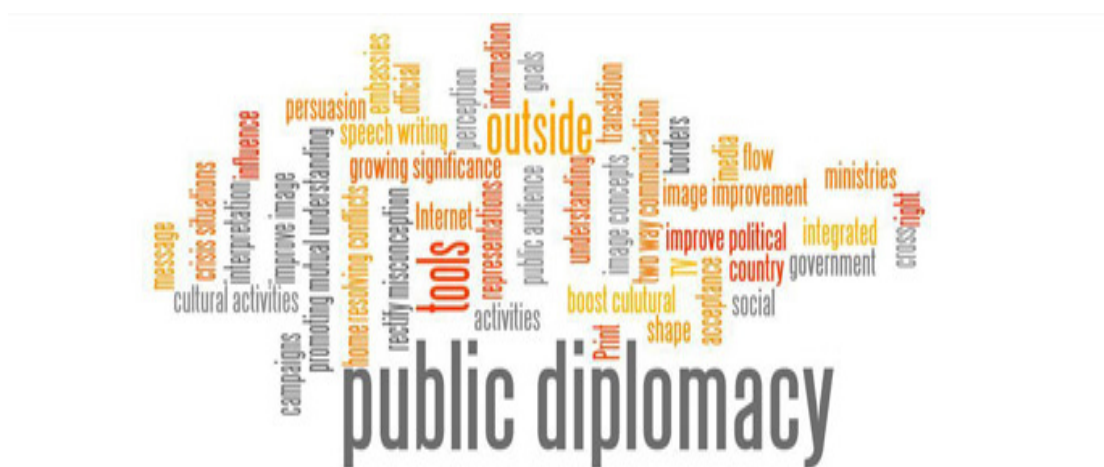


ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Τίτλος: Σύγχρονα Διαδικτυακά Μέσα και Δημόσια
Διπλωματία: η περίπτωση της Ελλάδας και του
Ηνωμένου Βασιλείου



Α' επιβλέπων καθηγητής: κ.Νικόλαος Παναγιώτου

Β' επιβλέπων καθηγητής: κ. Βασίλης Βαμβακάς

Όνομα φοιτήτριας: Αναστασία Επίθετο: Πρίτσου

Αριθμός Μητρώου: 503047

© DICK GALS

© ΕΑΠ © Ιούνιος 2019 ©

© «Σύγχρονα Διαδικτυακά Μέσα και Δημόσια
Διπλωματία: η περίπτωση της Ελλάδας και του
Ηνωμένου Βασιλείου». ISBN ©

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.

Διπλωματική Εργασία

Στον Γιώργο και στον Παύλο.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	8
Abstract.....	9
Εισαγωγή.....	10
Κεφάλαιο 1. Δημόσια Διπλωματία σε σχέση με την «ήπια ισχύ».....	12
1.1. Ισχύς –Αποσαφήνιση.....	13
1.2. Σκληρή -Ήπια Ισχύς –περιοδολόγηση.....	13
1.3. Από την ισχυρή (hard) ισχύ (Α΄&Β΄Π.Π.) στην ήπια (soft) και έξυπνη(smart) power ισχύ (Ψυχρός Πόλεμος).....	14
1.4. Ήπια ισχύς.....	15
1.5. Κριτικές κατά ήπιας ισχύος.....	18
1.6. Περί οξείας ισχύος (sharp power).....	20
Κεφάλαιο 2. Δημόσια Διπλωματία.....	21
2.1. Αποσαφήνιση Δημόσιας Διπλωματίας.....	21
2.2. Διαχωρισμός Δημόσιας Διπλωματίας και Προπαγάνδας.....	22
2.3. Ορολογία Δημόσιας Διπλωματίας.....	23
2.4.Αποσαφήνιση Nation Branding/Διαχείριση εθνικής εικόνας-Ελλάδα.....	25
2.5. Περιεχόμενα/συστατικά Δημόσιας Διπλωματίας.....	26
2.6. Περί δομής Δημόσιας Διπλωματίας.....	30

2.7.Δημόσια Διπλωματία Ηνωμένου Βασιλείου.....	31
2.8.Δημόσια Διπλωματία Ελλάδας.....	36
Κεφάλαιο 3. Σύγχρονα Διαδικτυακά Μέσα-Δημόσια Διπλωματία.....	40
3.1. Σύγχρονα Διαδικτυακά Μέσα	41
3.2. Οι προκλήσεις για τη Δημόσια Διπλωματία στον παγκόσμιο ιστό.....	41
3.3. Ψηφιακή διπλωματία (2.0 &3.0)	43
3.4.Πλεονεκτήματα– μειονεκτήματα	44
3.5. Νέες εξελίξεις στο χώρο της ψηφιακής Δημόσιας Διπλωματίας.....	46
3.6. Δημόσια Διπλωματία και Στρατηγική Επικοινωνία.....	47
Κεφάλαιο 4. Περιπτώσιολογική μελέτη: Ελλάδα-Ηνωμένο Βασίλειο	48
4.1. Παρουσίαση μεθοδολογίας έρευνας.....	48
4.2. Ανάλυση συνεντεύξεων.....	51
4.3. Ερευνητικά ερωτήματα-απαντήσεις από την ελληνική πλευρά.....	53
4.4. Ανάλυση συνεντεύξεων από βρετανικούς φορείς.....	65
Κεφάλαιο 5. Συμπεράσματα-Ανάλυση έρευνας.....	72
6. Κατάλογος Σχημάτων/Γραφημάτων	78
7. Παράρτημα.....	82
Βιβλιογραφία.....	116

As evening fell the day's oppression lifted;
Tall peaks came into focus; it had rained:
Across wide lawns and cultured flowers drifted
The conversation of the highly trained.
Thin gardeners watched them pass and priced their shoes;
A chauffeur waited, reading in the drive,
For them to finish their exchange of views:
It looked a picture of the way to live.
Far off, no matter what good they indented,
Two armies waited for a verbal error
With well-made implements for causing pain,
And on the issue of their charm depended
A land laid waste with all its young men slain,
Its women weeping and its towns in terror.

W. H. Auden, "The Embassy" (Fletcher, 2017)

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία επιδιώκεται η προσέγγιση τόσο της σφαίρας της παραδοσιακής Δημόσιας Διπλωματίας και των εννοιών/δράσεων της ήπιας ισχύος και της διαχείρισης εθνικής ταυτότητας που περικλείει, όσο και της νέας/ψηφιακής Δημόσιας Διπλωματίας, οι δυνατότητες που προσφέρει στη δεύτερη ο παγκόσμιος ιστός, η άσκηση και μετεξέλιξη της άσκησης της από τους φορείς της δημόσιας διπλωματίας δύο χωρών (της Ελλάδας και του Ηνωμένου Βασιλείου). Εξετάζεται επίσης το πώς η ψηφιακή τεχνολογία διαμορφώνει το πλαίσιο μέσα από το οποίο η Δ.Δ. λειτουργεί, αναδιαμορφώνοντας το μέσο της δημόσιας επικοινωνίας, θολώνοντας τα όρια ανάμεσα σε διεθνείς και εγχώριες υποθέσεις και συγχρόνως ενθαρρύνοντας και ενδυναμώνοντας νέους δρώντες, καθώς και οι αντιξοότητες/προκλήσεις που, επίσης, επιφέρει η ψηφιακή εποχή.

Μέσα από την ανάλυση της Δημόσιας Διπλωματίας που ασκείται από τις δύο παραπάνω χώρες, τις συγκριτικές περιπτώσιολογικές μελέτες, καθώς και από τα αποτελέσματα της πρωτότυπης έρευνας που διεξήχθη στα πλαίσια της εκπόνησης της προκείμενης μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας, επιχειρείται η ανάδειξη μιας απαιτούμενης αλλαγής στον τρόπο που συντονίζεται μέχρι στιγμής η Δ.Δ. της χώρας μας, προκειμένου επιτευχθεί η βελτιστοποίησή της.

Η ανάλυση ολοκληρώνεται με γενικές προτάσεις για διπλωματική πρακτική ΔΔ της χώρας μας, καθώς το μέλλον της πρώτης φαντάζει ευοίωνο χάριν της ψηφιακής τεχνολογίας που δημιουργεί εξαιρετικές ευκαιρίες για μία νέα -υποβοηθούμενη τόσο από την τεχνολογία όσο και από ειδικούς της (ψηφιακής) επικοινωνίας- ενιαία συντονισμένη δράση ΔΔ. Μέσω του διαδικτύου διευκολύνεται η δημιουργία ποικίλων, ανθεκτικότερων γεφυρών μεταξύ διαδικτυακών (αλλά) και μη διαδικτυακών κοινοτήτων με συνέπεια να επιτυγχάνεται η επιθυμητή συνύπαρξή τους, αποτρέποντας κάθε είδους βία (Fletcher, 2016:265). Παράλληλα το διαδίκτυο δημιουργεί ευνοϊκότερο περιβάλλον για άνθιση ενιαίας στρατηγικής που αποβλέπει στην ισχυροποίηση και επικαιροποίηση της εικόνας της χώρας και τη συγκροτημένη προβολή της στο Ηνωμένο Βασίλειο και κατ'επέκταση σε όλον τον κόσμο.

ABSTRACT

This paper aims to approach the realm of both traditional and modern/digital public diplomacy, including concepts of soft power and nation branding, as well as the capabilities that derive from world-wide web. We explore also the practise and its advancement from the sectors of public diplomacy of two countries (Greece – United Kingdom) as well as how technology is formulating the context in which public diplomacy operates: by overhauling the means of public communication, blurring the limits among national and international affairs and concurrently engouraging new actors. Finally we examine the adversities and challenges of digital era.

Through analysis on practice of public diplomacy based on the method of comparative case studies which is executed today by the above two countries and also through the results of our original research, we aim to promote a needed differentiation in the way which the above practise is coordinated today in Greece for oprimization of results.

Therefore our analysis concludes with general recommendations for diplomatic practisioners in Greece, as future in the realm of public diplomacy is correlative of digital technology. The latter creates exceptional opportunities for a new united coordinated version of public diplomacy, surrounded with communication experts, which enables the process of strengthening and modernizing Greece's image and its stuctured prominence in United Kingdom and consequently across the world.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από το Σταγειρίτη φιλόσοφο (τον τέταρτο αιώνα π.Χ) έχουμε διδαχθεί ότι προκειμένου να μελετήσουμε τους ανθρώπους και τις ανθρώπινες συμπεριφορές αρκεί να αφεθούμε στη (στωϊκή) παρατήρηση, ακριβώς όπως επισκεπτόμενοι ένα ζωολογικό κήπο μπορούμε να παρατηρήσουμε τις αντιδράσεις των ζώων. Ό,τι συμβαίνει στο ζωϊκό βασίλειο επεκτείνεται και στο ανθρώπινο δείγμα: καθημερινή ανάγκη για επικοινωνία και ομαδοποίηση αλλά και για αγώνα-πόλεμο με σκοπό, όχι μόνον την επιβίωση, αλλά και την επικράτηση, επιβολή, αναγνώριση/επιβεβαίωση, εξουσία, τα οφέλη κ.ο.κ.

Οι παραπάνω ανθρώπινες ανάγκες, όπως είναι φυσικό, επεκτείνονται και στις συσσωματώσεις που οι άνθρωποι απαρτίζουν από την αρχή της ιστορίας. Ξεκινούν από τις μικρές κοινότητες, φυλές, τα δουκάτα και φθάνουν μέχρι τα βασίλεια, τις αυτοκρατορίες, πόλεις και τα έθνη-κράτη. Από την εποχή του Μεγάλου Αλεξάνδρου μέχρι τους δύο -καταστροφικούς σε ανθρώπινο δυναμικό, πολιτιστικούς θησαυρούς και δομές πόλεων- Παγκόσμιους Πολέμους, ο ένας/α (άνθρωπος, πολιτισμός, έθνος) προσπαθεί να επιβληθεί ή/και να νικήσει τον/το άλλον/ο. Αυτός ο ιστορικός ανταγωνισμός για υπεροχή μεταξύ των κρατών, ή αλλιώς το συγκεκριμένο είδος της ισχύος (ιμπεριαλισμός, κατακτήσεις, πόλεμος) έμεινε γνωστό ως «σκληρή» ισχύς (hard power).

Όσπου φθάνουμε στη Ψυχροπολεμική περίοδο όπου η ισχύς που εξακολουθεί να ασκείται, ελλείπει όπλων ή βομβαρδισμών, από τις δύο υπερδυνάμεις αυτή τη φορά (Η.Π.Α. & Ρωσία) ορίσθηκε από τον αμερικανό καθηγητή Joseph Nye ως «ήπια» ισχύς (soft power). Ρωσία και Αμερική ανταγωνίζονται για κυριαρχία στην παγκόσμια σκηνή με πιο “μαλακές”, ήπιες μεθόδους, η πρώτη π.χ. με παγκόσμιες παραστάσεις των μπαλέτων Bolshoi, ή την μπαλαλάικα, ενώ η δεύτερη με την Coca Cola και τα αμερικανικά πανεπιστήμια. Κάθε χώρα προσπαθεί να προσηλυτίσει το ξένο κοινό υπέρ της, να το γοητεύσει, να “ζεστάνει την καρδιά του”, προκειμένου να αποκτήσει καλή γνώμη περί αυτής και μέσω της διαμορφωμένης, πλέον υπέρ της, κοινής γνώμης να συμπαρασύρει και τη συμπάθεια των κυβερνώντων των ξένων

κρατών.

Μέσω της παραπάνω μεθόδου η κάθε χώρα προσπαθεί να προασπίσει τα συμφέροντά της για να εξασφαλίζει μία αξιοπρεπή παρουσία αν όχι να πρωτοστατεί στο παγκόσμιο στερέωμα. Η εξωτερική πολιτική μίας χώρας που εμπλέκει το κοινό, δηλ. το “δήμο”, ορίζεται ως Δημόσια Διπλωματία (εφεξής ΔΔ). Φυσικά σήμερα μέσω της τεχνολογικής επανάστασης που έχει επιφέρει το διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (εφεξής ΜΚΔ) η ΔΔ αναδιπλώνεται, αναπροσαρμόζεται, γιγαντώνεται. Στο σημερινό υπέρ-συνδεδεμένο διαδικτυακό περιβάλλον όπου πρωταγωνιστεί το ψηφιακό κοινό οι ευκαιρίες της άσκησης της δημόσιας διπλωματίας είναι πραγματικές, πολλαπλασιαστικές και διαρκώς μεταλλασσόμενες.

Στο πρώτο κεφάλαιο αρχικά θα αποσαφηνισθεί η έννοια της Δημόσιας Διπλωματίας σε συνάρτηση με την έννοια της ήπιας, σκληρής και ευφυούς ισχύος, στη συνέχεια θα πραγματοποιηθεί μία περιοδολόγηση της σκληρής ισχύος ενώ ακολούθως θα αναλυθεί η έννοια της ήπιας ισχύος. Στο τέλος του κεφαλαίου παρατίθενται οι κριτικές κατά ήπιας ισχύος από διάφορους διανοητές.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αφού αποσαφηνιστεί η έννοια της Δημόσιας Διπλωματίας, θα αναλυθεί ο διαχωρισμός της από την έννοια της προπαγάνδας. Στη συνέχεια μετά την παράθεση ορολογίας της Δημόσιας Διπλωματίας, θα αποσαφηνιστεί ο, στενά συγγενικός της, όρος της διαχείρισης της εθνικής εικόνας (nation branding). Αμέσως μετά ακολουθεί η παράθεση των περιεχομένων/στοιχείων της Δημόσιας Διπλωματίας και η ανάλυση της δομής της. Τέλος παρατίθεται η δομή και τα περιεχόμενα της Δημόσιας Διπλωματίας του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ελλάδας.

Στο τρίτο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί η Δημόσια Διπλωματία σε σχέση με τα σύγχρονα Διαδικτυακά Μέσα. Στη συνέχεια θα αναλυθούν οι προκλήσεις για τη Δημόσια Διπλωματία στον παγκόσμιο ιστό, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, καθώς και η ψηφιακή διπλωματία 2.0 και 3.0.

Στο τέταρτο κεφάλαιο εξετάζεται η περιπτωσιολογική μελέτη δύο χωρών της Ελλάδας και του Ηνωμένου Βασιλείου. Αρχικά παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας, ακολουθούν τα ερευνητικά ερωτήματα και η ανάλυση των ζωντανών συνεντεύξεων καθώς και των γραπτών απαντήσεων σε ερωτηματολόγια.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθενται τα συμπεράσματα και η ανάλυση της έρευνας, ενώ στο έκτο κεφάλαιο παρατίθεται ο κατάλογος σχημάτων που υποβοηθούν στην κατανόηση των σύνθετων και ρευστών εννοιών που αναλύονται στην παρούσα εργασία.

Τέλος στο παράρτημα της εργασίας φιλοξενούνται οι πρωτότυπες συνεντεύξεις καθώς και τα ερωτηματολόγια που συντάχθηκαν και απαντήθηκαν για τις ανάγκες της έρευνας της εργασίας.

Κεφ. 1. Δημόσια Διπλωματία σε σχέση με την «ήπια ισχύ».

Η ΔΔ αποτελεί για τον Rugh (Seib, 2009:12) μία συνειδητή πράξη που είναι σχεδιασμένη ώστε να επικοινωνήσει με την κοινή γνώμη των ξένων κρατών. Υπό το πρίσμα αυτό είναι σε θέση και μάλιστα σε συχνή βάση να κάνει χρήση της «ήπιας ισχύος», η οποία υφίσταται, ανεξάρτητα από το γεγονός εάν τη χρησιμοποιεί, ή όχι, κανείς. Αναφερόμενος στην περίπτωση των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής ο Seib (2009:13) σημειώνει ότι στο πλαίσιο της παραδοσιακής Δ.Δ. η «ήπια ισχύς» χρησιμοποιείται με τρόπο τέτοιο ώστε να προωθηθούν τα εθνικά συμφέροντα μίας χώρας. Άρα η Δ.Δ. συνδέεται άρρηκτα με την «ήπια ισχύ» καθώς ο ρόλος της είναι να προωθεί την υπάρχουσα ήπια ισχύ με στόχο την ενημέρωση για μία χώρα (στην προκειμένη τις ΗΠΑ) στο εξωτερικό, την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης περί αυτής και συνακόλουθα την ενίσχυση της εικόνας της χώρας. Για τον λόγο αυτό η Δ.Δ. αποτελεί ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται από τις κυβερνήσεις για να ενεργοποιηθούν οι δυνατότητες της «ήπιας ισχύος», προκειμένου να επικοινωνήσουν και να προσελκύσουν, εκτός από τις κυβερνήσεις των ξένων λαών στις οποίες στοχεύει η παραδοσιακή διπλωματία, τους λαούς των άλλων χωρών. Στο πλαίσιο αυτό η Δ.Δ. δεν αντικαθιστά και δεν δύναται να αντικαταστήσει την παραδοσιακή διπλωματία, είναι όμως ο αρωγός της.

Προς την επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων η δράση Δ.Δ. εντοπίζεται στη δημιουργία ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών προγραμμάτων, στην επιχορήγηση των πολιτιστικών εξαγωγών, στη διευθέτηση ανταλλαγών στην εκπαίδευση, στον αθλητισμό, οικονομία κ.ο.κ., μέθοδοι οι οποίες θα εξεταστούν ως συστατικά της Δ.Δ. παρακάτω σε ξεχωριστό κεφάλαιο. Εάν φυσικά το περιεχόμενο της ήπιας ισχύος μίας χώρας δεν είναι ελκυστικό, τότε είναι αναμενόμενο για τη ΔΔ που την προωθεί, όχι

μόνον να αδυνατεί να επιτύχει θετικά αποτελέσματα αλλά, αντίθετα, να παράγει μόνον αρνητικά. Και αυτό είναι απευκταίο από κάθε χώρα που επιθυμεί να διατηρήσει και να εξακολουθεί να διατηρεί το ειδικό της βάρος σε μία παγκοσμιοποιημένη ανταγωνιστική πραγματικότητα.

1.1. Ισχύς –Αποσαφήνιση.

Μέσω της παρατήρησης, η οποία κατά τον Αριστοτέλη μας οδηγεί σε σωστά συμπεράσματα, παρακολουθήσαμε ότι την όποια επιρροή (ισχύ) διαδέχονταν η εξάπλωση πολιτισμού και η διαδοχική επέκταση σε αυτοκρατορίες, έθνη-κράτη, εθνικισμούς κ.ο.κ. Οπότε η όποια εξέλιξη του ανθρώπου, που πραγματοποιούνταν κάθε φορά διαμέσου μίας δύναμης που επισκίαζε μία άλλη, βρισκόταν πάντα σε συνάρτηση με την έννοια της ισχύος.

Η ισχύς, λοιπόν, εν μέσω άλλων εννοιών, χρησιμοποιήθηκε και χρησιμοποιείται προκειμένου να περιγράψει την πρόθεση για υπερίσχυση ενός ανθρώπου/κράτους/έθνους σε υπόλοιπους/υπόλοιπα. Στο πνεύμα αυτό αφορά μία ρευστή, αμφίσημη έννοια που απασχολεί πολιτικούς αρχηγούς και αναλυτές προκειμένου να είναι σε θέση, αφενός να την περιγράψουν, αφετέρου να προβλέψουν πώς και γιατί μεταβάλλεται/μετατοπίζεται στον τομέα των σχέσεων.

Για τον παραπάνω λόγο η έννοια ισχύος και κυρίως το πώς η τελευταία ανακατανέμεται σε παγκόσμιο βεληνεκές, αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά αλλά και αμφιλεγόμενα ζητήματα στις διεθνείς σχέσεις δεδομένου ότι τα κράτη συναγωνίζονται μεταξύ τους, όχι μόνον για να επιβιώσουν, αλλά και για να εξασφαλίσουν τα εθνικά τους συμφέροντα εν μέσω ενός, διαρκώς αυξανόμενου, απαιτητικού ανταγωνιστικού παγκόσμιου περιβάλλοντος για την απόκτησή της (Σαμαράς, 2014:94). Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι υφίστανται διάφορα είδη ισχύος: η σκληρή (hard), η ήπια (soft), η έξυπνη (smart), η οξεία (sharp). Παρακάτω θα εξετάσουμε λόγω της συχνής χρήσης τους τα δύο πρώτα είδη ισχύος, ή αλλιώς αυτό που αποκαλεί ο Θεοδωρακόπουλος (Σαμαράς, 2014:84) δυϊσμό (σκληρή-ήπια) μανιχαϊστικής έμπνευσης, ασκώντας με τον τρόπο αυτό κριτική στις ιδέες του αμερικανού καθηγητή Nye, για τον ορίζοντα των σκέψεων του οποίου θεωρούσε ότι άρχιζε και τελείωνε στο παράδειγμα της πλανητικής εμβέλειας της υπερδύναμης των Η.Π.Α.

1.2. Σκληρή Ισχύς-περιοδολόγηση.

Η αφορμή για τις πρώτες συρράξεις της ανθρωπότητας, τους μινωϊκούς και τρωϊκούς πολέμους, τον ιμπεριαλισμό των αποικιοκρατιών, την υποδούλωση υπηκόων από τα βασίλεια και τις αυτοκρατορίες, την επεκτατική πολιτική του Μεγάλου Αλεξάνδρου αλλά επίσης και της ρωμαϊκής/αββουργικής αυτοκρατορίας κ.ο.κ., μέχρι τη σημερινή “τεχνολογική αυτοκρατορία” της Silicon Valley, υπήρξε αποκλειστικά μία (σύμφωνα με τα λεξικά) “δυνατότητα για δράση”. Κατά τον αμερικανό καθηγητή Joseph Nye (2005:1) οι πάντες εξαρτώνται από την παραπάνω “δυνατότητα για δράση” και όλοι την αναφέρουν, αλλά πολύ λίγοι είναι σε θέση να την αντιληφθούν. Και αυτή δεν είναι άλλη από την επιδίωξη της δύναμης (power) ή αλλιώς της πρόθεσης και συντονισμένης δράσης προς την κατεύθυνση της επιρροής του ενός κράτους στο άλλο. Το είδος της ισχύος αυτής πάντως είναι το «παλαιό» είδος επιβολής, γνωστό στις μέρες μας ως η σκληρή ισχύς (hard power), υπό την έννοια ότι βασίζονταν, όχι μόνον στο μακρινό παρελθόν της ανθρωπότητας, αλλά και πιο πρόσφατα -κατά τη διάρκεια των δύο καταστροφικών Παγκόσμιων Πολέμων- στον εξαναγκασμό σε μεγάλο βαθμό σε συνάρτηση με τη στρατιωτική και οικονομική δύναμη που χρησιμοποιούνταν από ένα κράτος/έθνος ούτως ώστε να επωφεληθεί/επιβληθεί από/σε κάποιο/κάποια, και παράλληλα να μεσουρανήσει στην παγκόσμια σκηνή.

