτιστική γοητεία με την πραγματική πολιτιστική επιρροή μιας χώρας σε μια άλλη και το προσωρινό με το μόνιμο (Τζουμάκα, 2005, σ. 60).
- Η αποτελεσματικότητα της δράσης της πολιτιστικής διπλωματίας και ως εκ τούτου ο βαθμός πολιτισμικής διείσδυσης εξαρτάται από τον χαρακτήρα του πολιτεύματος, της πολιτικής κουλτούρας (Τζουμάκα, 2005, σ. 23), της ιδιοσυγκρασίας με λίγα λόγια των πολιτών της χώρας στην οποία απευθύνεται. Κράτη με βαθιά στερεότυπα, που χαρακτηρίζονται από την άρνηση αποδοχής κάθε τι νέου που επιχειρεί να «εισβάλει» στο εσωτερικό τους δύναται να αντιλαμβάνονται τις δράσεις αυτές ως απειλή για την κρατική τους υπόσταση ή σε πιο ήπιο βαθμό, απλώς οι άνθρωποι με διαφορετική παράδοση και αξίες από τις δικές μας, αξίες που επικρατούν σε δημοκρατικά πολιτεύματα δεν αντιλαμβάνονται τις ίδιες δραστηριότητες ως τέχνη. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η θέση της θρησκείας στο κράτος-αποδέκτη, καθώς είναι προφανές ότι θρησκείες, όπως το Ισλάμ, η πίστη ενσωματώνει κυριαρχικά όλες ανεξαιρέτως τις εκδηλώσεις του πολιτισμού.

Επομένως, ο σχεδιασμός της πολιτιστικής διπλωματίας μιας χώρας, πόσο μάλλον η άσκησή της δε μπορεί να λάβει χώρα εάν δεν έχει προηγηθεί η επαρκής κατανόηση των όρων πολιτισμός, τέχνη, δημιουργία όχι μόνο για την ίδια, αλλά και για όλους τους πιθανούς αποδέκτες της. Πολιτιστική διπλωματία μπορεί να ασκηθεί μόνο από λαούς που μπορούν να διακρίνουν τι το ξεχωριστό, το αποκλειστικά δικό τους έχουν να συνεισφέρουν στον διεθνή στίβο των πολιτιστικών αλληλεπιδράσεων, ποια δυναμική ετερότητα τους καθιστά ενεργούς μετόχους στο πολιτιστικό γίγνεσθαι.

1.3 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

Η «δημόσια διπλωματία» αναδύθηκε στα μέσα του 20^{ου} αιώνα και αποδίδεται στον Edmund Guillon. Αποτελεί μια νέα προσέγγιση της παραδοσιακής διπλωματίας, που αν και έχει υιοθετηθεί από πολλά κράτη δεν έχει καταστεί ακόμη εφικτός ο επακριβής ορισμός του στο πλαίσιο της παραδοσιακής διπλωματίας. Επισημαίνεται ότι δεν πρόκειται ούτε για προπαγάνδα, ούτε για δημόσιες σχέσεις αλλά για μια μορφή διπλωματίας που αναλαμβάνει σημαντικό ρόλο στην άσκηση εξωτερικής πολιτικής.

Αν και όπως προαναφέρθηκε ο ορισμός της έννοιας της δημόσιας διπλωματίας αποτελεί δύσκολη υπόθεση, θα μπορούσε να κατανοηθεί ως στρατηγικός προγραμματισμός και εκτέλεση ενημερωτικών, πολιτιστικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων μιας χώρας προκειμένου να δημιουργήσει ευνοϊκό κλίμα στην κοινή γνώμη ενός ή περισσότερων άλλων κρατών, το οποίο θα παρακινήσει τους πολιτικούς ηγέτες των κρατών αυτών να λάβουν αποφάσεις που υποστηρίζουν και ενισχύουν την εξωτερική πολιτική της χώρας που λαμβάνει δράση (McClellan, 2005).

Η δημόσια διπλωματία αναφέρεται σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων που προωθούν πολιτικές με στόχο να επηρεάσουν και να εμπλέξουν ξένο κοινό σε αντιδιαστολή με την παραδοσιακή διπλωματία που αφορά στις σχέσεις μεταξύ κράτους και κράτους, μεταξύ κρατικών φορέων. Θα πρέπει, όμως, εκ προοιμίου να υπογραμμίσει κανείς ότι η δημόσια διπλωματία δεν αντικαθιστά και δεν μπορεί να αντικαταστήσει την παραδοσιακή διπλωματία. Έρχεται ως αρωγός της, τη στηρίζει και την συμπληρώνει. Έρχεται να ανταποκριθεί, ιδιαίτερα σήμερα, στην επανάσταση των επικοινωνιών, στους τρόπους με τους οποίους άτομα και ομάδες δέχονται και χρησιμοποιούν την πληροφορία. Υπογραμμίζει και αναγνωρίζει το σημερινό ρόλο της κοινής γνώμης στις διεθνείς πολιτικές εξελίξεις.

Επομένως, η δημόσια διπλωματία συνεπάγεται δυο βασικές διαστάσεις: την επικοινωνία και την εμπλοκή με το κοινό, ο οποίο σήμερα παρουσιάζει απίστευτο κατακερματισμό και διαφοροποίηση (Καπετανγιάννης, 2009).

Η δημόσια διπλωματία είναι στενά συνδεδεμένη με τους στόχους της εξωτερικής πολιτικής. Συγκεκριμένα, οι στρατηγικές και οι εκστρατείες στο πλαίσιο αυτής σχεδιάζονται προσεκτικά και με άξονα την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων που σχετίζονται με την εξωτερική πολιτική της εκάστοτε χώρας που την ασκεί. Βέβαια η δημόσια διπλωματία πρέπει να αφορά τη δημιουργία σχέσεων, αρχίζοντας καταρχήν από την κατανόηση των αναγκών των χωρών-στόχων, και ιδιαίτερα των πολιτισμών και των λαών τους και σε επόμενο επίπεδο να αναζητούνται οι τομείς εφαρμογής του (Leonard, 2002, p. 8).

Στην πράξη η δημόσια διπλωματία ασκείται από μορφωτικούς ακολούθους, οι οποίοι εκπροσωπούν τη χώρα τους στη «χώρα στόχο» όπου έχουν εκχωρηθεί. Οι διπλωμάτες αξιολογούν τους ανθρώπινους, τεχνικούς και οικονομικούς πόρους που έχουν στη διάθεσή τους και στη συνέχεια καλούνται να αναπτύξουν μια δημόσια στρατηγική

που θα συνεισφέρει στη βελτίωση της εικόνας της χώρας που εκπροσωπούν στη χώρα-στόχο, ώστε να μεγιστοποιηθούν οι πιθανότητες υλοποίησης των στόχων που θέτει η επίσημη πολιτική ηγεσία των χωρών τους.

Σίγουρα αποτελεί μια πολύ δύσκολη αποστολή, αλλά με πολλές πιθανότητες επιτυχίας εφόσον στηρίζεται σε μια ολοκληρωμένη στρατηγική, η οποία πλαισιώνεται τόσο από βραχυπρόθεσμους όσο και από μακροπρόθεσμους στόχους. Κατά την περιγραφή της έννοιας της «δημόσιας διπλωματίας» θα αποτελούσε παράλειψη η μη αναφορά στην πυραμίδα του McClellan, ο οποίος προσπάθησε να την τοποθετήσει εντός του πλαισίου της παραδοσιακής διπλωματίας.

Στην κορυφή της πυραμίδας (McClellan, *Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy*) βρίσκεται η «φωνή», η δράση των διεθνών οργανισμών, των στρατιωτικών συμμαχιών ή εμπορικές συμφωνίες. Ως εκ τούτου, στο αμέσως κατώτερο επίπεδο εμφανίζεται η συμμετοχή που απαιτεί μια ροή δυο σταδίων. Αυτό σημαίνει ότι η υποστήριξη μιας δεδομένης χώρας από τους διαμορφωτές κοινής γνώμης θα επηρεάσει θετικά και τις απόψεις άλλων. Στο επόμενο επίπεδο, εκείνο της «γνώσης» εντάσσονται αφενός οι μελέτες που διεξάγονται για τη χώρα και αφετέρου τα προγράμματα ανταλλαγών και τα πολιτιστικά κέντρα. Το στάδιο αυτό λοιπόν που αποτελεί το στάδιο της πρώτης επαφής με τη χώρα οδηγεί στο επόμενο επίπεδο, όπου δημιουργείται η περιέργεια και η συνακόλουθη αναζήτηση πρόσθετων πληροφοριών σχετικά με τη χώρα, όπως μελέτες στη συγκεκριμένη γλώσσα ή συναυλίες. Τέλος, βάση της πυραμίδας αποτελεί η «συνείδηση» για τη συγκεκριμένη χώρα από τη χώρα-στόχο, ως αποτέλεσμα των προαναφερόμενων δράσεων.

Σύμφωνα με τον Mark Leonard (Leonard, 2002, pp. 9-10), η δημόσια διπλωματία διεξάγεται σε τρεις σφαίρες: την πολιτικο-στρατιωτική, την οικονομική και την κοινωνικο-πολιτιστική. Στο τελευταίο αυτό πεδίο μπορούμε να πούμε ότι εν μέρει ταυτίζεται με την πολιτιστική διπλωματία ή, τουλάχιστον, ότι οι στόχοι και οι πρακτικές τους σε μεγάλο βαθμό επικαλύπτονται. Η επιλογή τόσο του όρου όσο και της στρατηγικής συνιστά πολιτικό ζήτημα και εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό, από το αν η ενδιαφερόμενη χώρα εντάσσει τον πολιτισμό σε ένα ευρύτερο πλέγμα σχέσεων ή αν του δίνει προτεραιότητα έναντι όλων των άλλων επιδιώξεων, κρίνοντας, ενδεχομένως, ότι της προσφέρει κάποιο συγκριτικό πλεονέκτημα. Η δημόσια διπλωματία, όπως άλλωστε και η πολιτιστική διπλωματία, περιγράφονται συχνά ως εκλεπτυσμένη προπαγάνδα και, ομολογουμένως, τα μεταξύ τους όρια είναι ρευστά, καθώς δεν διαφέρουν απαραίτητα ο σκοπός και τα μέσα όσο ο τρόπος διαχείρισής τους.

Συμπερασματικά, εντοπίζονται πολλά κοινά σημεία μεταξύ πολιτιστικής και δημόσιας διπλωματίας με λεπτεπίλεπτες ωστόσο διαφορές. Συγκεκριμένα, πρόκειται για δύο έννοιες που εμπεριέχουν δυσκολία στην κατανόησή τους και τελούν ακόμη υπό διαμόρφωση. Κατά τη σύγκρισή τους όμως διαπιστώνει κανείς ότι η δημόσια διπλωματία έχει πιο γενικό περιεχόμενο, ενώ η πολιτιστική διπλωματία πιο συγκεκριμένο. Ο στόχος τους είναι κοινός, η προβολή της θετικής εικόνας μιας χώρας στο εξωτερικό, τα μέσα που χρησιμοποιούν, όμως, διαφέρουν. Η πολιτιστική διπλωματία εστιάζει στον πολιτισμό και ό,τι αυτός συνεπάγεται. Η δημόσια διπλωματία ασχολείται εκτενώς και με εκπαιδευτικά προγράμματα ενώ εστιάζει και στις πολιτικές αξίες τις οποίες πρεσβεύει η δρώσα χώρα. Επιπλέον, η «δημόσια διπλωματία» είναι περισσότερο πολιτικός όρος και χρησιμοποιείται κυρίως από διεθνολόγους. Εντάσσεται στον πυρήνα των κρατικών δράσεων.

Τέλος, αν και οι δύο μπορούν να ασκηθούν και από μη κυβερνητικές οργανώσεις, ιδιωτικούς φορείς και απλούς πολίτες, η δημόσια διπλωματία είναι περισσότερο συμμετοχική καθώς δίνει τη δυνατότητα στην κοινωνία των πολιτών να έχει άμεση πρόσβαση στο διεθνές σύστημα ενώ η πολιτιστική διπλωματία για να είναι αποτελεσματική απαιτεί πρωτίστως θεσμοποιημένους φορείς, όπως τα διάφορα υπουργεία που έχουν στις αρμοδιότητές τους την χάραξη και την άσκηση της. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι κυβερνητικοί φορείς αποτελούν την κυριότερη πηγή χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων κατά την άσκηση της πολιτιστικής διπλωματίας.

1.4 NATION BRANDING

Οι έννοιες της «δημόσιας» και της «πολιτιστικής» διπλωματίας είναι συνυφασμένες με την έννοια του “nation branding”, όρος που μπορεί να μεταφραστεί στην ελληνική ως «διαχείριση της εθνικής ταυτότητας». «Διαχείριση» γιατί αναφερόμαστε όχι απλώς στην προσπάθεια βελτίωσης (όπως συνήθως συμβαίνει στην πράξη), αλλά, ανάλογα με την περίπτωση, σε δημιουργία, ενίσχυση, προστασία ή αλλαγή (re-branding) ταυτότητας μιας χώρας, καθώς και τη συνεπαγόμενη προβολή της. Το nation branding για να είναι επιτυχημένο πρέπει να είναι αξιόπιστο (credible), πιστευτό (believable) και διαφορετικό (different) από οτιδήποτε άλλο. Τα δυνατά σημεία που διαθέτει μια χώρα και μπορεί να τα χρησιμοποιήσει για την προώθηση της εικόνας της είναι πολλά και διαφέρουν ανά περίπτωση, ανάλογα με τη γεωφυσική ποικιλότητα και την πολιτισμική κληρονομιά, τον ιδιαίτερο χαρακτήρα των κατοίκων της και τα ξεχωριστά της προϊόντα.

Αληθές είναι το γεγονός ότι οι βασικές αρχές της οικοδόμησης του «εμπορικού σήματος» μιας χώρας συμπίπτουν με εκείνες που βασίζονται οι επιχειρήσεις, καθώς και οι δύο πλευρές βασίζονται σε αξίες με βάση το συναίσθημα, που μπορούν να μετεξελιχθούν σε σύμβολα, που μπορούν να επηρεάσουν πολλές ομάδες στόχους. Δίχως αμφιβολία, οι χώρες σήμερα ανταγωνίζονται η μια την άλλη στην παγκόσμια αρένα και ακριβώς, όπως συμβαίνει με τις επιχειρήσεις, ένας από τους στόχους τους είναι η διατήρηση του συγκριτικού τους πλεονεκτήματος έναντι των άλλων χωρών.

Το “nation brand” συνδέεται με τον τομέα της οικονομίας, τις εξαγωγές, τον τουρισμό αλλά και τις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις, καθώς συμβάλλουν στην προώθηση μιας χώρας. Συνήθως οι χώρες με επιτυχημένο “brand” βασίζονται κυρίως στην προώθηση του τουρισμού, την εισροή άμεσων ξένων επενδύσεων και των εξαγωγών. Ο Simon Anholt², ο οποίος αποτελεί και θεμελιωτής του “nation branding” θεωρεί ότι οι χώρες στέλνουν μηνύματα δια μέσου ενός εξαγώνου με κανάλια επικοινωνίας, το οποίο παρουσιάζεται παρακάτω και της συμπεριφοράς τους.



The Nation Brand Hexagon (Simon Anholt 2002)

Κατά την ανάλυση του παραπάνω σχήματος το κύριο συμπέρασμα που μπορεί να διεξαχθεί είναι ότι οι χώρες ξοδεύουν εκατομμύρια για την καθημερινή επικοινωνία των μηνυμάτων τους (Index, 2016). Η επικοινωνία αυτή πραγματοποιείται μέσω πολιτικών, πολιτιστικών δράσεων, αλλά και μέσω των προϊόντων, των υπηρεσιών, του αθλητισμού ή της αρχιτεκτονικής της κάθε χώρας. Βέβαια οι κυβερνήσεις πολλών χωρών, κυρίως εκείνων που χαρακτηρίζονται ως εσωστρεφείς δεν αντιλαμβάνονται την αξία του πολιτισμού και συχνά δίνουν έμφαση σε άλλα κανάλια επικοινωνίας. Η έννοια του “nation branding” είναι εξαιρετικά χρήσιμη διότι η ορθή και προσεκτική επιχειρησιακή της εφαρμογή μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να βοηθήσει ακόμη και μικρές και φτωχές χώρες να βρουν μια θέση στην παγκόσμια αγορά που να τους προσπορίσει δυσανάλογα με το μέγεθος και την ισχύ τους οφέλη (Καπετανγιάννης, 2009).

Το “nation branding” μιας χώρας είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την εθνική στρατηγική που χαράσσει και ακολουθεί ως προς την προβολή της στο εξωτερικό. Αποτελεί υπόθεση κυρίως του κράτους, διότι συνιστά τον φορέα που αναλαμβάνει την απόφαση, τον σχεδιασμό, την χρηματοδότηση και σε επίπεδο εφαρμογής τη νομιμοποίηση και υλοποίηση της εν λόγω στρατηγικής. Το nation branding είναι, στην πραγματικότητα, το ‘πολιτικό μάρκετινγκ’ των κρατών (Μακρής, 2010)

² Θα πρέπει, ωστόσο, να επισημανθεί ότι ο ίδιος ο Anholt έχει πλέον εγκαταλείψει τον όρο nation branding- που μάλλον παρεξηγήσεις δημιούργησε, όπως υποστηρίζει- και επικεντρώνεται σε αυτό που αποκαλεί “ανταγωνιστική ταυτότητα”.

Η Ελλάδα αποτελεί μια ιδιόμορφη περίπτωση με κριτήρια “nation branding”. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ενώ διαθέτει διακριτά και ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματα, αυτό που υπολείπεται δεν είναι παρά το στρατηγικό πλαίσιο εντός του οποίου τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα θα αναδειχθούν, συμβάλλοντας κατά αυτόν τον τρόπο στον στόχο της εθνικής της ανάπτυξης.

2 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αν και θεωρείται ότι η χρήση της πολιτιστικής διπλωματίας ως τρίτου πυλώνα άσκησης εξωτερικής πολιτικής των κρατών αποτελεί αντικείμενο των σύγχρονων διεθνών σχέσεων, η ιστορική αναδρομή στον εν λόγω τύπο διπλωματίας ανατρέπει τα δεδομένα. Συγκεκριμένα, η παράθεση γραπτών πηγών μαρτυρεί ότι, οι διακρατικές σχέσεις περιλάμβαναν ανταλλαγή δώρων ανάμεσα στους ηγεμόνες, καθώς και εκατέρωθεν, αποστολή πολύτιμων έργων και καλλιτεχνών μεταξύ τους. Έτσι, αποκαλύπτεται πως η έννοια και η χρήση της πολιτιστικής διπλωματίας στο διεθνές σύστημα έχει τις ρίζες της τουλάχιστον στην πρώτη χιλιετία (π.Χ.) (Τζουμάκα, 2005, π. 60).

Σε εθνικό τώρα επίπεδο, η ανάδυση του ελληνικού πολιτισμού δίχως αμφιβολία συνέβαλε καθοριστικά στην αναβίωση της ελληνικής πολιτιστικής ταυτότητας, γεγονός που αποτέλεσε το ιδεολογικό υπόβαθρο της Ελληνικής Επανάστασης, που οδήγησε στη δημιουργία του νέου ελληνικού κράτους. Η μετακένωση των διαχρονικών ελληνικών πολιτισμικών αξιών στην Ευρώπη από τους Φαναριώτες και η επανεισαγωγή τους στην ελληνική ενδοχώρα συνέτειναν στην ανασυγκρότηση της ελληνικής ταυτότητας, μέσα από τη σύνδεση της με την κληρονομιά της κλασσικής ελληνικής αρχαιότητας, που συνέβαλε στην τόνωση του εθνικού φρονήματος. Η ανάσυρση της κοινής ιστορικής μνήμης, του λαϊκού πολιτισμού, της κοινής γλώσσας, προφορικής και γραπτής, χρησιμοποιήθηκαν εργαλειακά για την ανεύρεση ενός κοινού σημείου αναφοράς και οικοδόμησης μίας ιδεολογικής βάσης της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς (Κολτσίδα, 2011, σ. 114).

Η περίοδος όμως που ακολούθησε, όπου πλέον η Ελλάδα καθίσταται ανεξάρτητο κράτος, χαρακτηρίζεται από αποσπασματικές παρεμβάσεις της ελληνικής Πολιτείας σε θέματα πολιτισμού. Η εμπλοκή και συμμετοχή της Ελλάδας σε σημαντικά ιστορικά γεγονότα (Βαλκανικοί Πόλεμοι, Μικρασιατική Καταστροφή, Παγκόσμιοι Πόλεμοι, εμφύλιος πόλεμος) κατά το πρώτο ήμισυ του 20ου αιώνα, όπως ήταν φυσικό για μία παρατεταμένα ταραγμένη περίοδο, έθεσε τον τομέα του πολιτισμού ως δευτερεύουσα προτεραιότητα. Πάντως, η άνοδος της μεσοαστικής τάξης και οι πολιτιστικές της ανάγκες που δημιουργούνται, οδηγεί επαγωγικά στη διαπίστωση της εμπλοκής του κράτους στα πολιτιστικά πράγματα, με τη δημιουργία – θέση ενός νομικού πλαισίου ρύθμισης των πολιτιστικών θεμάτων.

Σε αυτήν την κατεύθυνση κινούνται οι νομοθετικές πρωτοβουλίες για την έκδοση, αφενός του νόμου περί πνευματικής ιδιοκτησίας (1920), και, αφετέρου, τη σύνταξη αρχαιολογικού νόμου (1932) για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Σε αυτήν την ιστορική διαδρομή εκκινούν τη λειτουργία τους κρατικά και πολιτιστικά ιδρύματα, όπως η Εθνική Πινακοθήκη (1900), το Βασιλικό Θέατρο (1901-1908), η Ακαδημία Αθηνών (1926), το Εθνικό Θέατρο (1930), το οποίο για την εποχή του αποτέλεσε σταθμό, η Λυρική Σκηνή (1939), καθώς και η Κρατική Ορχήστρα Αθηνών (1943) (Κόνσολα, 2006, σσ. 173-174).

Ο πολιτισμός εξακολουθούσε να μη βρίσκεται στον πυρήνα της πολιτικής της χώρας και για τις επόμενες δύο δεκαετίες. Έπειτα, κατά τη διάρκεια της δικτατορίας μία περίοδο όπου, λόγω της δομής του καθεστώτος, η Ελλάδα αποκόπηκε από τις διεθνείς πολιτιστικές εξελίξεις, λαμβάνει χώρα μία σημαντικότερη εξέλιξη στους πολιτιστικούς θεσμούς της χώρας, η ίδρυση του υπουργείου Πολιτισμού και Επιστημών, το έτος 1971. Η δημιουργία ενός επίσημου φορέα πολιτισμού σε κεντρικό επίπεδο για πρώτη φορά υπήρξε, βέβαια, συμβατή με τα διεθνή πρότυπα της εποχής, που ευνοούσαν τη διαχείριση των πολιτιστικών ζητημάτων σε συνολικό επίπεδο, γεγονός που καταδεικνύει τη σημασία της πολιτιστικής, πνευματικής και καλλιτεχνικής ζωής (Κόνσολα, 2006, σ. 175). Η ιδιαιτερότητα όμως της Ελλάδας ήταν εμφανές πως συναρτώνταν και με την πολιτική κατάσταση, αφού η στρατιωτική κυβέρνηση αφενός, επιδίωκε μία ιδεολογικά κατευθυνόμενη παρέμβαση, και, αφετέρου, κατέτεινε στην προσπάθεια εξωραϊσμού της εικόνας της τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό, επιδιώκοντας να αναδείξει ότι ενδιαφερόταν ζωηρά για την ανάπτυξη της πνευματικής και καλλιτεχνικής ζωής.

Αναμφίβολα, η συνταγματική κατοχύρωση της πολιτιστικής ανάπτυξης και της καλλιτεχνικής δημιουργίας (άρθρα 15,16 & 24) αναγνώρισε, θεσμικά, το ρόλο και τη σημασία του πολιτισμού στο κοινωνικό και πολιτικό γίγνεσθαι. Έτσι, για πρώτη φορά, εμφανίζεται η έννοια του ‘πολιτιστικού προγραμματισμού’, με την ένταξη του πολιτιστικού προγράμματος της χώρας στα Πενταετή Προγράμματα Οικονομικής και Κοινωνικής Ανάπτυξης (Κόνσολα, 2006, σ. 176).

Με αυτόν τον τρόπο, αναγνωρίστηκε η σημασία του τομέα του πολιτισμού και η συσχετίσή του με την ανάπτυξη της χώρας. Η άμεση σύνδεση με τα αναπτυξιακά προγράμματα οδήγησε στη διαμόρφωση μίας νέας πολιτιστικής φυσιογνωμίας της Ελλάδας, που υλικοτεχνικά παρουσίαζε έλλειμμα, καθώς και γεωγραφική ανισοκατανομή, συνέτεινε δε στην ανάσχεση της επιβολής ξένων πολιτιστικών και καταναλωτικών προτύπων, που εισέβαλαν την περίοδο εκείνη στην ελληνική κοινωνία (Κολτσίδα, 2011, σ. 117).

2.2 ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

Η ανάδειξη των πτυχών που αφορούν τη διάρθρωση, τη δομή, καθώς και τους εμπλεκόμενους φορείς άσκησης της ελληνικής πολιτιστικής διπλωματίας θεωρείται σημαντική προκειμένου να διερευνηθεί ο βαθμός αποτελεσματικότητας της «ήπιας» αυτής μορφής ισχύος για την προώθηση της ελληνικής εικόνας στο διεθνές περιβάλλον. Αυτό που παρατηρείται σε πρώτο επίπεδο είναι ο πολύπλοκος χαρακτήρας της σε σχέση με εκείνη άλλων κρατών, ο οποίος δικαιολογείται από την εμπλοκή πολλών υπηρεσιών τριών κυρίως υπουργείων στην άσκηση πολιτιστικής διπλωματίας. Η πολυπλοκότητα αυτή δικαιολογείται από τη διαπίστωση ότι ένα σημαντικό τμήμα της πολιτιστικής ύλης, ιδιαίτερα εκείνο που αφορά τη σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία, δεν είναι δυνατό να αντιμετωπιστεί από έναν και μόνον φορέα. Για το λόγο αυτό, η προώθηση της πολιτιστικής ανάπτυξης και η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και η ενίσχυση της πολιτιστικής δημιουργίας, επαφίεται στη δραστηριοποίηση συναρμόδιων κρατικών φορέων και φορέων της πρωτοβάθμιας

2.3 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ

Σύμφωνα με το Υπουργείο Εξωτερικών, «η ελληνική εξωτερική πολιτική είναι ταγμένη να υπηρετεί το εθνικό συμφέρον. Στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, αυτό σημαίνει ότι η εξωτερική πολιτική πρέπει να αναπτύσσεται σε ένα ευρύτατο φάσμα, που εκτείνεται από την παραδοσιακή διπλωματία και την καλλιέργεια των διμερών σχέσεων της Ελλάδας με άλλες χώρες μέχρι τη συμμετοχή της χώρας μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στους Διεθνείς Οργανισμούς. Η χώρα μας έχει άποψη και αναπτύσσει πρωτοβουλίες σε όλα τα μεγάλα παγκόσμια ζητήματα»³.

Οι προτεραιότητες της ελληνικής εξωτερικής πολιτικής αναλύονται στους παρακάτω άξονες ενδιαφέροντος:

- Διεθνείς Οργανισμοί.
- Ασφάλεια – Άμυνα
- Παγκόσμια Ζητήματα
- Περιβάλλον
- Πολιτισμός
- Ελληνισμός της Διασποράς
- Η παρακολούθηση των διμερών και διεθνών πολιτικών, οικονομικών, πολιτιστικών και άλλων θεμάτων, καθώς και ζητημάτων διεθνούς ασφάλειας, η ενημέρωση της Κυβέρνησης και η διατύπωση σχετικών εισηγήσεων επ' αυτών.
- Η προώθηση και προστασία των οικονομικών, εμπορικών, ναυτιλιακών, τουριστικών και λοιπών ελληνικών συμφερόντων στο εξωτερικό.
- Η ανάπτυξη των διεθνών πολιτικών, οικονομικών και πολιτιστικών σχέσεων της Ελλάδας.
- Η διεθνής προβολή της Ελλάδας, του ελληνικού πνεύματος και πολιτισμού.

³ www.mfa.gr

Καθίσταται σαφές, λοιπόν, ότι η αρμοδιότητα του καθορισμού των στόχων της ελληνικής πολιτιστικής διπλωματίας, οι οποίοι είναι βεβαίως αλληλένδετοι με το γενικότερο προσανατολισμό της ελληνικής εξωτερικής πολιτικής, εμπίπτει πρωτίστως στο Υπουργείο Εξωτερικών. Αρμόδια για το γενικό συντονισμό του συνόλου των πολιτιστικών, θρησκευτικών και προξενικών υποθέσεων των επιμέρους Διευθύνσεων της είναι η Ε' Γενική Διεύθυνση Πολιτιστικών, Θρησκευτικών και Προξενικών Υποθέσεων. Ταυτόχρονα, στο άρθρο 39 του Οργανικού Νόμου του Υπουργείου Εξωτερικών, που ψηφίστηκε το 1998, η Ε1 Διεύθυνση Μορφωτικών και Πολιτιστικών Υποθέσεων⁴ ενέχει την αρμοδιότητα (σε συνεργασία βέβαια και με άλλα Υπουργεία, Οργανισμούς και Υπηρεσίες) της γενικής πολιτιστικής προβολής της χώρας στην αλλοδαπή, καθώς και την ανάδειξη του ελληνικού πολιτισμού και ελληνικού πνεύματος σε διεθνές επίπεδο (Κοσμίδου, 2000, σσ. 260-261). Ειδικότερα, η αρμοδιότητά της περιλαμβάνει:

- Τη διαπραγμάτευση και υπογραφή των Μορφωτικών Συμφωνιών και συμφωνιών πολιτιστικής συνεργασίας με τα ξένα κράτη.
- Τη διαπραγμάτευση και υπογραφή των Μορφωτικών Προγραμμάτων με τα ξένα κράτη.
- Την παρακολούθηση της εκτέλεσης των Μορφωτικών Προγραμμάτων και πολιτιστικής συνεργασίας, καθώς και την πραγματοποίηση πολιτιστικών ανταλλαγών εκτός Προγραμμάτων, καθώς και την παρακολούθηση της δραστηριότητας των Πολιτιστικών και Επιστημονικών Ιδρυμάτων και Επιτροπών.
- Τις υποτροφίες.
- Τις σχέσεις της Ελλάδας με την UNESCO.
- Την παρακολούθηση σχέσεων της Ελλάδας με τις άλλες Χώρες στον τομέα της επιστημονικής έρευνας και τεχνολογίας (Τζουμάκα, 2005, σσ. 172-173).

Προβλέπεται, επίσης, στον Οργανικό Νόμο του Υπουργείου Εξωτερικών και συγκεκριμένα το άρθρο 4 η λειτουργία και Γενικής Γραμματείας Αποδήμου Ελληνισμού, που λειτουργεί ως αυτοτελής δημόσια υπηρεσία, μέσα στα πλαίσια του Υπουργείου Εξωτερικών, με δικό της Οργανισμό και μετακλητό Γενικό Γραμματέα, ο οποίος ορίζεται με κοινή απόφαση του Πρωθυπουργού και του Υπουργού Εξωτερικών.

Τηρουμένων των αναλογιών, η εξωτερική πολιτιστική πολιτική της Ελλάδας, βασίζεται στις εξής τέσσερις συνιστώσες:

1. Λόγω της γεωπολιτικής της θέσης, η χώρα μας μπορεί να λειτουργήσει ως κόμβος επικοινωνίας και προσέγγισης μεταξύ της Ε.Ε., των χωρών της Βαλκανικής, του Παρευξείνιου χώρου και της Μεσογείου. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αξιοποίηση των κοινών ιστορικών, θρησκευτικών και πολιτισμικών καταβολών μεταξύ των λαών της Βαλκανικής Χερσονήσου.

⁴ Περιλαμβάνει τέσσερα τμήματα: i) Τμήμα Μορφωτικών Συμφωνιών και Προγραμμάτων, ii) Τμήμα Διμερούς και Διεθνούς Πολιτιστικής Συνεργασίας, iii) Τμήμα UNESCO και iv) Τμήμα Πολιτιστικών και Επιστημονικών Ιδρυμάτων και Επιτροπών.

2. Στα πλαίσια της Ε.Ε., παράλληλα με το σεβασμό της πολιτιστικής πολυμορφίας, δεν πρέπει να παραγνωρίζεται η θέση του ελληνισμού και της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς στη συγκρότηση της ευρωπαϊκής ταυτότητας.

3. Η Ελλάδα μπορεί να προσφέρει πολλά στο διαθρησκευτικό διάλογο μεταξύ χριστιανισμού και Ισλάμ. Η παράδοση του Βυζαντίου και της Ορθοδοξίας μπορεί να διαδραματίσει καταλυτικό ρόλο στο διάλογο μεταξύ των λαών της ευρύτερης περιοχής μας.

4. Ο ελληνισμός της Διασποράς αποτελεί σημαντική δύναμη για την ενίσχυση της διεθνούς θέσης της Ελλάδας και είναι ανάγκη να διαμορφωθεί μια νέα σχέση μεταξύ εθνικού κέντρου και απόδημου ελληνισμού, που να λαμβάνει περισσότερο υπόψη τις κοινωνικές, γλωσσικές και πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και ανάγκες του δεύτερου.

Βέβαια εκτός των προαναφερθέντων αρμοδιοτήτων του, το Υπουργείο Εξωτερικών σε συνεργασία με τις Προξενικές Αρχές της χώρας στο εξωτερικό, αλλά και με αρμόδιους ημεδαπούς φορείς(λ.χ. Υπουργείο Πολιτισμού, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Εθνικό Θέατρο, Μουσεία κλπ.), ενισχύει και προωθεί προγράμματα πολιτιστικών, καλλιτεχνικών ή άλλων εκδηλώσεων με σκοπό την προβολή του πολιτισμού μας στο εξωτερικό(λ.χ. Ημέρες Ελληνικού Κινηματογράφου, μουσική, γαστρονομία, ποίηση, συνέδρια κ.λπ.).

2.4 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

Το έργο του Υπουργείου Εξωτερικών δε θα μπορούσε να υλοποιηθεί χωρίς τον πολύτιμο ρόλο του Υπουργείου Πολιτισμού με το οποίο συγκεκριμένα είναι συναρμόδιο για την κατάρτιση και την εκτέλεση των μορφωτικών συμβάσεων με τις ξένες χώρες. Το Υπουργείο Πολιτισμού είναι αρμόδιο για τις σχέσεις με τους διεθνείς οργανισμούς και τα ξένα πολιτιστικά ιδρύματα στην Ελλάδα και για την ενίσχυση των ελληνικών πολιτιστικών ιδρυμάτων στο εξωτερικό. Από το 2001 ανέλαβε την εποπτεία του Ελληνικού Ιδρύματος Πολιτισμού. Αρμόδια Διεύθυνση είναι η Διεύθυνση Διεθνών Σχέσεων, ενώ υπάρχει και η Ειδική Διεύθυνση Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία ασχολείται με την ελληνική συμμετοχή στα κοινοτικά πολιτιστικά προγράμματα. Και οι δύο αυτές διευθύνσεις υπάγονται στη Γενική Διεύθυνση Διοικητικής Υποστήριξης. Όλοι οι φορείς, οι οποίοι εποπτεύονται ή συνεργάζονται προγραμματικά με το Υπουργείο Πολιτισμού δύνανται να ασκούν πολιτιστική διπλωματία ανάλογα με το αντικείμενό τους:

- Εθνικό Θέατρο
- Εθνική Λυρική Σκηνή
- Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος
- Δημοτικά Περιφερειακά Θέατρα
- Κρατική Ορχήστρα Αθηνών
- Εθνική Πινακοθήκη
- Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου
- Εθνικό Κέντρο Βιβλίου
- Επιμελητήριο Εικαστικών Τεχνών Ελλάδος
- Έλληνες Εκδότες
- Μουσεία

- Ο θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης (από ελληνικής πλευράς πρώτη Πολιτιστική Πρωτεύουσα ήταν η Αθήνα το 1985, ακολούθησε η Θεσσαλονίκη το 1997 και η Πάτρα το 2006 ,ενώ αναμένεται η ανακοίνωση της πόλης που θα αποτελέσει την ευρωπαϊκή πολιτιστική πρωτεύουσα το 2021).

Το Υπουργείο Πολιτισμού αναπτύσσει δικές του προτεραιότητες στην άσκηση εξωτερικής πολιτιστικής πολιτικής. Ειδικότερα, σύμφωνα με το ΥΠΠΟ προέχει η πολιτιστική συνεργασία με τις γειτονικές χώρες, σε δεύτερο επίπεδο το ενδιαφέρον εστιάζεται σε χώρες με παλαιούς μεγάλους πολιτισμούς, όπως η Κίνα και σε χώρες, όπου υπάρχει έντονη ελληνική παρουσία, όπως για παράδειγμα στην Αμερική και την Αυστραλία. Επιπροσθέτως, επιχειρούνται ανοίγματα προς περιοχές που πρόσφατα απέκτησαν ενδιαφέρον για τη χώρα μας, όπως λ.χ. οι χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης ή η Κούβα.

2.5 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ

Αρμοδιότητες που άπτονται της πολιτιστικής διπλωματίας έχει και το Υπουργείο Παιδείας, συγκεκριμένα η Γενική Διεύθυνση Διεθνών Εκπαιδευτικών Σχέσεων. Η υπηρεσία αυτή διαχειρίζεται και χορηγεί υποτροφίες για χώρες που δεν έχουν υπογράψει μμορφωτικές συμφωνίες με την Ελλάδα, μεριμνά για ανταλλαγές εκπαιδευτικών και αδελφοποιήσεις σχολείων, βρίσκεται σε τακτική επαφή με ιδρύματα και φορείς του εξωτερικού που διδάσκουν την ελληνική γλώσσα και τον ελληνικό πολιτισμό (αποστολή βιβλίων και εκπαιδευτικού υλικού, επιμόρφωση καθηγητών, σεμινάρια φοιτητών). Συμμετέχει κάθε χρόνο στη Διεθνή Έκθεση Γλωσσών στο Παρίσι και σε άλλες διοργανώσεις με σκοπό την προβολή της ελληνικής γλώσσας και του ελληνικού πολιτισμού, εκπονεί εκδόσεις σε συνεργασία με το Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας για τον ίδιο σκοπό.

Επίσης, ο Ενιαίος Διοικητικός Τομέας Ομογενών και Διαπολιτισμικής Εκπαίδευσης ασχολείται με την ελληνόγλωσση εκπαίδευση στο εξωτερικό, τις ελληνικές σπουδές στο εξωτερικό και τα διαπολιτισμικά σχολεία για αλλοδαπούς και παλιννοστούντες μαθητές στην ελληνική εκπαίδευση (Τζουμάκα, 2005, σ. 186).

2.6 ΑΠΟΔΗΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΣΜΟΣ

Με τους γενικούς όρους «απόδημος ελληνισμός» ή «ελληνισμός της διασποράς» ή «ελληνική ομογένεια» αναφερόμαστε στους πολυάριθμους ελληνικούς πληθυσμούς που έχουν εγκατασταθεί σε διάφορες ανά την υφήλιο χώρες και είναι πλέον πολίτες αυτών των χωρών. Ο απόδημος ελληνισμός είναι ζωτικής σημασίας για την Ελλάδα, όχι μόνο για τις υπηρεσίες που προσφέρει σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης, αλλά γιατί αποτελεί μόνιμο πρεσβευτή του ελληνικού πολιτισμού στις χώρες όπου διαβιεί. Η σημασία αυτή έχει αναγνωρισθεί από το εθνικό κέντρο αλλά δεν έχει αξιοποιηθεί και υποστηριχθεί όπως θα άρμοζε. Η εκπαιδευτική και πολιτιστική πολιτική της χώρας μας αναφορικά με τους ομογενείς ανήκει στη συναρμοδιότητα των Υπουργείων Εξωτερικών, Παιδείας και Πολιτισμού (Τζουμάκα, 2005: 189). Από την

πλευρά του εθνικού κέντρου, δεν ασκήθηκε ποτέ πολιτιστική διπλωματία που να περιλαμβάνει τους αποδήμους σε ένα συστηματικό σχεδιασμό.