Η εκδοχή της σκληρής ισχύος όμως δεν είναι η μοναδική. Για την ακρίβεια υφίσταται επίσης μία εκδοχή της που προσδιορίζεται από τον επιθετικό αντίθετο προσδιορισμό “ήπια” ισχύς κατά τον Nye, ή αλλιώς αυτό που περιγράφεται από τον Θεοδωρακόπουλο (Σαμαράς, 2014:84), σε μία προσπάθειά του να αποφορτίσει το κείμενο από το δέος της ορολογίας με τη λαϊκή λέξη «μαλαγανιά», ή «παράλληλη υπόσχεση αμοιβαιότητας», αλλιώς «νταραβέρι» (από το “dare” και “avere”) (Σαμαράς, 2014:85).

1.3. Από την ισχυρή ισχύ/hard power (Α' & Β' Π.Π.) στην ήπια/ και έξυπνη/smart power ισχύ (Ψυχρός Πόλεμος).

Το αξιοσημείωτο φαινόμενο της χρησιμοποίησης της μη σκληρούς ισχύος ασκήθηκε κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου και από τις δύο υπερδυνάμεις με σκοπό -στον ανατριχιαστικό απόηχο των, τόσο κοντά μεταξύ τους, Α' και Β' Παγκοσμίων Πολέμων- να αποφευχθεί μία τρίτη πολεμική αδυσώπητη σύρραξη. Για το λόγο αυτό

ο Nye (2015: 5) θεωρεί η «ισχυρή» ισχύς, δεν έχει πια θέση στο μετά-νεωτερικό μεταπολεμικό περιβάλλον. Η κάθε χώρα επενδύει σε πιο «ευγενικά» μέσα (ιδέες, αξίες, κουλτούρα) προσέλκυσης άλλων κρατών και όταν ακόμη και σήμερα επενδύει σε οικονομικά μέσα που αποτελούν συστατικά της «σκληρής ισχύος», το πραγματοποιεί συνδυαστικά με συστατικά της «ήπιας ισχύος», οπότε γίνεται λόγος για την «ευφυή» ισχύ (smart power).

1.4. Ήπια Ισχύς.

«Τι θα πει ήπια ισχύς;»

Ήταν η πρώτη ερώτηση που μου έκανε η ελληνικής καταγωγής οικονομολόγος Βίκυ Πράις όταν έριξε μια ματιά στο ερωτηματολόγιο που είχα ετοιμάσει για τη ζωντανή συνέντευξη μαζί της (βλ. Παράρτημα).

«Ήπια ισχύς, της απάντησα, είναι η στρατηγική επηρεασμού -εξωτερικής πολιτικής- που υιοθετεί μία χώρα μέσω του πολιτισμού, ως θετικού παραδείγματος της χώρας, της προαγωγής συνεργασίας, προόδου, ακαδημαϊκής συνεργασίας, προώθησης θρησκείας, αρχαίου πολιτισμού, αθλητισμού, σύγχρονων επιτευγμάτων, τουριστικών τοπίων, κ.ο.κ.».

Μολονότι το επίθετο “ήπια” έρχεται σε αντίθεση με το ουσιαστικό ισχύς -άρα δύναμη- κάνοντας μία αναδρομή στο παρελθόν 2.500 χρόνια παλαιότερα, αντιλαμβανόμαστε ακριβώς τη σύλληψη περί της σημαντικότητας της απήχησης της κοινής γνώμης από τον Βία τον Πριηνέα, ενός από τους επτά σοφούς της Ελλάδας (Cull, 2019:3). Ο Βίας Πριηνεύς προέτρεπε τους συντρόφους του να επιβάλλουν τη γνώμη/πολιτική τους μέσω της πειθούς και όχι μέσω του εξαναγκασμού.

Ομοίως ο αρχαίος ιστορικός Ηρόδοτος χρησιμοποιούσε την έννοια της δύναμης της επιβολής συνδυάζοντάς την με μία ηθική αφήγηση, έτσι στην προσπάθειά του να αποκαλύψει το νόημα των περσικών εισβολών στην Ελλάδα τον 5^ο αιώνα θεώρησε ότι η ισχύς διέφθιρε τους κατόχους της (Kiesling, 2007:257).

Ακόμη και ένας πιο σύγχρονός μας ο Αίσωπος, σε έναν από τους μύθους του περιγράφει τη σπουδαιότητα και την αποτελεσματικότητα της «ζεστασιάς», παραθέτοντας το μύθο του στοιχήματος που μπήκε μεταξύ του βόρειου ανέμου και του ήλιου για το ποιός θα ήταν σε θέση να μετακινήσει το πανωφόρι ενός ταξιδιώτη:

ο ήλιος μέσω της λάμψης και της θερμής που εξέπεμψε απελευθέρωσε τον ταξιδιώτη από το βάρος του πανωφοριού του και έτσι νίκησε το φύσημα του βόρειου ανέμου που κρύωσε τον ταξιδιώτη και τον έκανε να τυλιχθεί περισσότερο με το πανωφόρι.

Εκτός από τη δική μας αρχαία πολιτιστική κληρονομιά, πρότερη μορφή της μεταγενέστερης «ήπιας ισχύος» συναντάται και στην αρχαία κινεζική φιλοσοφία. Ο Κομφούκιος έκανε λόγο για σοφούς αυτοκράτορες «που προσελκύουν μέσω της αρετής» όταν, προκειμένου να υποτάξουν τους υπάρχοντες και μελλοντικούς υπηκόους τους, καλλιεργούν ηθικές αξίες που συντελούν στη γοητεία και απήχρησή τους. Άλλα παραδείγματα εφαρμογής της «ήπιας ισχύος» που απορρέουν από την ιστορία και συγκεκριμένα από τον 2^ο αιώνα αφορούν τη φήμη περί σοφίας που τροφοδότησε την εξουσία του Μάρκου Αυρήλιου, αλλά και αυτήν του Καρλομάγνου από τον όγδοο αιώνα. Ομοίως αργότερα, κατά τον 13^ο αιώνα, ο Saladin είχε επιδιώξει (και καταφέρει) να θαυμάζεται ακόμη και από τους εχθρούς του, όχι μόνον σε καιρό πολέμου αλλά και σε καιρό ειρήνης. Και όσο και εάν ακόμη και οι γάλλοι βασιλείς, κατά τον 15^ο αιώνα και μετέπειτα, ενδύθηκαν τον μανδύα του χριστιανισμού για να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους, εκτιμώντας επίσης την αξία της πειθούς και της καλλιέργειας της φήμης μιας αξιοθαύμαστης πολιτικής (Cull,2019:3), όπως και ο πολιτικός φιλόσοφος Νικολό Μακιαβέλι (Niccolo Machiavelli, 1469-1527) που θεωρούσε ότι τα κίνητρα των ανθρώπων ήταν ολοκληρωτικά ορμώμενα από το συμφέρον τους και από την πιο διαδεδομένη και δυνητικά επικίνδυνη από όλες τις ορέξεις, δηλ. τον πόθο για τη δύναμη (Wilkinson, 2007:2) και συμβούλευε, κατά τον δέκατο έβδομο αιώνα, μέσω του εγχειριδίου του, *ο Ηγεμόνας (The Prince, 1532)* τους ιταλούς πρίγκιπες ότι ήταν προτιμότερο να εμψυσούν το συναίσθημα του φόβου στους υπηκόους τους, παρά της αγάπης, όλοι αγγίζανε μόλις μία πτυχή της ιστορίας που αντιλήφθηκε πολύ αργότερα ο Nye ως «ήπια» ισχύ μίας χώρας. Γιατί όντως το να κερδίσει ο ηγέτης, κυβερνών, πρίγκιπας, βασιλιάς, αυτοκράτορας, κ.ο.κ. την “καρδιά και το νου” των υπόλοιπων πολιτών αποτελούσε το άλφα και το ωμέγα διαχρονικά, μολονότι αφορούσε μόλις ένα από τα συστατικά στοιχεία της ξένης δημόσιας δέσμευσης.

Η ιδέα της μεταγενέστερης μη ‘ισχυρής’ ισχύος ή αλλιώς μιας εναλλακτικής ή “δεύτερης φάσης ισχύος”, δηλ. η στρατηγική επικοινωνίας από μία χώρα σε άλλες, με σκοπό την επικράτησή της (Nye, 2005:5), εναγκαλίστηκε από τον αμερικανό

καθηγητή Joseph Nye στα τέλη του 19ου αιώνα. Αυτού του είδους η πολυδιάστατη έννοια κωδικοποιήθηκε από τον αμερικανό διπλωμάτη Joseph Nye, στο βιβλίο του για τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, *Bound to Lead, 1990 (Δεσμευμένη να επικρατήσει, 1990)* ως ήπια ισχύ μίας χώρας που προσπαθεί να ασκήσει «γοητεία» σε άλλες, ούτως ώστε να προωθήσει τα πολιτικό-οικονομικά της συμφέροντα.

Ο παραπάνω όρος περιλαμβάνει τις πολιτιστικές δράσεις, την εξωτερική πολιτική και την προώθηση πολιτιστικών αξιών μίας χώρας (Nye 2005:11) προκειμένου, αποφεύγοντας τις πολεμικές διενέξεις και σκληρές συγκρούσεις, να διεισδύσει με εναλλακτικές ηπιότερες μεθόδους, στη συνείδηση των πολιτών άλλων χωρών με σκοπό την διαμόρφωση ευνοϊκής πολιτικής από τους πολιτικούς των (βλ. Σχήμα 1.4).

Ισοδυναμεί ουσιαστικά με μία πολιτική επιστήμη που περιλαμβάνει εκείνες τις μορφές επιρροής που δεν είναι «σκληρές» -υπό την έννοια της στρατιωτικής ισχύος- αλλά “μαλακές”, μολονότι κατά τον Θεοδωρακόπουλο (Σαμαράς 2014: 84) διευκρινίζεται ότι ο μανιχαϊστικής προέλευσης διττός όρος σκληρής – ήπιας ισχύος δεν αφορά τις περισσότερες χώρες παρά μόνον τις Η.Π.Α., υπό το πρίσμα ότι στηρίζονται στην ελκυστικότητα που πηγάζει από τη θετική έλξη του πολιτισμού, των πολιτικών αξιών και κατ’επέκταση των πολιτικών μίας χώρας, σε συνδυασμό με μία ενεργή Κοινωνία των Πολιτών.

Κατά τον αμερικανό αξιωματούχο η ήπια ισχύς δηλαδή η ικανότητα να προκαλείς, με μη άμεσο τρόπο, τα αποτελέσματα που επιδιώκεις στην πολιτική είναι ακριβώς αυτό το μέσο που οδηγεί σε μία επιτυχημένη πολιτική παγκοσμίως. Αποτελεί επίσης την έμπνευσή του για το βιβλίο του 2003 με τίτλο *Soft Power (Ήπια Ισχύς)*, όπου αναλύει τη σημασία του όρου και παράλληλα προτείνει στρατηγικές επίτευξης άσκησης επιτυχούς «ήπιας ισχύος» και συγκεκριμένα για τις Η.Π.Α., στο πλαίσιο της προσπάθειάς του να υποστηρίξει την εικόνα της τελευταίας και να ανατρέψει το τότε “αφήγημα” με αρνητικές προσδηλώσεις (ότι δηλ. είχε απωλέσει την ισχύ της στο διεθνές προσκήνιο). Σύμφωνα με τον Nye και τους προγενέστερους του οι διεθνείς θεσμοί, ο πολιτισμός, ιδεολογία, κ.ο.κ. αποκαλούν τα μέσα που απαρτίζουν την «ήπια» ισχύ μίας χώρας, τα οποία θα βοηθούσαν σημαντικά τις ΗΠΑ να ασκήσει σημαίνουσα εξωτερική πολιτική, εν μέσω μεταψυχροπολεμικού διεθνούς περιβάλλοντος. Πάντα αναφερόμενος στις Η.Π.Α ο Nye υποστήριξε ότι η ήπια ισχύς πηγάζει από την γοητεία που ασκεί ένα κράτος, βάσει των ιδεολογιών και πολιτικών

του, δηλ. της έννοιας της δημοκρατίας, των ανθρώπινων ελευθεριών/δικαιωμάτων, κ.ο.κ. Και η θελκτικότητα που ασκείται μέσω των παραπάνω αξιών θεωρεί πως αρκεί για τη βελτιστοποίηση της εικόνας της, τον προσηλυτισμό περισσότερων συμμάχων και κατ'επέκταση προσέλκυση των κυβερνώντων. Υπήρξαν όμως και σκέψεις άλλων αναλυτών που άσκησαν κριτική στη θεώρηση αυτή.

1.5. Κριτικές κατά ήπιας ισχύος.

Αμφίσημη, πολυδιάστατη και ρευστή η έννοια της ισχύος στη διεθνή πολιτική σκακιέρα έχει εγείρει διαφορετικές κριτικές από ειδικούς του χώρου καθώς θεωρούν ότι δεν είναι δυνατόν να καταμετρηθεί. Ακριβώς το γεγονός ότι η ισχύς ισοδυναμεί με αυτό που περιγράφεται από τον Mearsheimer (2007) ως το «νόμισμα» της πολιτικής δεν συνεπάγεται τη δυνατότητα καταμετρήσεώς της. Στη σφαίρα των διεθνών σχέσεων -σύμφωνα με τον τελευταίο- ισχύς είναι ό,τι αποτελεί το χρήμα για τα οικονομικά. Ακριβώς αυτή η αντιστοιχία της με το χρήμα της προσδίδει την αμφίσημη έννοιά της. Η καταμέτρηση της ήπιας ισχύος δεν είναι εφικτή διότι εμπεριέχει άυλες αλλά και υλικές συντεταγμένες. Φυσικό περιβάλλον, τεχνολογία, οικονομία, ακαδημία, πληροφόρηση, στρατιωτικός εξοπλισμός, εκπαίδευση ανθρώπινο δυναμικό, κ.ο.κ. είναι μία σειρά από διαρκώς μεταβαλλόμενους συντελεστές ισχύος που δεν μπορούν να εκτιμηθούν με ακρίβεια ώστε να καταγραφούν, αφενός διότι δεν αξιοποιούνται στο ίδιο πλαίσιο από όλα τα κράτη, αφετέρου διότι δεν επιδρούν με τον ίδιο βαθμό σε αυτά. Επιπλέον το ότι ένα κράτος έχει διαφορά ισχύος από ένα άλλο, ή υπερέχει π.χ. συγκεκριμένα στη στρατιωτική διάσταση, δε συνεπάγεται ότι θα κερδίσει σε μια ενδεχόμενη πολεμική διένεξη. Η ιστορία έχει δείξει ότι μολονότι μία τεράστια στρατιωτική δύναμη (ΗΠΑ) συγκρούστηκε με μία μικρότερη (Βιετνάμ) το αποτέλεσμα υπήρξε -για να δανειστούμε τον ιδεότυπο του κοινωνιολόγου Max Weber- «παράδοξο των μη προσδοκώμενων αποτελεσμάτων» (Weber, 2006:10), καθώς η υπεροχή στρατιωτικής ισχύος των ΗΠΑ δεν καθόρισε την έκβαση του πολέμου (Σαμαράς, 2014:95).

Ακριβώς αυτή η διάχυτη, μη συγκεκριμενοποιημένη θελκτικότητα που ασκεί ένα κράτος στους πολίτες άλλων κρατών -και κατ'επέκταση στα ίδια τα κράτη- αποτελεί και για τον Hudson το προβληματικό σημείο της θεωρίας του Nye περί ήπιας ισχύος. Επιπλέον εξαιτίας του “θολού” αυτού σημείου, που αφορά τη χρήση γοητείας για την άσκησή της, δεν υφίσταται σοβαρή ερευνητική πρόταση σχετικά με το πως είναι

δυνατόν να εφαρμοσθεί η ήπια ισχύς σε πρακτικό επίπεδο, όπως επίσης και να εκτιμηθούν τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την άσκησή της. Στο σημείο αυτό βέβαια θα πρέπει να σημειωθεί ότι σήμερα εφαρμόζεται το αμερικανικό μοντέλο προόδου, όσον αφορά στη μέτρηση της επιρροής της Δ.Δ. καθώς και των διεθνών δράσεων αναμετάδοσης (Data-driven Public Diplomacy, ACPD)

<https://2009-2017.state.gov/documents/organization/231945.pdf> accessed 25.6.2019 17:54.

Η κύρια ιδέα της θεωρίας του Nye που συγχέει τις διαπροσωπικές σχέσεις με τις διεθνείς εξομοιώνοντας την ισχύ της γοητείας (attractive power) (Nye, 2004:6) με την έλξη από τις έτερες πολιτικές κρατών, την καθιστά κατά κάποιο τρόπο “ρηχή” -αν όχι έωλη- αφού δεν αναφέρεται στη πολυπλοκότητα η οποία, κατά τον Hudson (2007), χαρακτηρίζει τη διαδικασία λήψης πολιτικών αποφάσεων στον τομέα της εξωτερικής πολιτικής και η οποία προκύπτει από τον συνδυασμό εσωτερικών και εξωτερικών εισροών που επεξεργάζονται υπό το φως των δυνατοτήτων του κράτους ή του εθνικού συμφέροντος (Σαμαράς 2014:97).

Επιπλέον η εκτίμηση του Nye περί του ότι τις πηγές της ήπιας ισχύος που παράγουν γοητεία, αποτελούν οι άυλες έννοιες της κουλτούρας -όχι μόνον της υψηλής/ελίτ όπως η λογοτεχνία, τέχνες και εκπαίδευση, αλλά και συγχρόνως της ποπ κουλτούρας (popular culture) που απευθύνεται στη διασκέδαση του πλήθους (Nye, 2004:7)- των πολιτικών αξιών ιδεολογιών/πρακτικών καθώς και της εξωτερικής στρατηγικής μίας χώρας (Nye, 2004:11), εγείρει έναν προβληματισμό:

Ποιός/ποιοί και πώς διαμορφώνει/ουν τη συγκεκριμένη κουλτούρα και το είδος των αξιών αυτών; Στο παγκοσμιοποιημένο, άμεσα διά-συνδεδεμένο, επικοινωνιακό περιβάλλον η παγκόσμια κοινή γνώμη αποφασίζεται από μία πληθώρα δρώντων και παραγόντων όπως τα ΜΜΕ, Κοινωνία των Πολιτών, εταιρείες κ.ο.κ., ή διαμορφώνεται από τους κρατικούς συντελεστές και σε ποιο βαθμό; Ποιός είναι ο ρόλος που μπορεί να διαδραματίσει η κοινή γνώμη στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (Σαμαράς, 2004:99);

Η κριτική στη θέση του Nye περί ήπιας ισχύος και δημόσιας διπλωματίας έχει απασχολήσει και άλλους ερευνητές όπως ο Brian Hocking, ο οποίος υποστηρίζει ότι υφίσταται μία αξιοσημείωτη λογική ασάφεια στη συζήτηση για τη δημόσια διπλωματία. Αναρωτιέται λοιπόν γιατί να γίνεται τόσος λόγος για δημόσια

διπλωματία εάν οι άνθρωποι «θέλουν να κάνουν αυτό που εσύ θέλεις να κάνουν» διαμέσου της πολιτισμικής συγγένειας (Seib, 2009:16). Βέβαια η παρατήρησή του αυτή, εν μέρει, εδράζεται στο γεγονός ότι λίγοι δρώντες κατέχουν όση ήπια ισχύ παρουσιάζεται από τον Nye να κατέχουν οι Η.Π.Α. Θα ήταν εφικτό έτσι να βρει εφαρμογή σε μικρές χώρες (όπως και η δική μας) που δεν κατέχουν τόση σκληρή ισχύ (hard power), στις Η.Π.Α. και τα μεγέθη διαφέρουν.

Εκτός από τον παραπάνω μελετητή, κριτική ασκεί και ο Ernest Wilson ο οποίος τη θέτει σε διαφορετικό πλαίσιο, σε αυτό της «έξυπνης» ισχύος. Σχετικά λοιπόν με το πλαίσιο, σχολιάζει ότι η έξυπνη ισχύς-πρακτική ενδέχεται να υφίσταται σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο, αλλά αντίστοιχα να εκλείπει σε ένα διαφορετικό. Υποστηρίζει πώς ό,τι έξυπνο ή μη, συναρτάται σε σχέση με το χώρο-χρόνο, οπότε όποια πρακτική-δράση θεωρείται έξυπνη σε μία χώρα και μάλιστα σε μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο, μπορεί θαυμάσια να μη θεωρείται ως τέτοια σε μία άλλη χώρα (λόγω μεγέθους, ιδεολογιών, πολιτεύματος, νοοτροπιών, σύνολο επικρατουσών συνθηκών) σε μία διαφορετική χρονική στιγμή.

Όσο για τον Y. Fan μας διαβεβαιώνει ότι η σύλληψη της ήπιας ισχύος είναι εθνοκεντρική γιατί βασίζεται στον ιδιαίτερο τρόπο σκέψης των πολιτών των Η.Π.Α (Rugh in Seib, 2009:16). Αυτό συμβαίνει επίσης διότι η θεωρία περί ήπιας ισχύος συμπεραίνει ότι η δύναμη εδράζεται στην «έλξη» που ασκεί ένα έθνος-κράτος στα υπόλοιπα. Η διαδικασία αυτή, υποστηρίζει, καθίσταται αρκετά πολύπλοκη εξαιτίας των διαφορετικών δρώντων που έχει μία χώρα και της διαφορετικότητας με την οποία προσλαμβάνουν την όποια γοητεία ή ελκυστικότητα που ασκεί η χώρα αυτή. Συνεπώς η σημαντικότητα ή μη της γοητείας εξαρτάται από την ταυτότητα των κοινωνικών ομάδων που επηρεάζονται και επίσης από το ποσοστό επιρροής που συμβάλει στη διαμόρφωση της πολιτικής.

Τέλος συμφωνώντας με τον Hudson (2007) επισημαίνει ότι η διαμόρφωση της πολιτικής σε εθνικό επίπεδο είναι μία σύνθετη διαδικασία η οποία διαφέρει από τα όποια συναισθήματα (γοητεία, συμπάθεια) χαρακτηρίζουν τις διαπροσωπικές σχέσεις.

1.6. Περί οξείας ισχύος (sharp power).

Ενώ λοιπόν η πιο υψηλή της στιγμή/άσκηση της ήπιας ισχύος πραγματοποιήθηκε

κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου και από τις δύο μεγάλες δυνάμεις (ΗΠΑ-Ρωσία) εξακολούθησε να υφίσταται και κατά την μετέπειτα εποχή, καθώς η απομάκρυνση από τη Ψυχροπολεμική περίοδο δεν συνεπάγονταν τη λήξη της άσκησής της αλλά, αντίθετα, τη συνέχισή της. Πολλοί μελετητές συμφωνούν ότι ουσιαστικά σήμερα έχει μετατραπεί από ήπια σε οξεία (sharp power) δύναμη, υπό την έννοια ότι μπορεί να παρεισφρήσει στο πολιτικό περιβάλλον της χώρας ή των χωρών στην/στις οποία/ες στοχεύει (όπως η Κίνα ή η Ρωσία), με σκοπό την χειραγώγηση των κοινών στόχων της/των, διαστρέφοντας τις πληροφορίες που φθάνουν σε αυτά <https://www.ialliapopsi.com/η-έννοια-της-οξείας-ισχύος/>

Κεφάλαιο 2. Δημόσια Διπλωματία.

2.1. Αποσαφήνιση Δημόσιας Διπλωματίας.