2.7 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Το Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού δημιουργήθηκε με στόχο να αποτελέσει τον κύριο μοχλό άσκησης της ελληνικής πολιτιστικής διπλωματίας. Ήταν, άλλωστε, ο πρώτος συγκροτημένος φορέας με τέτοιο ρόλο. Η έδρα του βρίσκεται στην Αθήνα ενώ αναπτύσσει δραστηριότητες μέσω των παραρτημάτων του στην Αλεξάνδρεια, το Βερολίνο, τη Νέα Υόρκη, την Οδησό καθώς και μέσω των εκπροσώπων του στο Λονδίνο, το Παρίσι και το Ραμπάτ. Μελλοντικός στόχος του Ιδρύματος είναι να επεκταθεί η δράση του και σε άλλες πόλεις και χώρες. Το Ε.Ι.Π. ιδρύθηκε το 1992. Η αρχική του ονομασία ήταν Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού ενώ είχε, και έχει, την μορφή Νομικού Προσώπου Ιδιωτικού Δικαίου με σκοπό την προβολή, διάδοση και καλλιέργεια στο εξωτερικό, κατά συστηματικό τρόπο, του Ελληνικού Πολιτισμού. Το 1997 το μέχρι τότε Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού μετονομάστηκε σε Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού για την προβολή και προαγωγή γενικώς του πολιτισμού- δίχως εθνικιστικές, σοβινιστικές, θρησκοληψίας ή μμεγαλοϊδεατισμού προκαταλήψεις (Γιανναράς, 2001: 200- 204). Ήταν μιας αμφίβολης ουσιαστικής σημασίας κίνηση η οποία επιπλέον δημιουργεί ερωτηματικά για ενδεχόμενη κατίσχυση ιδεολογημάτων και εμμονών στις κατευθύνσεις της ελληνικής εξωτερικής πολιτικής. Το Ε.Ι.Π. αρχικά ήταν υπό την εποπτεία του Υπουργείου Εξωτερικών ενώ, από το 2003 υπάγεται στο Υπουργείο Πολιτισμού και διοικείται από Συμβούλιο το οποίο διορίζεται κάθε τέσσερα χρόνια από τον υπουργό πολιτισμού. Τα παραρτήματα του Ε.Ι.Π. αποτελούν κέντρα πολιτιστικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, εκπαίδευσης και διδασκαλίας της ελληνικής γλώσσας. Η ελληνική γλώσσα διδάσκεται σε τρία από τα παραρτήματα: Βερολίνου, Οδησού και Αλεξάνδρειας. Τα παραρτήματα στα οποία γίνεται γλωσσική διδασκαλία λειτουργούν και ως εντεταλμένα εξεταστικά κέντρα στα οποία διενεργούνται κάθε χρόνο εξετάσεις από το Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας του Υπουργείου Παιδείας για την απόκτηση Κρατικού Τίτλου Πιστοποίησης Ελληνομάθειας για ξένους. Με τη φροντίδα και την οικονομική συμβολή του ΕΙΠ δίδονται υποτροφίες για την παρακολούθηση θερινών μαθημάτων ελληνικής γλώσσας και πολιτισμού που διοργανώνονται στην Ελλάδα από πανεπιστήμια και ιδρύματα. Το ΕΙΠ συνεργάζεται και υποστηρίζει δραστηριότητες φορέων που ασχολούνται με την ελληνική γλώσσα. Ενισχύει συνέδρια, εκδόσεις, μαθήματα γλώσσας σε πανεπιστήμια και σχολεία και εμπλουτίζει τις βιβλιοθήκες τους. Από τις επιχορηγήσεις του ΕΙΠ μεγάλο μέρος κατευθύνεται σε ξένα πανεπιστήμια τα οποία ασχολούνται με τις ελληνικές σπουδές. Το ΕΙΠ, πέραν των γλωσσικών, ενισχύει και αναπτύσσει και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες. Οργανώνει εκδηλώσεις σε πολλές περιοχές του κόσμου, εκθέσεις, συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, προβολές, διαλέξεις, συζητήσεις σε συνεργασία με διάφορους πολιτιστικούς και μορφωτικούς φορείς. Ακόμη, συμμετέχει σε ευρωπαϊκές και παγκόσμιες εκδηλώσεις- επετείους, εβδομάδες θεάτρου, κινηματογράφου, μουσικής. Επιπλέον, το ΕΙΠ διαδίδει το ελληνικό βιβλίο με την παρουσίαση λογοτεχνών, την υποστήριξη μεταφράσεων, τη συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις βιβλίου, κλπ. Προβάλλει τον ελληνικό κινηματογράφο με τακτικές προβολές, φεστιβάλ και αφιερώματα σε συνεργασία με το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου. Το ΕΙΠ εκδίδει βιβλία με περιεχόμενο ιστορικό ή πολιτιστικό στα ελληνικά και στις πλέον διαδεδομένες ευρωπαϊκές γλώσσες. Μερικές από τις

εκδόσεις αυτές συμπληρώνουν κενά, ειδικά στην ξενόγλωσση μορφή τους, που απευθύνεται στο κοινό του εξωτερικού. Το ΕΙΠ αναπτύσσει εκπαιδευτικές δραστηριότητες σε σχολεία του εξωτερικού με τη συνεργασία των τοπικών αρχών.

Η δραστηριότητα αυτή αποβλέπει στη γνωριμία των νέων που προέρχονται από διαφορετικές χώρες με τον ελληνικό πολιτισμό καθώς και στην μεταξύ τους επικοινωνία. Στο πλαίσιο αυτό οργανώνονται μαθητικοί διαγωνισμοί και διάλογοι, σεμινάρια, διαλέξεις, μαθητικά εργαστήρια, συναυλίες, κ.α. (Κωστάκης, 2008: 176-180). Ωστόσο, και γι' αυτόν τον φορέα δεν έχει λείψει ο προβληματισμός για τους στόχους του και το εύρος της διεισδυτικότητάς του στο πεδίο που δραστηριοποιείται, όπως και ο προβληματισμός αν το ακαδημαϊκό προφίλ του ανταποκρίνεται στο πολύ σημαντικό έργο του "πρεσβευτή του πολιτισμού" στο εξωτερικό. Το ΕΙΠ δεν είναι ένας ελλειμματικός φορέας αλλά κινδυνεύει να γίνει.

2.8 Το ΟΙΚΟΥΜΕΝΙΚΟ ΠΑΤΡΙΑΡΧΕΙΟ

Το Οικουμενικό Πατριαρχείο Κωνσταντινουπόλεως είναι ίσως ο μόνος θεσμός που διασώζει την οικουμενικότητα του ελληνικού πολιτισμού ή τουλάχιστον υπενθυμίζει τη δυνατότητα οικουμενικής έκφρασης του ελλητισμού.²⁹ Στη δικαιοδοσία του ανήκουν οι μητροπόλεις και αρχιεπισκοπές Βόρειας Αμερικής, Αυστραλίας και Δυτικής Ευρώπης. Το νομικό του καθεστώς δεν έχει διευκρινιστεί με όρους διεθνούς δικαίου (οι Τούρκοι επιμένουν να το θεωρούν ως απλό πολιτιστικό σωματείο). Με την Αυτοκέφαλη Εκκλησία της Ελλάδας οι σχέσεις συχνά διαταράσσονται.

Πέρα από τις διαφορές απόψεων και ερμηνειών των υφισταμένων συμφωνιών, είναι προς το συμφέρον του Ελλητισμού να αποτελεί το Πατριαρχείο έναν δυναμικό εναλλακτικό πόλο, που να ενσαρκώνει τη διάσταση της οικουμενικότητας, η οποία είναι συνδεδεμένη με την Ορθοδοξία και το Βυζάντιο.

Τις τελευταίες δεκαετίες εκδηλώνεται στη Δύση μεγάλο ενδιαφέρον για την Ορθοδοξία και το Βυζάντιο (σε αντίθεση με την παλαιότερη άγνοια ή απαξίωση), το οποίο εκφράζεται με την αύξηση των ειδικών στα γνωστικά αυτά αντικείμενα, των πανεπιστημιακών εδρών και ερευνητικών ινστιτούτων, με πλούσια βιβλιογραφία, με κέντρα σπουδής της ορθόδοξης αγιογραφίας και της βυζαντινής μουσικής, προβολή των ορθόδοξων εκκλησιαστικών εικόνων, μεγάλες εκθέσεις για το Βυζάντιο. Επίσης, τα δύο αυτά στοιχεία σηματοδοτούν την κοινή εμπειρία με τους λαούς της Βαλκανικής, αλλά και με τη Ρωσία, ενώ, ταυτόχρονα, αποτελούν και διαβατήριο για τις χώρες της Μέσης Ανατολής, πολύ πιο ευπρόσδεκτο από το "δυτικό".

Το Οικουμενικό Πατριαρχείο σήμερα λαμβάνει αξιόλογες πρωτοβουλίες, όπως την προσπάθεια για την προώθηση του διαθρησκευτικού διαλόγου και επιδεικνύει οικολογική ευαισθησία, που ενισχύει τον οικουμενικό του ρόλο.

2.9 ΑΛΛΟΙ ΦΟΡΕΙΣ-ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

Εκτός από τους προαναφερθέντες πρωτοβουλίες Πολιτιστικής Διπλωματίας αναπτύσσουν και: Το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού, η Ελληνική Γαστρονομία “Κέρασμα”, ο Κύκλος συνεδρίων Δήμου Αθηναίων “Η Ελλάδα στον κόσμο”, πολιτιστικά προγράμματα της Ε.Ε., η “άνοιξη των Μουσείων”, η ηλεκτρονική αδελφοποίηση σχολείων, οι ευρωπαϊκές ημέρες πολιτιστικής κληρονομιάς, Ενώσεις και πρωτοβουλίες κυρίως ομογενών ανά χώρα, διεθνή και ευρωπαϊκά προγράμματα στα οποία συμμετέχει η Ελλάδα.

3 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

3.1 ΓΑΛΛΙΑ

Κατέχοντας κυρίαρχη θέση στο παγκόσμιο σύστημα ήδη από τους προηγούμενους αιώνες, η Γαλλία αντιλήφθηκε πολύ γρηγορότερα σε σχέση με άλλα κράτη τη σημασία του πολιτισμού στην άσκηση της εξωτερικής της πολιτικής. Μάλιστα, η άσκηση πολιτιστικής πολιτικής δια μέσου του Υπουργείου Εξωτερικών ανάγεται στη Γαλλία από τα μέσα του 16^{ου} αιώνα, γεγονός που την ανέδειξε ως την πρώτη ευρωπαϊκή χώρα που προχώρησε στην άσκηση πολιτιστικής πολιτικής με συστηματικό τρόπο. Άλλωστε διόλου τυχαίο δεν είναι το γεγονός ότι ήδη τον 17^ο αιώνα, η γαλλική γλώσσα αποτελούσε τη γλώσσα των πρέσβων, των τεχνών και των νόμων (Κοσμίδου, 2000, σ. 140). Η Γαλλία επίσης υιοθέτησε τον θεσμό της αιγίδας, που συνιστά τον πρόδρομο της κρατικής παρέμβασης στα πολιτιστικά θέματα. Επίσης, χρησιμοποιήθηκε ο θεσμός του *μαικίνα*, ο οποίος αφορά σε άτομα, τα οποία υποστηρίζουν ή προωθούν διάφορες καλλιτεχνικές παραγωγές, δια μέσου της οικονομικής βοήθειας ή παραγγελιών που δίδεται από τον εκάστοτε οργανισμό ή επιχείρηση ή ιδιώτη (Benhamou, 2006, pp. 95,112). Το έτος 1875 συστήνεται το Ανώτατο Συμβούλιο Καλών Τεχνών, ενώ μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο θεμελιώνεται η ιδέα της γαλλικής πολιτιστικής διπλωματίας, μέσα από τον εκδημοκρατισμό της εθνικής κουλτούρας, επιχειρώντας να αναδείξει την εικόνα του γαλλικού πολιτισμού και της προβολής του, εξαιρώντας όμως την *λαϊκή κουλτούρα*. Εξακολουθώντας να δρα πρωτοποριακά, η Γαλλία υπήρξε το πρώτο παράδειγμα κεντρικής πολιτιστικής διοίκησης σε παγκόσμιο επίπεδο. Τούτο επετεύχθη μέσω της ίδρυσης με Διάταγμα, το 1959, του Υπουργείου Πολιτιστικών Υποθέσεων, από τον στρατηγό Charles de Gaulle, το οποίο και ανέθεσε στον Andre Malraux. Η Ελλάδα προσπάθησε να ακολουθήσει τη Γαλλία μέσω της υιοθέτησης των ίδιων βασικών αρχών διοικητικής οργάνωσης. Βέβαια, η Γαλλία, χώρα με παράδοση στον κρατισμό και τον συγκεντρωτισμό, γρήγορα αντιλήφθηκε ότι οι υπερδιογκωμένες αρμοδιότητες του σχήματος αυτού οδηγούσαν σε πρακτικές δυσχέρειες στην οριοθέτηση του πολιτιστικού χώρου. Έτσι πλέον στο πεδίο αρμοδιοτήτων του Υπουργείου Πολιτισμού και Επικοινωνίας της Γαλλίας εμπίπτουν: τα Μουσεία της χώρας, τα Αρχαία, το Θέατρο, το Εθνικό Κέντρο Γαλλικού Κινηματογράφου, τα Γράμματα και τις Βιβλιοθήκες, τις εικαστικές τέχνες, την Αρχιτεκτονική, τη Μουσική, το χορό, τα

Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, καθώς και το σημαντικό τομέα της Πολιτιστικής Κληρονομιάς.

Το 1833 συστήνεται στη Γαλλία η Alliance française με επιδιωκόμενο σκοπό «μια εθνική ένωση για τη διάδοση της γαλλικής γλώσσας στις αποικίες και στο εξωτερικό»⁵. Το 1886, η Alliance française αναγνωρίζεται ως οργανισμός δημόσιας ωφέλειας από το γαλλικό Υπουργείο Εξωτερικών, εντάσσοντάς την, κατά αυτόν τον τρόπο, στην επίσημη λογική της γαλλικής πολιτιστικής πολιτικής. Σταδιακά, η Alliance française επεκτείνεται σε όλον τον κόσμο ,προωθώντας τη γαλλική πολιτιστική πολιτική (ενδεικτικά το 2008 το δίκτυο των Alliances françaises αριθμούσε 1.071 δίκτυα). Όπως γίνεται καταληπτό, οι Alliances συνιστούν την αντανάκλαση και τον αναμεταδότη της πολιτικής βούλησης του γαλλικού κράτους. Το 2007, η Alliance αποκτά νέα νομική οντότητα, ως «Fondation Alliance française», με διοικητικό συμβούλιο, που περιλαμβάνει, μεγάλα ονόματα Γάλλων διανοουμένων, ως οργανισμός και πάλι «δημόσιας ωφέλειας», με σκοπό το συντονισμό και την ανάπτυξη του παγκόσμιου δικτύου των Alliances françaises. Με αυτήν τη νέα της λειτουργία, η «Fondation» προσέγγισε μερικές γαλλικές επιχειρήσεις, σε σημαντικούς οικονομικούς τομείς, αποκερδαίνοντας μία μικτή χρηματοδότηση, δημόσια και ιδιωτική. Έτσι, εκτός από τη στήριξη του Υπουργείου Εξωτερικών και Ευρωπαϊκών Υποθέσεων (το σύγχρονο, πλήρες όνομα του Υπουργείου), χρηματοδοτείται και από εταιρείες όπως η Total, η Pierre Fabre. Με αυτόν τον τρόπο η Alliance française ενσωματώνεται ολοένα και περισσότερο στην επίσημη λειτουργία του γαλλικού πολιτιστικού δικτύου, συμμετέχοντας πλήρως στη γαλλική διπλωματία, καθόσον εισφέρει θετικά στην εικόνα της Γαλλίας, του πολιτισμού της, του κράτους και του λαού της⁶.

Κατά τη διάρκεια του μεσοπολέμου κάνουν την εμφάνισή τους στη Γαλλία, τα γαλλικά Πολιτιστικά Κέντρα. Καταρχήν, ως «ανοικτά παραρτήματα» των γαλλικών πανεπιστημίων στο εξωτερικό. Η εξέλιξη αυτή διευκολύνει ερευνητές και φοιτητές με γαλλική υπηκοότητα στην ευκολότερη άσκηση των δραστηριοτήτων τους στο εξωτερικό. Σταδιακά, παρατηρείται ανάπτυξη σε αυτές τις δομές διαφόρων δραστηριοτήτων, όπως παράθεση μαθημάτων γαλλικού πολιτισμού, λογοτεχνίας, διαλέξεων. Με τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου αναπτύσσεται ένα πολυάριθμο δίκτυο Ινστιτούτων «δεύτερης γενιάς», έχοντας ως αποστολή τη διάδοση της γλώσσας και του γαλλικού πολιτισμού στο εξωτερικό. Όπως είναι προφανές τα Γαλλικά Ινστιτούτα, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην άσκηση της πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας όντας επικεντρωμένα σε επιστημονικούς και πανεπιστημιακούς τομείς.

Η πολιτιστική παρουσία της Γαλλίας στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται μακρά. Συγκεκριμένα, μόλις το 1846, με βασιλικό διάταγμα του Λουδοβίκου –Φιλίππου, δημιουργείται ένα από τα αρχαιότερα επιστημονικά ιδρύματα της Γαλλίας στο εξωτερικό, και εν προκειμένω στην Αθήνα, η Ecole Francaise d' Athenes, για τη διδασκαλία, αρχικά, της γαλλικής γλώσσας, η οποία, μετεξελίχθηκε στο Γαλλικό

⁵ www.alliancefr.org.

⁶ <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/>.

Ινστιτούτο (Institut Francais d' Athenes), η επίσημη ίδρυση του οποίου χρονολογείται το 1938, μετά από τη σύναψη διμερούς συμφωνίας με τη Γαλλική Πρεσβεία (Τζουμάκα, 2005, σ. 126).

Η δράση του Γαλλικού Ινστιτούτου υπήρξε πολυσχιδής, αλλά και ανεκτίμητη, καθώς τις παραμονές του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου αριθμούσε 37 παραρτήματα και 2.000 μαθητές (Τζουμάκα, 2005, σ. 126). Η μεγάλη του όμως συνεισφορά δε συνίσταται στη διδασκαλία της γαλλικής γλώσσας, αλλά στην εξέλιξή του σε κέντρο πνευματικού κοσμοπολιτισμού και ανταλλαγών. Αν και σήμερα εξακολουθεί να αποτελεί ζωτικό τμήμα της πολιτιστικής ζωής της Ελλάδος, η παρουσία του έχει συρρικνωθεί, καθώς πλέον υπάρχουν μόνο τέσσερα παραρτήματα εντός της χώρας.

Επιπλέον, η Γαλλία επιδιώκοντας την προώθηση της καλλιτεχνικής της πλευράς ακολουθεί πολιτική σε διεθνές επίπεδο η οποία διέπεται από τρεις κύριες προτεραιότητες⁷:

- Τη διάδοση της σύγχρονης δημιουργικότητας της χώρας σε όλες τις μορφές, η οποία λαμβάνει χώρα τόσο εκτός Γαλλίας, με πρωτοβουλίες όπως λχ. “Baltic Sounds French”, “France Danse”, “Paris Calling”, όσο εντός της χώρας μέσω της πλατφόρμας “Focus”⁸, η οποία εμφανίστηκε το 2008 με πρωτοβουλία του Γαλλικού Ινστιτούτου με την υποστήριξη του Υπουργείου Πολιτισμού και Επικοινωνίας και αφορά δραστηριότητες όπως ο χορός και το θέατρο με κύριο σκοπό να δώσει την ευκαιρία σε επαγγελματίες από το εξωτερικό να παρακολουθήσουν τις τελευταίες δημιουργίες Γάλλων καλλιτεχνών, γεγονός που επακολούθως θα ενθαρρύνει τη γνωριμία και αλληλεπίδραση των Γάλλων επαγγελματιών με άλλους από το διεθνές περιβάλλον.
- Την προώθηση της γαλλικής κουλτούρας και της πολιτισμικής πολυμορφίας εκτός συνόρων. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια της «Χρονιάς της Γαλλίας» στη Κίνα το 2004-2005, στη Βραζιλία το 2009 και στη Νότια Αφρική το 2012 διοργανώθηκαν εκατοντάδες εκδηλώσεις στον τομέα των τεχνών, της επιστήμης, της εκπαίδευσης και των επιχειρήσεων σε συνεργασία με τις χώρες αυτές.
- Την οικοδόμηση επαγγελματικής ικανότητας όλων των καλλιτεχνικών τομέων. Συγκεκριμένα, η Γαλλία επιδιώκει μια πολιτική συνεργασίας και ανάπτυξης με στόχο τις χώρες ZSP⁹. Το πρόγραμμα με τίτλο Afrique et Caraïbes en Creations επικεντρώνεται στην υποστήριξη πρόσβασης στη διεθνή αγορά και στην ανάπτυξη της πολιτιστικής οικονομίας, ώστε να επιτρέψει στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις να επωφεληθούν από τον πλούτο του πολιτισμού τους.

⁷ <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/>.

⁸ <http://www.focus.institutfrancais.com/en>.

3.2 ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ

Σε αντίθεση με τον κρατισμό και συγκεντρωτισμό που χαρακτήριζε τη Γαλλία, η Βρετανία υιοθετεί μια πιο φιλελεύθερη παράδοση και ως εκ τούτου η λειτουργία της πολιτιστικής της πολιτικής να διαμορφώνεται, καταρχήν, από αποκεντρωμένους φορείς. Στόχος του Βρετανικού Συμβουλίου, ο οποίος ιδρύθηκε το 1934 ως μηχανισμός διοίκησης πολιτιστικής πολιτικής ήταν «να κάνει το πνεύμα και τον τρόπο ζωής στη Βρετανία γνωστά στο εξωτερικό και να προβάλλει τη συνεισφορά των Βρετανών στα γράμματα, τις επιστήμες και τις τέχνες» (Κοσμίδου, 2000, σ. 136), αλλά, ταυτόχρονα, επιδίωξε να λειτουργήσει και ως αντίβαρο στην αυξανόμενη φασιστική προπαγάνδα.