Ο όρος Δημόσια Διπλωματία εφευρέθηκε το 1960 κατά τον Cull (2019:170) και το 1965 κατά τον Seib (2009:24), από τον αμερικανό διπλωμάτη Edmund Guillon (Καπετανγιάννης, 2009: 42) κατά τη ψυχροπολεμική περίοδο, ενώ η άσκησή της γίνεται αντιληπτή ως μία διαδικασία διεθνών σχέσεων που δεν αφορά αποκλειστικά ένα είδος πολιτικής με δρώντες μόνον τις κυβερνήσεις των χωρών. Διαθέτει εκτενή περίοδο εφαρμογής και ισοδυναμεί με τον πυρήνα της εθνικής επικοινωνιακής πολιτικής (Καπετανγιάννης, 2009:43). Προσλαμβάνει το επίθετο δημόσια ακριβώς γιατί πολλές φορές η επιτυχία στο στίβο της εξωτερικής πολιτικής εξασφαλίζεται από την εμπλοκή της κυβέρνησης με το ξένο κοινό, τη ξένη κοινή γνώμη ή ακόμη με τη συμπλοκή των ξένων κοινών απευθείας μεταξύ τους (Cull, 2019:1). Επιπλέον διότι έρχεται να συμπληρώσει και να αναδείξει την παραδοσιακή Διπλωματία, ανταποκρινόμενη στις προκλήσεις που συνοδεύουν την επανάσταση των επικοινωνιών. Η Δ.Δ. έχει διττό στόχο: την επικοινωνία και τη αλληλό-δράση με το κοινό το οποίο αρχικά δέχεται και στη συνέχεια κάνει χρήση της πληροφορίας, τονίζοντας και αναγνωρίζοντας με τον τρόπο αυτό το σημερινό ρόλο της κοινής γνώμης στις εξελίξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής (Καπετανγιάννης, 2009:42-3). Όπως επισημαίνει ο Θεοδωρακόπουλος, η συνακόλουθη εξέλιξη του μέσου του ηλεκτρονικού διαδικτύου αναδεικνύει τη δημόσια διπλωματία επιφέροντας πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα, δηλ. το αποκαλούμενο «synergy effect» (Σαμαράς, 2014:83).

Αλλιώς θα μπορούσαμε να την περιγράψουμε ως τη διπλωματία -η οποία ορίζεται πρωταρχικά από τον Gilboa (2001:1) ως διεθνής διαπραγμάτευση, ως ένα σύστημα επικοινωνίας μέσω του οποίου οι εκπρόσωποι των κρατών όπως επίσης και οι διεθνείς και παγκόσμιοι δρώντες συμπεριλαμβανομένων των εκλεγμένων επισήμων, εκφράζουν και υπερασπίζονται τα συμφέροντά τους δηλώνουν τις αιτιάσεις/καταγγελίες/παράπονά τους και εκδίδουν τελεσίγραφα ή απειλές- που ασκείται διαμέσου εμπλοκής με το ξένο κοινό. Για τον Θεοδωρακόπουλο (Σαμαράς, 2004:82) η διπλωματία είτε είναι παραδοσιακή είτε δημόσια στην ουσία αποτελεί μία γραπτή τέχνη (Nicholson 1964:1): άρα επικοινωνία. Αυτού του είδους η επικοινωνία αποτελεί την τεχνική που ορίζεται ευρέως ως δημόσια διπλωματία (Θεοδωρακόπουλος στο Σαμαράς 2014: 77). Αποδίδεται επίσης εκτός από soft power, ως προπαγάνδα, lobbying, nation branding, public diplomacy, ή εντέλει «διπλωματία σε διάτρηση της κοινωνίας» (Θεοδωρακόπουλος στο Σαμαράς 2014:82).

2.2. Διαχωρισμός Δημόσιας Διπλωματίας και Προπαγάνδας.

Καθώς πολλοί ειδικοί όπως π.χ. ο πρώην διπλωμάτης Θεοδωρακόπουλος στο Σαμαράς (2014:83) έχουν παρατηρήσει μία θεμελιακή και αξονική ταυτοσημία της δημόσιας διπλωματίας και της προπαγάνδας -στο βαθμό που διπλωματία-προπαγάνδα αποτελούν εκφάνσεις της «εκτατικής πυράς» χαρακτηρισμός που αποδίδεται από τον πρώην διπλωμάτη για την επικοινωνία (Σαμαράς, 2014:82)- ή όπως οι Cull, Culbert & Weltch (2003) επισημαίνουν ότι εμφωλεύει στοιχεία της τελευταίας (Σαμαράς, 2014:107), θα διευκρινίσουμε ότι μολονότι και οι δύο διαδικασίες μπορούν να παρομοιαστούν με το νερό, είναι σαν να προσπαθούμε να συγκρίνουμε έναν αναταραγμένο ωκεανό με το νερό που αναβλύζει από ένα ρυάκι. Και αυτό διότι η Δημόσια Διπλωματία και η προπαγάνδα διαχωρίζονται σε σχέση με την ποιότητά τους από μία ειδοποιό διαφορά: η πρώτη προσομοιάζει στο διαυγές νερό που προσδίδει ζωή και επιπλέον συμβάλει στη διατήρησή της, ενώ, αντίθετα, η δεύτερη προσομοιάζει με δυνατό, ατίθασο νερό πηγής που δεν είναι πόσιμο, άρα καθίσταται αυτομάτως επικίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία. Επίσης, μολονότι όντως συνδέονται, διαφέρουν ως προς τις ιδιότητές τους αφού η Δημόσια Διπλωματία είναι δυσεύρετη όπως το ζωτικό ύδωρ, ενώ η προπαγάνδα είναι ευρέως διαδεδομένη. Επιπλέον η προπαγάνδα αποτελεί μία αυστηρά μονόδρομη τακτική αφού μέριμνά της είναι να

προωθήσει το όποιο μήνυμά της σε ένα ακροατήριο και συγχρόνως να τους πείσει ότι το συγκεκριμένο μήνυμα είναι και το σωστό. Ενώ αντίθετα η δημόσια διπλωματία (επιδιώκει να) εμπλέξει την άλλη πλευρά με αρχική διάθεση να την ακούσει (listening) και στη συνέχεια να προσπαθήσει να την αντιληφθεί προκειμένου να αναπτύξει μία αμφίδρομη σχέση μεταξύ τους, με σκοπό την αμοιβαία κατανόηση/δράση (Cull, 2019:8).

Παρόμοια θέση για τη Δημόσια Διπλωματία αναπτύσσεται από τον βρετανό επί τιμής καθηγητή Berridge (2015:208) ο οποίος ορίζει την προπαγάνδα ως διαδικασία χειραγώγησης των συμπεριφορών του κοινού για πολιτικούς στόχους, διαμέσου των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, και τονίζει το διαχωρισμό της, από τους δημιουργούς της, σε λευκή και μαύρη. Έτσι παρομοιάζει τη Δ.Δ. με τη μοντέρνα εκδοχή που χρησιμοποιείται για τη λευκή προπαγάνδα. Όπου λευκή αποκαλείται η προπαγάνδα που αποκαλύπτει τις πηγές της σε αντίθεση με τη μαύρη που τις αποκρύπτει (Berridge, 2015:198).

Επιπλέον συνδέει την Δημόσια Διπλωματία με την ονομασία που χρησιμοποιούμε για να αναφερθούμε στη δική μας προπαγάνδα, ενώ την ίδια στιγμή βαφτίζουμε «προπαγάνδα» τη δράση της άλλης πλευράς. Παραδέχεται παράλληλα ότι ανεξαρτήτως του πώς την αποκαλούν οι δύο πλευρές, η χρησιμότητα, όπως επίσης και ο σκοπός της πρώτης είναι -αντίθετα με τη συμβατική διπλωματία που εφαρμόζει απευθείας επιρροή στις ξένες κυβερνήσεις- να επηρεάσει με έμμεσο τρόπο τις ξένες κυβερνήσεις. Αυτό προϋποθέτει την προσφυγή της Δ.Δ., διαμέσου της δύναμης του συγκινείν, σε εκείνους που ασκούν επιρροή στους κυβερνώντες, είτε εν μέσω αυστηρών αυταρχικών καθεστώτων όπου οι τελευταίοι αφορούν την ισχυρή-σημαίνουσα μειοψηφία («influential few»), είτε σε χαλαρότερα πολιτικά καθεστώτα ή/και σε καθεστώτα φιλελεύθερης δημοκρατίας (Berridge 2015:208).

2.3. Ορολογία Δημόσιας Διπλωματίας.

Οι όροι που χρησιμοποιούνται διεθνώς για την αποτύπωση της επιχείρησης/ διεξαγωγής εξωτερικής πολιτικής/τακτικής μέσω της δέσμευσης/εμπλοκής του παγκόσμιου κοινού δηλ. Δημόσιας Διπλωματίας από χώρα σε χώρα διαφέρει. Οι Ισραηλινοί κάνουν λόγο για «εξήγηση», οι Κινέζοι για διασαφήνιση, μετάδοση και διδασκαλία, ενώ οι Ιάπωνες αποκαλούν την παραπάνω διαδικασία ως πολιτιστική

ανταλλαγή ακόμη και στην περίπτωση που δεν αφορά την κουλτούρα ή οποιαδήποτε άλλου τύπου ανταλλαγή μεταξύ δύο μερών. Όσο για τους Γάλλους χρησιμοποιούν τον όρο «διπλωματία της επιρροής», ενώ για τους Βρετανούς και πιο συγκεκριμένα για το Βρετανικό Υπουργείο Εξωτερικών (Foreign Office Commonwealth) η Δ.Δ. αντιστοιχεί σε «στρατηγική επικοινωνίας».

Οι μικρότερες χώρες, όπως η δική μας, συλλαμβάνουν τη διαδικασία αυτή υπό το πρίσμα μίας εικόνας διαχείρισης κράτους (nation branding) ή άλλων εμπορευματικών πρακτικών, όπως των διεθνών σχέσεων ή της προώθησης του τουρισμού. Ο Καναδάς τέλος αναφέρεται στη διαδικασία ως δικηγορία-συνηγορία και εν τέλει ο πιο ανώδυνος όρος αποδίδεται στους αμερικανούς που χρησιμοποιούν την ονομασία Δημόσια Διπλωματία για να περιγράψουν την παραπάνω διά-δραστική διαδικασία.

Η βασική ιδέα της Δ.Δ. πάντως συνίσταται σε μία ευθεία επικοινωνία με αλλογενείς πολίτες με σκοπό τον επηρεασμό της σκέψης των και -σε τελική ανάλυση- αυτής των κυβερνήσεων των (Gilboa, 2001:4).

Ο περιορισμός του όρου Δημόσια Διπλωματία χρωστάει περισσότερα στη σύμπτωση της ανάγκης να εξηγηθεί ο μετά-ψυχροπολεμικός ρόλος του κοινού στις εξωτερικές υποθέσεις μέσω της υπεροχής των Η.Π.Α., παρά της θεωρητικής τελειότητας της χώρας, κ.ο.κ. Ωστόσο ο όρος υιοθετήθηκε από δυτικές γραφειοκρατίες πέραν των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής και επεκτάθηκε και στον ακαδημαϊκό κόσμο, εκτός από τη χρήση του ως τίτλος τμημάτων σε ξένα Υπουργεία και επαγγελματικές εξειδικεύσεις. Κατά τον συγγραφέα του βιβλίου *Searching for a Theory of Public Diplomacy* (Ψάχνοντας για μία θεωρία για τη Δημόσια Διπλωματία) του Eytan Gilboa (2008), μολονότι ανέκαθεν υπήρξαν μελετητές που εξέτασαν τη Δημόσια Διπλωματία, δεν εφευρέθηκε μία γενική θεωρία που να την καλύπτει, παρά μόνον συνεισφορές από πολλαπλούς επιστημονικούς κλάδους, όπως ο ιστορικός, των διεθνών σχέσεων, της επικοινωνίας αλλά και της ψυχολογίας και των δημοσίων σχέσεων.

Επιπροσθέτως ο όρος χρησιμοποιείται σε πληθώρα τίτλων άρθρων, βιβλίων, περιοδικών, ακαδημαϊκών οργανισμών, επαγγελματικών τίτλων, ακόμη και σε προγράμματα μεταπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών.

Οι υιοθετηθέντες όροι από τα λεξιλόγια των διαφόρων χωρών χρησιμοποιούνται για

την εννοιολογική τους βαρύτητα, π.χ. ο όρος στρατηγική επικοινωνία επικαλείται τη στρατιωτική σφαίρα και άρα έχει επιλεγεί για να ικανοποιήσει τους κρατόντες τα ηγία και εκείνους που αντιλαμβάνονται τον κόσμο, υπεράνω όλων και άλλων, μέσα από ένα στρατιωτικό πρίσμα.

Γενικώς ο όρος Δημόσια Διπλωματία «μιλάει» μόνος του, μέσω μίας εικόνας σκληραγωγημένων επαγγελματιών επιφορτισμένων με τις εξωτερικές υποθέσεις των χωρών τους, ή αλλιώς του διπλωμάτη που επικοινωνεί τη χώρα του από άκρη σε άκρη (βλ. Σχήμα 1.1.). Για τον Θεοδωρακόπουλο ο Πρέσβης είναι ο αρχιλομπίστας της χώρας του (Σαμαράς 2012: 79). Η επιλογή του όρου «δημόσια» δεν είναι τυχαία αφού ως «Δημόσια» η Διπλωματία είναι πιο πειστική και ασκεί επιρροή όχι μόνον από την ικανότητα των Η.Π.Α. να εξάγουν το δικό τους τρόπο σκέψης, αλλά επειδή διαθέτει μία επιπλέον αξία στο γεγονός ότι εμπλέκει το ξένο κοινό. Διαμέσου της αξίας αυτής η πρακτική τοποθετείται στη σφαίρα των πολιτικών διεθνών σχέσεων. Έτσι ο κόσμος της διπλωματίας φαντάζει καλύτερος από τον επιχειρηματικό κόσμο των δημόσιων σχέσεων των κρατών και συγχρόνως αποφεύγεται το συγκαλυμμένο πλαίσιο χειραγώγησης μέσα από το οποίο Βρετανοί ομιλητές αντιλαμβάνονται από τη χρήση του όρου «προπαγάνδα».

Έτσι ο όρος Δημόσια Διπλωματία (public diplomacy) είναι βοηθητικός, εφόσον τοποθετεί τη διαδικασία της δέσμευσης με το κοινό ως μία μορφή διπλωματίας, δηλ. ως μία από τις μεθόδους που αναζητά ο διεθνής δρών για να διαχειριστεί το παγκόσμιο-διεθνές περιβάλλον (Cull, 2019:2-3).

Οποσδήποτε ο όρος Δ.Δ. είναι συνώνυμος με τον επηρεασμό, ενώ από μία άλλη οπτική, προτείνει/υποδηλώνει την ικανότητα να χειραγωγηθεί το κοινό, μέσω ενός «ζωώδους» μαγνητισμού. Στα πλαίσια της Δ.Δ. εμπεριέχεται και ο όρος διαχείρισης εικόνας κράτους (nation branding), ο οποίος αντιστοιχεί σε μία επιχειρηματική δράση: υπό την έννοια ότι προωθεί την πώληση μίας μάρκας (εικόνας κράτους) με τη χρήση διαφημιστικών λογότυπων κ.ο.κ. (Cull, 2019:1-3).

2.4.Αποσαφήνιση Nation Branding/Διαχείριση εθνικής ταυτότητας/εικόνας-Ελλάδα.

Κατά τον Dinnie (Σαμαράς, 2012: 41), καθώς το παγκοσμιοποιημένο σημερινό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από συνεχή και άμεση διάχυση πληροφοριών, ο άλλοτε

ιστορικός ανταγωνισμός κρατών σε στρατιωτικό και οικονομικό επίπεδο μεταφράζεται σήμερα σε όρους ανταγωνισμού φήμης και επιρροής μεταξύ των. Απόρροια αυτού είναι η στροφή των κυβερνώντων σε στρατηγικές του nation branding δηλ. της διαχείρισης της εικόνας ενός έθνους με όρους διαφήμισης εμπορικής μάρκας, ως μίας μεθόδου βελτίωσης απήχησης της χώρας τους διεθνώς και (άρα) της συνακόλουθης ευνοϊκότερης επίδοσης στους σημαντικούς τομείς προωθήσεως των εξαγωγών, του τουρισμού της προσέλκυσης επενδύσεων και της παγκόσμιας επιρροής. Ο όρος διαχείριση εικόνας κράτους αντιστοιχεί σε μία επιχειρηματική δράση υπό την έννοια ότι προωθεί την πώληση μίας μάρκας (εικόνας κράτους) με τη χρήση διαφημιστικών λογότυπων, κ.ο.κ. (Cull, 2019:1-3). Για τον Doyle (Σαμαράς, 2014:41) η επιτυχημένη μάρκα είναι ένα σύνολο ονόματος, σχεδίου, συμβόλου που προσδιορίζει την ταυτότητα του προϊόντος ενός οργανισμού με σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ο Keller υποστηρίζει ότι η διαδικασία της στρατηγικής διαχείρισης εικόνας ενός κράτους περικλείει τόσο το σχεδιασμό όσο και την πραγματοποίηση προγράμματος μάρκετινγκ και δράσεων που αφορούν τη μέτρηση και διαχείριση του κεφαλαίου το οποίο προκύπτει από την εμπορική μάρκα του κράτους αυτού (Σαμαράς, 2014:42).

Ο όρος διαχείριση εικόνας κράτους αντικατοπτρίζει μία σφαίρα αστική δημιουργική, επαγγελματική με ολισθηρή κλίση στις πωλήσεις, δείγματα λογοτύπων και ένα ανοικτού-τύπου γραφείο (Cull, 2019:2-3), όπως π.χ. συμβαίνει στη χώρα μας <https://youtu.be/gaenAbLF6OA> #VisitGreece. Μικρές χώρες όπως η δική μας χρησιμοποιούν συχνά την εικόνα τους ως μάρκα-λογότυπο, προκειμένου να διαφημιστούν για συγκεκριμένους λόγους και με συγκεκριμένο σκοπό όπως ακριβώς συμβαίνει και με ένα διαφημιστικό προϊόν. Η διαχείριση της ελληνικής εθνικής ταυτότητας έφθασε στο απόγειό της κατά τη διάρκεια της άκρως επιτυχημένης διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων, μία εποχή που η θέση της Ελλάδας αναβαθμίστηκε στο διεθνή χάρτη προσλήψεων, ενώ από τότε βρίσκεται σε κάθοδο σε μία χρονική περίοδο που εκτείνεται από την έναρξη της οικονομικής κρίσης (2009) και εφαρμογής μνημονίων μέχρι τις μέρες μας. Απόρροια του γεγονότος αυτού είναι ότι η καταβαράθρωση της εικόνας της Ελλάδας συμπαρέσυρε τις δυνατότητες άσκησης ήπιας ισχύος και Δημόσιας Διπλωματίας οι οποίες υπέστησαν τότε καίρια πλήγματα.

2.5. Περιεχόμενα/συστατικά Δημόσιας Διπλωματίας.

Ας εξετάσουμε όμως όλα τα περιεχόμενα που απαρτίζουν τη δέσμευση του ξένου κοινού, καθώς ιστορικά εντοπίζονται πέντε διακριτοί τρόποι μέσω των οποίων οι διεθνείς δρώντες επικοινωνούν/απασχολούν το/α ξένο/α κοινό/ά: ακρόαση, συνηγορία, πολιτιστική διπλωματία, ανταποδοτική διπλωματία, και ειδήσεις/ διεθνείς αναμεταδόσεις/ ραδιοφωνία, (Seib, 2009:24, Fragkonikolopoulos, 2012: 16, Cull, 2019:4) (βλ. Σχήμα 1.2.).

-Ακρόαση (Listening).

Η θεμελιώδης μορφή εξωτερικής πολιτικής μέσω της εμπλοκής με το κοινό είναι η διαδικασία της ακρόασης (Cull, 2019:4), η οποία δε συμπεριλαμβάνεται κατά τον Φραγκονικολόπουλο (2012:10) στην άσκηση της ελληνικής δημόσιας διπλωματίας την οποία χαρακτηρίζει μονολογική (monological) και στενής οπτικής (narrow orientation) (Φραγκονικολόπουλος 2012:3), καθώς θεωρεί ότι δεν έχει εναρμονιστεί με το σύγχρονο γίνεσθαι αφού δεν έχει αντιληφθεί ότι σημαντικός είναι ο δρων που ακούει και αντιλαμβάνεται και όχι αυτός που απλά «μονολογεί».

Η ακρόαση αποτελεί την απόπειρα του δρώντος να διαχειριστεί το διεθνές περιβάλλον μέσω συγκομιδής και ανάλυσης των δεδομένων που αφορούν το παγκόσμιο κοινό και στη συνέχεια αξιοποίησής τους ώστε να ανακατευθύνει την πολιτική ή την επικοινωνία σύμφωνα με αυτά. Μολονότι οι ανωτέρω συστηματικές εκτιμήσεις για τη ξένη γνώμη είναι σημείο της μετά-νεωτερικότητας, η εκτίμηση περί ηθικής του γείτονα υπήρξε ανέκαθεν στόχος της πολιτικής τέχνης, ειδικά εν καιρώ πολέμου. Στις μέρες μας η διαδικασία της ακρόασης (listening) πραγματοποιείται διαμέσου όλων των μέσων επαφής με το κοινό, συμπεριλαμβανομένης της έρευνας γνώμων, ανοικτού δικτύου σπουδές Μέσων καθώς και πάρα πολλές συζητήσεις (διαδικτυακές ή μη) μεταξύ διπλωματών και μελών του κοινού (Cull, 2019:4). Η συγκέντρωση και μελέτη των κατάλληλων πληροφοριών σχετικά με τους στόχους μπορεί να επιτευχθεί μέσω πρεσβειών, πολιτικό-οικονομικό-πολιτιστικών εξελίξεων αλλά και πολλών άλλων μέσων όπως τα MME. Στον 21ο αιώνα τα εργαλεία της πολιτικής επιστήμης συμπεριλαμβανομένων των polls έχουν προστεθεί στη διπλωματική εργαλειοθήκη των διπλωματών. Επιπροσθέτως η ψηφιοποίηση των Μέσων επεκτείνει την ταχύτητα και την έκταση της ακρόασης. Η ακρόαση παίζει

αξιοσημείωτο ρόλο στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, χάριν της διαφάνειας, καθιστώντας τους δρώντες ικανούς να ανασύρουν ιδέες και μηνύματα που συντελούν στη διαμόρφωση της γνώσης τους για το κοινό (target population) στο οποίο στοχεύουν (Cull, 2019:24).

- Συνηγορία/Υπεράσπιση (Advocacy).

Η συνηγορία είναι η απόπειρα του δρώντος να διαχειριστεί το παγκόσμιο περιβάλλον υποστηρίζοντας μία ειδική πολιτική/ιδέα/αξία ή τα γενικά ενδιαφέροντα του δρώντος. Η μοντέρνα συνηγορία ή επιχειρηματολογία εμπεριέχει την προσαρμοσμένη επικοινωνιακή καμπάνια συμπεριλαμβανομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τις σχέσεις Πρεσβειών με τον τύπο και την εργασία/απασχόληση με την Ενημέρωση. Η προφανής σχέση/συγγένεια της πολιτικής με τη συνηγορία δηλ. το ελεγχόμενο «από τα πάνω» προϊόν/θέση/μήνυμα που προκύπτει από τη διαμόρφωση της δημόσιας προσέγγισης των ξένων πληθυσμών, με βάση την ανάλυση των διαθέσιμων πληροφοριών από τις κυβερνήσεις (βλ. Σχήμα 1.1.) προκειμένου να προσελκυστούν και προσεταιριστούν τις πολιτικές του ενδιαφερόμενου κράτους, την καθιστά προτεραιότητα για τους ειδικούς της εξωτερικής πολιτικής. Για τους παραπάνω λόγους, παρόλο είναι μικρότερης διάρκειας (shorter term), της χορηγείται η προνομιούχος θέση στη κορυφή της πυραμίδας της συνολικής δομής της συμπλοκής με το κοινό (Cull, 2019:4-5) (βλ. Σχήμα 1.2.).

- Πολιτιστική Διπλωματία (Cultural diplomacy).

Η Πολιτιστική διπλωματία συνίσταται στην προσπάθεια των δρώντων να διαχειριστούν το παγκόσμιο περιβάλλον μέσα από την διευκόλυνση της εξαγωγής ενός στοιχείου που αφορά τη ζωή, πεποίθηση ή τέχνη του συγκεκριμένου δρώντος. Αφορά επίσης τη φιλοξενία και συμμετοχή σε δημόσια δρώμενα της χώρας φιλοξενίας ενώ μπορούν να παρατεθούν πολλά παραδείγματα όχι μόνον από το παρελθόν αλλά και από τη σύγχρονη μετά-νεωτερική πραγματικότητα. Ένα παράδειγμα από την αρχαιότητα αποτελεί η ελληνική κατασκευή της μεγάλης βιβλιοθήκης της Αλεξάνδρειας τον τρίτο αιώνα π.Χ., από τη ψυχροπολεμική περίοδο οι παραστάσεις σε όλο τον κόσμο των ρωσικών μπαλέτων Bolshoi χρηματοδοτούμενες από τη ρωσική κυβέρνηση, ή η προώθηση των επισκέψεων των συγκροτημάτων μουσικής τζαζ από την αμερικανική κυβέρνηση, ενώ από τη μετά-

νεωτερική εποχή η ανταλλαγή φοιτητών μεταξύ Πανεπιστημίων, οι αδελφοποιήσεις πόλεων, οι αθλητικές ανταλλαγές, οι υποτροφίες αμερικανικών, βρετανικών, κινεζικών Πανεπιστημίων. Ειδικότερα για το Ηνωμένο Βασίλειο, η ενασχόληση ενός βρετανικού πρακτορείου επιφορτισμένου με τις πολιτιστικές σχέσεις που αφορούν το κοινό αποτελεί δράση Δημόσιας Διπλωματίας (Cull, 2019:5). Το πρακτορείο αυτό δεν είναι άλλο από το, παγκοσμίως γνωστό, Βρετανικό Συμβούλιο το οποίο έχει παραρτήματα εκτός από τη χώρα μας στη Βουλγαρία κ.λ.π. και το οποίο επαναλειτούργησε το 2013 πλήρως ανανεωμένο στο Ηνωμένο Βασίλειο (Higgins, 2015:228-9). Η συγκεκριμένη μορφή διπλωματίας συμβάλει στην αναβάθμιση του προφίλ της χώρας και αποτελεί έναν συνδυασμό κυβερνητικής δράσης «από τα πάνω» με αδιαμεσολάβητη δράση μεταξύ ανθρώπων (People-to-People) (Cull, 2019:7).

-Ανταλλακτική Διπλωματία (Exchange diplomacy).

Η μορφή αυτή της διπλωματίας αφορά την προσπάθεια των δρώντων να διαχειριστούν το παγκόσμιο περιβάλλον ανταλλάσσοντας πολίτες που ταξιδεύουν και φιλοξενούνται από τη μία χώρα στην άλλη, π.χ. για μία ακαδημαϊκή περίοδο σπουδών ή για αθλητικούς σκοπούς κ.ο.κ. Σήμερα, ειδικά στην Αμερική, οι ανταλλαγές είναι ένα καθοριστικό εργαλείο παγκόσμιας απήχησης της χώρας στον υπόλοιπο κόσμο. Αποτελεί δε μία ειδική προτεραιότητα των Η.Π.Α η οποία υποστηρίζει την ανταλλαγή όχι μόνον σε αθλητικό και εκπαιδευτικό επίπεδο αλλά και ανάμεσα στα περισσότερα άλλα στοιχεία της Δημόσιας Διπλωματίας, δηλ. (πολιτιστικά, οικονομικά-πολιτικά κ.ο.κ.) (Cull, 2019:5).

Έτσι στα πλαίσια της Διπλωματίας των Ανταλλαγών, ουσιαστικά ένα κράτος προβάλλει την ήπια ισχύ του σε ένα ή πολλά άλλα κράτη διαμέσου του πολιτισμού του (μουσικά συγκροτήματα, χορευτικές-θεατρικές παραστάσεις), των αξιών του (δημοκρατικά ιδεώδη) της εκπαίδευσης (ακαδημαϊκά ανταλλακτικά σεμινάρια, προσφερόμενες υποτροφίες Πανεπιστημίων, οικονομικών (Coca Cola, British Tea, Fiat, Hyundai, Honda, Mercedes) και πολιτικών ανταλλαγών. Η συγκεκριμένη μορφή διπλωματίας επενδύει/στοχεύει στο «χτίσιμο» σχέσεων και αφορά μία διαδικασία πιο μακροπρόθεσμης διάρκειας (Longer Term) (Cull, 2019:7).

-Παγκόσμια αναμετάδοση (International Broadcasting).

Η διαδικασία της ραδιοτηλεοπτικής αναμετάδοσης είναι παράλληλη με τη διαδικασία της επέκτασης μιας συγκεκριμένης θέσης-επιχειρηματολογίας, υπό την έννοια ότι δεν τίθεται υπό συζήτηση, αλλά υπό τη μορφή παρουσίασης (ή δήλωσης περί παρουσίασης) μίας αντικειμενικής συνολικής εικόνας του κόσμου. Η έλευση των ηλεκτρονικών Μέσων κατέστησε ικανή τη διαδικασία αναμετάδοσης ειδήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο χωρίς σύνορα. Ακόμη και εάν από το ξεκίνημά τους η δικηγορία-επιχειρηματολογία, η κουλτούρα και τα ανταλλακτικά στοιχεία σε πολιτισμικό, οικονομικό-πολιτικό και εκπαιδευτικό επίπεδο αποτελούσαν τμήμα της παγκόσμιας αναμετάδοσης, το περιεχόμενο (content) των ειδήσεων και μόνον εκείνο καθιστούσε το μέσο ιδιαίτερο. Η παγκόσμια αναμετάδοση ειδήσεων αποτέλεσε τμήμα της νίκης των συμμαχικών δυνάμεων στο δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, της διεξαγωγής του Ψυχρού Πολέμου και της επίβλεψης της διαβίβασης σε μία παγκόσμια κοινότητα. Οποτεδήποτε οι ειδήσεις διανεμήθηκαν στο παρελθόν ή διαβιβάζονται σήμερα είτε μέσω ραδιοφώνου, τηλεόρασης είτε ως περιεχόμενο σε συσκευή χειρός, αποτέλεσαν και αποτελούν ένα ζωτικό τμήμα της Δημόσιας Διπλωματίας (Cull, 2019:6).

Όπως είναι επόμενο η διαφήμιση και προώθηση των προγραμμάτων Μέσων Ενημέρωσης και δρώμενων όπως και οι σχέσεις μεταξύ των Μέσων (συναντήσεις και επικοινωνία με δημοσιογράφους, εκδότες και παραγωγούς) αποτελούν τμήμα της δράσης της Δημόσιας Διπλωματίας. Ομοίως η παγκόσμια αναμετάδοση αφορά την ενημέρωση/ επηρεασμό της διεθνούς κοινής γνώμης και των πληθυσμών άλλων κρατών, μέσω των διεθνών MME (International Broadcasting).

2.6. Περί δομής Δημόσιας Διπλωματίας.

Ας σημειωθεί εδώ ότι οι στρατιωτικές πρωτοβουλίες στο χώρο της στρατηγικής επικοινωνίας, επιχειρήσεων πληροφόρησης και ψυχολογικού πολέμου, ομοιάζουν σε μεγάλο βαθμό πλην όμως δεν είναι ίδιες με τις τακτικές της Δημόσιας Διπλωματίας, διότι προκαλούν υποψίες και ερωτηματικά σε ότι αφορά την αξιοπιστία τους σε σχέσεις με τις δράσεις των πολιτικών οργάνων του κράτους (Seib, 2009: 24).

Ένα ζήτημα που προκύπτει από τη δομή της Δημόσιας Διπλωματίας είναι η δυσκολία που ανακύπτει από τη διαφορετικότητα κάθε στοιχείου της όσον αφορά στις πηγές αξιοπιστίας, και απαιτεί ελαφρά διαφοροποιημένες σχέσεις στα υπουργεία εξωτερικών και στους επικεφαλής κρατών. Συγκεκριμένα ως προς το πρώτο στοιχείο που αφορά την ακρόαση (listening), ο/η επιφορτισμένος/η με τη διαδικασία αυτή θα

πρέπει να είναι σε θέση να τροφοδοτήσει την πολιτική με το υλικό. Αντίστοιχα στο στοιχείο της συνηγορίας/υπεράσπισης (advocacy) ο δρών πρέπει να έχει την ικανότητα να αντικατοπτρίζει πλήρως την πολιτική, συνεπώς είναι απαραίτητο να υπηρετεί σε στρατηγική θέση πλησίον των παραγωγών της ξένης πολιτικής. Στο πολιτιστικό επίπεδο ο/η πολιτιστικός διπλωμάτης θα πρέπει να συνδέεται πειστικά με την πηγή της κουλτούρας -παρά της πολιτικής- ενώ παράλληλα θα πρέπει να υποβοηθάται, αλλά από απόσταση ασφαλείας, από τους παραγωγούς της ξένης πολιτικής. Όσο για τον/την διπλωμάτη επιφορτισμένο/η με την ανταλλακτική διπλωματία, η πειθώς του επαφίεται στην πρόσληψη αμοιβαιότητας που εμπεριέχεται στην εργασία του/της. Τέλος ο/η διεθνής αναμεταδότης/τρια ειδήσεων κρίνεται από τη συμμόρφωσή του/της στους άγραφους νόμους της τέχνης του/της, και τον (τυχόν) «τραυματισμό» του/της από την κοντινή του επαφή με τους παραγωγούς της πολιτικής που προορίζεται για το ξένο κοινό.

Αυτή η διχοτομία στις πηγές της πειθούς ισοδυναμεί με τον κίνδυνο το ένα στοιχείο να βλάψει το/α άλλο/α, ή και όλα τα υπόλοιπα στοιχεία. Υπό την έννοια αυτή η δομή της Δημόσιας Διπλωματίας μπορεί να μολύνει ή/και βλάψει την πρακτική που υιοθετεί.

Δεδομένης της ευαισθησίας της αλληλεπίδρασης των στοιχείων μεταξύ τους, θα ήταν εύκολο να συμπεράνουμε ότι εάν ένα κράτος διατηρεί /διαθέτει ξεχωριστό τομέα για κάθε στοιχείο της Δημόσιας Διπλωματίας θα μπορούσε θαυμάσια να ανθίσει και να επεκτείνει επιτυχώς τη Δημόσια Διπλωματία του. Ο Cull (2019:164) προτείνει ως ένα «μάθημα» για αποτελεσματική δημόσια διπλωματία το διαχωρισμό των στοιχείων που την απαρτίζουν σε προστατευμένες μονάδες που συντονίζονται σε ανώτατο επίπεδο και της προσδίδουν αξιοπιστία. Είναι δυνατόν να φανταστούμε ένα κράτος στο οποίο κάθε συστατικό της Δ.Δ. μπορεί να αναπτυχθεί ομαλά με τους δικούς του κανόνες διότι εκπροσωπείται από το δικό του, ξεχωριστό οργανισμό και αυτό είναι η Βρετανία (Seib, 2009: 24-5).

2.7.Δημόσια Διπλωματία Ηνωμένου Βασιλείου.

Η δόμηση της βρετανικής Δ.Δ. αφορά επίσης ένα κοντινό παράδειγμα στο παραπάνω σχήμα που εγγυάται την επιτυχία στο συγκεκριμένο τομέα. Υπεύθυνο για τη διαμόρφωση του δημόσιου λόγου που θα προωθηθεί διεθνώς από το Ηνωμένο

Βασιλείο και στους λαούς-στόχους αποτελεί σε γενικές γραμμές το Υπουργείο Εξωτερικών (Foreign and Commonwealth Office), όπου φιλοξενείται τμήμα Δ.Δ. Η πολιτιστική και ανταλλακτική διπλωματία υλοποιείται υπό την ευθύνη του Βρετανικού Συμβουλίου (British Council). Υπεύθυνο για τη διεθνή ενημερωτική πολιτική και αναμετάδοση του Ηνωμένου Βασιλείου είναι η εκδοτικά ανεξάρτητη Παγκόσμια Υπηρεσία Βρετανικού Ραδιοτηλεοπτικού Οργανισμού τοπικής Αυτοδιοικήσεως (World Service of the British Broadcasting Corporation) και η Υπηρεσία Διεθνών Εκπομπών.

Όλες ανεξαιρέτως οι παραπάνω λειτουργίες των βρετανικών φορέων (ΥΠΕΞ, British Council, BBC) απαρτίζουν τη βρετανική δημόσια διπλωματία και είναι επιφορτισμένες με τη συγκέντρωση και ανάλυση των πληροφοριών περί των ξένων κρατών και των πληθυσμών των, συμπεριλαμβάνουν τη διαδικασία της ακρόασης με το πιο αντιπροσωπευτικό και φημισμένο όργανο: τη ραδιοφωνική εκπομπή του BBC (Radio Monitoring Service στο Caversham Park).

Η όλη προσπάθεια με χαλαρό ρυθμό συντονίζεται από το Public Diplomacy Board (Επιτελείο Δημόσιας Διπλωματίας) υπό την Προεδρία του Δ/ντή Επικοινωνίας του Υπουργείου Εξωτερικών (Foreign Office Director of Communications), όπου επιπλέον περιλαμβάνονται δύο ιδιωτικά μέλη εξειδικευμένα στην επικοινωνία. Υπουργός Δημόσιας Διπλωματίας είναι ο Υφυπουργός Εξωτερικών ο οποίος είναι παράλληλα και Υπουργός Ευρώπης. Το πλεονέκτημα του βρετανικού συστήματος είναι το γεγονός ότι μέσω της παραπάνω δόμησης ανέπτυξε τη δική του ανεξάρτητη πιστότητα και πρακτική με μηδαμινή τριβή. Η παραπάνω εμπειρία βρίσκεται σε πλήρη αντίθεση με την αντίστοιχη των Ηνωμένων Πολιτειών (Seib, 2009:25).

Ως προς τη χρήση του διαδικτύου, της ψηφιακής τεχνολογίας, των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης κ.ο.κ. που ευνοούν κατά τον Rugh (Seib, 2009:19) τον παγκόσμιο διάλογο και την προώθηση της ήπιας ισχύος της χώρας σε μεγαλύτερα ποσοστά πληθυσμών των ξένων χωρών, η εικόνα του Ηνωμένου Βασιλείου αναδείχθηκε σε σημαντικό βαθμό από την εποχή κατά την οποία το nation branding της χώρας ήταν εξομοιωμένο με τον όρο «Cool Britannia». Πιο αναλυτικά κατά το χρονικό διάστημα 1997-2012 προωθήθηκε το κοινωνικό κεφάλαιο της χώρας διαμέσου μίας άνευ προηγουμένου δράσης Δ.Δ γεμάτη στόχους που αφορούσαν την παγκόσμια πειθώ περί της δημιουργικότητας της χώρας, αυτό που ο πολιτικός Tony Blair απεκάλεσε

«χρυσή εποχή» (golden era). Η τότε νέα εργατική εποχή (New Labour era) που ανέδειξε την ταυτότητα “cool” για τη βρετανική πραγματικότητα μέσω του Nation Branding Cool Britannia (Hewison, 2014:31):

<https://www.festicket.com/festivals/cool-britannia-festival/2019/>

Των Ολυμπιακών Αγώνων (Olympic Games) του 2012:

<https://www.olympic.org/london-2012>

του Millenium Dome Greenwich:

<https://www.britannica.com/topic/Millennium-Dome>

και του National Lottery :

<https://www.national-lottery.co.uk> το οποίο έχει απήχηση στο ξένο κοινό μέχρι τις μέρες μας, έχει παρέλθει ανεπιστρεπτί και αυτό αποτυπώνεται στον αντιπροσωπευτικό τίτλο του βιβλίου του Hewison (2014) *Cultural Capital, The Rise and Fall of Creative Britain (Κοινωνικό κεφάλαιο, Η άνοδος και η πτώση της Δημιουργικής Βρετανίας)*.

Στο σύγχρονο πολιτικό περιβάλλον που διαμόρφωσε το αποτέλεσμα του δημοψηφίσματος (Ιούνιος 2016) για την αποχώρηση της χώρας από τους κόλπους της Ε.Ε, η εικόνα του κράτους έχει πληγεί εξαιτίας της αρνητικής δημοσιότητας που συνοδεύει το πολιτικό αποτέλεσμα σε συνδυασμό με την αργόσυρτη και δυσκίνητη διαδικασία εφαρμογής της. Η χώρα σήμερα δέχεται νέες επιτακτικές προκλήσεις για αναδιαμόρφωση στόχων δράσης Δ.Δ. και εφεύρεση νέων προοπτικών διείσδυσης στη ξένη κοινή γνώμη, προκειμένου να ανακτήσει την αλλοτινή αίγλη της «ήπιας ισχύος» της παγκοσμίως (π.χ. καμπάνια του δημάρχου του Λονδίνου για την αναστροφή της αρνητικής εικόνας που προσλαμβάνει πλέον η πρωτεύουσα του Ηνωμένου Βασιλείου και η οποία απορρέει από την επιθυμία του μεγαλύτερου ποσοστού των Βρετανών ψηφοφόρων για αποχώρηση από την Ε.Ε.):

<https://www.londonandpartners.com/what-we-do>

#LondonIsOpen

Κρατικές ιστοσελίδες περί ενημέρωσης για την προετοιμασία των ευρωπαίων

πολιτών που διαβιούν στο Η.Β., περί των δικαιωμάτων τους και επίσης ενημερώσεις που απευθύνονται σε εκείνους που επιθυμούν να επισκεφθούν το Η.Β.και μετά το Brexit:

<https://www.gov.uk/prepare-eu-exit>

<https://www.gov.uk/visit-europe-brexit>

<https://eucitizensrights.campaign.gov.uk>

-Ιστοσελίδα με πληροφορίες/δράση της βασιλικής οικογένειας

<https://www.royal.uk/>

-Λογαριασμός twitter που ενημερώνει περί της δράσης της βρετανικής εξωτερικής βοήθειας σε υποανάπτυκτα κράτη, Uk Aid Direct ([@UKAidDirect](https://twitter.com/UKAidDirect)).

-BBC <https://www.bbc.co.uk>

-Κρατική ιστοσελίδα με πληροφορίες και επεξηγήσεις περί όλων των δράσεων/υπηρεσιών/πληροφοριών της βρετανικής κυβέρνησης:

www.gov.uk

Όσον αφορά στη δημιουργία της κρατικής ιστοσελίδας η Arsenault (Seib, 2009:139) υποστηρίζει ότι μολονότι η Βρετανία, ανάμεσα σε άλλες χώρες συμπεριλαμβανομένων των Η.Π.Α., έχει δημιουργήσει την παραπάνω κρατική ιστοσελίδα για την ενημέρωση και άρα προσέλκυση του διεθνούς κοινού, εξαιτίας του υπερμεγέθους διεθνούς δικτύου των ιστοσελίδων, των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης κ.λ.π., οι σελίδες αυτές τελικώς περιορίζονται, σε αρκετά μεγάλο ποσοστό, ως προς το ρόλο τους στη διαμόρφωση της εικόνας της χώρας στο εξωτερικό.

Ειδικότερα για την Ελλάδα η δράση της βρετανικής Δ.Δ ως προς την προώθηση της εικόνας της χώρας στη δική μας χώρα, αποτυπώνεται στην αξιοποίηση των νέων Μέσων από τους παρακάτω βρετανικούς φορείς/προϊόντα:

-Λογαριασμός Facebook της Βρετανικής Πρεσβείας στην Αθήνα [@ukingreece](https://www.facebook.com/ukingreece)

-Βασιλική οικογένεια και η σχέση τους με τους Ολυμπιακούς Αγώνες:

<https://www.royal.uk/princess-royal-and-olympics>

-Βρετανικό Συμβούλιο στην Αθήνα @BritishCouncil

Λογαριασμός Facebook Βρετανικού Συμβουλίου @BritishCouncilGreece

-Πανεπιστήμια London School of Economics @Lseps

-Saint Antony College <https://www.sant.ox.ac.uk/research-centres/south-east-european-studies-oxford/greek-diaspora-project>, <http://seesoxdiaspora.org> Kings College, <https://www.kings.edu/file/6243> City University, HAA, Oxford, Seesox.

-Product Culture tea and sympathy-marmite-fashion tread, museums

- Classic Academics

-Dr. Bettany Hughes <https://www.agaliahotel.com/en/2018/01/bettany-hughes-on-exploring-greece-like-the-ancients/?cookies=reject>

-Dr. M.Scott <https://michaelscottweb.com>

-Βρετανική Επιτροπή Επιστροφής Μαρμάρων Παρθενώνα στην Ελλάδα Ηνωμένου Βασιλείου

<https://www.parthenonuk.com>

Στο πλαίσιο της μεταστροφής του κλίματος της αβεβαιότητας -εξαιτίας του brexit- αξίζει να σημειωθεί η έκθεση (μηνός Ιουλίου 2017) για λογαριασμό του Βρετανικού Συμβουλίου και του Μουσείου Επιστημών του Λονδίνου. Η βρετανική δεξαμενή σκέψης ResPublica συνεδρίασε για να αποφασίσει βέλτιστους τρόπους άσκησης Δ.Δ. σε μία εποχή-πρόκληση για το Ηνωμένο Βασίλειο, που από τον Ιούνιο 2016 μέχρι σήμερα έχει προκαλέσει τριγμούς στο οικοδόμημα της εικόνας της χώρας διεθνώς και κατά συνέπεια στην άσκηση της βρετανικής Δ.Δ. Στο παραπάνω πλαίσιο όπως επίσης και αυτό της όξυνσης του εξτρεμισμού, της μεταναστευτικής κρίσης κ.ο.κ., μολονότι ο πρώην κυβερνητικός Macshaine σε ζωντανή συνέντευξη (βλ.παράρτημα) μας δήλωσε κατηγορηματικά ότι το έργο της δεν είναι άξιο αναφοράς, θεωρήσαμε ότι αξίζει να παραθέσουμε κατωτέρω τις -αν μη τι άλλο- ενδιαφέρουσες προτάσεις που αφορούν την αναδιοργάνωση του σημερινού βρετανικού συστήματος Δημόσιας Διπλωματίας, με τη λήψη των κάτωθι, κυρίως, μέτρων:

1. Την ετήσια συνάντηση στο Λονδίνο, υπό την αιγίδα του υπουργείου Εξωτερικών, όλων των κρατικών και ιδιωτικών φορέων που ασχολούνται με τη Δημόσια Διπλωματία και την ήπια ισχύ, από τη Βρετανία και το εξωτερικό, για ανταλλαγή απόψεων, διαμόρφωση πολιτικής, συντονισμό και παρακολούθηση εφαρμογής της, σύμφωνα με το αμερικανικό μοντέλο Advancing Public Diplomacy's Impact (APDI).
2. Τη δημιουργία ξεχωριστής υπηρεσίας στο υπουργείο Εξωτερικών, με προϊστάμενο όχι υφυπουργό όπως γίνεται σήμερα, αλλά τον ίδιο τον υπουργό Εξωτερικών, προκειμένου να υπάρχει το απαραίτητο κύρος και η εντατικοποίηση συντονισμού όλων των εμπλεκόμενων κρατικών και ιδιωτικών φορέων.
3. Τη δημιουργία μόνιμης Υποεπιτροπής Δημόσιας Διπλωματίας στο Εθνικό Συμβούλιο Ασφαλείας που θα υπάγεται στον πρωθυπουργό, με προϊστάμενο τον υπουργό Εξωτερικών. Στα μέλη της Υποεπιτροπής θα πρέπει υποχρεωτικά να περιλαμβάνονται και οι υπουργοί Εκπαίδευσης-Πολιτισμού, ΜΜΕ και Αθλητισμού.
4. Τη δημιουργία νέας, κοινής διακομματικής επιτροπής Δημόσιας Διπλωματίας και ήπιας ισχύος στο Βρετανικό Κοινοβούλιο, που θα απαρτίζεται από μέλη της Βουλής των Λόρδων και της Βουλής των Κοινοτήτων.

Πεποίθηση της Δεξαμενής Σκέψης αποτελεί η σκέψη ότι η Κοινωνία των Πολιτών καθιστά ικανή την κοινωνικό-οικονομική και πολιτιστική ευημερία σε εγχώριο επίπεδο ή/και στο εξωτερικό και ότι η ενθάρρυνση της ευημερίας αυτής σε παγκόσμιο βεληνεκές αποτελεί πρωταρχικό σκοπό τόσο όλων των εθνών όσο και του Ηνωμένου Βασιλείου

<https://www.respublica.org.uk/wp-content/uploads/2017/07/Soft-Power-3.pdf>.