Η πολιτιστική βρετανική διπλωματία αποτελεί μέρος της πασίγνωστης βρετανικής διπλωματίας, η οποία αναλύεται σε δύο επιμέρους κύριους τομείς: 1) την παραδοσιακή διπλωματία, η οποία διαλαμβάνει ενέργειες σε επίπεδο κυβερνήσεων, διενέργεια εμπορικών συναλλαγών, παροχή βοήθειας σε άλλες χώρες κλπ., και, 2) τη δημόσια διπλωματία, η οποία κατατείνει περισσότερο προς το τοπικό ή διεθνές κοινό. Αυτού του είδους η διπλωματία επικουρεί την παραδοσιακή διπλωματία, εστιάζοντας όμως, μεταξύ άλλων, σε πολιτιστικούς και μορφωτικούς τομείς (Κοσμίδου, 2000, σ. 137). Η σύμπραξη των δύο αυτών τομέων προσδίδει στην βρετανική πολιτιστική διπλωματία σημαντικό βαθμό ευελιξίας.

Μάλιστα άξιο αναφοράς είναι η δημιουργία από πλευράς του Βρετανικού Συμβουλίου δικτύων στο εξωτερικό, τα οποία δρουν σε λιγότερο επίσημο και πολιτικό πλαίσιο. Δραστηριοποιείται σε τουλάχιστον 109 χώρες, μια εκ των οποίων και η Ελλάδα. Σε όλη την υφήλιο λειτουργούν 95 κέντρα διδασκαλίας, με ένα δίκτυο 1.400 περίπου εκπαιδευτικών και 120.000 φοιτητών το χρόνο. Η χρηματοδότηση του Βρετανικού Συμβουλίου είναι τρικέφαλη. Μέρος των δραστηριοτήτων του χρηματοδοτείται από κονδύλια της κυβέρνησης, από τα έσοδα διδασκαλίας της αγγλικής και από τη λειτουργία της υπηρεσίας Foreign Office, ή το Overseas Development Ministry, μία υπηρεσία σχεδιασμού και εκτέλεσης προγραμμάτων σε όλον τον κόσμο, με έμφαση δράσης στις αναπτυσσόμενες χώρες (Κοσμίδου, 2000, σ. 139).

Η δράση του Βρετανικού Συμβουλίου στη χώρα μας έχει χαρακτηριστεί σημαντική. Αξιοσημείωτο παράδειγμα δράσης αποτελεί η διοργάνωση, το 1995, δεκαπενθημέρου προγραμμάτων τέχνης, με ονομασία «Η Βρετανία στην Ελλάδα», που έλαβε χώρα και με τη συμμετοχή ελληνικών οργανισμών, όπως του Φεστιβάλ Αθηνών. Οι εκδηλώσεις εντός δεκαπενθημέρου απέβλεπαν στην παρουσίαση των επιτευγμάτων της Βρετανίας στην επιστήμη, στην τεχνολογία, στις δραματουργικές τέχνες, στο σχέδιο, την επιστήμη. Η πραγματοποίησή της τελούσε υπό την αगाστή συνεργασία του Ελληνοβρετανικού Εμπορικού Επιμελητηρίου, του Υπουργείου Πολιτισμού, του Υπουργείου Τουρισμού και του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών.

Επιπλέον, αξιόλογο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ύπαρξη κοινού ευρωπαϊκού προγράμματος μεταξύ Ελλάδας και Βρετανίας, μέσω του οποίου συνδέονται σε θεματικούς τομείς υψηλού ενδιαφέροντος, όπως στην έρευνα κατά του καρκίνου, στην πληροφορική, στην

αστροφυσική. Δυστυχώς, όμως η μακροχρόνια οικονομική κρίση στη χώρα μας αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα των δράσεων αυτών.

Αν και δίχως αμφιβολία κρίνεται σημαντική η δραστηριοποίηση του Βρετανικού Συμβουλίου στην Ελλάδα δεν υπήρξε το ίδιο απαραίτητη σε σύγκριση με εκείνη του Γαλλικού Ινστιτούτου για την πολιτιστική δράση της χώρας, καθώς η δράση της έγκειται κυρίως στην εκμάθηση της αγγλικής γλώσσας, τη χορήγηση πιστοποιητικών γλωσσομάθειας, που απαιτούνται για σπουδές προπτυχιακού ή μεταπτυχιακού επιπέδου ή ακόμα και αναζήτησης εργασίας στους Έλληνες πολίτες στη Βρετανία (Τζουμάκα, 2005, σ. 129).

3.3 ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Ο πολιτισμός αποτελεί τον τρίτο πυλώνα άσκησης εξωτερικής πολιτικής της Γερμανίας. Ωστόσο, ομοσπονδιακός χαρακτήρας της καθιστά πολύπλοκη την διοικητική διάρθρωση της πολιτιστικής πολιτικής. Έτσι, ενώ σε διοικητικό επίπεδο η άσκηση πολιτιστικών αρμοδιοτήτων ανήκει στην κεντρική κυβέρνηση, την ίδια στιγμή, σε κάθε κρατίδιο έχει συσταθεί ειδικό Υπουργείο Πολιτισμού. Η πρώτη λοιπόν έχει τη γενική αρμοδιότητα και ευθύνη, ενώ τα κρατίδια είναι υπεύθυνα για τα υπόλοιπα, ειδικά ή τοπικά θέματα. Εκτός γερμανικών συνόρων, οι δύο φορείς εξουσίας εκπροσωπούνται από το Υπουργείο των Εξωτερικών, δια μέσου των γερμανικών πρεσβειών. Η εικόνα διαφοροποιείται στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπου στα θέματα πολιτισμού η εκπροσώπηση είναι διττή: τόσο από τον ΥΠΕΞ, όσο και από έναν Υπουργό Πολιτισμού ή Παιδείας της Bundeslander.

Ως επίσημοι φορείς άσκησης της εξωτερικής πολιτιστικής πολιτικής της Γερμανίας αναδεικνύονται αφενός, οι μορφωτικοί (επιστημονικοί) ακόλουθοι και, αφετέρου, το Ινστιτούτο Γκαίτε (Goethe – Institut)¹⁰. Το Ινστιτούτο Γκαίτε προωθεί τη γλώσσα με τη διδασκαλία και έχει ως στόχο την καλλιέργεια της πολιτιστικής συνεργασίας με άλλα κράτη αλλά και τη μετάδοση μιας συνολικής εικόνας της Γερμανίας για την πολιτιστική, κοινωνική και πολιτική της ζωή. Ιδρύθηκε το 1951 και είχε ως πρωταρχικό σκοπό την ανατροπή της αρνητικής εικόνας που είχε δημιουργήσει για τη Γερμανία ο Β' Παγκόσμιος Πόλεμος παγκοσμίως (Τζουμάκα, 2005, σ. 130).

Σημαντικό φορέα άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας αποτελεί η Γερμανική Υπηρεσία Ακαδημαϊκών Υποθέσεων, ο οποίος όμως δεν εκπροσωπείται στην Ελλάδα, όμως είναι σημαντική για τη Γερμανία, καθώς προσφέρει ανταλλαγές καθηγητών και λεκτόρων, αλλά και υποτροφίες για ξένους για μεταπτυχιακές σπουδές (Κοσμίδου, 2000, σ. 145). Λειτουργούν δύο ακόμη ιδρύματα. Αφενός, το Ίδρυμα Friedrich Iuer, το οποίο ασχολείται με πολιτικά θέματα και έχει διασύνδεση με πολιτικά κόμματα, ως φορέων κοινωνικής και πολιτικής έκφρασης. Στην Ελλάδα η διασύνδεση υπάρχει μόνο με το σοσιαλιστικό κόμμα, με τη δραστηριότητα να εστιάζεται στην πραγματοποίηση σεμιναρίων πολιτικών και κοινωνικών επιστημών,

¹⁰ Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το Goethe Βλ. <http://www.goethe.de>.

διμερούς ή ευρωπαϊκού ενδιαφέροντος. Αφετέρου, το Ινστιτούτο Otterspezionen, αποκλειστική ενασχόληση του οποίου τυγχάνει η ανάθεση διοργάνωσης εκθέσεων στο εξωτερικό, με την επαφή Γερμανών που διαβιώνουν στο εξωτερικό.

Παρά τη διαρκώς αυξανόμενη ισχύ και επιρροή της Γερμανίας στο παγκόσμιο και ευρωπαϊκό διεθνές σύστημα και την αυξανόμενη ζήτηση της γερμανικής γλώσσας, η παρέμβαση του Ινστιτούτου Γκαίτε στην ελληνική κοινωνία είναι ανάξια λόγου. Σε αυτό συνέβαλε και η δημιουργία ενός έντονου αντιγερμανικού κλίματος στην Ελλάδα, λόγω των τελευταίων πολιτικών και οικονομικών εξελίξεων, η οποία έφτασε και στο σημείο επαπειλούμενης (όπως και προθύστερα, το 2002) δήμευσης της παρουσίας του, στα πλαίσια της δικαστικής δικαίωσης και επιδίκασης αποζημιώσεων στους επιζώντες και συγγενείς θυμάτων της σφαγής του Διστόμου, κατά τη διάρκεια της γερμανικής κατοχής (Μοσκόβου, 2002).

3.4 ΗΠΑ

Σε αντίθεση με τις προαναφερόμενες χώρες, στις ΗΠΑ δεν υπάρχει Υπουργείο Πολιτισμού. Το γεγονός αυτό απορρέει από την επιδίωξη της αμερικανικής κυβέρνησης να αποφευχθούν τυχόν παρεμβάσεις στην καλλιτεχνική δημιουργία. Ωστόσο, φρόντισε να την υποστηρίξει συστήνοντας έναν εθνικό φορέα οικονομικής ενίσχυσης των τεχνών με την ονομασία National Endowment for the Arts (Κοσμίδου, 2000, σ. 153). Εκτός της αποφυγής παρεμβάσεων, η απουσία «επίσημης» άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας από τις ΗΠΑ οφείλεται ακόμη περισσότερο στην αίσθηση πολιτισμικής υπεροχής τους έναντι της Ευρώπης και του υπόλοιπου κόσμου εν γένει, η οποία σύμφωνα με τους αμερικανούς προκύπτει απλώς από τον αμερικανικό τρόπο ζωής.

Εν τούτοις, η δραστηριοποίηση των ΗΠΑ στον τομέα της πολιτιστικής διπλωματίας ήταν πολύ έντονη κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου, όμως συρρικνώθηκε θεαματικά μόλις έλειψε το «αντίπαλον δέος». Τα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001 σε συνδυασμό με την ανάδυση ενός αντιαμερικανικού κλίματος, ιδιαίτερα στον μουσουλμανικό κόσμο, προκάλεσε έντονο προβληματισμό στους ιθύνοντες της αμερικανικής εξωτερικής πολιτικής, οι οποίοι τελικά πείστηκαν να αναζητήσουν τον αναπροσανατολισμό της. Έτσι, ο ρόλος της πολιτιστικής διπλωματίας ενισχύθηκε, μέσα από την προσπάθεια ανάδειξης της πολιτιστικής επικοινωνίας, ως στοιχείου επίλυσης και ειρηνικής διευθέτησης των διαφορών.

3.5 ΚΑΝΑΔΑΣ

Η πολιτιστική διπλωματία αποτελεί τον τρίτο πυλώνα της канаδικής εξωτερικής πολιτικής, ο οποίος αποτελείται από έξι δομικά στοιχεία: τον πολιτισμό ως το όργανο της канаδικής εξωτερικής πολιτικής, τις Πολιτιστικές Βιομηχανίες του Καναδά, τις διεθνείς ακαδημαϊκές σχέσεις, την εκπαίδευση ως επιχείρηση, την πολιτιστική πολιτική και την πολιτική του διεθνούς εμπορίου και, τέλος, τους συνεταιρισμούς, τη συνέργεια και τη συνεργασία (Κοσμίδου, 2000, σσ. 146-150).

Στον Καναδά, λοιπόν, αξιοποιούνται σε μεγάλο βαθμό το ταλέντο και τα πολιτισμικά επιτεύγματα των καναδικών οργανισμών και των πολιτών για την προβολή της δημόσιας εικόνας στο εξωτερικό επιτυγχάνοντας τόσο οικονομικά όσο και ηθικά οφέλη.

Σε αυτό το πλαίσιο αναφοράς, αξίζει να σημειωθεί η μελέτη του “Reputation Institute” για το 2016, η οποία ανέδειξε τις κορυφαίες χώρες για το εν λόγω έτος. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η κατάταξη των δεκατεσσάρων κορυφαίων χωρών στον κόσμο. Συγκεκριμένα, παρατηρείται ότι η Σουηδία κατατάσσεται στην πρώτη θέση με τον Καναδά και την Ελβετία να ακολουθούν. Επίσης, οι περισσότερες από τις αναφερόμενες χώρες ανήκουν στη Δυτική Ευρώπη, 2 στην Αυστραλία/Νέα Ζηλανδία και μια στη Βόρεια Αμερική(Καναδάς).

Τα κοινά στοιχεία των χωρών αυτών είναι η επίτευξη της ειρήνης εντός των συνόρων τους, καθώς και η κοινωνική πρόοδος, η οποία σχετίζεται κυρίως με τις συνθήκες υγειονομικής περίθαλψης και εκπαίδευσης, δείκτες οι οποίοι μάλιστα είναι καθοριστικοί για την πορεία της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας, γεγονός το οποίο καταδεικνύει ότι η Ελλάδα στην τρέχουσα εποχή που διανύει, όπου η οικονομική κρίση έχει μετατραπεί και σε κοινωνική κρίση κατά την άσκηση της πολιτιστικής της διπλωματίας πρέπει να λάβει υπόψη και αυτούς τους παράγοντες, προκειμένου να καταστεί καθαρός μοχλός ανάπτυξής της.

Rank	Country	2016 RepTrak® Pulse
1	Sweden	78.34
2	Canada	77.82
3	Switzerland	77.00
4	Australia	76.84
5	Norway	76.18
6	Finland	75.16
7	New Zealand	74.68
8	Denmark	74.25
9	Ireland	74.11
10	Netherlands	73.90
11	Austria	72.44
12	Italy	71.68
13	United Kingdom	71.08
14	Japan	70.97

Πίνακας 1: Top 14 Countries in the World(Πηγή: Reputation Institute 2016¹¹)

¹¹<https://www.reputationinstitute.com/CMSPages/GetAzureFile.aspx?path=~%5Cmedia%5Cmedia%5Cdocument%5Ccountry-reprtrak-2016.pdf&hash=5a4232c6bfda0af12fca90660d5f8d18a657ac230d062e34e0bb589c0d3c1538&ext=.pdf>

4 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

Η αποτίμηση της παρούσας κατάστασης στον τομέα της πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας μας κρίνεται απαραίτητη προκειμένου να διερευνηθούν τυχόν «τρωτά» σημεία της στα οποία μπορεί να επέλθει βελτίωση και γενικότερα για την ορθή οριοθέτηση των εθνικών στόχων και πολιτικών που θα καταστήσουν δυναμικά την Ελλάδα επιτυχές πολιτιστικό παράδειγμα εν γένει.

Η ανάλυση που προηγήθηκε καθιστά σαφή την προτεραιότητα που δίνουν οι χώρες αυτές στον πολιτισμό. Για την ακρίβεια ο πολιτισμός αποτελεί για αυτές ένα όπλο ισχυρό, αλλά ταυτόχρονα ήπιο με το οποίο έχουν καταφέρει να επιτύχουν καθοριστικής σημασίας επιδιώξεις πολιτικού, οικονομικού ή εμπορικού χαρακτήρα. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο το γεγονός ότι χώρες που αποφασίζουν να προωθήσουν την πολιτισμική τους κουλτούρα εκτός συνόρων μιμούνται σε πολλές περιπτώσεις την πολιτική που είχε ακολουθήσει άλλοτε η εκάστοτε χώρα.

Θα ανέμενε κανείς βέβαια δεδομένου του πολυδιάστατου πολιτιστικού της φορτίου, η Ελλάδα να διαθέτει την πρωτοκαθεδρία στον τομέα άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας και επακολούθως να αποτελεί το πρότυπο για τις χώρες που θα ήθελαν να ακολουθήσουν μια παρόμοια πολιτική ανάδειξής τους στο παγκόσμιο περιβάλλον. Ωστόσο, η πραγματικότητα διαφέρει. Βέβαια δεν πρέπει να παραλείπεται το γεγονός ότι τις τελευταίες δεκαετίες έχει επιδείξει σημαντική πρόοδο, ιδίως κατά την περίοδο διεξαγωγής των Ολυμπιακών αγώνων στη χώρα μας το 2004. Όλοι πίστεψαν ότι η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων στη χώρα μας αποτέλεσε το «εναρκτήριο λάκτισμα» της εξωστρέφειάς της, καθώς άρχισε να αποκτά σταδιακά τους αναγκαίους θεσμούς, όπως για παράδειγμα μουσεία σύγχρονης τέχνης, φορείς που διαχειρίζονται τους επιμέρους κλάδους της πολιτισμικής δημιουργίας, να αναβαθμίζει τους ήδη υπάρχοντες, να συμμετέχει σε διεθνείς εκδηλώσεις και να διοργανώνει σημαντικά πολιτιστικά γεγονότα στο έδαφός της αξιοποιώντας έστω επιλεκτικά το πολιτιστικό δυναμικό της.

Δυστυχώς, με την εξαίρεση –ίσως- της εκστρατείας για την επιστροφή των μαρμάρων τού Παρθενώνα, η οποία βέβαια έχει ευρύτερες της Ελλάδας διαστάσεις, και μεμονωμένων, επιτυχημένων πραγματικά, πρωτοβουλιών όπως η Πολιτιστική Ολυμπιάδα τής Πάτρας το 2006, η επιτυχημένη από όλες τις πλευρές έκθεση «Μέγας Αλέξανδρος» στο Λούβρο το 2011 και, φυσικά, η αξιοποίηση σε διεθνή κλίμακα των εγκαίνιων τού Μουσείου τής Ακρόπολης, γεγονότα-σταθμοί για την πολιτιστική μας πολιτική και την εξωτερική μας πολιτική, δεν έχει σημειωθεί κάποια πρόοδος.

Παρά τα βήματα αυτά η εικόνα που προβάλλεται στο εξωτερικό δεν είναι πάντοτε η επιθυμητή. Τούτο συμβαίνει, διότι η Ελλάδα αντιμετωπίζει ένα πρόβλημα σε γενικό επίπεδο, το οποίο δεν μπορεί να αποδοθεί εξ ολοκλήρου στην άσκηση της εν λόγω πολιτικής. Συγκεκριμένα, το πρόβλημα αφορά το σύνολο της Δημόσιας Διοίκησης, η

οποία χαρακτηρίζεται ελλιπής όσον αφορά την οργανωτική και διοικητική της δομή. Το πρόβλημα αυτό διογκώνεται από την έλλειψη πολιτικής βούλησης. Το Υπουργείο Εξωτερικών δεν διαθέτει συγκεκριμένη πολιτική, καθώς η πολιτική ηγεσία είναι επιβαρυνόμενη με το δύσκολο έργο των αμιγώς πολιτικών θεμάτων στο εσωτερικό και το εξωτερικό της χώρας.

Αφού δεν προβλέπεται, λοιπόν, μια συγκεκριμένη πολιτική όσον αφορά την πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας μας η συνεργασία μεταξύ των Υπουργείων και των αρμόδιων φορέων δεν είναι επιτυχής και μάλιστα πολύ συχνά οδηγούμαστε στο φαινόμενο των αλληλεπικαλυπτόμενων αρμοδιοτήτων των συναρμόδιων φορέων άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας.

Σημαντικό πρόβλημα επίσης αποτελεί και η ανεπάρκεια που παρουσιάζουν τα διαθέσιμα κονδύλια του ελληνικού κράτους για την κάλυψη των πολιτιστικών δραστηριοτήτων, που καλείται να αναπτύξει η Ελλάδα για την προώθηση των θέσεών της στο διεθνές σύστημα. Εκτός από την έλλειψη συντονισμού στην χάραξη των απαραίτητων πολιτικών, παρατηρείται έλλειψη συντονισμού μεταξύ των φορέων που ενισχύουν οικονομικά τις εκδηλώσεις αυτές με αποτέλεσμα σε ορισμένες περιπτώσεις να επιχορηγούνται οι ίδιες οι εκδηλώσεις από πολλούς φορείς και να μην ενισχύονται από άλλες.

Αλλά ακόμα και να πληρούνταν οι παραπάνω προϋποθέσεις ,αφενός η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού στο Υπουργείο Εξωτερικών και τις πρεσβείες και αφετέρου η απασχόληση των ελάχιστων που διαθέτουν την απαιτούμενη εξειδίκευση σε άλλους τομείς καθιστά δυσχερή την άσκηση επιτυχούς πολιτιστικής διπλωματίας στη χώρα μας.