2.8. Δημόσια Διπλωματία Ελλάδας.

Σύμφωνα με τον Φραγκονικολόπουλο (2012:3) η Δ.Δ. της Ελλάδας επικεντρώνεται στη χρήση πολιτισμικών ανταλλαγών, εκπαιδευτικών προγραμμάτων και διεθνούς αναμετάδοσης για την επικοινωνία της χώρας μας στο παγκόσμιο στερέωμα. Σε αντίθεση με το βρετανικό επιτυχημένο σχήμα, τουλάχιστον στην pro-brexite εποχή, οι έλληνες δρώντες Δ.Δ. δείχνουν να αγνοούν το σημαντικότερο συστατικό της αποτελεσματικής άσκησης Δ.Δ. που δεν είναι άλλο από την ακρόαση (listening). Η ελληνική προσέγγιση περιγράφεται ως μονολογική, εξαρτώμενη από πολιτικές σκοπιμότητες, εσωστρεφής και εθνοκεντρική. Επιπλέον εκλείπει ο ενιαίος συντονισμός και αμελείται η προώθηση διαλόγου και αλληλόδρασης με το ξένο κοινό

σε αντίθεση με τα «μαθήματα» του Cull (2019:165) περί σχέσεων που πρέπει να βασίζονται σε αμοιβαίο ενδιαφέρον «public diplomacy is not always “about you”», και περί ενδυνάμωσης αξιοπιστών τοπικών και μειονοτικών «φωνών», προκειμένου, εν μέσω της εποχής της «άμεσα διαμοιρασμένης» (peer-to-peer) τεχνολογίας, να επιτευχθεί το ανώτερο επίπεδο αξιοπιστίας που αποδίδεται στην ομοιότητα. Για τους λόγους αυτούς και για την επίτευξη μίας πραγματικά αποτελεσματικής και διεισδυτικής δράσης ελληνικής Δ.Δ., προτείνει από το 2012, μία συντονισμένη, εξωστρεφή, διαδραστική, πολιτικά ανεξάρτητη, ευρείας εμβέλειας στρατηγική που θα εστιάσει, εκτός από κρατικούς και σε μη κρατικούς δρώντες και επιπλέον θα επεκταθεί, τόσο σε εγχώριες όσο και σε εκτός συνόρων κοινωνίες, ούτως ώστε να αναπτύξει νέες διαδρομές επικοινωνίας και διαλόγου.

Μολονότι η δράση της Δ.Δ. -η οποία έχει ανατεθεί στον Υπουργό των Εξωτερικών και στη Δ/ση Ενημέρωσης και Δημόσιας Διπλωματίας από τον Ιούλιο του 2007- αποτελεί θεσμικό συστατικό της ελληνικής εξωτερικής πολιτικής με σκοπό τον επηρεασμό των κυβερνώντων αλλά και των πολιτών των ξένων χωρών, δεν είναι εφοδιασμένη μέχρι σήμερα με εξειδικευμένο προσωπικό στον πολιτικό και διεθνή επικοινωνιακό τομέα, ούτε έναν ενιαίο σχεδιασμό στρατηγικής.

Ωστόσο, η Δ/ση Ενημέρωσης και Δημόσιας Διπλωματίας, επίσης σύμφωνα με προσθήκη (Η περ.στ'προστέθηκε με το άρθρο 41 παρ. 3α Ν.3712/2008,ΦΕΚ Α 225/5.11.2008) στο άρθρο 17 του Οργανισμού του Υπουργείου Εξωτερικών είναι επιφορτισμένη με την εποπτεία και ανάπτυξη της κεντρικής ιστοσελίδας του Υπουργείου Εξωτερικών, την παρακολούθηση του περιεχομένου των ιστοσελίδων της και το συντονισμό προς στην κατεύθυνση αυτή. Επιπλέον μεριμνά για τη διατύπωση εισηγήσεων περί στρατηγικής Δ.Δ. στο ψηφιακό περιβάλλον και είναι υπεύθυνη για την παρακολούθηση και αξιολόγηση των διεθνών ψηφιακών δρώμενων καθώς και τη μέριμνα περί των κειμένων που θα κοσμούν κάθε φορά την κεντρική ιστοσελίδα του ΥΠΕΞ, σε συνεργασία με τις αρμόδιες Δνσεις (Κεντρικής ή Εξωτερικής Υπηρεσίας, Υπηρεσίες άλλων Υπουργείων ή /και κρατών).

Ενδεικτικό της κατάστασης είναι το γεγονός ότι η συνεργασία της Δ/σης Ενημέρωσης και Δημόσιας Διπλωματίας του Υπουργείου Εξωτερικών πραγματοποιείται κυρίως με τη Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας και Ενημέρωσης <https://media.gov.gr/domi/>. Η τελευταία λειτουργεί κάτω από την ομπρέλλα του Υπουργείου Ψηφιακής Πολιτικής Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης

<http://mindigital.gr> ενώ είναι επιφορτισμένη με την ενημέρωση των υπηρεσιών των κρατών και των δημόσιων πρακτορείων περί σημαντικών διεθνών δρώμενων, την ενημέρωση της ξένης κοινής γνώμης σε συνεργασία με το Υπουργείο Εξωτερικών, τη συνεισφορά προς την κατεύθυνση της ενδυνάμωσης των εθνικών πολιτισμικών δεσμών με τους Έλληνες της Διασποράς και τη συγκομιδή και κατάλληλη χρήση των δεδομένων σε εθνικό, πολιτικό, κοινωνικό-οικονομικό και πολιτισμικό επίπεδο. Επιπρόσθετα ενημερώνει την ξένη κοινή γνώμη και τους κυβερνώντες περί των περιβαλλοντολογικών ζητήματων που αφορούν την Ελλάδα καθώς και των διεθνών ζητημάτων και θεσμών των οποίων αποτελεί μέλος.

Η Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας εκδίδει το ημερήσιο ενημερωτικό διαδικτυακό δελτίο <http://www.greeknewsagenda.gr> το οποίο είναι διαδραστικό μέσω των λογαριασμών Facebook -με 11.159 οπαδούς (followers)- [@GreekNewsAgenda/](https://www.facebook.com/GreekNewsAgenda/) και Twitter με 4.012 ακολούθους που διαθέτει. Σκοπός του δελτίου είναι η ενημέρωση του ξένου αναγνωστικού κοινού περί των εξελίξεων σε εγχώριες πολιτικές και τρέχουσες υποθέσεις, διεθνείς θέσεις, επιχειρηματικές δραστηριότητες, οικονομικού ενδιαφέροντος, ενεργειακά, ταξιδιωτικά θέματα, ζητήματα που άπτονται της λειτουργίας της ΓΓΕΕ σε ένα υπερσυνδεδεμένο κόσμο, πολιτιστικά δρώμενα και εξελίξεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Το παραπάνω δελτίο εκδίδεται σε πέντε άλλες γλώσσες εκτός της αγγλικής: στη γαλλική: [@Grècehebdo.gr](https://www.facebook.com/Grècehebdo.gr) 26.6.2019, 15:54, στην ισπανική: [@panoramagriego.gr](https://www.facebook.com/panoramagriego.gr) 26.6.2019, 15:54, στην ιταλική: [@puntogrecia.gr](https://www.facebook.com/puntogrecia.gr) 26.6.2019, 15:54, στη γερμανική: [@graktuell.gr](https://www.facebook.com/graktuell.gr)/26.6.2019, 15:54 και τέλος στην αραβική: [@greekarabnews.gr/](https://www.facebook.com/greekarabnews.gr/), 26.6.2019, 15:54.

Κατά τον Φραγκονικολόπουλο η επιβλέπουσα Αρχή όλων των Γραφείων <https://media.gov.gr/grafeia-typou-eksoterikou/> Τύπου Εξωτερικού θα έπρεπε να είναι το Υπουργείο Εξωτερικών (2012: 4-5), αντί της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας και μολονότι με τον Νόμο 4339/2015, άρθρο 25 προβλέφθηκε η Σύσταση Συμβουλίου Εθνικής Επικοινωνιακής Πολιτικής https://www.kodiko.gr/nomologia/document_navigation/127264/nomos-4339-2015

αρμόδιου για τη στρατηγική εθνικής επικοινωνιακής πολιτικής σε συνεργασία με τα Υπουργεία Εξωτερικών, Οικονομίας Ανάπτυξης και Τουρισμού, Οικονομικών, Εσωτερικών, Εθνικής Άμυνας, Πολιτισμού και Αθλητισμού, το οποίο εποπτεύει ο

Πρωθυπουργός και απαρτίζεται επίσης από δύο καθηγητές ανώτατης εξειδίκευσης στον τομέα της επικοινωνίας, δε φαίνεται να καλύπτει την ανάγκη για ενιαίο συντονισμό, ο οποίος κρίνεται απαραίτητος για τη βελτιστοποίηση της άσκησης της Δ.Δ. με απτά αποτελέσματα.

Ο Φραγκονικολόπουλος (2012: 24) έχει προτείνει τη σύσταση μίας νέας μονάδας με εξειδικευμένα στελέχη επικοινωνίας, υπό την σκέπη του Υπουργείου Εξωτερικών η οποία θα έχει εκτεταμένη αρμοδιότητα και δραστηριότητα ως προς την δράση Δ.Δ. και θα είναι αυτόνομη ενώ θα πρέπει να προβλεφθεί θέση και δράση της σε Πρεσβείες και Προξενία της χώρας παγκοσμίως. Η απουσία της υλοποίησής της μέχρι σήμερα αποτυπώνεται στην πρόσφατη πρόταση περί εκσυγχρονισμού της εξωτερικής πολιτικής της χώρας μας μέσω της ανασύστασης του Οργανισμού του Υπουργείου Εξωτερικών, η οποία τέθηκε μέσα στον Μάιο 2019 σε δημόσια διαβούλευση. Στη διαβούλευση αυτή, η οποία διήρκεσε για μερικές ημέρες, προτάθηκε από την Ένωση Ακολούθων Τύπου η υπαγωγή του Κλάδου Συμβούλων και Γραμματέων Επικοινωνίας ως διακριτού κλάδου, με αρμοδιότητες Δ.Δ. και Διεθνούς Επικοινωνίας, στον υπεύθυνο φορέα δηλ. το Υπουργείο Εξωτερικών που είναι αρμόδιο για τις δραστηριότητες της χώρας στο εξωτερικό. Επιπροσθέτως, στο πνεύμα του Φραγκονικολόπουλου, προτάθηκε από την ΕΝΑΤ η υλοποίηση μίας εκσυγχρονισμένης δομής στο Υπουργείο Εξωτερικών υπό τον τύπο Γενικής Γραμματείας η οποία θα απαρτίζεται από τον κλάδο Συμβούλων και Γραμματέων Επικοινωνίας και θα αποτελεί το ισχυρότερο όπλο της χώρας στο πεδίο της Δ.Δ. και Διεθνούς Επικοινωνίας της χώρας:

[http://www.opengov.gr/ypex/?p=292%23comments\).%20Ω](http://www.opengov.gr/ypex/?p=292%23comments).%20Ω)

Ωστόσο μέχρι σήμερα (Ιούνιος 2019) η Δ/ση Ενημέρωσης Δημόσιας Διπλωματίας στο Υπουργείο Εξωτερικών απαρτίζεται από συνολικά δέκα τέσσερα (14) άτομα, τρία (3) από τα οποία είναι ειδικοί συνεργάτες του Προϊσταμένου της Δ/σης με απόφαση που προβλέπεται από το άρθρο 17 με εδάφιο που προστέθηκε με το άρθρο 11 του Ν.4148/2013 (ΦΕΚ Α' 99/26.04.2013).

Ειδικότερα για το Ηνωμένο Βασίλειο η δράση της ελληνικής Δ.Δ ως προς την προώθηση της εικόνας της χώρας μας επιτοπίως, αποτυπώνεται στην αξιοποίηση των νέων Μέσων από τους παρακάτω βρετανικούς φορείς/προϊόντα:

-Επίσημη ιστοσελίδα του ελληνικού Υπουργείου Εξωτερικών: <https://www.mfa.gr>

-Ιστοσελίδα του Υπουργείου Εξωτερικών (Πρεσβεία της Ελλάδας στο Ηνωμένο Βασίλειο): <https://www.mfa.gr/uk/en/>

-Ελληνικό Πολιτιστικό Κέντρο Λονδίνου: <http://helleniccentre.org>

-Ένωση ελλήνων τραπεζικών Λονδίνου, Shipping Committee London, Σύλλογος Ελλήνων Ιατρών Λονδίνου, ελληνικά ομογενειακά ΜΜΕ Ην. Βασιλείου

-Ελληνική Ορθόδοξη Αρχιεπισκοπή Θυατείρων και Μεγάλης Βρετανίας: <https://www.facebook.com/thyateiraGB/>

-Ιστοσελίδες ΕΡΤ: <https://int.ert.gr>

& ΑΠΕ στο Ηνωμένο Βασίλειο: <http://www.amna.gr/search/keyword/λονδίνο>

-Υπουργείο Τουρισμού: <http://www.mintour.gov.gr>

-Επίσημη Ιστοσελίδα Υπουργείου Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης: <http://mindigital.gr> (η ιστοσελίδα δε διατίθεται στην αγγλική γλώσσα).

-Ιστοσελίδα (σχεδόν ανενεργού σήμερα) Ελληνικού Ιδρύματος Πολιτισμού (ΕΙΠ): <http://hfc-orlwide.org/athens/> η οποία δε διατίθεται στην αγγλική γλώσσα και ΕΙΠΛονδίνου με παλαιότερες δράσεις/εκδηλώσεις, το οποίο σήμερα υπολειτουργεί: <http://hfc-worldwide.org/athens/tag/%CE%B5%CE%B9%CF%80-%CE%BB%CE%BF%CE%BD%CE%B4%CE%B9%CE%BD%CE%BF/page/2/>

-Επίσημη ιστοσελίδα Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας: <https://media.gov.gr>

-Επίσημη ιστοσελίδα Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού στην ελληνική και αγγλική γλώσσα: <https://www.culture.gr/el/SitePages/default.aspx>

-Επίσημη ιστοσελίδα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού με πληροφορίες που αφορούν τον τουρισμό: <http://www.visitgreece.gr/#&slider1=2>

και τα γραφεία του ΕΟΤ στο εξωτερικό: http://www.visitgreece.gr/en/contact/gnto_offices_abroad

Κεφάλαιο 3. Σύγχρονα Διαδικτυακά Μέσα-Δημόσια Διπλωματία.

3.1. Σύγχρονα Διαδικτυακά Μέσα.

Το διαδίκτυο σήμερα κυριολεκτικά εκμηδενίζει αποστάσεις αγγίζοντας, ενώνοντας (ή/και διχάζοντας) σχεδόν όλη την ανθρωπότητα. Ο καμβάς του διαδικτύου όπου όλα τα Μέσα συγκλίνουν ισοδυναμεί με ένα ορθάνοιχτο παράθυρο στην επικοινωνία, στο δημόσιο διάλογο μεταξύ χρηστών-δημοσιογράφων, χρηστών-πολιτικών, χρηστών-διπλωματών, ενώ αναδιαμορφώνει καθολικά το μιντιακό περιβάλλον.

Η επικοινωνία έτσι περιτυλίγει αστραπιαία όλο τον κόσμο που έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, ενώ μέσω της διαδικασίας της αλληλ-λόδρασης (δηλ. της ικανότητας του χρήστη να καθορίσει το περιεχόμενο ενός ή πολλών Μέσων) που χαρακτηρίζει μαζί με την υπερκειμενικότητα και πολυμεσικότητα τα διαδικτυακά μέσα, ο ίδιος ο ακροατής/ θεατής/ χρήστης μεταλλάσσεται από απλό χρήστη (user) σε παραγωγό produ(c)ser. Εν μέσω των νέων συνθηκών ο πολίτης μετατρέπεται εν πολλοίς σε δημοσιογράφο, διαμορφώνοντας έτσι ο ίδιος το μιντιακό (media) περιβάλλον, σε πλήρη αντίθεση με το παρελθόν, όπου το περιεχόμενο αποφασίζονταν ερήμην του.

Οπότε μεταβαίνουμε από το, χαρακτηριστικό επικοινωνιακό μοντέλο της μαζικής επικοινωνίας ένας-προς πολλούς, δηλ. ενός τύπου μονόδρομης επικοινωνίας (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπη εφημερίδα) -ενός (Μέσου) σε πολλούς (κοινό) σε μία μίξη διαφορετικών επικοινωνιακών δυνατοτήτων. Μοντέλα ένας-προς έναν, πολλοί-προς πολλούς, πολλοί-προς έναν συνυπάρχουν μαζί με το παραδοσιακό ένας-προς πολλούς (#Θεωρητικές Προσεγγίσεις στη Διαδικτυακή Δημοσιογραφία, Σιαπέρα Ευ.).

Οι άνθρωποι που πλέον επικοινωνούν α-χωρικά μεταξύ τους, εν μέσω ραγδαίων ρυθμών που επιβάλλονται από το διαδίκτυο, συντελούν ώστε αυτή η επεκταμένη επικοινωνία μεταξύ όλων, από τη μία άκρη του κόσμου στην άλλη, να επιτρέπει σε μία χώρα να επηρεάσει, επιβληθεί, εκμεταλλευθεί τις υπόλοιπες, μη χρησιμοποιώντας συμβατικά ή χημικά όπλα και σφαίρες, αλλά απλά το διαδίκτυο.

3.2. Οι προκλήσεις για τη Δημόσια Διπλωματία στον παγκόσμιο ιστό.

Στον εικοστό πρώτο αιώνα της παγκόσμιας πληροφόρησης όπου η πληροφόρηση είναι δύναμη, όπως και το αντίστροφο (Nye, 2005: 1), ακριβώς λόγω της ψηφιακής τεχνολογικής επανάστασης που επιτρέπει στην πληροφορία να διαχέεται αυτοστιγμεί

παντού, αποτελεί περισσότερο παρά ποτέ επιτακτική ανάγκη, να επιτυγχάνει κανείς “να ζεστάνει τις καρδιές των ανθρώπων” (Θεοδωρακόπουλος στο Σαμαράς, 2014: 83). Η εξασφάλιση λοιπόν των εντυπώσεων” ή η διαδικασία προσέγγισης της επικοινωνίας “tete a tete” με τους πολίτες των λαών που φιλοξενούν, ή αλλιώς αυτό που όρισε ο Edward R. Murrow -άμα τη αναλήψει των καθηκόντων του το 1961 υπό τις οδηγίες του αμερικανού Προέδρου Τζ.Φ. Κέννεντι, ως Διοικητής της Υπηρεσίας, επιφορτισμένης με τη Δημόσια Διπλωματία της χώρας, Πληροφοριών των Ηνωμένων Πολιτειών (United States Information Agency-USIA-) ως πραγματική τέχνη, δεν είναι άλλο από την τεχνική της διακίνησης της πληροφορίας/κυβερνητικής οδηγίας/πολιτικής, διαμέσου της προσωπικής επαφής (επικοινωνίας).

Στο νέο διαμορφωμένο ψηφιακό περιβάλλον όπου όλοι ανεξαιρέτως οι πολίτες του κόσμου (που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο) είναι σε θέση να συνομιλούν, επεξεργάζονται, απαντούν, συζητούν, επηρεάζουν, επιβληθούν και εκμεταλλευτούν οποιονδήποτε, οποτεδήποτε, οπουδήποτε στον κόσμο, με τη χρήση ενός ή περισσότερων κλικ/ς (click/s). Facebook, Twitter, Instagram, κ.ο.κ. παίρνουν τη σκυτάλη των πολεμικών και πολιτιστικών επεκτάσεων του παρελθόντος. Στον υπέρ-συνδεδεμένο κόσμο που υπαγορεύει η σημερινή τεχνολογία δεν υπάρχει θέση για σύγχρονους Μεγάλους Αλέξανδρους που χρειάζεται να εκπολιτίσουν την Ασία για να την κατακτήσουν. Η προσέλευση πραγματοποιείται τώρα μέσω των υπολογιστών, ταχύτερα, ποιοτικότερα, αποτελεσματικότερα.

Καθώς η πρόσβαση στο διαδίκτυο σήμερα αριθμεί τρία δισεκατομμύρια χρηστών (Fletcher, 2017:109) είναι αναμενόμενο ότι οι συνθήκες που επιβάλλονται από το διαδίκτυο είναι καθολικά αναδιαμορφωμένες. Σήμερα επτά στους δέκα Αμερικανούς χρησιμοποιεί τα Μέσα Κοινωνικής Δκτύωσης για επικοινωνία, ειδήσεις, διαμοίραση πληροφοριών και διασκέδαση. Συγκριτικά με το παρελθόν, σύμφωνα με έρευνες του αμερικανικού κέντρου ερευνών Pew, το 2005 ένα 5% των ενηλίκων έκανε χρήση μίας τουλάχιστον πλατφόρμας, ενώ το 2011 το ποσοστό αυξήθηκε στο 50%, για να αγγίξει σήμερα το 72% που χρησιμοποιεί τα παραπάνω Μέσα <https://www.pewinternet.org/fact-sheet/social-media/> 23.6.2019:23:13 Social Media Fact Sheet.

Η παραπάνω αναδιάταξη που οδηγεί στη μετάβαση από τη μονόδρομη επικοινωνία της νεωτερικότητας στη διά-δραστική επικοινωνία της μετα-νεωτερικότητας,

συμπαράσχει και τη διπλωματία. Η διπλωματία λοιπόν μετεξελίσσεται και από διπλωματία από «τα πάνω» και «εκ των έσω» μετατρέπεται σε διπλωματία από «τα κάτω» και «ανοικτή», με άλλα λόγια μετακυλύεται στη διπλωματία των πολιτών (people's diplomacy). Σήμερα έχει μικρότερη σημασία αυτό που δηλώνει ένας διπλωμάτης, π.χ. στην υιοθέτηση της τάδε πολιτικής απέναντι σε ένα ζήτημα, και πολύ μεγαλύτερη αυτό που αποφασίζεται από τους χρήστες του Google, Facebook Twitter. Ακριβώς αυτό περιγράφεται από τον Ross ως αντικατάσταση των ιεραρχιών από τα δίκτυα (Sandre, 2015:11).

Οι νέοι όροι που επιβάλλονται από τη σύγχρονη ψηφιακή εποχή κατά τον Dinnie (Σαμαράς, 2014:48) ορίζουν ότι η δημόσια ζωή γίνεται απαιτητικότερη ως προς τη διαφάνεια των πολιτικών και των κυβερνήσεων. Συνέπεια αυτού οι διπλωμάτες οφείλουν να εναρμονιστούν με τη νέα διαμορφωμένη κατάσταση, η οποία υπερβαίνει τη συνομιλία τους αποκλειστικά και μόνον με άλλους διπλωμάτες. Αυτό μπορούν να το πετύχουν μέσω της ανάπτυξης των δυνατοτήτων επικοινωνίας τους με το κοινό της χώρας, για την ακρίβεια το ψηφιακό κοινό.

3.3.Ψηφιακή διπλωματία (2.0 & 3.0).

Η επικοινωνία σήμερα, δηλαδή τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ουσιαστικά ισοδυναμούν με τη ψηφιακή Δημόσια Διπλωματία (Armstrong, 2009:1).

Ο πρωτοπόρος στο είδος του ψηφιακού διπλωμάτη και συγγραφέας του βιβλίου *The Naked Diplomat* (2017) Tom Fletcher χαρακτηρίζει την ηλεκτρονική διπλωματία (iDiplomacy) ως ωμή και ανθρώπινη. Θεωρεί επίσης ότι συνοψίζει την εμπλοκή (με το κοινό), την αυθεντικότητα και το στόχο. Κατά την άποψή το σημαντικότερο σημείο που συνοδεύει την έλευση και χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης σε σχέση με τη Δ.Δ. είναι η ευκαιρία να επηρεαστούν οι χώρες διαπίστευσης των διπλωματών σε τεράστια κλίμακα και όχι μέσω των ελίτ (βλ. Σχήμα 1.3.). Για το σκοπό αυτό αντιπαραβάλλει ένα ψηφιακό διάβημα με το παλαιότερο/παραδοσιακό. Στις μέρες μας το σύγχρονο διαδικτυακό διάβημα περιλαμβάνει δεκάδες χιλιάδες ακροατών/χρηστών και η εξέλιξη αυτή το καθιστά αποτελεσματικότερο.