Όπως παρατηρήθηκε σε προηγούμενη ενότητα, χώρες με επιτυχημένη πολιτιστική διπλωματία, όπως η Μεγάλη Βρετανία και η Γαλλία έχουν εγκαταστήσει δίκτυα των αντίστοιχων Συμβουλίων τους (Βρετανικό Συμβούλιο, Γαλλικό Ινστιτούτο) σε πολλές χώρες της υφηλίου, όπως και στη χώρα μας μέσω των οποίων προωθούν έμπρακτα και συστηματικά την πολιτιστική τους διπλωματία προς όφελος των εθνικών τους συμφερόντων και παράλληλα καταφέρνουν μέσα από την ευαίσθητη οδό της πολιτιστικής διείσδυσης να δημιουργήσουν τις κατάλληλες βάσεις για περαιτέρω σύσφιξη των διπλωματικών σχέσεων με την Ελλάδα και σε τομείς πέρα από τον Πολιτισμό. Κάτι παρόμοιο δεν έχει προβλεφθεί για τη χώρα μας παρά μόνο αν ληφθεί υπόψη η παρουσία του Ελληνικού Ιδρύματος Ελληνισμού σε ορισμένες μόνο χώρες και του Κέντρου Ελληνικού Πολιτισμού, καθώς και τα κατά τόπους Προξενία και Πρεσβείες που αναλαμβάνουν την προετοιμασία ενός πολιτιστικού γεγονότος στην Ελλάδα. Ωστόσο, λίγες Πρεσβείες μας στο εξωτερικό διαθέτουν στο δυναμικό τους μορφωτικούς ακόλουθους, ενώ στις υπόλοιπες τα καθήκοντα αυτά ασκούν συνήθως οι ακόλουθοι Τύπου.

4.1 ΑΞΟΝΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

Η αξιοποίηση του πλήρους δυναμικού των τομέων του πολιτισμού και της δημιουργίας, λοιπόν, μπορεί να αποτελέσει μεγάλη συμβολή στην ανάπτυξη της ήπιας ισχύος της Ελλάδας. Η αναβάθμιση της πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας μας θα προσφέρει ένα τεράστιο εύρος πλεονεκτημάτων με μακροπρόθεσμες προοπτικές. Σαφώς, σημείο εκκίνησης της διαδικασίας αυτής θα πρέπει να αποτελέσει ο προσεκτικός σχεδιασμός ενιαίας στρατηγικής πολιτισμού, η οποία θα περιέχει κάποιο εύληπτο μήνυμα και να έχει μακροπρόθεσμη προοπτική. Βασικό κριτήριο της ενιαίας εθνικής στρατηγικής πολιτισμού είναι φυσικά η ύπαρξη μιας ενιαίας ταυτότητας. Για να έχει παγκόσμια εμβέλεια πρέπει κατά βάση να είναι αυθεντική. Πρέπει να αναδεικνύει όλη την πολυφωνία και την πολυσημία της ελληνικής πολιτιστικής ταυτότητας (Τζουμάκα, 2005, σσ. 257-258).

Η βασικότερη προϋπόθεση υλοποίησης των στόχων της ενιαίας εθνικής στρατηγικής αποτελεί σε πρώτο επίπεδο η αναγκαιότητα αλλαγής στον τρόπο που η πρακτική της πολιτιστικής διπλωματίας έχει σχεδιαστεί και υλοποιηθεί έως τώρα. Ο πολιτικός έλεγχος επί του πολιτιστικού περιεχομένου θα έπρεπε να αφαιρεθεί, να επεκταθεί ο ρόλος της πολιτιστικής διπλωματίας στο nation branding της χώρας μας και γενικά πρέπει να συνειδητοποιηθεί πόσο σπουδαίος είναι ο ρόλος της πολιτιστικής διπλωματίας ως εργαλείο υλοποίησης των εθνικών στόχων, ιδιαίτερα εκείνων που σχετίζονται με την εθνική κοινωνική συνοχή.

Βεβαίως ο σχεδιασμός μιας επιτυχημένης ενιαίας εθνικής στρατηγικής απαιτεί και την ανανέωση της εσωτερικής πολιτικής διαδικασίας. Για παράδειγμα καθίσταται αναγκαία η πραγματοποίηση ριζικών μεταρρυθμίσεων στο εργασιακό καθεστώς της χώρας μας, καθώς και στον τομέα της παιδείας, ο σεβασμός και η προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της διαφορετικότητας όπως αυτά ορίζονται σαφώς στο Σύνταγμα, η κουλτούρα υποδοχής άλλων πολιτισμών στην Ελλάδα και ρυθμίσεις για την ομαλή κοινωνική ενσωμάτωσή τους, η θέση μας στην Ευρώπη και το μεταναστευτικό.

Η παιδεία και τα ΜΜΕ μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο. Για να καθοριστούν οι άξονές της, απαιτείται να γίνει μία ευρύτερη συζήτηση στο χώρο του πολιτισμού, που να συμπεριλαμβάνει τα Πανεπιστήμια και τους δημιουργούς και όχι μόνο στελέχη υπουργείων και οργανισμών. Για να επιτύχει μια επικοινωνιακή στρατηγική στο εξωτερικό χρειάζονται όχι μόνο εμπνευσμένες ηγεσίες, ευέλικτοι και σωστά οργανωμένοι θεσμοί και μηχανισμοί, αλλά και πολιτισμική αυτοσυνειδησία και αυτοπεποίθηση στο σύνολο του πληθυσμού και συνολική αναβάθμιση του πολιτισμού στο εσωτερικό της χώρας.

Η συμμετοχή και άλλων φορέων πέραν των στελεχών των αρμόδιων υπουργείων για τη χάραξη της πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας κρίνεται αναγκαία. Η άποψη αυτή υποστηρίζεται όλο και περισσότερο με το πέρασμα του χρόνου, διότι έχει

παρατηρηθεί ότι η χάραξη της πολιτιστικής διπλωματίας από τις επίσημες πολιτικές οντότητες μιας χώρας εν γένει αντανακλά επίσημες πολιτικές που έχουν ως στόχο την πραγματοποίηση των εκάστοτε στόχων της κυβερνητικής πολιτικής χωρίς διορατικότητα (Mark, 2009, σ. 33).

Βεβαίως ο σχεδιασμός της πραγματοποιείται με γνώμονα τα θετικά στοιχεία της χώρας, αλλά είναι σχεδόν απίθανο να εκδηλωθούν εκφάνσεις του πολιτισμού, οι οποίες αντίκεινται στην επίσημη πολιτική της κυβέρνησης. Γι' αυτό το λόγο ακριβώς κρίνεται σημαντικός ο ρόλος των ανεξαρτήτων, μη επίσημων φορέων, καθώς θα συμβάλουν στη χάραξη στρατηγικής συμπεριλαμβανομένων εκφάνσεων του πολιτισμού της χώρας τις οποίες ενδεχομένως και όπως έχει δείξει η εμπειρία των προηγούμενων ετών όχι μόνο στη χώρα μας αλλά και σε άλλες χώρες δε θα περιλαμβάνονταν στην πολιτιστική «ατζέντα» της χώρας. Το Βρετανικό Συμβούλιο αποτελεί ένα πολύ γνωστό παράδειγμα αυτού του τύπου παράδοσης, καθώς δίνει πολύ μεγαλύτερη αξία στην ανεξαρτησία του και λιγότερη στη συνεισφορά του στους στόχους της εξωτερικής πολιτικής του Ηνωμένου Βασιλείου.

Επιπλέον, σημαντικό ρόλο στην πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων της πολιτιστικής διπλωματίας διαδραματίζει το nation branding. Η πρακτική αυτή αποτελεί έναν τρόπο συγκέντρωσης των θεμελιωδών κοινών σκοπών της χώρας και δράσης προς την αποτελεσματική επιδίωξή τους. Το “nation brand” πρέπει να συμπεριλάβει ένα σχέδιο το οποίο καθορίζει τη θέση της χώρας στο παγκόσμιο σύστημα και εκείνες τις πολιτικές, τις καινοτομίες και τις επενδύσεις που χρειάζεται προκειμένου να αποκτήσει και επακολούθως να αναδείξει και να προωθήσει την εικόνα που επιθυμεί.

Κατά την προσπάθεια εδραίωσης μιας χώρας στο παγκόσμιο σύστημα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι ένας από τους πιο σύγχρονους μύθους, ο οποίος απορρέει κυρίως λόγω της τεχνολογίας της πληροφορίας και της επικοινωνίας αποτελεί το γεγονός ότι δεν υπάρχουν πλέον γεωγραφικά όρια. Ωστόσο, η άποψη αυτή δεν αποτελεί τίποτε άλλο παρά ένα μύθο, καθώς η τοποθεσία κρίνεται σημαντική για την αποτελεσματική συνεργασία των κρατών και την εγκαθίδρυσή τους στο παγκόσμιο σύστημα. Το κλειδί προκειμένου να κατανοηθεί η «νέα γεωγραφία» της δημιουργικότητας αποτελούν τα λεγόμενα «3t» της οικονομικής ανάπτυξης (technology, talent, tolerance). Τα 3t επιτυγχάνουν να απαντήσουν στο ερώτημα, γιατί χώρες, όπως λχ η Βαλτιμόρη, παρά τα αποθέματα τεχνολογίας που κατέχουν αποτυγχάνουν να αναπτυχθούν ραγδαία. Και η απάντηση βρίσκεται στην απροθυμία τους να γίνουν ανεκτικές και ανοικτές στην προσέλκυση και διατήρηση δημιουργικού ταλέντου (Florida, 2003, pp. 4,10)

Αν και η απόδοση της εθνικής πολιτιστικής στρατηγικής που προωθούν οι χώρες που αναφέρθηκαν σε προηγούμενη ενότητα είναι σημαντική και πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τα πρώτα βήματα χάραξης εθνικής πολιτιστικής πολιτικής από άλλες, αλλά για την επίτευξη μιας «γνήσιας» εθνικής στρατηγικής προώθησης του πολιτισμού πρέπει να σχεδιαστεί με κεντρικό άξονα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της κάθε χώρας. Άλλωστε η Ελλάδα διαθέτει αρκετά.

Μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται: το φυσικό της περιβάλλον, το ανθρώπινο δυναμικό της, η αρχαιοελληνική κληρονομιά της ως στοιχείο πλέον μιας «διάχυτης παγκοσμιοποίησης», αλλά και η γλωσσική οικουμενικότητα της ελληνικής γλώσσας, η ελληνική λογοτεχνία η ελληνική ιστορία και ο πολιτισμός, η εμπορική ναυτιλία, η

γεωγραφική και στρατηγική της θέση, οι εξαιρετικές δυνατότητες ανάπτυξης στους τομείς της αγροτικής οικονομίας, του τουρισμού, των παραδοσιακών αλλά και των εναλλακτικών μορφών ενέργειας, της βιομηχανίας τροφίμων. Στο σημείο αυτό όμως πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η αξιολόγηση των παραπάνω στοιχείων ως θετικών ή αρνητικών από τη σκοπιά των άλλων χωρών εξαρτάται και από το τι ενδιαφέρει τις υπόλοιπες χώρες.

Σε ευρωπαϊκές χώρες με εντονότερο ενδιαφέρον για τα πολιτιστικά θέματα και την αρχαία ιστορία, ο πολιτισμός μπορεί να προηγείται, ενώ σε άλλες χώρες που ενδιαφέρονται για επενδύσεις στον τομέα της ενέργειας και των μεταφορών, δυνατό σημείο της χώρας μπορεί να είναι πρωτίστως ο πλούτος της σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Από το γεγονός αυτό συνάγεται ότι οποιαδήποτε πρωτοβουλία άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας πρέπει να λαμβάνει υπόψη το αντισυμβαλλόμενο μέρος, δηλαδή τον αποδέκτη και συγκεκριμένα τις ανάγκες, τις προτεραιότητες αλλά και τους δικούς του στόχους.

Μια επιτυχημένη στρατηγική προώθησης του πολιτισμού δε θα μπορούσε να μη λάβει υπόψη και τον τρόπο πρόσληψης της εικόνας της χώρας μας από τον υπόλοιπο κόσμο. Βεβαίως αυτός διαφέρει από χώρα σε χώρα και αυτό διότι οι κατά τόπους προσλήψεις της χώρας μας διαφοροποιούνται τόσο από χώρα σε χώρα όσο και από ήπειρο σε ήπειρο αναλόγως της χώρας, του μορφωτικού επιπέδου, της ηλικίας των ανθρώπων, των ιστορικών δεσμών και των οικονομικών σχέσεων μεταξύ των χωρών. Οι εξελίξεις των τελευταίων ετών είναι τόσο ραγδαίες, ώστε η εικόνα μιας χώρας πόσο μάλλον της Ελλάδας να καθίσταται εξαιρετικά ρευστή και ευάλωτη. Αυτό σημαίνει ότι Μεταβάλλεται πολύ εύκολα, ανάλογα με τις συγκυρίες και τις πολιτικές, οικονομικές και πολιτιστικές εξελίξεις καθώς και στον τρόπο που βιώνονται αυτές από τους Έλληνες πολίτες και παρουσιάζονται από τα ΜΜΕ. Ήδη διαφαίνεται η σημαντική αποστολή που καλούνται να υπηρετήσουν οι ακόλουθοι τύπου και η σοβαρότητας των

καθηκόντων τους ως παράγοντα διαμόρφωσης της εικόνας της χώρας αφού περιλαμβάνει επαφές με τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης και την προσπάθεια όχι μόνο δόμησης της εικόνας της χώρας αλλά και αποφυγής της αρνητικής δημοσιότητας και της αποδόμησής της. Επισημαίνεται όμως ότι εξίσου σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τα στερεότυπα που έχουν διαμορφωθεί γι' αυτήν σε βάθος χρόνου στις συνειδήσεις των πολιτών άλλων χωρών.

4.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

Δεδομένων των συνθηκών που έχει προκαλέσει η οικονομική και η επακόλουθη κοινωνική κρίση τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η αναπροσαρμογή των στόχων και των πρακτικών της χώρας για την προώθηση πολιτικών που να υπηρετούν το στόχο της ενεργότερης δραστηριοποίησης στον τομέα της πολιτιστικής διπλωματίας είναι απαραίτητη.

Η πολιτιστική διπλωματία ασκούμενη βάσει ενιαίας στρατηγικής με γνώμονα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω αλλά και στα επιμέρους στοιχεία που πρέπει να εστιάσει, τα οποία θα αναφερθούν αμέσως παρακάτω δημιουργεί αξιόλογες μακροπρόθεσμες προοπτικές για τη χώρα μας. Πολλοί πιστεύουν ότι η πολιτιστική διπλωματία μπορεί να συνεισφέρει αποφασιστικά στην οριστική έξοδο της χώρας από την κρίση και τη

μεταμόρφωσή της σε μια εξωστρεφή χώρα με σημαντικό ρόλο στο ευρωπαϊκό γίγνεσθαι.

Πρώτα από όλα, ως προτεραιότητα πρέπει να αναδειχθεί η αναζήτηση συνεργειών με φορείς του εξωτερικού, οι οποίες θα ανοίξουν νέα πεδία συνεργασίας, τα οποία έως και σήμερα ίσως να μην έχουν αναζητηθεί επαρκώς. Η προτεραιότητα αυτή μπορεί να υλοποιηθεί μέσω της συμμετοχής λόγω χάριν σε διεθνή φεστιβάλ, σε Ερευνητικά Ινστιτούτα, σε Εθνικά Κέντρα Κινηματογράφου ή Βιβλίου, καθώς και μέσω της συνεργασίας με ξένα Πανεπιστήμια. Η Ελλάδα συμμετείχε στο 69^ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου του Λοκάρνο το οποίο έλαβε χώρα από τις 03 έως τις 13 Αυγούστου 2016 με πέντε παραγωγές και συμπαραγωγές, του οποίου επίκεντρο σε αυτή τη μακρά πορεία του είναι η ανάδειξη νέων ταλέντων στο σινεμά¹². Επιπλέον, μια ακόμα πρόταση θα μπορούσε να αφορά στην κοινωνική δικτύωση στον τομέα του πολιτισμού με τη μορφή για παράδειγμα Λογοτεχνικών ή Μεταφραστικών Κύκλων, Μελέτης του Αρχαίου Ελληνικού Θεάτρου, Ομάδας Φύλων Αρχαίας Ελληνικής Φιλοσοφίας, τα οποία θα μπορούσαν να αποτελέσουν «οχήματα» μιας άτυπης μεν ουσιαστικής δε ανάπτυξης δραστηριότητας στην πολιτιστική διπλωματία, καθώς ολοένα και περισσότερο οι άνθρωποι του πολιτισμού ενδιαφέρονται να συμμετέχουν σε τέτοιου είδους άτυπες δράσεις αντί των κρατικά ελεγχόμενων, βρίσκοντας σε αυτές περισσότερο χώρο ελεύθερης σκέψης, έκφρασης και δράσης.

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Η ενίσχυση της ελληνικής παρουσίας στο εξωτερικό μπορεί να στηριχθεί στο Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού(ΕΙΠ), καθώς αποτελεί το μόνο φορέα με κύρια αποστολή την άσκηση πολιτιστικής διπλωματίας και θα μπορούσε να της δώσει αξιόλογη προοπτική. Το Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού, με παραρτήματα στην Αλεξάνδρεια, στο Βελιγράδι, το Βερολίνο, το Βουκουρέστι, το Λονδίνο, την Κύπρο, την Οδησό, την Τεργέστη και στη Νέα Υόρκη έχει αξιόλογη δραστηριότητα και παρουσία τα τελευταία χρόνια, χωρίς όμως να εξασφαλίζει τα ανάλογα κονδύλια και το ανθρώπινο δυναμικό για περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού πολιτισμού, ενώ χαρακτηρίζεται από ατελή οργανωτική διάρθρωση και κυρίως ιδεολογικές αγκυλώσεις. Το γεγονός ότι πριν από χρόνια η υπαγωγή του μεταφέρθηκε από το Υπουργείο Εξωτερικών στο Υπουργείο Πολιτισμού δεν επέφερε τα αναμενόμενα αποτελέσματα, καθώς ναι μεν από τη μια πλευρά ενισχύθηκε η αυτονομία του, αλλά από την άλλη πλευρά το αποξένωσε από τις διπλωματικές αποστολές της χώρας, χωρίς τις οποίες δε μπορούν να επιτευχθούν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Κρίνεται αναγκαία, λοιπόν, η «απαγκίστρωση» της λειτουργίας του από ιδεολογικούς μηχανισμούς που εμποδίζουν το ρόλο του ως κεντρικό μοχλό προώθησης του ελληνικού πολιτισμού, καθώς και η πρόβλεψη χρηματοδότησής του, ώστε να φέρει εις πέρας το έργο του.

¹² <http://www.protothema.gr/culture/article/594819/pede-ellinikes-summetohes-sto-69o-diethnes-festival-kinimatografou-tou-lokarno/>

Η ανάγκη αναβάθμισης της δράσης του ΕΙΠ είναι προφανής και ήδη έχουν τεθεί στόχοι προκειμένου να πραγματοποιηθεί. Συγκεκριμένα, κρίνεται αναγκαία η αναβάθμιση της παρουσίας του ΕΙΠ στα Βαλκάνια, η εκπροσώπησή του στη Μόσχα και στις μεγάλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες, η αναδιοργάνωση των παραρτημάτων του. Ακόμη ένας στόχος αποτελεί η ίδρυση εστίας ελληνικού πολιτισμού στο Πεκίνο. Η υλοποίηση είναι στα άμεσα σχέδια του ΕΙΠ στο πλαίσιο μιας διμερούς πολιτισμικής συνεργασίας Ελλάδας - Κίνας η οποία περιλαμβάνει την ίδρυση κέντρου κινεζικού πολιτισμού στην Αθήνα (Κουζέλη, 2014).

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

Η παγκοσμιοποίηση έχει οδηγήσει στον μετασχηματισμό των πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών με επακόλουθο τη δημιουργία νέων παραδοχών και αξιών στις οποίες τα μέλη του νέου αυτού παγκοσμιοποιημένου συστήματος, τα κράτη οφείλουν να ανταποκριθούν. Κεντρική επιδίωξη της παγκοσμιοποίησης είναι η ανάπτυξη, αλλά είναι σημαντικό να κατανοηθεί ότι αυτή δεν αναφέρεται μόνο σε όρους μείωσης της φτώχειας και ανάπτυξης των χωρών, αλλά θα πρέπει να αντιμετωπίζεται και ως ένας θεμελιώδης τρόπος εδραίωσης και ισχυροποίησης των ηθικών χαρακτηριστικών και των αξιών των κοινωνιών. Προς την εξυπηρέτηση αυτών των στόχων η απόκτηση γνώσης και δεξιοτήτων και η βελτίωση των εκπαιδευτικών προσόντων έχουν καταστεί αναγκαίες, γι' αυτό και σταθερά περιλαμβάνονται στο σχεδιασμό και στην εφαρμογή όλων των αναπτυξιακών στρατηγικών σε κάθε σύγχρονο πολιτιστικό περιβάλλον.

Η άμεση ή έμμεση εμπλοκή της εκπαίδευσης, λοιπόν, σε μεγάλο μέρος των δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στη διατήρηση, την προστασία, την προαγωγή και τη δημιουργία των πολιτιστικών εκφράσεων, την καθιστά σημαντικό μέσο άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας (Orozco, 2004, pp. 173-202).