Προτείνει σε όλους τους διπλωμάτες την αλληλεπίδραση με το ψηφιακό κοινό στη θέση της απλής διάδοσης καθώς εξομοιώνει τη σύγχρονη διπλωματία με τη δράση και όχι με ένα απλό ρεπορτάζ. Παρόλο που τονίζει ότι το περιεχόμενο και όχι το μέσο

(νέο ή παλαιό) είναι σημαντικό, και συμφωνεί με τον Cull (2019: 170) στο γεγονός ότι μολονότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης διανοίγουν νέες δυνατότητες στη Δ.Δ. είναι αδύνατον να απαλείψουν τη σχετικότητα της ιστορίας στη Δ.Δ. και να αντικαταστήσουν τη διπλωματία, επισημαίνει ότι θα πρέπει να αναμένουμε από τα tweets να αλλάξουν τον κόσμο και όχι απλά να τον περιγράφουν. Τελικώς προτρέπει στους διπλωμάτες να ανταποκριθούν στην πρόκληση και τον ανταγωνισμό που επιβάλλονται από τη σύγχρονη εποχή, όπου ο καθένας μπορεί να παίξει το ρόλο του διπλωμάτη (public's diplomacy) και να δείξουν ότι τώρα είναι πιο απαραίτητοι από ποτέ, αδράχνοντας τα έξυπνα τηλέφωνα τους (Sandre, 2015:14).

Ο Sandre στο βιβλίο του για τη ψηφιακή διπλωματία κάνει λόγο τόσο για τη Διπλωματία 2.0, η οποία αφορά στην εξέλιξη της ψηφιακής διπλωματίας ως ένα συμπληρωματικό εργαλείο στην παραδοσιακή διπλωματία, όσο και για τη Διπλωματία 3.0.

Η Διπλωματία 3.0 αντιπροσωπεύει, για εκείνον, έναν χώρο εξωτερικής πολιτικής τον οποίο έχει κατασκευάσει η ψηφιακή διπλωματία σε συνδυασμό με την τεχνολογία στο εσωτερικό και εξωτερικό της διπλωματικής σφαίρας. Αυτή η θέση, επισημαίνει, που έχει καταληφθεί από αφθονία κυβερνητικών και μη παικτών καθώς και από μεγάλο αριθμό δικτύων δρώντων, αγωνίζεται να μετεξελιχθεί προσαρμοζόμενη στις νέες συνθήκες, ενώ στο νέο αυτό χώρο, θεωρεί πως η δύναμη και η επιρροή έχουν μετασχηματισθεί. Αναφέρεται επίσης στην πραγματοποίηση συνάντησης, τον Ιανουάριο του 2014 με πρωτοβουλία των Σουηδών, με σκοπό την ενημέρωση των εμπλεκόμενων με την εξωτερική πολιτική για τη νέα θέση και δυναμική που αναπτύσσεται για μία νέα διπλωματία (Stockholm Initiative on Digital Diplomacy (SIDD)). Σε αυτή τη νέα σφαίρα διπλωματίας όλοι οι δρώντες αλληλοδρούν και συνεργάζονται, ενώ η δύναμη διαχέεται και εξαρτάται από το πόσο διασυνδεδεμένος είναι κάποιος (Sandre, 2015:17-8).

3.4. Πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα.

Οι εξελίξεις που δρομολογήθηκαν από την τεχνολογική επανάσταση οδήγησαν στη μαζικοποίηση και παγκοσμιοποίηση του πολιτικού παιχνιδιού και η σφαίρα της Δημόσιας Διπλωματίας απέκτησε νέα σημασία χάριν και διαμέσου των ψηφιακών Μέσων. Ωστόσο, η μετάβαση της σφαίρας της Δημόσιας Διπλωματίας στην εποχή

της μετά-νεωτερικότητας, όπου τα κράτη ακολουθούν τις δικές τους μοναδικές πολιτικές, υιοθετώντας είτε ήπια είτε σκληρή ισχύ, είτε ένα συνδυασμό και των δύο δυνάμεων, δηλ. την έξυπνη ισχύ (smart power) δε πραγματοποιείται ανώδυνα. Όπως κάθε φαινόμενο διαθέτει επίσης διττή όψη. Στη μία πλευρά εδράζονται τα πλεονεκτήματα της ταχύτητας, ευρείας απήχησης, μαζικότητας, αμεσότητας, συμμετοχής, δημόσιου διαλόγου, κ.ο.κ., ενώ στην άλλη στοιβάζονται τα μειονεκτήματα όπως η εχθρική προπαγάνδα, οι ψευδείς ειδήσεις, η ρευστή οριοθέτηση των αληθών ειδήσεων, η χειραγώγηση πληροφοριών που αποκομίζονται μέσω της δια-δραστικότητας από τους χρήστες, η τρομοκρατία, το «μαύρο» ιντερνέτ με το «ψηφιακό» νόμισμα bitcoin και η επικράτηση της εποχής της «μετά-αλήθειας» (post-truth era) όπου η αλήθεια αντικαθίσταται από ενός τύπου επί τούτου κατασκευασμένης συναισθηματικής φόρτισης όπου όλα συγχέονται και η πραγματικότητα προσομοιάζει με ουτοπία, ενώ η ουτοπία δεν ερμηνεύεται ως τέτοια κ.ο.κ.

Σήμερα ο κόσμος μας είναι μοιρασμένος ανάμεσα σε υπερδυνάμεις, αλλά και μεσαία και αδύναμα κράτη, όπως η Ελλάδα, η οποία φυσικά βέβαια διαθέτει στο «οπλοστάσιό της» το πλεονέκτημα της ιστορίας, κουλτούρας, φιλοξενίας, τουρισμού, των τοπίων, του αθλητισμού, κ.ο.κ. Η διπλωματία όμως εν μέσω κοινωνίας της Πληροφορίας αναδιαμορφώνεται. Από κλασικά ιεραρχημένα, αυστηρά ταξινομημένα, «από τα πάνω» και «πίσω από κλειστές πόρτες» κλασική διπλωματία, αλλάζει μορφή και ανασυντάσσεται σε μία δυναμικότερη μεν, περιπλοκότερη δε, μεταμοντέρνα διπλωματία που χαρακτηρίζεται πλέον από διαφάνεια, ταχύτητα, συμμετοχικότητα και ευελιξία.

Ο εκδημοκρατισμός της παραδοσιακής διπλωματίας που διευκολύνεται/επιτυγχάνεται από/μέσω το/του νέο/υ πλαίσιο/υ που διαμορφώνει η ανοικτή κοινωνία του διαδικτύου, τη μετατρέπει σε ανοιχτή διπλωματία στην οποία τη βασική ώθηση δίνει η νέα τεχνολογία επικοινωνίας και πληροφόρησης. Η διαδικασία αυτή που συντελείται εν μέσω του ψηφιακού περιβάλλοντος και στηρίζεται ολοκληρωτικά στην αξιοποίηση των παραπάνω τεχνολογιών, αποτελεί μία από τις κυριότερες προκλήσεις της σύγχρονης εποχής (Βαρβαρούσης, 2006:66-7). Όλα τα κράτη μέσω των Υπουργείων Εξωτερικών τους, ή όπως αλλιώς βαφτίζουνε τους φορείς που ασχολούνται με την εξωτερική τους πολιτική, έχουν εναγκαλιστεί τη ψηφιακή

τεχνολογία επενδύοντας -για χρονικό διάστημα πέραν των τελευταίων πέντε ετών- στα Κοινωνικά Μέσα δικτύωσης και έχουν ξεκινήσει να χρησιμοποιούν τη δυναμική τους σε όλο και περισσότερα πεδία που αφορούν την εξωτερική πολιτική. Το γεγονός ότι η/οι κοινωνία/ες θέτει/ουν τεχνολογικές προδιαγραφές (standards) τις οποίες τα υπουργεία εξωτερικών αναγκάζονται να υιοθετήσουν, αποτελεί μία θεμελιώδη καινοτομία για τις κυβερνήσεις, που διαφέρει από κάθε προηγούμενη τεχνολογική αλλαγή που επηρέασε τη διπλωματία. Facebook και Twitter χρησιμοποιούνται πλέον πολύ συχνά στους διαδρόμους της διπλωματίας προκειμένου να συλλέξουν πληροφορίες, επικοινωνήσουν ιδέες/αξίες/πολιτικές/στρατηγικές, χτίσουν σχέσεις, διαχειριστούν δίκτυα και να προσποριστούν γνώση (Melissen and Keulenaar, 2017:4). Βέβαια η πρόκληση για τα στελέχη των διπλωματών είναι να ανταποκριθούν στους νέους ρόλους που υπαγορεύει η νέα τάξη πραγμάτων. Αυτό προϋποθέτει να αποκτήσουν κριτική γνώση και χρήση του λογισμικού και των άλλων τεχνικών στοιχείων -που παραμένουν, βέβαια, και πολιτικά στοιχεία- τα οποία αποτελούν τις ψηφιακές τεχνολογίες.

Όσον αφορά στα υπουργεία εξωτερικών θα πρέπει να συμπεριληφθεί στα ενδιαφέροντά τους ο εναγκαλισμός των συστατικών της τεχνολογίας, τα οποία δεν διαχωρίζουν πλέον την ουσία από την τεχνική και τα εργαλεία από τη γλώσσα. Οι διπλωμάτες επίσης θα πρέπει να παραμείνουν κριτικοί απέναντι στους πραγματικούς δρώντες πίσω από το λογισμικό, ή στις προθέσεις τους και στο πώς επιδιώκουν το/ους σκοπό/ους τους, όπως επίσης και με ποιές επιδράσεις (Melissen and Keulenaar, 2017:7).

3.5. Νέες εξελίξεις στο χώρο της Δημόσιας Διπλωματίας.

Το παράδειγμα των χωρών της Νορβηγίας και Σουηδίας που έστειψε στα πλαίσια της νέας δημόσιας διπλωματίας, η οποία υπαγορεύεται από τους τεχνολογικούς κολοσσούς Google, κ.ο.κ. έναν νέο «Υπουργό των ψηφιακών τεχνολογικών» μέσω σε πλήρη ταύτιση με το νέο ψηφιοποιημένο περιβάλλον που εμφανίζεται στη Silicon Valley, θα ακολουθήσουν και άλλες χώρες. Σκοπός της νέας δημόσιας διπλωματίας είναι η προσέγγιση περιθωριοποιημένων ομάδων όπως η Global Fund for Women, United Nations Scientific and Cultural Organization, όπως επίσης και η ενθάρρυνση των αφανών, μέχρι πρότινος δρώντων, οι οποίοι με τη σειρά τους θα συνεισφέρουν στην ήπια ισχύ της εκάστοτε χώρας, που ούτως ή άλλως αποβλέπει σε οικονομικές

καινοτομίες, επενδύσεις και περαιτέρω αειφόρο ανάπτυξη, κερδοφορία, άρα και ευημερία ενός κράτους.

Εκτός από τη Σουηδία και τη Γαλλία αναμένεται και άλλα κράτη να ασκήσουν σύγχρονη δημόσια διπλωματία, ορίζοντας Υπουργό ή απεσταλμένο στην τεχνολογική πόλη της Καλιφόρνια, όπως ήδη έχει πραγματοποιήσει το Ηνωμένο Βασίλειο, διαμέσου του απεσταλμένου πρέσβη της χώρας στον Άγιο Φραγκίσκο προκειμένου να διασφαλίσει τη δημιουργία επιχειρήσεων start ups (Bjola, Cassidy, Manor, 2019: 97-100).

3.6. Δημόσια Διπλωματία και Στρατηγική Επικοινωνία.

Ο αμερικανός πολιτικός αναλυτής Mathew Wallin στα πλαίσια της στρατηγικής που προτείνει για ενδυνάμωση της αμερικανικής Δ.Δ. σημειώνει στο «*Προσταγή για μία Νέα Δημόσια Διπλωματία*» (*The New Public Diplomacy Imperative*) ότι η ψηφιακή επικοινωνία δεν υποκαθιστά τα άλλα αποτελεσματικά Μέσα και για το λόγο αυτό πρέπει να συνδυαστεί μία ποικιλία Μέσων για μακροπρόθεσμα αποτελέσματα. Δεδομένου ότι η στρατηγική είναι ένα σχέδιο δράσης που απαντάει στην ερώτηση πώς(;) μας εξηγεί ότι θέτει προτεραιότητες και χρησιμοποιεί πηγές για επίτευξη συγκεκριμένων σκοπών. Οι πρακτικές που προτείνει για μία επιτυχημένη στρατηγική είναι αρχικά η αντίληψη του αντικειμένου της πολιτικής, η εγκαθίδρυση του επικοινωνιακού στόχου, η αναγνώριση του κοινού στο οποίο στοχεύουμε, η ακρόαση, η υιοθέτηση συγκεκριμένου αφηγήματος -το οποίο όμως θα πρέπει να είναι αξιόπιστο βασισμένο στην ακρίβεια και ειλικρίνεια- ο επανασχεδιασμός του «τροχού» και τελικώς η επιλογή ανάμεσα σε όργανα (Means) για την επίτευξη των στόχων (ends). Η Δ.Δ. αποτελεί ένα σημαντικό όργανο, ανάμεσα σε άλλα πειθήνια και συνεργάσιμα, προς την κατεύθυνση αυτή <https://www.americansecurityproject.org/public-diplomacy-and-strategic-communication/the-new-public-diplomacy-imperative/>

Στο δοκίμιό του για την ανάπτυξη της στρατηγικής προσέγγισης στο σημαντικό όργανο της εθνικής ασφάλειας και εξωτερικής (αμερικανικής) πολιτικής με τίτλο *Δημόσια Διπλωματία και Στρατηγική Επικοινωνίας* (*Public Diplomacy and Strategic Communication*) ο Δ/ντής του Ινστιτούτου Δημόσιας Διπλωματίας του Πανεπιστημίου George Washington, Bruce Gregory κάνει λόγο για παλαιότερες δομές και συλλήψεις που θεωρούνται πεπερασμένες (Δημόσια Διπλωματία «της

γιαγιάς») και χρειάζεται να υπερκερασθούν. Στο πλαίσιο αυτό προτείνει πέντε εννοιολογικές θεωρήσεις που αφορούν:

- την ανάπτυξη στρατηγικής λογικής η οποία να ενσωματώνει τη Δ.Δ. στην πολιτική και όλα τα πολιτικό-οικονομικά-στρατιωτικά στοιχεία της πολιτικής δεινότητας/ικανότητας
- την αντίληψη περί του δυναμικού ρόλου που διαδραματίζει ο διάλογος και η ανταλλαγή ιδεών
- την κατανόηση της σχετικότητας και των ορίων των προγραμμάτων προστασίας (firewall programs) αλλά και των εισαγόμενων άγραφων κανόνων
- την υπερνίκηση των περιορισμών της σποραδικής δέσμευσης/ αφοσίωσης και της υπέρμετρης εξάρτησης από προσωπικότητες ή/και φυλετικές παραδόσεις (πολιτισμοί, καλλιέργεια) και
- την επιμονή σε μεταρρυθμίσεις ξεχωριστής/σπάνιας διάρκειας και κλίμακας.

Για τον μετασχηματισμό της Δ.Δ. απαιτείται η χαρτογράφηση πολιτικής και σύνδεσή της με τη Δ.Δ., και η αντικατάσταση εφήμερων προσπαθειών συντονισμού από ανθεκτική/διαχρονική στρατηγική καίριας σημασίας που επιστρατεύει τη δημιουργικότητα του ιδιωτικού τομέα και θεσμοθετεί ένα προληπτικό, στρατηγικά οργανωμένο σύστημα. Με τον τρόπο αυτό η πρόθεση (intent) μετατρέπεται σε δράση (action) <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.112.7338&rep=rep1&type=pdf>

4.Περιπτωσιολογική μελέτη: Ελλάδα- Ηνωμένο Βασίλειο.

4.1. Παρουσίαση μεθοδολογίας έρευνας.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας επιλέχθηκε η μέθοδος της ποσοτικής έρευνας σε συνδυασμό με την ποιοτική. Για τη συλλογή δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η δειγματοληπτική έρευνα με χρήση ερωτηματολογίων. Για την καταγραφή, ανάλυση και ερμηνεία των υπό μελέτη περιπτώσεων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος των περιπτωσιολογικών μελετών, των συνεντεύξεων έρευνας και της ανάλυσης λόγου και συνομιλίας.

Ως μελέτη περίπτωσης επιλέχθηκε το παράδειγμα της άσκησης της Δημόσιας

Διπλωματίας της Ελλάδας στη Βρετανία και της Βρετανίας στην Ελλάδα. Εξετάστηκαν οι παράμετροι του τρόπου που ασκείται η Δ.Δ., τα εργαλεία που διαθέτει και οι τρόποι που αυτά χρησιμοποιούνται, οι παράγοντες που τη διαμορφώνουν, τα κυριότερα στοιχεία και ο τρόπος που προβάλλονται και διαμορφώνονται.

Όσον αφορά στην περίπτωση της Ελλάδας, και κατά συνέπεια, της ελληνικής Δημόσιας Διπλωματίας στο Ηνωμένο Βασίλειο πραγματοποιήθηκε ημι-δομημένη συνέντευξη με την επικεφαλής του Γραφείου Τύπου Ενημέρωσης Λονδίνου κα Ελένη Σουπιανά, ελληνικούς συντελεστές διαμορφωτές Δ.Δ., ενώ εξαιτίας του τόπου κατοικίας της γράφουσας (Λονδίνο) και άρα αδυναμίας ζωντανών συνεντεύξεων, διαμορφώθηκαν δύο (2) ελαφρώς διαφοροποιημένα ερωτηματολόγια με ερωτήσεις ανοικτού τύπου δεδομένου ότι απευθύνονταν: α) στον Δ/ντή της Δ/νσης Ενημέρωσης και Δημόσιας Διπλωματίας του Υπουργείου Εξωτερικών κ. Αλέξανδρο Ανδρέα Γεννηματά, β) στον συγγραφέα και πρώην στέλεχος της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας ο οποίος έχει υπηρετήσει στο παρελθόν στο Γραφείο Τύπου Λονδίνου κ. Βασίλη Καπετανγιάννη. Ένα ερωτηματολόγιο δόθηκε επίσης, επιτοπίως, στον Πρέσβη της Ελλάδας στο Ηνωμένο Βασίλειο κ. Δημήτριο Καραμήτσο-Τζιρά.

Δεδομένης της φύσεως της εργασίας και των εξειδικευμένων ερωτήσεων που αφορούν την έννοια της Δημόσιας Διπλωματίας συντάχθηκαν εννέα σύνθετες ερωτήσεις ανοικτού τύπου οι οποίες επιλέχθηκαν στη θέση ενός ερωτηματολογίου πολλαπλών απαντήσεων, εν γνώσει της γράφουσας ότι θα επηρεάζονταν αρνητικά το ποσοστό της συμμετοχής. Το ερωτηματολόγιο με τις σύνθετες ερωτήσεις ανοικτού τύπου διαμοιράσθηκε τόσο σε στελέχη των Γραφείων Τύπων Εξωτερικού όσο και σε στελέχη του διπλωματικού σώματος Υπουργείου Εξωτερικών, ακριβώς λόγω της σχέσης που υπαγορεύεται από το άρθρο 17 περί συνεργασίας στον τομέα της δράσης Δ.Δ. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος τυχαίο-ποίησης του Χέντελ μόνον στην περίπτωση ηλεκτρονικής αποστολής των ερωτήσεων στα στελέχη του διπλωματικού σώματος του Υπουργείου Εξωτερικών στην Αθήνα και σε Πρεσβείες-Προξενία του εξωτερικού (τυχαίο δείγμα σε 25 άτομα) από τα οποία δεν μας περιήλθε καμμία απάντηση. Εστάλη ηλεκτρονικά σε όλα τα 25 (είκοσι πέντε) γραφεία τύπου στο εξωτερικό καθώς και σε ασκούμενους/ες στο Γραφείο Τύπου Πρεσβείας Λονδίνου.

Οι μοναδικές απαντήσεις προήλθαν από τα Γραφεία Τύπου Λονδίνου και Ρώμης, από την Πρεσβεία Λονδίνου και από την Υπηρεσία Γενικής Γραμματείας και Ενημέρωσης. Η περιορισμένη συμμετοχή στις ερωτήσεις ανοικτού τύπου δεν μας εμπόδισε να αναλύσουμε τις λιγοστές απαντήσεις (δέκα) που προέρχονται από τρεις διαφορετικές πηγές και αφορούν σε μεγαλύτερο ποσοστό (εννέα απαντήσεις) τους ακολούθους τύπου και σε πολύ μικρότερο (μία απάντηση) τα στελέχη του διπλωματικού σώματος.

Όσον αφορά στην περίπτωση της Δημόσιας Διπλωματίας του Ηνωμένου Βασιλείου και λόγω εντοπιότητας πραγματοποιήθηκαν τρεις ημι-δομημένες συνεντεύξεις με νυν συγγραφείς και πρώην στελέχη της βρετανικής κυβέρνησης, Κα Βασιλική Πράις (Vicky Price) <http://www.vickypryce.com/>

και κ. Ντένις Μακσέϊν (Denis Macshane)

https://infacts.org/author/denis_macshane/

οι οποίοι έχουν ασχοληθεί αρμοδίως με τη Δημόσια Διπλωματία του Ηνωμένου Βασιλείου εν γένει και ειδικότερα με την άσκηση της βρετανικής Δημόσιας Διπλωματίας στην Ελλάδα. Τρεις γραπτές ερωτήσεις αναφορικά με το πως εκλαμβάνεται η άσκηση βρετανικής Δημόσιας Διπλωματίας στην Ελλάδα από έναν ειδικό της Επικοινωνίας απεστάλησαν και σε πρώην στέλεχος της σημερινής Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας, κ. Ιωάννη Νικολόπουλο, ο οποίος έχει υπηρετήσει σε νευραλγικά γραφεία τύπου στο εξωτερικό (Η.Π.Α., Ρωσία) και σήμερα κατοικεί στην Αθήνα.

Για τις ανάγκες της εκπόνησης της παρούσας εργασίας μελετήθηκε για τους μήνες Μάρτιο-Ιούνιο έτους 2019 σε εβδομαδιαία βάση η σελίδα facebook @GreeceInUK της Πρεσβείας του Ηνωμένου Βασιλείου στην Ελλάδα και διαπιστώθηκαν τα εξής:

Στη σελίδα Facebook @ukingreece της Πρεσβείας που αποτελεί την εικόνα διαχείρισης εικόνας της χώρας (nation branding) προβάλλεται διαρκώς και διαφοροποιημένα η δράση Δ.Δ. των Βρετανών στην Ελλάδα. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω ενός λογότυπου Countryside is Great με τίτλο το οποίο φέρει τα χρώματα της βρετανικής σημαίας καθώς και την ίδια τη σημαία στο κεντρικό της προφίλ, εμπλουτισμένης με τοπία της βρετανικής και ιρλανδικής υπαίθρου. Στην κεντρική σελίδα του προφίλ κάτω δεξιά από το εκάστοτε τοπίο τοποθετούνται υπέρ-σύνδεσμοι που παραπέμπουν στα σχετικά πεδία ούτως ώστε ο ενδιαφερόμενος να ενημερωθεί άμεσα, σφαιρικά, χωρίς κόστος για τη βρετανική ύπαιθρο που προβάλλεται κάθε

φορά (π.χ. https://www.facebook.com/pg/ukingreece/posts/?ref=page_internal

Στις 5 Ιουνίου και με αφορμή την παγκόσμια ημέρα εορτασμού του περιβάλλοντος η σελίδα ανανεώνεται με το λογότυπο Green is Great <https://www.facebook.com/ukingreece/photos/p.2374358485917661/2374358485917661/?type=1&theater> 21.06.2019, 09:45.

Κατά την τελευταία εβδομάδα του Ιουνίου 2019 προβάλλεται το πολιτισμικό – εκπαιδευτικό πρόσωπο του Ηνωμένου Βασιλείου με το σλόγκαν Knowledge is great <https://www.facebook.com/ukingreece/photos/a.372783119408551/2411875282165981/?type=3&theater> 26.06.2019, 19:44.