Η εκπαίδευση, λοιπόν, καλείται να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαμόρφωση της “ανταγωνιστικής ταυτότητας” της χώρας μας τόσο για τις σύγχρονες όσο και για τις μελλοντικές γενιές. Η παρουσίαση μίας άλλης χώρας στα νεαρά άτομα μέσα από την εκπαιδευτική διαδικασία είναι πιο αποτελεσματική από την άποψη της έντασης και της χρονικής διάρκειας από οποιοδήποτε άλλο μέσο, όπως η διαφήμιση και τα ΜΜΕ. Βέβαια, η εκπαίδευση λειτουργεί και με την αντίστροφη έννοια, διαμορφώνοντας τους πολίτες που στο μέλλον θα είναι καλύτερα ενημερωμένοι, θα έχουν μεγαλύτερο εθνικό αυτοσεβασμό και γι' αυτό θα είναι πιο ένθερμοι υποστηρικτές της εθνικής τους ταυτότητας, και με τον τρόπο αυτό θα είναι ικανότεροι στο να εκπροσωπούν τη χώρα τους και να συμβάλλουν στην ελκυστικότητά της στο διεθνές περιβάλλον (Anholt, 2007, pp. 11-12)

Ένας από τους κυριότερους τρόπους αξιοποίησης των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων ως μέσου άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας μας είναι η διαμόρφωση και η προώθηση προγραμμάτων σπουδών διαφορετικών επιπέδων και με πολυμορφία περιεχομένου. Μέσα από αυτά τα άτομα είναι σε θέση καταρχάς να διαμορφώσουν συνείδηση των πολιτιστικών αγαθών και αξιών που συνδέονται με το δικό τους κοινωνικό περιβάλλον.

Επιπλέον, μπορούν να έρθουν σε επαφή με την πολιτιστική δημιουργία άλλων λαών υπό το πρίσμα της κατανόησης της διαφορετικότητας και της επιθυμίας για προσέγγιση με όρους συνεργασίας και αλληλεγγύης. Επιπρόσθετα, ο εμπλουτισμός των εκπαιδευτικών συστημάτων με προγράμματα ανταλλαγών, καθώς και με προγράμματα παροχής εκπαιδευτικών υποτροφιών σε πολίτες άλλων χωρών προσφέρει σε άτομα προερχόμενα από διαφορετικές κουλτούρες την ευκαιρία να εξοικειωθούν με τον πολιτισμό και το αξιακό σύστημα της χώρας υποδοχής και στη συνέχεια τα ίδια να καθίστανται φορείς και εν τέλει πρέσβεις αυτών των πολιτιστικών χαρακτηριστικών με αποδέκτη το κοινό των χωρών τους. Με τον τρόπο αυτό σταδιακά διαμορφώνεται ένας ισχυρός πυρήνας εκπαιδευμένων ατόμων, τα οποία μεταφέρουν τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους από ένα διαφορετικό πολιτιστικό περιβάλλον στο δικό τους προάγοντας την πολιτιστική επικοινωνία των λαών και τη βελτίωση των διακρατικών σχέσεων.

Επιπλέον, η διοργάνωση συνεδρίων σε τοποθεσίες με ειδικό πολιτιστικό βάρος μπορεί να δημιουργήσει ευνοϊκότερες προϋποθέσεις για την προβολή των επιτευγμάτων της ανθρώπινης διάνοησης της χώρας μας. Ο ισχυρός συμβολισμός που ενσωματώνουν οι συγκεκριμένοι χώροι μπορεί να λειτουργήσει ως ισχυρότερο κίνητρο για την ανταλλαγή απόψεων και την οικοδόμησης συνεργασιών, αλλά και ως έμπνευση για τη δημιουργία νέας γνώσης και καινοτόμων προσεγγίσεων. Αξιόλογη πρωτοβουλία σε αυτό το πλαίσιο αναφοράς αποτέλεσε η διοργάνωση θερινού συνεδρίου από τις 25-31 Αυγούστου 2016 στον τόπο «γέννησης» των Ολυμπιακών Αγώνων, την αρχαία Ολυμπία.¹³ Το συνέδριο αυτό με θέμα «Διεθνείς Σχέσεις και Πολιτιστική Διπλωματία» διοργανώθηκε σε συνεργασία του Ινστιτούτου Διεθνών Σχέσεων με το Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού.

Στόχος του να φέρει σε επαφή τους φοιτητές, ερευνητές και επαγγελματίες από διεπιστημονική πεδία, ώστε να συζητήσουν και να μοιραστούν τη θεωρία, την έρευνα και τις βέλτιστες πρακτικές και να προωθήσει το διάλογο για θέματα που σχετίζονται με Διεθνείς Σχέσεις και Πολιτιστική Διπλωματία. Βέβαια οι συμμετέχοντες στο συνέδριο αυτό προερχόμενοι από χώρες του εξωτερικού είχαν την ευκαιρία να έλθουν σε επαφή με τον ελληνικό πολιτισμό σε έναν τόπο, που αποτέλεσε την πηγή της ειρήνης των κρατών μέσω των Ολυμπιακών Αγώνων.

Ένα ακόμη μέσο που πρέπει να αξιοποιήσει η χώρας μας στο πλαίσιο ενίσχυσης του ρόλου της εκπαίδευσης για την άσκηση πολιτιστικής διπλωματίας αποτελεί φυσικά η γλώσσα. Το γεγονός ότι η αρχαία ελληνική γλώσσα λειτούργησε σαν δεξαμενή από την οποία αντλούν εκφραστικές δυνατότητες και επακριβείς ονοματοθεσίες οι γλώσσες των λαών της Ευρώπης είναι ασφαλώς ένα γόνιμο πολιτιστικό πλεονέκτημα των σημερινών Ελλήνων. Το γεγονός καθαυτό ότι η ελληνική γλώσσα λειτούργησε κάποτε στο παρελθόν ως διεθνής γλώσσα δεν αποτελεί πολιτιστικό πλεονέκτημα των σημερινών Ελλήνων. Η ενίσχυση και διατήρηση της γλώσσας θεωρείται το κυριότερο στοιχείο της πολιτιστικής ταυτότητας κάθε χώρας (Γιανναράς, 2001, σσ. 75-88). Η

¹³ <http://www.hfc.gr/wmt/webpages/index.php?lid=1&pid=13&apprec=487&theYear=2014>

καλλιέργεια της εθνικής γλώσσας και η προώθηση της πολυγλωσσίας προβάλλονται ως διακριτοί τομείς άσκησης πολιτικής σε εθνικό και διεθνές επίπεδο σε στενή διασύνδεση με τα εκπαιδευτικά συστήματα.

Ένας ιδιαίτερα διαδεδομένος τρόπος με τον οποίο πολλά κράτη επιδίδονται σε αυτή τη μορφή άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας είναι η ίδρυση και διαχρονική λειτουργία εκπαιδευτικών αποστολών σε άλλες χώρες. Το British Council (Μεγάλη Βρετανία), το Institut Français (Γαλλία), και Goethe-Institut (Γερμανία) αποτελούν μερικές από τα πιο γνωστά και επιτυχημένα παραδείγματα προώθησης του πολιτισμού της χώρας τους μέσα από τα προγράμματα γλωσσομάθειας και διάφορων εκδηλώσεων με πολιτισμικό περιεχόμενο.

Η Ελλάδα λοιπόν είναι σημαντικό να συμμετέχει σε εθνικές εκπαιδευτικές αποστολές μέσω των οποίων θα έρχεται σε επαφή το εκπαιδευτικό σύστημα της χώρας μας με εκείνο άλλων χωρών δημιουργώντας κατά αυτό τον τρόπο μια ελκυστική εικόνα της Ελλάδος στο εξωτερικό. Πάνω από όλα η επιστημονική κοινότητα της Ελλάδος θα έλθει σε επαφή με εκείνες άλλων χωρών και θα καταστεί δυνατή η διάδοση και ανταλλαγή νέων καινοτόμων ιδεών που θα συμβάλλουν όχι μόνο στη βελτίωση των υποδομών στον τομέα της εκπαίδευσης, αλλά συνακόλουθα και σε άλλους τομείς. Εξάλλου, παρά τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει η χώρα μας στον τομέα της εκπαίδευσης κυρίως λόγω της έλλειψης χρηματοδότησης των κατάλληλων υποδομών για έρευνα και ανάπτυξη στα πανεπιστήμια, δεν τα εμποδίζει να τιμώνται συνεχώς με διακρίσεις σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο (π.χ. η ομάδα φοιτητών της Νομικής Σχολής Αθηνών) κυρίως μέσω της συμμετοχής τους σε διαγωνισμούς που διοργανώνονται μεταξύ πανεπιστημίων από όλο τον κόσμο. Άλλωστε δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η Ελλάδα ως χώρα υποδοχής μεταναστών, έχει δημιουργήσει ενδιαφέρον για την ελληνική γλώσσα, η οποία αποτελεί το διαβατήριο για μια καλύτερη ζωή.

Δεν παραλείπεται, τέλος, να υπογραμμισθεί ο σημαντικός ρόλος της Κοινωνίας των Πολιτών, στο πλαίσιο άσκησης εκπαιδευτικής διπλωματίας. Στόχος της Εκπαιδευτικής Διπλωματίας είναι η δημιουργία συνεργειών μεταξύ πολιτισμού, εκπαίδευσης και οικονομίας, προσελκύνοντας στοχευμένο κοινό από το εξωτερικό.

Αυτό μπορεί να λαμβάνει χώρα είτε στις εγκαταστάσεις εκπαιδευτικών ιδρυμάτων είτε στις υπάρχουσες εγκαταστάσεις επιλεγμένων Ελληνικών φορέων που ευρίσκονται σε περιοχές ιδιαίτερης φυσικής, ιστορικής και πολιτιστικής αξίας (λ.χ. Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών, Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία, Ανώτατη Σχολή Καλών Τεχνών, Κοργιαλένειος Αναργύρειος Σχολή, Ευρωπαϊκός Οργανισμός Ευρωπαϊκού Δικαίου). Στο πλαίσιο αυτό, το εκπαιδευτικό-επιστημονικό κοινό θα φιλοξενείται για την πραγματοποίηση εξειδικευμένων προγραμμάτων σε ποικίλα θεματικά πεδία (αρχιτεκτονική, κλασικές σπουδές, ολυμπισμός, ιατρική κ.ο.κ.).

Το ανωτέρω εγχείρημα, εκτός από την ανάδειξη των υποδομών των φορέων που διαθέτουν εγκαταστάσεις σε μοναδικές τοποθεσίες ιδιαίτερου ενδιαφέροντος και φυσικού κάλλους, αξιοποιεί φορείς της τοπικής 'κοινωνίας των πολιτών', μέσω των πληροφοριών που παρέχουν οι Περιφέρειες, τα τοπικά Επιμελητήρια και άλλοι

φορείς και προβάλλει αξιοθέατα και αρχαιολογικούς χώρους μέσω αντίστοιχων πολιτιστικών διαδρομών»

ΡΟΛΟΣ ΜΟΡΦΩΤΙΚΩΝ ΑΚΟΛΟΥΘΙΩΝ/ΑΚΟΛΟΥΘΩΝ ΤΥΠΟΥ

Δεδομένων των απαιτήσεων της σύγχρονης κοινωνίας, είναι αναγκαίο να υπάρχουν μορφωτικοί πυρήνες παντού. Η επάνδρωση των καιρίων θέσεων άσκησης διπλωματίας να γίνεται με εξειδικευμένο προσωπικό σε θέματα που ανταποκρίνονται στη σύγχρονη επικαιρότητα και τα κοινωνικοπολιτικά προβλήματα. Οι αρμοδιότητες τους είναι σαφώς καθορισμένες από το ΦΕΚ, όμως τόσο η βελτίωση της τεχνολογίας όσο και οι κοινωνικοπολιτικές εξελίξεις της εποχής οδήγησαν στην ανάδυση νέων αρμοδιοτήτων στο πλαίσιο άσκησης πολιτιστικής διπλωματίας.

Αν και δεν προβλέπεται από κανένα νόμο, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων τους συμπεριλαμβάνεται και η ανάπτυξη ιστοσελίδων και σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα για την προβολή της χώρας. Κάτι τέτοιο κρίνεται πλέον απαραίτητο αν θέλει η πολιτιστική διπλωματία της χώρας μας να ανταπεξέλθει στις σύγχρονες προκλήσεις μιας και τα νέα μέσα επικοινωνίας αποτελούν σημαντική πηγή ενημέρωσης, ψυχαγωγίας και ενασχόλησης εκατομμυρίων ανθρώπων. Λειτουργούν οι ακόλουθοι ουσιαστικά σαν ενδιάμεσοι συνδετικοί κρίκοι της κυβέρνησης, της πρεσβείας και των διαμορφωτών της κοινής γνώμης. Συνεπώς, έχουν ένα διακριτό και διακεκριμένο ρόλο στο πλαίσιο των διπλωματικών αποστολών της χώρας μας στο εξωτερικό για την εκπλήρωση της πολιτιστικής- δημόσιας διπλωματίας.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ

Οι κρατικοί φορείς αναγνωρίζοντας τους αυξανόμενους οικονομικούς περιορισμούς από τις ολοένα διευρυνόμενες πολιτικές προτεραιότητες, τη δυσκινησία των διοικητικών υπηρεσιών και την αμεσότητα και την αποτελεσματικότητα που προκύπτουν από την απευθείας διακρατική επικοινωνία των πολιτών μεταξύ τους, χωρίς την κρατική διαμεσολάβηση και την ενεργότερη συμμετοχή της Κοινωνίας των Πολιτών στα κοινά, θα πρέπει να αναζητήσουν τρόπους ενθάρρυνσης της ιδιωτικής πρωτοβουλίας δίνοντας σημαντικά κίνητρα στις επιχειρήσεις, στα ιδρύματα, στους ιδιώτες προκειμένου να ενισχύσουν τη δημιουργική παραγωγή των πολιτών σε ένα πλαίσιο κανόνων που θα διασφαλίζει το δημόσιο συμφέρον, την ποιότητα και τα πνευματικά δικαιώματα των δημιουργών (Κοσμίδου, 2000, σσ. 270-271).

Όπως περιγράφηκε και σε προηγούμενη ενότητα, η πολιτιστική διπλωματία σε κυβερνητικό επίπεδο ασκείται κυρίως από το Υπουργείο Εξωτερικών και τις αντίστοιχες διευθύνσεις του (π.χ. Διεύθυνση Μορφωτικών και Πολιτιστικών Υποθέσεων που εντάσσει στις αρμοδιότητες του και την ανάπτυξη σχέσεων με την UNESCO, κ.ά.), τις Πρεσβείες, τα Προξενία και τους ακολούθους τους, το Υπουργείο Πολιτισμού, το Υπουργείο Παιδείας, την Γενική Γραμματεία Αποδήμου Ελληνισμού και φυσικά τα περίφημα Ελληνικά Ιδρύματα Πολιτισμού, όπου και όπως αυτά λειτουργούν. Μάλιστα το 2012 εκπονήθηκε μελέτη η οποία ανατέθηκε από την τότε ηγεσία του τότε Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού σε ομάδα εργασίας αποτελούμενη από ειδικούς, επικεντρώνεται στη χαρτογράφηση των πολιτικών που διευκολύνουν (ή πολλές φορές δυσχεραίνουν) την πολιτιστική δραστηριότητα της

χώρας. Γίνεται εκτενής αναφορά στις υπηρεσίες του υπουργείου Πολιτισμού, που παίζουν κεντρικό ρόλο και διατυπώνεται μια σαφής πρόταση αναδιοργάνωσης των υπάρχοντων δομών ή αντικατάστασής τους από νέες.

Πιο συγκεκριμένα, προτείνεται η σύσταση Συμβουλίου Σύγχρονου Πολιτισμού και η αναδιοργάνωση της Γενικής Διεύθυνσης Σύγχρονου Πολιτισμού, η οποία θα προΐσταται πέντε νέων διευθύνσεων.

Επιπλέον, αναφέρονται ακόμη περισσότερα μέτρα και εργαλεία που μπορούν να δώσουν ώθηση στον τομέα του πολιτισμού (πχ. μέτρα που σχετίζονται με τις υποδομές ή την πρόσβαση στη χρηματοδότηση), τόσο στην Αθήνα όσο και στην περιφέρεια. Τέλος, προτείνεται η αξιοποίηση του Ελληνικού Ιδρύματος Πολιτισμού και του Ευρωπαϊκού Πολιτιστικού Κέντρου Δελφών προκειμένου να τονωθεί η εξωστρέφεια του ελληνικού πολιτισμού.

Άξιος μνείας είναι ο ρόλος της Κοινωνίας των Πολιτών, οι οργανώσεις της οποίας, σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, είναι σε θέση να συνεισφέρουν καταλυτικά στην επίτευξη των στόχων της Πολιτιστικής Διπλωματίας. Η έλλειψη κεντρικής στρατηγικής, ο ελλιπής συντονισμός και η γραφειοκρατία παρεμποδίζουν την επιτυχή άσκηση της πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας μας. Η ελληνική πολιτιστική διπλωματία, χωρίς την συνδρομή της ιδιωτικής πρωτοβουλίας ή μεμονωμένων άξιων και φιλότιμων διπλωματών, θα ήταν εντελώς ανύπαρκτη. Άλλωστε δεν είναι λίγοι αυτοί που συγκλίνουν στην άποψη ότι η εξωστρέφεια και η μεθοδική δουλειά της Στέγης Γραμμάτων και Τεχνών, του Μουσείου Μπενάκη, του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης, του Ιδρύματος Μείζονος Ελληνισμού, παλαιότερα και λιγότερο τώρα του Μεγάρου Μουσικής και άλλων μικρότερων αλλά εξίσου σημαντικών περιφερειακών πρωτοβουλιών (π.χ. φεστιβάλ Τήνου), της ομογένειας και ιδιωτών είναι αυτή που συντηρεί τη δυναμική της Ελλάδας διεθνώς ακόμη και σήμερα. Επιπλέον, λίγοι γνωρίζουν την ύπαρξη του ιδρύματος «Μαρία Τσάκος», στο Μοντεβιδέο της Ουρουγουάης που από το 1978 έχει αφοσιωθεί στην προώθηση των πολιτιστικών ανταλλαγών μεταξύ Ελλάδας και Ουρουγουάης, την διάδοση της ελληνικής γλώσσας και του ελληνικού πολιτισμού, καθώς και την προσπάθεια διάδοσης του ελληνικού βιβλίου στη Νέα Υόρκη, μέσω του μοναδικού ελληνικού βιβλιοπωλείου, η οποία πραγματοποιείται από έναν ένθερμο φιλέλληνα από τη Νιγηρία. Επιπλέον, είναι σημαντικό να υπενθυμιστεί ότι μια από τις πιο σημαντικές εκθέσεις στο εξωτερικό, η έκθεση «Από την αρχαιότητα στα βυζαντινά χρόνια» πραγματοποιήθηκε στο Olympic Tower στη Νέα Υόρκη αποκλειστικά με έξοδα του Ιδρύματος Ωνάση, οι άνθρωποι του οποίου συντόνισαν περισσότερα από 17 ελληνικά μουσεία και ιδιωτικές συλλογές και εφορίες αρχαιοτήτων. Η Ομογένεια, επίσης, έχει προσφέρει και μπορεί να προσφέρει πάρα πολλά εάν υπάρχει η ανάλογη βούληση και κυρίως η αгаστή συνεργασία με ελληνικούς δημόσιους φορείς ως προς την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων».

Δύο ακόμα σημαντικά παραδείγματα επωφελούς συνεργασίας μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων, που επιχορήγησαν πολιτιστικές δραστηριότητες στο πλαίσιο άσκησης της πολιτιστικής διπλωματίας παρουσιάζεται από το ελληνικό Υπουργείο Εξωτερικών με τα προγράμματα πολιτιστικών εκδηλώσεων:

Art-Union-Europe, που διοργάνωσε το γραφείο της ελληνικής προεδρίας κατά τη διάρκεια της ελληνικής προεδρίας του Συμβουλίου Υπουργών της Ευρωπαϊκής

Ένωσης, το πρώτο εξάμηνο του 1994. Η Έκθεση παρουσιάστηκε στο Μακεδονικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης με τη συμμετοχή δώδεκα ευρωπαίων καλλιτεχνών.

Η επιτυχία που σημειώθηκε είχε μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα και ώθησε στη διοργάνωση της Έκθεσης από το ίδιο μουσείο με τίτλο «Art Union Europe II:EUROPE EXISTS», που εντάχθηκε στο πρόγραμμα της ακόλουθης ελληνικής προεδρίας το 2003 με τη συμμετοχή καλλιτεχνών από τα δεκαπέντε τότε κράτη-μέλη της ΕΕ.

Greece in Britain¹⁴, που αρχικά παρουσίασε η ελληνική πρεσβεία στο Λονδίνο κατά τη βρετανική προεδρία, το πρώτο εξάμηνο του 1998. Η απήχησή του είχε μεγάλη εμβέλεια με αποτέλεσμα το πρόγραμμα να διοργανώνεται κάθε έτος μέχρι και το 2008.