Όσον αφορά στη σελίδα της Πρεσβείας της Ελλάδας στο Ηνωμένο Βασίλειο διαθέτει μεν τη σημαία της χώρας, μολονότι σε συνδυασμό με μία φωτογραφία από το βρετανικό κοινοβούλιο, χωρίς να υπάρχει αποτύπωση του ελληνικού λογότυπου και κυρίως χωρίς να προβάλλονται στο κεντρικό προφίλ, σε εβδομαδιαία βάση, οι αναρίθμητοι τουριστικοί προορισμοί και τα γραφικά μας φυσικά τοπία. Επιπλέον, κατά το ως άνω χρονικό διάστημα, δεν παρατηρήθηκε η ανάρτηση κειμένων σχετικά με το περιβάλλον ή την εκπαίδευση.

Σε αντίθεση με τη σελίδα της Πρεσβείας της Ελλάδας στο Ηνωμένο Βασίλειο @GreeceinUk που συγκεντρώνει 10.251 followers (σε μεγαλύτερο ποσοστό Έλληνες), μετά από σχετική διαδικτυακή αναζήτηση διαπιστώθηκε η ύπαρξη της παρακάτω σελίδας Facebook η οποία αφορά πρωτοβουλία «από τα κάτω» (grassroots), υπερβαίνει τους 40.000 followers (σε μεγαλύτερο ποσοστό Βρετανοί) οι οποίοι δηλώνουν την ένθερμη υποστήριξή τους για την Ελλάδα και την ελληνική γλώσσα μέσω του χαρακτηριστικού ενθουσιώδους τίτλου «We are mad about Greece and Greek Language» <https://www.facebook.com/groups/220162051377875/>

4.2. Ανάλυση συνεντεύξεων.

Η γράφουσα εξασφάλισε συνέντευξη με την επικεφαλής Γραφείου Τύπου Λονδίνου Σύμβουλο Τύπου κα Σουπιανά, κατά την οποία αναλύθηκαν οι τρόποι με τους οποίους τα γραφεία τύπου στο εξωτερικό και ειδικότερα το γραφείο τύπου Λονδίνου αξιοποιεί τα Νέα Μέσα στην άσκηση της Δημόσιας Διπλωματίας. Συνολικά από 25 γραφεία τύπου, στα οποία είναι διαπιστευμένοι 48 σύμβουλοι και γραμματείς

επικοινωνίας, σε 23 χώρες στο εξωτερικό, τα δεκατέσσερα (14) (Βελιγράδι, Βρυξέλλες, Γενεύη, Λονδίνο, Λουξεμβούργο, Μαδρίτη, Μόνιμη Αντιπροσωπεία Νέας Υόρκης, Ουάσιγκτον, Παρίσι, Ρώμη, Σόφια, Στοκχόλμη, Τελ Αβίβ, Τίρανα) διαθέτουν λογαριασμό Facebook, ενώ επίσης δέκα τέσσερα (14) διατηρούν μόνον/και λογαριασμό Twitter (Βελιγράδι, Βιέννη, Βερολίνο, Βρυξέλλες, Λονδίνο, Λουξεμβούργο, Μόσχα, ΜΑ Νέας Υόρκης, Ουάσιγκτον, Παρίσι, Ρώμη, Στοκχόλμη, Τελ Αβίβ, Τίρανα). Δύο γραφεία τύπου εξωτερικού Ουάσιγκτον και Λονδίνου, εκδίδουν news letter με αφιερωματικές εβδομάδες στον τουρισμό/ πολιτισμό και οικονομία, όπου φιλοξενούνται πολιτιστικά, εθνικά, οικονομικά, ακαδημαϊκά και γενικού ενδιαφέροντος θέματα. Οι αναρτήσεις στα ΜΚΔ και συγκεκριμένα στους λογαριασμούς Facebook, Twitter, Instagram (φείσμπουκ, τούιτερ, ίνσταγκραμ) που διατηρούν όλα τα είκοσι πέντε Γραφεία Τύπου Επικοινωνίας και Ενημέρωσης στο εξωτερικό για χρονικό διάστημα ενός έτους, από Σεπ. 2017 έως Σεπ.2018, ανήλθαν στις 13.347.

Αξίζει να σημειωθεί ότι μόνον τέσσερα (4) από τα γραφεία τύπου εξωτερικού (Τίρανα, Λονδίνο, Ρώμη, Βερολίνο) φιλοξενούνται στο ηλεκτρονικό μείλ του Υπουργείου Εξωτερικών (@mfa.gr) σε αντίθεση με τα υπόλοιπα τα οποία διατηρούν τα μείλ τους σε γνωστές άλλες εταιρείες google, gmail, κ.ο.κ.

Όσον αφορά στο Λονδίνο και τη χρήση του Facebook της πρεσβείας μας παραθέτει τα ακόλουθα στοιχεία: 79% των αναρτήσεων αφορούν ειδήσεις και πολιτική, 14% οικονομία και 7% ακαδημαϊκής φύσεως ζητήματα. Όσο για το Twitter ως εργαλείο δημόσιας διπλωματίας μας εξηγεί ότι λόγω του ότι αποτελεί ένα νέο εργαλείο στα χέρια του ενασχολούμενου με την εμπλοκή του δήμου (δηλ. του κοινού) στην εξωτερική πολιτική της χώρας, η αποτελεσματικότητά του τίθεται προς διερεύνηση. Μολονότι παραδέχεται την επικραστικότητα του νέου αυτού Μέσου και τη δυνατότητα ταχύτατης αναπαραγωγής και διάχυσης μίας είδησης στα υπόλοιπα ΜΜΕ, σημειώνει παράλληλα ότι η επίδρασή του περιορίζεται στις 12 ώρες και για το λόγο αυτό δε μπορεί να αποτιμηθεί η δύναμη που διαθέτει το συγκεκριμένο Μέσο. Η οποιαδήποτε τύπου ανάρτηση στον επίσημο λογαριασμό της Πρεσβείας ακριβώς επειδή αποτελεί επίσημη δήλωση (official statement) θα πρέπει να επιλέγεται και να πραγματοποιείται πολύ προσεκτικά.

Επιβεβαιώνοντας τους Melissen and Keulenaar (2017) η Σύμβουλος επισημαίνει ότι

δεδομένου ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν τμήμα του δημόσιου διαλόγου, άρα και της δημόσιας διπλωματίας οι Πρεσβείες, τα Γραφεία τύπου, κ.ο.κ. θα πρέπει όχι μόνον να τα χρησιμοποιούν αλλά να τα χρησιμοποιούν σωστά. Υπογραμμίζει την αμεσότητα της επίδρασης ενός Twitter και την επέκτασή του σε ένα παγκόσμιο κοινό πέρα από τα σύνορα της χώρας, άρα και την απαίτηση ταχύτητας και αμεσότητας στο χειρισμό του: «..Πρέπει να θυμόμαστε ότι δεν μπορούμε να επεξεργαστούμε ένα tweet, όπως μπορούμε να επεξεργαστούμε ένα post fb....Σε περίπτωση κρίσης υπάρχει πίεση από τους ακολούθους να μην απαντήσουμε και τότε πρέπει να είμαστε πιο προσεκτικοί για να μη διαδώσουμε ψευδείς ειδήσεις. Εάν δεν είμαστε σίγουροι για κάτι καλύτερα να μη δημιουργήσουμε tweet. Σε περιπτώσεις επιθέσεων (negativity) στα social media υπάρχουν πολλοί τρόποι να απαντήσει κανείς. Η δική μας πολιτική είναι να μην απαντάμε (ignoring) γιατί θεωρούμε ότι δίνουμε συνέχεια στην επίθεση και θα έχουμε χειρότερα αποτελέσματα. Έτσι δεν απαντάμε σε σχόλια (εάν είναι προσβλητικά τα σβήνουμε)....» προσθέτει.

4.3. Ερευνητικά ερωτήματα – απαντήσεις από την ελληνική πλευρά.

Ας εξετάσουμε συνολικά τόσο τις απαντήσεις των υπαλλήλων της ΓΓΕΕ (9) και του Υπουργείου Εξωτερικών (1) στα ερευνητικά ερωτήματα που τους τέθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου που διαμοιράστηκε σε όλα τα γραφεία τύπου στο εξωτερικό και σε τυχαίο δείγμα στο Υπουργείο Εξωτερικών, όσο και τις απαντήσεις στα διαφοροποιημένα ερωτηματολόγια που επισημάνθηκαν παραπάνω.

Στην πρώτη ερώτηση η οποία που περιέχει τρία σκέλη: «Διαφοροποιείται και πώς η Δημόσια Διπλωματία (public diplomacy) της χώρας μας ανά χώρα ή ήπειρο;» οι συμμετέχοντες συμφωνούν ως προς το ότι η Δ.Δ. διαφοροποιείται αναλόγως τις αντιλήψεις, το γνωστικό υπόβαθρο, κοινωνικό κεφάλαιο, τις δεξιότητες, ανάγκες, συνθήκες σε πολιτικό, κοινωνικό και πολιτιστικό πεδίο, τα στερεότυπα για την Ελλάδα που διατηρεί η εκάστοτε χώρα και γενικώς τις ιδιαιτερότητες της κάθε χώρας, επιβεβαιώνοντας την απάντηση του Δ/ντή της Διεύθυνσης Ενημέρωσης και Δημόσιας Διπλωματίας του ΥΠΕΞ ότι οι δράσεις Δ.Δ. που προωθούνται από το Υπουργείο Εξωτερικών διαμέσου των οικείων Αρχών εξωτερικού έχουν προσαρμοστεί στις ιδιαίτερες συνθήκες κάθε χώρας. Μία απάντηση (η οποία προέρχεται από τον πρώην επικεφαλής Γραφείου Τύπου Λονδίνου) επισημαίνει ότι επιπλέον η άσκηση της Δημόσιας Διπλωματίας βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με το

μέγεθος του προσωπικού της Πρεσβείας και τους οικονομικούς πόρους καθώς και από τα στοιχεία που επιθυμεί η ελληνική πλευρά να επικοινωνήσει στο κοινό της χώρας διαπίστευσης. Τρεις ελαφρά διαφοροποιημένες απαντήσεις επισημαίνουν ότι εξίσου σημαντικό με τα παραπάνω είναι το πλαίσιο αξιών της χώρας διαπίστευσης, οι πρακτικές διαλόγου, το επίπεδο διμερών σχέσεων καθώς και η πρόσβαση στο διαδίκτυο ή η χρήση ξένων γλωσσών.

Μία απάντηση τονίζει τη σημασία του περιεχομένου που επιλέγει να επικοινωνήσει η Ελλάδα από χώρα σε χώρα ή από ήπειρο σε ήπειρο όσο και το ύφος και τον τόνο που κάθε φορά υιοθετείται. Ο συγκεκριμένος συμμετέχων θέτει επιπλέον ένα ζήτημα σχετικά με την ανάγκη αποσαφήνιση της εικόνας της Ελλάδας που η Δημόσια Διπλωματία προωθεί ασχέτως πολιτικών ή ιδεολογικών διαφοροποιήσεων. Παραθέτει χαρακτηριστικά το «αφήγημα» των πολιτικών ή ασχολούμενων με την επικοινωνία άλλων χωρών, π.χ. από τις ΗΠΑ περί «αμερικανικών αξιών» ή από το Ηνωμένο Βασίλειο περί «βρετανικών» τέτοιων, τις οποίες μάλιστα οι ανωτέρω χώρες υπηρετούν. Θεωρεί πώς το «αφήγημα» αυτό είναι ενδεικτικό ενός σταθερού consensus (γενικής συναίνεσης) σε ένα καθολικό αξιακό προσανατολισμό που αντιπροσωπεύει ένα έθνος στο σύνολό του, πέρα από τις όποιες - θεμιτές - πολιτικές/ιδεολογικές διαφοροποιήσεις στις κοινωνίες και στην πολιτική τους τάξη. Και κλείνοντας αναρωτιέται: «εν προκειμένω, ποιες είναι αντίστοιχα οι δικές μας «ελληνικές αξίες»;

Στην υπό-ερώτηση «ποιοί παράγοντες παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της «εικόνας» μας και ειδικότερα στο Ηνωμένο Βασίλειο;» οι συμμετέχοντες συμφωνούν στους παράγοντες της χώρας μας που προβάλλονται και αφορούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της, δηλ. τον τουρισμό, τον πολιτισμό και στην προκείμενη οικονομική συγκυρία τις αναπτυξιακές δυνατότητες και επενδυτικές ευκαιρίες της χώρας μας. Μία απάντηση τοποθετεί την εικόνα της χώρας μας ως μίας χώρας μέλους της Ε.Ε. και του πυρήνα της ευρωζώνης, του ΝΑΤΟ, μιας χώρας σταθερότητας, ασφάλειας και αξιόπιστου τοπικού δρώντα και εταίρου στις συνέργειες με άλλες χώρες. Μία απάντηση που ξεχωρίζει κάνει λόγο για τη «μεταβλητή» εικόνα της χώρας στο χρόνο, η οποία προσλαμβάνει «τιμές» είτε με θετικό είτε με αρνητικό πρόσημο που συναρτώνται σύμφωνα με τις διαχρονικές επιδόσεις της, όχι μόνον σε επιμέρους τομείς, οι οποίοι προαναφέρθηκαν και αφορούν την οικονομικό-πολιτισμική σφαίρα και τη διεθνή παρουσία της, αλλά και

σε λιγότερο ρευστές παραμέτρους όπως π.χ. η γεωγραφία, η ιστορία, το περιβάλλον και οι κλιματικές συνθήκες.

Στο σκέλος της ερώτησης «ειδικότερα για το Ηνωμένο Βασίλειο» οι συμμετέχοντες απαντούν ότι τα κύρια στοιχεία, τα «ατού» της χώρας, διαμορφώνουν την εικόνα της χώρας μας στο Η.Β. και επιλέγονται σε συνάρτηση με εκτιμήσεις, αξιολογήσεις και στοχοθεσία που απορρέει από τις εκάστοτε συγκυρίες. Στην προκειμένη περίπτωση αυτές αφορούν τις άριστες διμερείς σχέσεις μεταξύ των δύο χωρών και συγκεκριμένα τη στενή συνεργασία σε οικονομικό-εμπορικό πεδίο και στον τομέα της ναυτιλίας, τον ιδιαίτερα ανεπτυγμένο τουρισμό, την άσκηση της πολιτιστικής διπλωματίας στη βάση των παραμέτρων της Δ.Δ. που περιγράφει ο Cull (2019:24). Ειδικότερα μία απάντηση εστιάζει επιπλέον στην αρχαία ελληνική ιστορία και γραμματεία που έχει επηρεάσει βαθιά τη βρετανική σκέψη, στους ιστορικούς δεσμούς, κυρίως στη συμμαχία των δύο χωρών στο Β'Π.Π., στη μεγάλη ελληνική κοινότητα με υψηλές επιδόσεις στον ακαδημαϊκό και επαγγελματικό χώρο, στις εντυπώσεις των χιλιάδων βρετανών τουριστών που επισκέπτονται και γνωρίζουν τη χώρα μας, οι οποίες μεταφέρονται στο Η.Β. και τέλος η εικόνα που αποτυπώνουν τα βρετανικά ΜΜΕ για την Ελλάδα, συμφωνώντας με ένα από τα συστατικά της κατά Cull (2019: 101) Δ.Δ.: τη διεθνή αναμετάδοση (International Broadcasting).

Ένας συμμετέχων επισημαίνει ότι τα μηνύματα που εκπέμπουν αξίες σεβασμού στη διαφορετικότητα, υποστήριξης ανθρωπίνων δικαιωμάτων και ατομικών ελευθεριών τυγχάνουν θερμής υποδοχής για το Ηνωμένο Βασίλειο, μία χώρα και μία κοινωνία που δίνει έμφαση στην πολύ-πολιτισμικότητα, στις αξίες της ανοιχτής κοινωνίας και της ποικιλομορφίας. Μία απάντηση από στέλεχος του Υπουργείου Εξωτερικών τονίζει ότι ακριβώς επειδή ο παράγοντας Brexit και οι επιπτώσεις του έχουν μονοπωλήσει το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης και των δύο χωρών, έχει δημιουργηθεί ιστότοπος από το ΥΠΕΞ και στις δύο γλώσσες σχετικά με την πληρέστερη ενημέρωση πολιτών και επιχειρήσεων σχετικά με τη διαδικασία αποχώρησης του Η.Β. από την Ε.Ε., όπως επίσης ότι ένας επιπλέον παράγοντας που καθορίζει την εικόνα μας στο Η.Β. είναι το ανοιχτό ζήτημα της επιστροφής των Μαρμάρων του Παρθενώνα στο Μουσείο της Ακρόπολης.

Σε σχέση με την ερώτηση που αφορά τα κυριότερα στοιχεία που προβάλλονται και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται από τη Δ.Δ. οι συμμετέχοντες απάντησαν ότι εκτός

από την αξιοποίηση της ανθρώπινης παρουσίας, τις προσωπικές επαφές, τη συστηματική συμμετοχή και την προβολή των θετικών πτυχών της ελληνικής πραγματικότητας (χώρα, φυσικό τοπίο, άνθρωποι, καινοτομία και δημιουργικότητα) όπως επίσης και τη δυναμική παρουσία της χώρας στη διεθνή κοινότητα και τις αισιόδοξες προοπτικές ανάπτυξής της, η αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας μέσω του διαδικτύου (Bulletins, Newsletter, ιστοσελίδα) και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης λογαριασμοί (facebook, twitter, Instagram) είναι πολύ σημαντική για να αναδείξει την προβολή των παραπάνω στοιχείων. Μία απάντηση από στέλεχος Υπουργείου Εξωτερικών επισημαίνει μία σειρά από δράσεις και εκδηλώσεις σε συνεργασία με το σύνολο των ελληνικών αρχών στη χώρα (Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων, Γραφείο Τύπου και Επικοινωνίας, Γραφείο ΕΟΤ, Γραφείο Συντονιστή Εκπαίδευσης κ.λ.π. όπως επίσης και τη συνεργασία με τους φορείς της ελληνικής ομογένειας. Μία απάντηση από στέλεχος της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας συμπεριλαμβάνει στα εργαλεία που ενδέχεται να χρησιμοποιηθούν είτε σωρευτικά είτε διαζευκτικά, τις ενημερωτικές συναντήσεις με διαμορφωτές κοινής γνώμης, image makers & influencers και παρεμβάσεις στα MME της χώρας διαπίστευσης. Μία συμμετέχουσα επισημαίνει τη δημοσίευση ανασκευαστικών επιστολών, οργάνωση εκδηλώσεων, παρακολούθηση συνεδρίων, monitor think tank, υποστήριξη επισκέψεων, αξιοποίηση δυνατοτήτων παρέμβασης που παρέχει η σημαντική παρουσία ελλήνων ακαδημαϊκών στο Η.Β. ενώ μία απάντηση προσθέτει στη μακρά λίστα των στοιχείων προβολής τις γαστρονομικές εκδηλώσεις και τα Greek wines testing. Μία απάντηση περιγράφει ως εργαλεία δημόσιας διπλωματίας τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης τα οποία αποκαλεί χαρακτηριστικά ως «αιχμή του δόρατος» για την προβολή της εικόνας της χώρας, η οποία συγκροτείται κυρίως στη βάση του ήδη εμπεδωμένου brand «Ελλάδα», με ισχυρές συνδηλώσεις τον Πολιτισμό, την Αρχαία Κληρονομιά και την διακριτή ιδιοσυστασία του λαού και της χώρας αλλά εμπλουτισμένου και με στοιχεία και σημαντικές ειδήσεις για τις σύγχρονες επιδόσεις της χώρας σε διάφορους τομείς (Πολιτισμός, Επιστήμες, Τουρισμός, Κοινωνία Των Πολιτών, Οικονομία).

Στη δεύτερη ερώτηση σχετικά με το πώς χρησιμοποιούνται τα Νέα Μέσα στη χώρα διαπίστευσης οι συμμετέχοντες απαντούν ότι, ακριβώς λόγω της φύσης των Νέων Μέσων αλλά και της Δημόσιας Διπλωματίας, τα νέα Μέσα ευνοούν τη δια-δραστική επικοινωνία με τη συνακόλουθη ανταλλαγή απόψεων μεταξύ των χρηστών και άρα

χρησιμοποιούνται όχι μόνον για την προβολή του εκάστοτε φορέα, αλλά και ως μέσο επικοινωνίας με το κοινό και ενθάρρυνσης/ενίσχυσης του δημόσιου διαλόγου με σκοπό την πρόκληση αντιδράσεων, έναρξης διαλόγου, ανταλλαγή απόψεων. Μεταξύ αυτών συμβάλλουν και σε διαδικασίες οι οποίες θα επιτρέπουν κατά περίπτωση ένα κοινό δρόμο πρωτοβουλιών/δράσεων/συνεργειών με συγκεκριμένη στοιχειοθεσία. Ακόμη χρησιμοποιούνται ως μέσα προβολής θετικών πτυχών της εικόνας της Ελλάδας στο διεθνές κοινό και ως εργαλεία για τη διάχυση των «καλών ειδήσεων» που αφορούν τη χώρα ενώ η ανταπόκριση του κοινού είναι υπό διαρκή παρακολούθηση.

Μία μονόπλευρη απάντηση που επισημαίνει ότι τα Νέα Μέσα δρουν ως πολλαπλασιαστής των δράσεων της δημόσιας διπλωματίας θέτει ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα: μία πολιτιστική εκδήλωση ή συνέντευξη ενός έλληνα υπουργού σε έγκριτο τηλεοπτικό σταθμό, η οποία στη συνέχεια μπορεί να αναρτηθεί στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης της Αρχής της χώρας διαπίστευσης και να αναπαραχθεί από φίλους ή followers με αποτέλεσμα η διείσδυσή της να αποβεί πολλαπλάσια.

Ένας συμμετέχων απαντάει ότι τα Νέα Μέσα χρησιμοποιούνται με δύο τρόπους, ως μέσα άμεσης επικοινωνίας (ΜΚΔ, πρόσκληση σε συμμετοχή σε έρευνες) ή με έμμεσο τρόπο (υποστήριξη εκδηλώσεων και δράσεων άλλων φορέων που αναδεικνύουν άλλα ζητήματα ελληνικού ενδιαφέροντος, συμμετοχή σε πολιτιστικές αθλητικές εκδηλώσεις κ.ο.κ.

Ενώ μία άλλη απάντηση επισημαίνει ακριβώς την ειδοποιό διαφορά στη χρήση των Νέων Μέσων η οποία επισημαίνεται στο ερευνητικό ερώτημα: «παρόλο που επιδιώκουμε τον διάλογο και την αλληλεπίδραση, η οποία άλλωστε είναι απαραίτητη για την αύξηση των followers, υπάρχει οργανωμένη δομή στον τρόπο που δουλεύουμε: ακολουθούμε ειδικούς οδηγούς για τη χρήση facebook twitter από το ελληνικό ΥΠΕΞ σε επίσημο ύφος (official) με οδηγία –σκοπό τη διείσδυση στην κοινή γνώμη της χώρας διαπίστευσης, ενώ στη συνέχεια απευθυνόμαστε στον Πρέσβη για να μας δώσει οδηγίες με δύο κυρίως στόχους, την προβολή της χώρας μας στο Η.Β. και την προβολή του έργου της Πρεσβείας, προς τέσσερις κατευθύνσεις: βρετανικές δεξαμενές σκέψης, ινστιτούτα, Πανεπιστήμια, ελίτ, κ.ο.κ. Για τους λόγους αυτούς τουιτάρουμε μόνον ή κυρίως στην αγγλική γλώσσα».

Ακόμη μία απάντηση σχολιάζει ακριβώς το δίλημμα που θέτει το ερώτημα: «η προβολή από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης επίσημης κυβερνητικής ενημέρωσης είναι αναπόφευκτα σε μεγάλο βαθμό μονόδρομη, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν ενθαρρύνεται η συμμετοχή των συνομιλητών/ακολουθών μας με σχολιασμό των αναρτήσεών μας. Το μηνιαίο Newsletter της πρεσβείας γίνεται το κατεξοχήν πεδίο ώσμωσης και ζύμωσης, με την υποστήριξη κοινών δράσεων, τη φιλοξενία απόψεων, και την προβολή εκδηλώσεων soft power”.

Στο τρίτο ερώτημα σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες απαντούν ότι οι θεματικές που αποτελούν δημοφιλές και χρήσιμο πεδίο ως προς την προβολή της εικόνας της χώρας αποφασίζονται επιτοπίως ή σε συνεργασία Πρέσβη και Κεντρικής Υπηρεσίας Υπουργείου Εξωτερικών καθώς και της ομάδας προβολής ελληνικού ενδιαφέροντος δράσεων στο εξωτερικό υπό την αιγίδα του Υπουργείου Ψηφιακής Πολιτικής, είτε με πρωτοβουλία των κατά τόπους Γρφ. Τύπου σε συνεργασία με τη δική τους Κεντρική Υπηρεσία.