Και τα δύο προγράμματα είχαν αξιοσημείωτη υποστήριξη, αλλά και απήχηση όχι μόνο στα κράτη-μέλη της ΕΕ, αλλά και στον ευρύτερο διεθνή χώρο, με αποτέλεσμα την προβολή του πολιτισμού και της τέχνης της Ελλάδος.

Με λίγα λόγια η πρωτοβουλία των ιδιωτών για την προώθηση της πολιτιστικής διπλωματίας κρίνεται απαραίτητη. Στο σημείο αυτό εύλογο ερώτημα αποτελεί το εάν θα έπρεπε να επιδιωχθεί η ολοκληρωτική απομάκρυνση οποιουδήποτε κρατικού παρεμβατισμού και ο ιδιώτης να πράττει εν τέλει αυτοβούλως. Η απάντηση βρίσκεται κάπου στη μέση. Δυστυχώς, με την εξαίρεση –ίσως- της εκστρατείας για την επιστροφή των μαρμάρων τού Παρθενώνα, η οποία βέβαια έχει ευρύτερες της Ελλάδας διαστάσεις, και μεμονωμένων, επιτυχημένων πραγματικά, πρωτοβουλιών όπως η Πολιτιστική Ολυμπιάδα τής Πάτρας το 2006, η επιτυχημένη από όλες τις πλευρές έκθεση «Μέγας Αλέξανδρος» στο Λούβρο το 2011 και, φυσικά, η αξιοποίηση σε διεθνή κλίμακα των εγκαινίων τού Μουσείου τής Ακρόπολης, γεγονότα-σταθμοί για την πολιτιστική μας πολιτική και την εξωτερική μας πολιτική, δεν έχει σημειωθεί κάποια πρόοδος.

Στο πλαίσιο, λοιπόν, σχεδιασμού και εφαρμογής της ενιαίας εθνικής πολιτιστικής στρατηγικής βασισμένη στους άξονες όπως αυτοί αναφέρθηκαν παραπάνω απαραίτητη θεωρείται και η σύσταση μιας ανεξάρτητης Αρχής, αποτελούμενης από κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς πολιτισμού, με κύρια ευθύνη τον καθορισμό μιας μακρόχρονης στρατηγικής και των αντίστοιχων στόχων, η οποία θα παραμένει αμετάβλητη ανεξάρτητα από τις κυβερνητικές εναλλαγές. Κύρια ευθύνη της ανεξάρτητης Αρχής θα είναι ο συντονισμός όλων των δράσεων των επιμέρους φορέων (πανεπιστημίων, ιδρυμάτων, οργανώσεων αποδήμων, πολιτιστικών κέντρων, ΜΚΟ, πρεσβειών και άλλων) με βάση τα διεθνή πρότυπα ποιοτικής διαχείρισης έργου για επίτευξη οικονομικών κλίμακας, περιορισμό τής γραφειοκρατίας, εξορθολογισμό των εξόδων και δημιουργία προγράμματος ανάπτυξης των εσόδων από χορηγούς, εθνικούς ευεργέτες, ιδιωτικές εταιρείες, ευρωπαϊκά προγράμματα, ατομικές συνεισφορές ιδιωτών, καθώς από μια ολοκληρωμένη τιμολογιακή πολιτική τού πολιτιστικού μας προϊόντος.

¹⁴ http://www.greeceinbritain.org.uk/past_events.php

Συνάγεται, λοιπόν, το συμπέρασμα ότι ο ρόλος των ιδιωτών δε θα πρέπει να παραμερίζεται, αλλά αντιθέτως να αναδειχθεί σε ένα πεδίο δράσης, όπου το ρόλο του συντονιστή θα διατελέσει το κράτος. Η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ κράτους και ιδιωτών αναμένεται να βελτιώσει σημαντικά την απόδοση της πολιτιστικής διπλωματίας της χώρας μας.

Όσο για την ομογένεια, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα αλλά και πιο αναξιοποίητα όπλα στη “φαρέτρα” της πολιτιστικής διπλωματίας.

ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός ενσωματώνει μία σημαντική πολιτιστική και οικονομική δυναμική, η οποία μπορεί να έχει σημαντική συμβολή στην ανάπτυξη της χώρας μας και για το λόγο αυτό θα πρέπει να ενισχύεται με σαφή και οργανωμένο τρόπο στο πλαίσιο των εθνικών αναπτυξιακών σχεδίων της (Schulze, 2011, pp. 1064-1065). Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις κορυφές του Εξαγώνου της Ανταγωνιστικής Ταυτότητας του Aiholt και ο ρόλος του στην οικοδόμηση της εθνικής φήμης είναι ιδιαίτερα ισχυρός. Ο πολιτισμός και η πολιτιστική κληρονομιά αποτελούν σημαντικούς πόλους έλξης τουριστών και επομένως εμπεριέχουν μοναδικές ευκαιρίες δυναμικής οικονομικής ανάπτυξης στον κλάδο του τουρισμού.

Σύμφωνα με την Έκθεση του World Economic Forum (2015) η Ελλάδα καταλαμβάνει την 31^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη της τουριστικής ανταγωνιστικότητας, ενώ το έτος 2013 είχε καταταχθεί στην 32^η θέση, το 2011 στην 29^η θέση και το 2009 στην 24^η θέση. Σύμφωνα με τον ακόλουθο πίνακα την πρώτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη καταλαμβάνει η Ισπανία, η οποία ακολουθείται από τη Γαλλία, τη Γερμανία και τις ΗΠΑ. Οι χώρες αυτές διακρίνονται από υψηλό εργατικό κόστος και υψηλό κόστος τουριστικών υπηρεσιών, γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με χώρες όπως η Αίγυπτος, το Αζερμπαϊτζάν και η Τουρκία, οι οποίες διακρίνονται από χαμηλό εργατικό κόστος και χαμηλό κόστος τουριστικών υπηρεσιών, γεγονός που τις κατατάσσει σε ακόμα χαμηλότερη θέση από την Ελλάδα¹⁵.

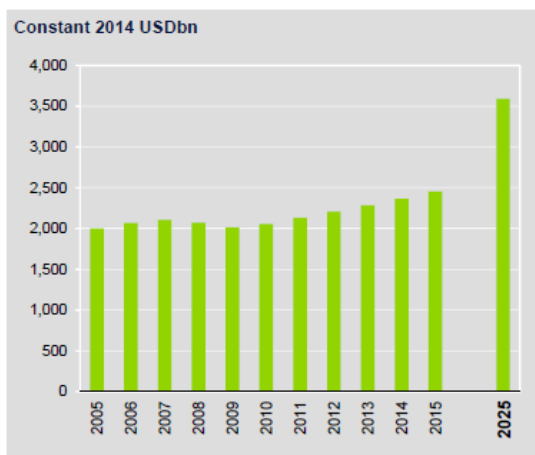
¹⁵ Η παγκόσμια κατάταξη της τουριστικής ανταγωνιστικότητας των χωρών πραγματοποιείται λαμβάνοντας υπόψη δεκατέσσερις πυλώνες και τέσσερις υποδείκτες. Η επίδοση της Ελλάδας σε κάποιους από τους πυλώνες αυτούς κρίνεται απογοητευτική, εάν ληφθεί υπόψη η κατάταξη της Ελλάδας στο σύνολο 141 χωρών. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 61^η θέση στον πυλώνα της Περιβαλλοντικής Βιωσιμότητας, την 57^η θέση στον πυλώνα της Ασφάλειας και την 113^η θέση στον πυλώνα των τιμών (World Economic Forum 2015).

Rank	Country/Economy	Value
1	Spain	5.31
2	France	5.24
3	Germany	5.22
4	United States	5.12
5	United Kingdom	5.12
6	Switzerland	4.99
7	Australia	4.98
8	Italy	4.98
9	Japan	4.94
10	Canada	4.92
11	Singapore	4.86
12	Austria	4.82
13	Hong Kong SAR	4.68
14	Netherlands	4.67
15	Portugal	4.64
16	New Zealand	4.64
17	China	4.54
18	Iceland	4.54
19	Ireland	4.53
20	Norway	4.52
21	Belgium	4.51
22	Finland	4.47
23	Sweden	4.45
24	United Arab Emirates	4.43
25	Malaysia	4.41
26	Luxembourg	4.38
27	Denmark	4.38
28	Brazil	4.37
29	Korea, Rep.	4.37
30	Mexico	4.36
31	Greece	4.36

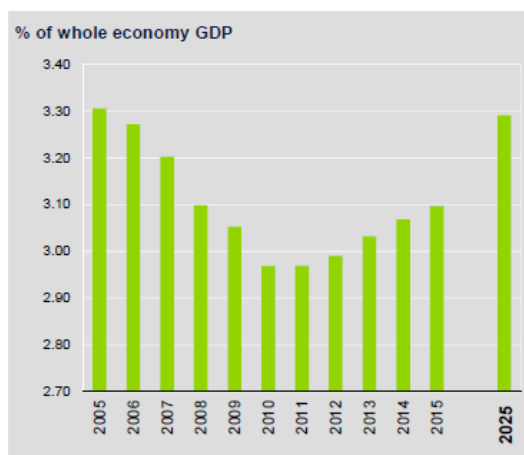
Πίνακας 2: Παγκόσμια Κατάταξη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας
Πηγή: World Economic Forum (2015)

Η προαγωγή του τουρισμού μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία αυξημένων ευκαιριών απασχόλησης συντελώντας όχι μόνο στον περιορισμό της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού, αλλά και ανανεώνοντας τη δυναμική των τοπικών οικονομιών, περιορίζοντας τη μετανάστευση των τοπικών πληθυσμών και ειδικά των νέων, ενισχύοντας την πολιτιστική τους συνείδηση και υπερηφάνεια και μετατρέποντάς τες σε πρόσθετο αναπτυξιακό μοχλό και πολιτιστικής –και όχι μόνο τουριστικής– ανάπτυξης.

Σύμφωνα με τα ακόλουθα διαγράμματα, η άμεση επίδραση του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ το έτος 2014 ήταν 2,36 δις δολάρια (3,1% του ΑΕΠ) και το 2015 ελαφρά υψηλότερη (2,45 δις δολάρια-3,1% του ΑΕΠ). Σύμφωνα με το WTTC , η άμεση επίδραση του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ θα αυξηθεί στα 3,59 δις δολάρια(3,3% του ΑΕΠ) έως το 2025, γεγονός που τονίζει την οικονομική σημασία του κλάδου αυτού στη χώρα, καθώς και τις προοπτικές του κατά την επόμενη δεκαετία.

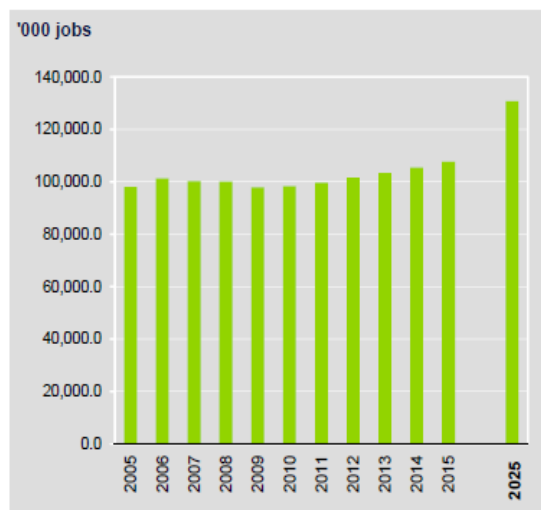


Διάγραμμα 1: Άμεση Επίδραση του Τουρισμού στο ΑΕΠ
Πηγή: WTTC (2015)¹⁶

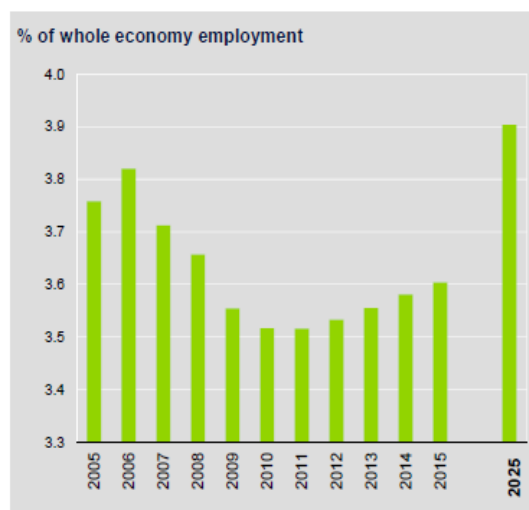


Διάγραμμα 2: Άμεση Επίδραση του Τουρισμού ΑΕΠ(%)
Πηγή: WTTC (2015)

Όσον αφορά την απασχόληση, σύμφωνα με τα ακόλουθα διαγράμματα(WTTC 2015), ο τουρισμός δημιούργησε άμεσα 105.000 θέσεις εργασίας(3,6% της συνολικής απασχόλησης) για το έτος 2014 και το 2015 περίπου 107.000 θέσεις εργασίας(3,6% της συνολικής απασχόλησης), ενώ προβλέπεται ότι έως το 2025 θα δημιουργηθούν άμεσα περίπου 130.000 θέσεις εργασίας (3,9% της συνολικής απασχόλησης).



Διάγραμμα 3: Άμεση Επίδραση του Τουρισμού στην Απασχόληση (.000 jobs) Πηγή: WTTC 2015



Διάγραμμα 4: Άμεση Επίδραση του Τουρισμού στην Απασχόληση (%) Πηγή: WTTC 2015

Ακόμη, μπορεί να υπηρετήσει πολιτικούς σκοπούς, προβάλλοντας το κύρος, την αναγνωρισιμότητα και την διεξδυτικότητα της χώρας στα διεθνή πλαίσια και να υποστηρίξει αποτελεσματικά περιβαλλοντικούς στόχους. Βέβαια, πρέπει να τονιστεί ότι η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να πραγματοποιείται με ιδιαίτερη προσοχή και σε απόλυτη συμβατότητα τόσο με τις εθνικές κοινωνικοοικονομικές πολιτικές, με τις ιδεολογικές, τις κοινωνικές και τις πολιτιστικές παραδόσεις, όσο και με τις συνθήκες της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

¹⁶ World Travel & Tourism Council (2015) Greece Economic Impact Report .

Ο τουρισμός υπό αυτές τις προϋποθέσεις μπορεί να μετατραπεί σε ισχυρό κίνητρο διατήρησης και ενίσχυσης της πολιτιστικής κληρονομιάς, αφού μεγάλο μέρος των εσόδων που δημιουργεί μπορεί να διοχετευθεί εκ νέου σε πρωτοβουλίες που θα διασφαλίσουν τη μακροπρόθεσμη επιβίωσή του.

Τα χρόνια προβλήματα του ελληνικού τουρισμού (γεωγραφική συγκέντρωση και έλλειψη ποιότητας) των οποίων οι αρνητικές επιπτώσεις θα διογκωθούν λόγω της κλιματικής αλλαγής και των μεταβολών των τάσεων στην τουριστική ζήτηση επιβάλλουν την ανάγκη άμεσου επαναπροσδιορισμού του μοντέλου ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού. Το νέο αυτό μοντέλο πρέπει να σχεδιαστεί έτσι ώστε να διευκολύνει τη μείωση της εποχικότητας, τη διασπορά του τουριστικού προϊόντος σε μεγαλύτερο μέρος της επικράτειας και τη βελτίωση της ποιότητας συμπεριλαμβανομένης και της περιβαλλοντικής ποιότητας. Θα πρέπει επίσης να σταματήσει να εμφανίζεται ως ένα τυποποιημένο εποχικό προϊόν, το οποίο βασίζεται στο πρότυπο του μαζικού τουρισμού “3s” (sea – sun –sand), όπου απουσιάζουν ποιοτικά ολοκληρωμένες τουριστικές υπηρεσίες και να δοθεί έμφαση στο πολιτιστικό πλούτο της χώρας μας.

Σημαντική πρωτοβουλία στον τομέα αυτό και που παρουσιάζει για ακόμα μια φορά τη σημασία της δράσης των ιδιωτών αποτελεί η δημιουργία της ιστοσελίδας www.thinkathens.com από μια νεαρή Ελληνίδα φοιτήτρια στο εξωτερικό, η οποία ταξιδεύοντας στις διάφορες πόλεις του κόσμου συνειδητοποίησε ότι αυτό που λείπει από έναν ταξιδιώτη ερχόμενο προς την Αθήνα είναι η καλύτερη οργάνωση του ταξιδιού του. Η ιστοσελίδα αυτή, λοιπόν, η οποία δημιουργεί αυτόματα μία ατζέντα για τον ενδιαφερόμενο επισκέπτη της πόλης, αποκλειστικά για τις συγκεκριμένες μέρες της διαμονής του και τις προτεινόμενες δραστηριότητες καταναεμημένες με βάση τις ώρες της κάθε μέρας (Χρυσοστομίδου, 2016).

Ακόμα μια αξιόλογη ιδιωτική πρωτοβουλία, άξια μίμησης εκ μέρους και των υπόλοιπων μουσείων της χώρας αποτελεί εκείνη του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης και συγκεκριμένα η τύπωση φυλλαδίων των εκθέσεων του σε 22 γλώσσες. Με την πρωτοβουλία αυτή δίνεται η δυνατότητα στους επισκέπτες του μουσείου από κάθε γωνιά της υφελίου να ενημερώνεται για τις εκθέσεις του εύκολα και στη γλώσσα του, όπως συμβαίνει και σε κάθε μεγάλο μουσείο ανά τον κόσμο που απευθύνεται στο παγκόσμιο κοινό. Μεγάλα μουσεία της χώρας, που δέχονται καθημερινά επισκέπτες από όλο τον κόσμο οφείλουν να προβούν σε αυτή τη δράση το συντομότερο. Βέβαια μεταξύ άλλων πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η εκτύπωση των φυλλαδίων αυτών σε 22 γλώσσες επιτρέπει στο μουσείο να λαμβάνει και μια σειρά στατιστικών στοιχείων, όπως για παράδειγμα την εποχή που προτιμά κάθε λαός να επισκέπτεται τη Θεσσαλονίκη (Συκκά, 2016).

Επιπλέον, λαμβάνοντας ως μεμονωμένη περίπτωση εκείνη της περίπτωσης του Μουσείου των Δελφών μπορούν να ειπωθούν τα εξής. Αποτελεί ένα από τα πιο δημοφιλή μουσεία της χώρας με επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Αυτό που θα πρέπει να τονιστεί είναι η ανάγκη ανάδειξης των Δελφών ως τουριστικού τόπου προορισμού, ώστε να σταματήσει να αποτελεί μέρος μιας μονοήμερης εκδρομής στο πλαίσιο επίσκεψης στο Μουσείο των Δελφών δεδομένου μάλιστα και της πολύ μικρής απόστασής του από την Αθήνα. Οι Δελφοί βρίσκονται σε ένα εξαιρετικά ελκυστικό σημείο της χώρας με παραθαλάσσιες περιοχές, όπως το Γαλαξίδι και την Ιτέα σε απόσταση αναπνοής.

Κρίνεται , λοιπόν, αναγκαία η δημιουργία των κατάλληλων ξενοδοχειακών υποδομών, αλλά και κινήτρων που θα αναδείξουν τους Δελφούς ως έναν ανταγωνιστικό τόπο προορισμού, ο οποίος εκτός από το προνόμιο της θέσης του στον χάρτη της χώρας, περιλαμβάνει ένα από τα πιο δημοφιλή μουσεία της χώρας. Βεβαίως με αυτόν τον τρόπο θα αναβαθμιστούν και οι περιοχές γύρω από τους Δελφούς.

Σε παρόμοιο μήκος κύματος, μελέτη του σωματείου ΔΙΑΖΩΜΑ (ΔΙΑΖΩΜΑ, 2015) διερευνά τις δυνατότητες που υπάρχουν για την εφαρμογή του φιλόδοξου σχεδίου του Σωματείου πολιτών Διάζωμα, σχετικά με την κατάρτιση πολιτιστικής διαδρομής γύρω από τα οκτώ αρχαία θέατρα που υπάρχουν στην Ήπειρο. Η πρόταση του Διαζώματος αφορά μια “πολιτιστική διαδρομή” έκτασης 344 χιλιομέτρων σε τέσσερις περιφερειακές ενότητες της Ηπείρου, όπου βρίσκονται πέντε αρχαιολογικοί χώροι με ιστορία 2.300 ετών. Η μελέτη, που προσεγγίζει το θέμα τόσο από τη μακροοικονομική του πλευρά όσο και από τη διερεύνηση του θεσμικού πλαισίου, καταγράφει τη διεθνή εμπειρία αντίστοιχων “πολιτιστικών διαδρομών”, διερευνά τις προοπτικές χρηματοδότησης από το ΕΣΠΑ 2014-2020, αναλύει τις πιθανές επιπτώσεις στον τουρισμό και επιχειρεί μια πρώτη προσέγγιση των εσόδων που μπορούν να προκύψουν από ανάλογες δραστηριότητες. Σύμφωνα με τη μελέτη, τα άμεσα έσοδα ενός φορέα διαχείρισης "πολιτιστικών διαδρομών" υπολογίζονται από 30 έως 100 χιλιάδες ευρώ ετησίως, ενώ προτείνεται η ίδρυση cluster για τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα.

Άξια αναφοράς είναι επίσης μελέτη του IOBE (IOBE, 2014), η οποία εστιάζει στην παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών (εγχώριων και ξένων), τα γυρίσματα των οποίων πραγματοποιούνται στην Ελλάδα. Παρουσιάζει τα βασικά οικονομικά μεγέθη της κινηματογραφικής παραγωγής, αλλά και τον αντίκτυπο που μπορεί να έχει σε άλλους κλάδους της οικονομίας. Επίσης, αναφέροντας τα παραδείγματα διάσημων ξένων παραγωγών, όπως “Το Μαντολίνο του λοχαγού Κορέλι” (Κεφαλονιά), το Mamma Mia (Σκόπελος) και το “Lara Croft: Tomb Raider” (Σαντορίνη), η μελέτη αναφέρεται εκτενώς στην ανάγκη προσέλκυσης μεγάλων ξένων παραγωγών στην Ελλάδα. Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται ο αντίκτυπος από την πραγματοποίηση τέτοιων παραγωγών στην οικονομία, όπως τον υπολόγισαν οι ερευνητές. Μια μεγάλη ξένη παραγωγή, όπως οι ταινίες που προαναφέρθηκαν, συνεισφέρει περί τα 66 εκατομ. ευρώ στην οικονομία και 39 εκατομ. ευρώ στο ΑΕΠ της Ελλάδας. Σύμφωνα δε με το μοντέλο του IOBE, προσφέρει απασχόληση σε συνολικά 755 άτομα.

Μέγεθος (€ εκατ.)	Άμεση	Έμμεση	Προκαλούμενη	Συνολική
Ακαθάριστη αξία παραγωγής	20	16	31	66
Προστιθέμενη αξία	9	7	18	34
ΑΕΠ	9	8	22	39
Εισόδημα από εργασία	3	2	5	10
Σύνολο φόροι	1	1	4	6
Εισφορές εργοδοτών	1	1	1	3
Φόροι και εισφορές	2	1	5	8
Εισαγωγές	5	1	3	9
Απασχόληση (άτομα)	223	165	367	755

Πίνακας 3: Συνοπτικά αποτελέσματα της επίδρασης στην οικονομία από μια μεγάλη ξένη παραγωγή
 Πηγή: Υπόδειγμα Εισροών-Εκροών (IOBE 2015)

Επίσης, ένα από τα σημαντικότερα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας αποτελεί ο ελληνικός τρόπος ζωής και η ελληνική κουζίνα. Άλλωστε πολλές χώρες χρησιμοποιούν ως κύριο μοχλό προώθησης της πολιτιστικής τους κουλτούρας την εθνική τους κουζίνα. Αξιοσημείωτο παράδειγμα αποτελεί η μεξικανική κουζίνα, η οποία είναι διαδεδομένη σε παγκόσμιο επίπεδο και σε κάθε σημείο του πλανήτη υπάρχουν μεξικανικά εστιατόρια. Άλλο παράδειγμα το οποίο αναδύθηκε σχετικά πρόσφατα αποτελεί η ταχύτατη ανοδική πορεία διάδοσης της ασιατικής κουζίνας στην ευρωπαϊκή ήπειρο. Σαφώς τα παραπάνω παραδείγματα πρέπει να ληφθούν υπόψη, πόσο μάλλον για την Ελλάδα που διαθέτει μια από τις πιο ελκυστικές κουζίνες στον κόσμο. Σίγουρα δεν είναι λίγες οι χώρες, κυρίως σε εκείνες που παρατηρείται μεγαλύτερη συγκέντρωση ομογενών, λχ Αυστραλία, Καναδάς, όπου υπάρχει σημαντικός αριθμός ελληνικών εστιατορίων. Ωστόσο, σίγουρα υπάρχουν περιθώρια επιπλέον διεύρυνσης του αριθμού αυτού, πόσο μάλλον της γεωγραφικής τοποθέτησής τους, δηλαδή περισσότερα ελληνικά εστιατόρια σε περισσότερα σημεία του πλανήτη.

Βέβαια, τα συστατικά της ελληνικής κουζίνας μπορούν να αποτελέσουν προϊόν εξαγωγών προς τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ και άλλων ανεπτυγμένων χωρών του πλανήτη, βελτιώνοντας με αυτόν τον τρόπο την ανταγωνιστικότητά της.

Όσον αφορά την «πολιτική πολιτισμού», στα χρόνια προ κρίσης στην Ελλάδα τα σχετικά θέματα εξαντλούνταν σε θέματα επιχορήγησης, φορολογικών απαλλαγών ή ελαφρύνσεων και εκπαίδευσης στο χώρο του θεάματος και των καλών τεχνών και ως εκ τούτου ήταν αναπόφευκτος ο κατακερματισμός της στρατηγικής, αλλά και η αποσπασματική εφαρμογή μέτρων ώθησης της νέας αυτής οικονομίας, με ορατό τον κίνδυνο της συχνής αυτοαναίρεσης των μέτρων πολιτικής).

Καθώς η ελληνική πολιτεία βρίσκεται κατά την αναζήτηση ενός νέου βιώσιμου αναπτυξιακού προτύπου, κρίνεται αναγκαία η επικέντρωση στα οφέλη, που μπορεί να δημιουργήσει η οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας. Η συνεργεία μεταξύ της δημιουργικής οικονομίας και του τουρισμού θα οδηγήσει στη δημιουργία ενός νέου μοντέλου, του «δημιουργικού τουρισμού», το οποίο θα βασίζεται στον άυλο πολιτισμό και τη σύγχρονη δημιουργικότητα, αποκλίνοντας από το συμβατικό μοντέλο του πολιτισμικού τουρισμού. Το νέο αυτό μοντέλο μπορεί να προσδώσει

προστιθέμενη αξία, αυξάνοντας την τουριστική ζήτηση, εμπλουτίζοντας την τουριστική προσφορά αλλά και ενδυναμώνοντας την εικόνα της Ελλάδας ως ιδανικό τουριστικό προορισμό¹⁷. Μάλιστα, η ανάδειξη του νέου αυτού τομέα θα δημιουργούσε εκτός των άλλων και εξαιρετικές προοπτικές εξόδου της χώρας από την κρίση. Η εστίαση της προσοχής στην οικονομία του πολιτισμού και της δημιουργίας έχει προταθεί ήδη από το πρώτο Μνημόνιο, ωστόσο δεν έχει εφαρμοστεί ακόμα.

Βάσει των παραπάνω, λοιπόν, κρίνεται εξαιρετικά χρήσιμη η υιοθέτηση σε κεντρικό επίπεδο μιας ολιστικής θεώρησης του τομέα και η χάραξη μιας ενιαίας και ολοκληρωμένης αναπτυξιακής πολιτικής. Μια τέτοια στρατηγική θα μπορούσε να περιλαμβάνει ένα ελάχιστο σύνολο έντεκα δράσεων πολιτικής, που βοηθούν στην εμφάνιση ενός νέου ενάρετου κύκλου πολιτισμού- δημιουργίας-οικονομίας, οι οποίες παρουσιάζονται επιγραμματικά παρακάτω (Λαζαρέτου, 2014, σσ. 56-63):

1. Αναθεώρηση του πλαισίου φορολογικής μεταχείρισης.
2. Επαναπροσδιορισμός της εκπαίδευσης τόσο στο σκέλος της δια βίου μάθησης όσο και στο πλαίσιο της εγκύκλιας παιδείας.
3. Έναρξη ενός «διαρθρωμένου» διαλόγου με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.
4. Δημιουργία μητρώου δημιουργών και θέσπιση νομοθεσίας για τη ρύθμιση των σχέσεων εργαζομένου-εργοδότη.
5. Βελτίωση, ενίσχυση και εκσυγχρονισμός της υφιστάμενης νομοθεσίας για μια ρεαλιστική προστασία των δημιουργικών δραστηριοτήτων με τη μορφή του δικαιώματος ευρεσιτεχνίας, του βιομηχανικού σχεδίου, της ονομασίας προέλευσης και του εμπορικού σήματος.
6. Άρση του περιοριστικού πλαισίου για την ανάπτυξη διεθνών συμπράξεων – συμπαραγωγών.
7. Μέτρα ενίσχυσης του ανταγωνισμού .
8. Δημιουργία φυσικών χώρων παραγωγής και έκθεσης.
9. Ενθάρρυνση της χρήσης νέων μορφών και τρόπων χρηματοδότησης.
10. Επαναπροσδιορισμός της εξαγωγικής πολιτικής.
11. Σύνδεση του πολιτισμού και της δημιουργίας με το τουριστικό προϊόν.

¹⁷ Παράδειγμα τού πώς ένας πολιτιστικός τομέας σε άνθηση είναι απαραίτητο στοιχείο για να αναδειχθεί μια πόλη είναι τα αποτελέσματα του Μουσείου Guggenheim στην περιοχή του Μπιλμπάο («The Bilbao Effect») <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=635736> .

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Είναι σαφές ότι διανύουμε μια εξαιρετικά δύσκολη περίοδο στη σύγχρονη ιστορία μας όσον αφορά τόσο την εικόνα, όσο κυρίως την κατοχύρωση των συμφερόντων της χώρας μας στην παγκόσμια σκακιέρα. Ως αποτέλεσμα δε της οικονομικής κρίσης, τα μέσα άσκησης εξωτερικής και αμυντικής πολιτικής είναι περιορισμένα σε σχέση με το παρελθόν. Η Ελλάδα καλείται λοιπόν να προετοιμαστεί, κάνοντας τις απαραίτητες στρατηγικές επιλογές, για τον ρόλο της στη νέα διεθνή τάξη πραγμάτων και τη θέση της στο παγκόσμιο σύστημα.

Σήμερα, οι ανεπτυγμένες χώρες παγκοσμίως, όπως οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Κίνα, η Γερμανία, δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην πολιτιστική διπλωματία ως μέσο διείσδυσης στις χώρες ενδιαφέροντος για την εξυπηρέτηση των εμπορικών και οικονομικών τους συναλλαγών.

Αντιθέτως, η Ελλάδα αν και χώρα με αναμφισβήτητα πλούσια πολιτιστική κληρονομιά βρίσκεται ακόμα στο μονοπάτι μετάβασής της στην ενεργό προώθησής της. Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει σήμερα είναι πιο δύσκολες από ποτέ τόσο ως απόρροια της οικονομικής όσο και της κοινωνικής κρίσης που ταλανίζει όχι μόνο τη χώρα μας, αλλά και ολόκληρο το ευρωπαϊκό οικοδόμημα. Οι συνθήκες αυτές καθιστούν αναγκαία την ανάδειξη της πολιτιστικής μας δημιουργίας. Πρέπει να υπενθυμίζουμε στους άλλους λαούς ότι ο ελληνικός πολιτισμός είναι βασική συνιστώσα του ευρωπαϊκού και του παγκόσμιου πολιτισμού. Η πολιτιστική διπλωματία μπορεί να συμβάλει σημαντικά στη βελτίωση της διεθνούς εικόνας της χώρας μας με πολλαπλά οφέλη στην άσκηση της εξωτερικής μας πολιτικής, τα οποία μακροπρόθεσμα διαχέονται στους υπόλοιπους τομείς δημιουργώντας έτσι ικανές προοπτικές οικονομικής ανάπτυξης.

Σε αυτό το πλαίσιο, λοιπόν, η Ελλάδα καλείται πρώτα από όλα να απωλέσει τη νοοτροπία που τη χαρακτήριζε στο παρελθόν και να οικοδομήσει μια νέα ενιαία εθνική στρατηγική, όπου θα απουσιάζουν οργανωτικά και ιδεολογικά εμπόδια, διότι σε αυτά ακριβώς τα προβλήματα οφείλεται η μέχρι τώρα καθυστέρηση ανάληψης παρόμοιας αποφασιστικότητας δράση. Προκειμένου, λοιπόν, να επανατοποθετηθεί στο παγκόσμιο περιβάλλον οφείλει να επισπεύσει την διαμόρφωση του πλαισίου της δραστηριοποίησής της ξεκινώντας σε πρώτο επίπεδο με τον επαναπροσδιορισμό και την ιεράρχηση των στόχων και των πολιτικών της, οι οποίες πρέπει να χαρακτηρίζονται από διορατικότητα και ανεξαρτησία από τις πολιτικές των εκάστοτε κυβερνήσεων, διασφαλίζοντας έτσι την συνέχεια αλλά και τη διαφάνεια της δράσης της.

Πριν όμως από όλα αυτά πρέπει να επαναπροσδιοριστεί η εθνική μας ταυτότητα. Διότι είναι αδύνατο να προβεί μια χώρα στην αποτελεσματική προώθηση της εικόνας της, χωρίς να έχει προηγηθεί μια διαδικασία «εσωτερικού» επαναπροσδιορισμού ή και προσδιορισμού της. Άλλωστε κάτι τέτοιο είναι προφανές, αφού η πολιτιστική διπλωματία ασκείται ουσιαστικά μέσω της προώθησης της εθνικής μας ταυτότητας και των εθνικών μας αξιών. Στο πλαίσιο αυτό, η ελληνική παιδεία, η πολιτιστική κληρονομιά, η σύγχρονη πνευματική και καλλιτεχνική δημιουργία, καθώς και ο ρόλος των διπλωματών μπορούν να αποτελέσουν τα ισχυρά όπλα της επίτευξης μιας

περισσότερο θετικής αντιμετώπισης των ελληνικών θέσεων από την ευρωπαϊκή, αλλά και παγκόσμια κοινότητα.

Βέβαια πρέπει να κατανοηθεί ο ρόλος της και οι προοπτικές που προσφέρει στη χώρα. Στην πράξη, η πολιτιστική διπλωματία πρέπει να αποκτήσει περισσότερους οπαδούς και μεγαλύτερη χρηματοδότηση και αυτό δεν αφορά μεμονωμένα την περίπτωση της Ελλάδος. Οι δραστηριότητες που απαιτούνται για την άσκηση πολιτιστικής διπλωματίας συχνά είναι αρκετά δαπανηρές και γι αυτό ακριβώς το λόγο ο ρόλος του κράτους είναι αναγκαίος παρά το γεγονός ότι πολλές φορές υποστηρίζεται ότι οποιαδήποτε δραστηριότητα που αφορά την άσκηση πολιτιστικής διπλωματίας θα πρέπει να απεκδυθεί τον κρατικό μανδύα.

Έτσι, λοιπόν, με εκτενή σχεδιασμό, ιεραρχική οργάνωση των στόχων και τη συνεργασία μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων για την ανάπτυξη μιας συμπαγούς εθνικής στρατηγικής πολιτιστικής διπλωματίας ο τομέας αυτός θα μετατραπεί με πραγματικούς όρους στη βαριά βιομηχανία της χώρας μας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan UK.
- Benhamou, F. (2006). *L' economie de la culture*. PARIS.
- Donfried, J. C.-H. (2010). *The Model of Cultural Diplomacy: Power, Distance and the Promise of Civil Society*. United States: Berghahn Books.
- Florida, R. (2003). *Cities and the Creative Class*. Carnegie Mellon University.
- World Economic Forum (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report*.
- The Anholt -GMI Nation Brands Index(2016). *How the World sees the World*. Ανάκτηση από <http://felten.yi.org/nbi.pdf>
- Reputation Institute. (2016). *The Most Reputable Countries in the World*.
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Mark, S. (2009). Discussion Papers in Diplomacy: A Greater Role for Cultural Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.
- McClellan, M. (2005) Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy. Ανάκτηση Σεπτέμβριος 16, 2016, από <http://www.publicdiplomacy.org/archives/45.htm>
- Nye, J. (2002). *The Paradox of American Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Orozco, S. (2004). Formulating Identity in a Globalized World. Στο M. M.-O. Qin-Hilliard, *Globalization: Culture & Education in the New Millennium* (σσ. 173-202). University of California Press and Ross Institute.
- Schulze, T. B. (2011). Culture in Urban and Regional Development. Στο V. G. Throsby, *Handbook of the Economies of Art and Culture* (σσ. 1064-1065).
- Simon Anholt. (2007). *Competitive Identity: A new model for the brand management of nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan UK.
- World Travel and Tourism Council (2015). *Travel and Tourism Economic Impact Greece at* <https://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/greece2015.pdf>
- Γιανναράς, Χ. (2001). *Πολιτιστική Διπλωματία: Προθεωρία Ελληνικού Σχεδιασμού*. Αθήνα: Ίκαρος.

- ΔΙΑΖΩΜΑ. (2015). *Πιθανολογούμενα έσοδα της πολιτιστικής διαδρομής στα αρχαία θέατρα της Ηπείρου*. Ανάκτηση από http://www.diazoma.gr/GR/Page_01-01.asp?Reset=1
- Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού. (2016, 08 06). Ανάκτηση από <http://www.hfc.gr/wmt/webpages/index.php?lid=1&pid=13&apprec=487&theYear=2014>
- Θ. Κουλουμπής, Δ. Κ. (1985). *Διεθνείς Σχέσεις:Μια Συνολική Προσέγγιση*. Αθήνα: Παπαζήση.
- ΙΟΒΕ. (2014). *Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα:Επιδράσεις στην οικονομία*. Ανάκτηση από http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_02122014_REP_GR.pdf
- ΙΟΒΕ. (Δεκέμβριος 2014). *Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα:Επιδράσεις στην Οικονομία*.
- Καπετανγιάννης, Β. (2009, Σεπτέμβριος 02). *Η εικόνα μιας χώρας διαμορφώνεται κυρίως στο εσωτερικό της*. Ανάκτηση 2016, από <http://icp-forum.gr/wp/?p=1222>
- Κολτσίδα, Λ. (2011). *Η προβολή του Ελληνικού Πολιτισμού στο Εξωτερικό – Πολιτιστικές Πολιτικές από τη σκοπιά της διαπολιτισμικότητας*. Ρόδος: Διδακτορική Διατριβή-Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Κόνσολα, Ν. (2006). *Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτική*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Κοσμίδου, Ζ. (2000). Ο Πολιτισμός ως Επικοινωνιακό Μέσο Βελτίωσης των Διεθνών Σχέσεων και η Ελληνική Πολιτιστική Διπλωματία. Στο *Διδακτορική Διατριβή* (σσ. 160-161). Αθήνα : Πάντειο Πανεπιστήμιο .
- Κουζέλη, Λ. (2014, Μάιος 06). Οι νέες δράσεις του Ελληνικού Ιδρύματος Πολιτισμού. *Το Βήμα*. Ανάκτηση Σεπτέμβριος 03, 2016, από <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=593162>
- Κώνστας, Θ. Κ. (1985). *Διεθνείς Σχέσεις:Μια Συνολική Προσέγγιση*. Στο Θ. κ.–Μ. Κουλουμπής. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Λαζαρέτου, Σ. (2014). *Η Έξυπνη Οικονομία: Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες στην Ελλάδα. Μπορούν να αποτελέσουν προοπτική εξέδου από την*. Αθήνα: Τράπεζα της Ελλάδος.
- Μακρής, Α. (2010). Η πολιτική διάσταση του Nation Branding και η περίπτωση της Ελλάδας στα Είδωλα Κρατών:Δημόσια Διπλωματία, Εθνική Ταυτότητα και Εικόνα. (Β. Καπετανγιάννης, Επιμ.) (16).
- Μοσκόβου, Σ. (2002, Νοέμβριος 24). 50 Χρόνια Ινστιτούτου Γκαίτε στην Αθήνα:Μια Νησίδα του Πνεύματος.
- Ο Οργανισμός του Υπουργείου Εξωτερικών*. Ανάκτηση 08 22, 2016, από Υπουργείο Εξωτερικών: http://www.mfa.gr/images/docs/organismos/organismos_γρεχ23.09.pdf
- Συκκά, Γ. (2016, Οκτώβριος 19). Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης «μιλάει» 22 γλώσσες. *Η Καθημερινή*. Ανάκτηση Οκτώβριος 19, 2016, από <http://www.kathimerini.gr/879818/article/politismos/polh/to-arxaiologiko-moyseio-8essalonikhs-milaei-22-glwsses>

Τζουμάκα, Ε. (2005). Πολιτιστική Διπλωματία: Διεθνή Δεδομένα και Ελληνικές Προοπτικές. Αθήνα: Σιδέρης.

Χριστογιάννης, Γ. (2006). Ελληνική Πολιτιστική Διπλωματία. Αθήνα: Έλλην.

Χρυσοστομίδου, Β. (2016, Οκτώβριος 19). Εξατομικευμένες εμπειρίες για κάθε επισκέπτη της Αθήνας. *Η Καθημερινή*. Ανάκτηση Οκτώβριος 19, 2016, από <http://www.kathimerini.gr/879833/article/epikairothta/ellada/e3atomikeymenes-empiries-gia-ka8e-episkepth-ths-a8hnas>