Μία απάντηση εστιάζει στο γεγονός ότι η θεματολογία είναι αποτέλεσμα συνεργασίας όλων αυτών των φορέων, ενώ ακόμη ένας συμμετέχων συμφωνεί στο ότι η επιλογή τους ή ο τόπος-χρόνος που θα προβληθούν αποφασίζεται *sul campo* («επί του πεδίου»). Τέλος η πρώτη παραπάνω απάντηση αναδεικνύει την έλλειψη της χώρας μας σε πολιτιστικούς φορείς οι οποίοι είθισται να διά-ντιδρούν με άλλες κοινωνικές, πολιτιστικές και εκπαιδευτικές ομάδες: “Είναι αποτέλεσμα συνεργασίας όλων αυτών των φορέων. Ωστόσο, η ιεράρχηση των θεμάτων, ο τρόπος ή το timing της προβολής τους, όλα αυτά αποφασίζονται επί τόπου και έχει ιδιαίτερη βαρύτητα η άποψη της Πρεσβείας και κυρίως του ίδιου του Γραφείου Τύπου, το οποίο «αφουγκράζεται» καλύτερα την τοπική κοινωνική πραγματικότητα και την ισχύουσα πολιτική ατζέντα μέσω της παρακολούθησης των τοπικών ΜΜΕ. Πόσο μάλλον για μια χώρα όπως η Ελλάδα, η οποία δεν διαθέτει στο εξωτερικό άλλους πολιτιστικούς φορείς ή ινστιτούτα που να έρχονται σε επαφή με κοινωνικές, πολιτιστικές ή εκπαιδευτικές ομάδες (π.χ. British Council, Goethe Institut ή Institut Français)..» Ένας άλλος συμμετέχων συμπληρώνει ότι η συνεργασία εκτός από την καθημερινή συνεννόηση με την Κεντρική Υπηρεσία της ΓΓΕΕ και τα άλλα τμήματα της Πρεσβείας, αναπτύσσεται συστηματικά και με κρατικούς ή μη κρατικούς φορείς

όπως οι συλλογικότητες, Κοινωνία των Πολιτών, σωματεία της ελληνικής διασποράς και πρωτοβουλίες ιδιωτών που παράγουν αξιοποιήσιμο έργο από τη σφαίρα της Δ.Δ.

Στην τέταρτη ερώτηση οι συμμετέχοντες είναι χωρισμένοι σε δύο ομάδες: Στην οκταμελή ομάδα που συμφωνεί ή συμφωνεί εν μέρει για τη δημιουργία ενός νέου ενιαίου φορέα για τον καλύτερο συντονισμό της δράσης Δ.Δ. και στους δύο που είναι πλήρως αρνητικοί. Οι συμμετέχοντες που συμφωνούν κάνουν λόγο για απαραίτητη ύπαρξη ενότητας και συντονισμού όλων των φορέων, η οποία θα απορρέει από ένα κέντρο και για το λόγο αυτό θα πρέπει να εξαλειφθούν συντεχνιακές νοοτροπίες και πολιτικές σκοπιμότητες, όπως επίσης και οι αποφάσεις περί κατεύθυνσης της Δ.Δ. της Ελλάδας να μην επαφίενται, κατά το μεγαλύτερο ποσοστό, σε πολιτικές ηγεσίες που (ενδεχομένως) έχουν όραμα και στρατηγική για τη δημόσια θέση και εικόνα της χώρας, συμφωνώντας με τον Φραγκονικολόπουλο (2012: 11). Συγκεκριμένα ένας συμμετέχων (από τη ΓΓΕΕ) προτείνει το μοντέλο μιας αυτόνομης μονάδας στο Υπουργείο Εξωτερικών αποτελούμενης από ειδικά στελέχη Δημόσιας Διπλωματίας που θα ασχολείται με τη στρατηγική της χώρας και θα διαθέτει εκτεταμένη αρμοδιότητα και ανεξαρτησία σε Πρεσβείες και Προξενία (Fragonikolopoulos, 2012:24) κατά το πρότυπο του Υπουργείου Εξωτερικών του Ισραήλ όπου υφίσταται ξεχωριστή Δ/ση Δημόσιας Διπλωματίας. Η συγκεκριμένη δ/ση εφοδιάζει σε καθημερινή βάση με άμεσο αλλά και μακροχρόνιο ορίζοντα εφαρμογής στις Πρεσβείες της χώρας ανά το κόσμο με θέματα προς επικοινωνία πέραν των τοπικών δράσεων. Αντίστοιχα σε πολλές πρεσβείες του Ισραήλ (και στο Λονδίνο) υπάρχει τμήμα Δημόσιας Διπλωματίας που εφαρμόζει τις οδηγίες της κεντρικής δ/σης Δ.Δ. στο ΥΠΕΞ και διοργανώνει δράση για την κατανόηση σε τομείς αμοιβαίου ενδιαφέροντος. Μία διαφοροποιημένη πρόταση προέρχεται από άλλον συμμετέχοντα (διπλωματικό στέλεχος του ΥΠΕΞ) περί δημιουργίας επιτελικής μονάδας στο αρμόδιο Υπουργείο Τύπου επιφορτισμένης με τον προσδιορισμό και συντονισμό των βασικών αξόνων της επικοινωνιακής τακτικής των εξωστρεφών μονάδων (πρεσβείες) και τη συγκέντρωση και διανομή του απαραίτητου υλικού προς προώθηση από τις Αρχές του Εξωτερικού, σε πλαίσιο συνεργατικό αλλά όχι αποκλειστικό. Μία άλλη οπτική προτείνει ένας εκ των ερωτώμενων που θεωρεί ότι δε λείπει από την ελληνική «τραγικότητα» όπως τη χαρακτηρίζει, ούτε το νομοθετικό πλαίσιο (το οποίο συνήθως καταπέφτει αμέσως μετά τη ψήφισή του όπως ο Ν.4336/2015 που αναφέρθηκε παραπάνω) ούτε οι φορείς, παρά μία διαρκής διαπιστούμενη και επιβεβαιωνόμενη

διάθεση, βούληση και πράξη ουσιαστικής και δημιουργικής συνεργασίας όλων των φορέων που εμπλέκονται στη διαμόρφωση της Δ.Δ. της χώρας μας στη βάση ενός πολυετούς σχεδίου εθνικής επικοινωνιακής στρατηγικής: «μίας εθνικής στρατηγικής που θα ορίζει ανά διαστήματα στόχους και προτεραιότητες και θα επιτρέπει τον ενιαίο συντονισμό των επιμέρους δράσεων της Δ.Δ.» Ένας άλλος συμμετέχων που συμφωνεί επίσης στη δημιουργία ενός νέου μηχανισμού με τους υπάρχοντες ανθρώπινους πόρους (με την έννοια προσωπικού υψηλής εξειδίκευσης), επισημαίνει ότι θα ήταν σκόπιμο, εάν ο υπάρχων μηχανισμός δεν επαρκεί για να διασφαλίσει την επεξεργασία προγραμμάτων επικοινωνίας ανά χώρα, τον προσδιορισμό των κοινών, τη στοχοθεσία και αξιολόγηση των προγραμμάτων που υλοποιούνται για να διασφαλίζεται η δημιουργία των απαιτούμενων αναπροσαρμογών. Μία διαφοροποιημένη απάντηση επισημαίνει ότι τα συγκεντρωτικά μοντέλα άσκησης πολιτικής δεν είναι πάντα τα αποτελεσματικότερα και ότι (όπως παρατηρήθηκε και από άλλον συμμετέχοντα) μεγάλη σημασία έχει η συνεργασία και ο συντονισμός των εμπλεκόμενων φορέων, προτείνει ωστόσο τη συνύπαρξη με άλλους εξωστρεφείς και συγχρόνως λιγότερο «κρατικούς» φορείς, όπως τα πολιτιστικά ιδρύματα, οι δεξαμενές σκέψης, το ίδρυμα ελληνικού πολιτισμού, τα οποία υποβοηθούν τη δράση της Δ.Δ. καθιστώντας τη πειστικότερη και αποτελεσματικότερη. Ενώ μία διαφωνούσα άποψη σε σχέση με τη σύσταση νέου φορέα προτείνει τη σύσταση φορέα/ων για υποστήριξη διαφορετικών όψεων Δ.Δ. όπως θρησκευτική/εκκλησιαστική, γαστρονομική, αθλητική Διπλωματία.

Στην πέμπτη ερώτηση περί της αλλαγής του ρόλου του ακολούθου τύπου όλοι συμφωνούν περί της προσαρμογής του ρόλου του ακολούθου τύπου στις ανάλογες εξελίξεις στα ΜΜΕ συμφωνώντας με την Anne – Marie Slaughter (Sandre, 2015:209) ότι η δύναμη σήμερα ισοδυναμεί με συνδεσιμότητα (connectedness). Δύο απαντήσεις εστιάζουν επιπλέον στην ανάγκη ύπαρξης λειτουργικών δομών, συντονισμού, ιεραρχικής αλυσίδας αλλά και πολιτικού σχεδιασμού για την επικοινωνία του περιεχομένου, παράλληλα με πολιτική καθοδήγηση και ανάληψη πολιτικής ευθύνης. Γενικώς θεωρούν ότι οι αλλαγές πρέπει να αναδεικνύονται μέσα από έναν ευρύτερο ανασχεδιασμό της Δ.Δ. σε νέες βάσεις σε συνάρτηση με στρατηγικούς στόχους και προτεραιότητες που θα λαμβάνουν υπόψη τις αλλαγές του διεθνούς επικοινωνιακού περιβάλλοντος και ένας συμμετέχων προτείνει την απαλλαγή των στελεχών από παραδοσιακά καθήκοντα π.χ. καθημερινή επισκόπηση τύπου).

Μία απάντηση περιγράφει επακριβώς μάλιστα το νέο ρόλο του συμβούλου τύπου και επικοινωνίας: «Ο Σύμβουλος Τύπου και Επικοινωνίας πρέπει να είναι πλέον ένας multitasker: συντάκτης ενημερωτικών δελτίων, αναλυτής, PR practitioner, on-line communication expert, event organiser...», ενώ μία άλλη επισημαίνει ότι στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον οι σύμβουλοι τύπου θα πρέπει να καταστούν ικανοί χειριστές του πανίσχυρου επικοινωνιακού «όπλου» στα χέρια τους δηλ. την εθνική ταυτότητα (nation branding) της χώρας τους. Θίγεται επίσης από έναν συμμετέχοντα το ζήτημα της δυνατότητας της ταχείας απόκρισης -με τρόπο σαφή και εμπειρισταωμένο- προς την ανασκευή κακόβουλων ή δυσφημιστικών για τη χώρα μας δημοσιευμάτων, ως μία επιπλέον προϋπόθεση αποτελεσματικής άσκησης επικοινωνιακής πολιτικής στους ρυθμούς 24/9 κυριαρχίας του διαδικτύου ως του κατεξοχήν μέσου ενημέρωσης της κοινής γνώμης.

Στην έκτη ερώτηση οι συμμετέχοντες συμφωνούν επίσης στην περαιτέρω αξιοποίηση των στελεχών της ΓΓΕΕ, μολονότι επισημαίνουν ότι η συνεργασία τους με το ΥΠΕΞ υφίσταται ήδη ενεργή, στενή και διαρκή, συγχρόνως όμως τονίζουν ότι απαραίτητη προϋπόθεση είναι η αμέριστη δημιουργική συνεργασία μεταξύ των. Δύο συμμετέχοντες θεωρούν ότι η παρούσα κατάσταση μη υπαγωγής των συμβούλων τύπου στο ΥΠΕΞ δεν επιτρέπει την επιπλέον αξιοποίηση των δυνατοτήτων των εξειδικευμένων στη Δημόσια Διπλωματία στελεχών της ΓΓΕΕ, η οποία θα ήταν πιο αποτελεσματική εάν ασκείτο από ενιαίο φορέα, ο οποίος θα αξιοποιούσε το σύνολο του εξειδικευμένου προσωπικού και θα διευκολύνονταν στην παραγωγή ενός ενιαίου μηνύματος. Ένας μάλιστα επισημαίνει ότι το παραπάνω αποτελεί ένα πάγιο αίτημα της ENAT (Ενωσης Ακολουθών Τύπου) και επιβεβαιώθηκε σε πρόσφατη μάλιστα ηλεκτρονική ψηφοφορία όπου το 97% των ψηφοφόρων ψήφισε υπέρ της υπαγωγής. Επιπλέον σε μία απάντηση επισημαίνεται ότι η υπαγωγή του κλάδου συμβούλων και γραμματέων επικοινωνίας στο ΥΠΕΞ θα διασφαλίζει τον ορθολογισμό του συστήματος και θα εγγυάται το συντονισμό της πολιτικής, της ενιαίας δράσης, της αύξησης της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας της Δ.Δ., την ενίσχυση της εικόνας της χώρας στο εξωτερικό και γενικά υπαγορεύεται κυρίως από λόγους δημοσίου συμφέροντος.

Μία απάντηση επισημαίνει και την ανάγκη κάλυψης νέων περιοχών, όπως π.χ. η Νότια Αμερική και η Άπω Ανατολή, ούτως ώστε να επιτευχθεί η περαιτέρω

αξιοποίηση του στελεχιακού δυναμικού του κλάδου Συμβούλων και Γραμματέων Επικοινωνίας. Μία απάντηση κάνει λόγο για την χρήσιμη εμπειρία των ειδικών της ΓΤΕΕ ως προς τη δομή και την παρουσίαση (packaging) μίας θέσης και προτείνει τη συστηματική εκπαίδευση στελεχών του ΥΠΕΞ, τόσο από ειδικούς της ΓΤΕΕ και στελέχη του χώρου επικοινωνίας όσο και από επιστήμονες του χώρου της Δ.Δ. Ένας συμμετέχων κάνει λόγο για ανάγκη αναβάθμισης αμφίδρομης ενημέρωσης.

Μία άλλη απάντηση σημειώνει ότι ακόμη και εάν το κυβερνητικό οργανόγραμμα αποφασίσει την αξιοποίηση – ένταξη των στελεχών της ΓΤΕΕ στο ΥΠΕΞ αυτό που πρέπει να τονιστεί είναι ότι η κρατική δράση δεν επαρκεί εξαιτίας του εκτεταμένου περιβάλλοντος στο οποίο απευθύνεται και το οποίο διαμορφώνεται στο σύγχρονο υπερ-συνδεδεμένο σύμπαν: “..η Δ.Δ., που δεν έχει πια σαν συνομιλήτή της μια ξένη κυβέρνηση, αλλά ευρύτερους φορείς της κοινωνίας, όπως τις ΜΚΟ, την Κοινωνία των Πολιτών, παράγοντες της Ελεύθερης Αγοράς, κλπ, χρειάζεται να πλαισιώνεται και να συνεπικουρείται και από άλλες παράλληλες δραστηριότητες προερχόμενες από (λειτουργικά τουλάχιστον, αν όχι χρηματοδοτικά) ανεξάρτητους μη κρατικούς φορείς, ώστε τα αποτελέσματα να είναι διαχρονικά θετικά. Στην περίπτωση αυτή, το ΥΠΕΞ θα μπορούσε να διαδραματίσει σημαντικό συντονιστικό ρόλο, όχι όμως κατ’ αποκλειστικότητα. Ας θυμηθούμε τη φράση του G.R. Berridge: “Avoiding the impression of having any kind of agenda at all is the real factor of influence. This is why cultural diplomats to be efficient should not serve under the Embassy’s roofs””.

Στην έβδομη ερώτηση περί των προτάσεων που αποτυπώθηκαν στη δημόσια διαβούλευση επί του νέου οργανισμού του ΥΠΕΞ στα πλαίσια του εκσυγχρονισμού της εξωτερικής πολιτικής της χώρας μας, οι απαντούντες θεωρούν ότι η ένωση ακολούθων τύπου λόγω της ενασχόλησής της με τη Δ.Δ. έχει αναπτύξει ισχυρή επιχειρηματολογία στην εν λόγω διαβούλευση και διαχρονικά έχει υποστηρίξει την περαιτέρω αξιοποίηση των δυνατοτήτων του κλάδου, εντός του πλαισίου του ΥΠΕΞ ως μοναδικού αρμοδίου για τον εξωτερικό πολιτικό φορέα. Ακόμη θεωρούν ότι η παρέμβαση του συνδικαλιστού οργάνου αποβαίνει προς όφελος του κλάδου, δεδομένου ότι αναφέρθηκε στο νέο σχέδιο νόμου ως περιέχον διατάξεις οι οποίες «υφαρπάζουν αρμοδιότητες του εξειδικευμένου Κλάδου Συμβούλων και Γραμματέων Επικοινωνίας, δημιουργούν παράλληλες δομές διογκώνοντας το δημοσιονομικό κόστος και αποτελούν εμπόδιο στον συντονισμό των εξωστρεφών υπηρεσιών της

χώρας». Συμφωνούν επίσης ότι με τον τρόπο αυτό η Δ.Δ. εντάσσεται και ασκείται ορθολογικά στον φυσικό και θεσμικά αρμόδιο φορέα της, που είναι το Υπουργείο Εξωτερικών, ενώ συμμορφώνεται με τη διεθνή πρακτική των περισσότερων κρατών της διεθνούς κοινότητας που έχει ενσωματώσει τον αντίστοιχο κλάδο και τη Δ.Δ. στο ΥΠΕΞ. Έτσι εξασφαλίζεται καλύτερος κεντρικός σχεδιασμός και συντονισμός με άλλες πτυχές της διπλωματίας, εκλείπει η λογική των διπλών δομών, επιτυγχάνεται η μείωση και ορθολογική κατανομή κόστους των διοικητικών δομών, τόσο στο κέντρο όσο και στο εξωτερικό και παράλληλα βελτιστοποιείται η διαχείριση της εθνικής ταυτότητας με τη συνεργασία, ωστόσο, και άλλων δομών-οργανισμών εκτός του ΥΠΕΞ. Δύο συμμετέχοντες κάνουν λόγο στις απαντήσεις τους περί «χρονίζουσες παθογένειες» που θίγονται από την ΕΝΑΤ στο πλαίσιο της δημόσιας διαβούλευσης περί «χρόνιας ερμαφρόδιτης κατάστασης» καθώς και «διαχρονικού τραγέλαφου που δεν πρέπει να διαιωνιστεί», αναφερόμενοι στην επιτακτική ανάγκη άμεσης ένταξης των στελεχών της ΓΓΕΕ στην αρμόδια δ/ση του ΥΠΕΞ ως ιδιαίτερος κλάδος για να καθιστούν ικανοί να επιτελέσουν το έργο για το οποίο έχουν εκπαιδευτεί. Μάλιστα ο ένας συμμετέχων επισημαίνει ότι σε αντίθετη περίπτωση από την παραπάνω διευθέτηση τα στελέχη της ΓΓΕΕ θα πρέπει να πάνσουν να ασχολούνται με το αντικείμενο αυτό και το γεγονός ότι υποτιμώνται κατά τέτοιο ανόητο (αλλά σκόπιμο) τρόπο είναι χωρίς νόημα και εις βάρος της χώρας.

Στην όγδοη ερώτηση περί ανεμπόδιστης και ακίνδυνης αλληλόδρασης των διπλωματών με το ξένο κοινό η πλειονότητα των συμμετεχόντων διαφάνηκε πολύ διστακτική-ευαισθητοποιημένη ως προς την άσκησή της (εάν όχι «οιωνεί ανέφικτη»), εξαιτίας της ενδεχόμενης αρνητικής δημοσιότητας που μπορεί να λάβει η διαδικτυακή αλληλεπίδραση για σοβαρά ζητήματα που άπτονται της εξωτερικής και εσωτερικής πολιτικής. Θεωρούν ότι λόγω αφενός της υφής των ζητημάτων εξωτερικής ή εσωτερικής πολιτικής και αφετέρου λόγω της ευκολίας/ ταχύτητας/ αμεσότητας και συναισθηματικής φόρτισης με την οποία διεξάγεται η συζήτηση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης θέτει σε κίνδυνο το αποτέλεσμα της συζήτησης, όπως η διολίσθηση σε έκφραση προσωπικών απόψεων και έτσι η μη τήρηση της επίσημης κυβερνητικής γραμμής. Συμφωνούν στη διαδικασία της αλληλεπίδρασης μέσω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης αλλά επισημαίνουν την ανάγκη πρότερης συνεννόησης με την Αθήνα/Πρέσβη πριν την ανάρτηση σχόλια στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ούτως ώστε να διασφαλισθεί η αποτύπωση των ελληνικών

θέσεων της κυβέρνησης και η μεταφορά του «αφηγήματος» της ελληνικής εξωτερικής πολιτικής κατά τον βέλτιστο τρόπο. Μία απάντηση επισημαίνει την ανάγκη της ύπαρξης και λειτουργίας υπεύθυνης ομάδας κεντρικά με πολιτικές αρμοδιότητες και σχετική πολιτική εξουσιοδότηση, προκειμένου να λειτουργήσει άμεσα και αποτελεσματικά η ιεραρχική αλυσίδα, σε περιπτώσεις όπου απαιτείται η «ζωντανή» άμεση μετάδοση πληροφορίας, μηνύματος, απάντησης, αντίδρασης ή εμπλοκής σε ζωντανές συζητήσεις κ.ο.κ. Κάποια απάντηση επισημαίνει την παραπάνω ανάγκη συντονισμένης προσπάθειας- απάντησης μέσα από επίσημους λογαριασμούς και όχι αποσπασματικά από προσωπικούς λογαριασμούς μελών διπλωματικής αποστολής, σε πλήρη αντίθεση με την απάντηση του επικεφαλής της ελληνικής πρεσβείας Λονδίνου που θεωρεί το παραπάνω όχι μόνον ευκαίριο αλλά και επιθυμητό «διότι ο επαγγελματίας διπλωμάτης γνωρίζει τόσο το γενικό πλαίσιο και τους στόχους της εξωτερικής πολιτικής, όσο και τα όρια της αυτενέργειας στα οποία περιορίζεται».

Τέλος ένας συμμετέχων επισημαίνει στην απάντησή τους ότι το παραπάνω είναι ευκαίριο σε συνάρτηση με τη χώρα διαπίστευσης. Επεξηγεί ότι αυτό μπορεί να γίνει σε πολύ μεγάλο βαθμό σε χώρες και κοινωνίες με ιστορικούς και συμμαχικούς δεσμούς και ταυτότητα συμφερόντων (και εφόσον βέβαια η εκάστοτε συγκυρία είναι ευνοϊκή, π.χ. κάποιες από τις χώρες της ΕΕ) σε αντίθεση με άλλες όμως χώρες, όπου η διαβούλευση με την κοινωνία επί σοβαρών ζητημάτων μπορεί να καταστεί αντιπαραγωγική έως και επιβλαβής. Εκεί θέτει τον όρο της προηγούμενης συνεννόησης με την Αθήνα.

Όσον αφορά στην τελευταία ερώτηση περί αποτελεσματικότητας στην αλληλεπίδραση πολιτών-πολιτικών περί ποσοστού άσκησης “ειρηνευτικής” Δημόσιας Διπλωματίας σήμερα, οι απαντήσεις που δόθηκαν, επισημαίνουν αρχικά την ευελιξία που χαρακτηρίζει τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης όπως επίσης και το γεγονός ότι επιτρέπουν την άμεση ανατροφοδότηση επί αρχικών απόψεων και θέσεων που χρήζουν αναπροσαρμογής/αναθεώρησης. Τέλος τοποθετούν στη μία άκρη του νήματος την αμεσότερη σχέση των ακροατηρίων με τους πολιτικούς (όπου οι δεύτεροι καθίστανται άμεσα δέκτες του κλίματος που επικρατεί στην κοινή γνώμη), η οποία μάλιστα αναδεικνύεται από την ανάπτυξη και απήχηση των Νέων Μέσων, ενώ στην άλλη άκρη την απαίτηση να σχηματίζει το ίδιο το κοινό

αδιαμεσολάβητη γνώση και άποψη περί τεκταινομένων. Παράλληλα όμως τονίζουν τα μειονεκτήματα που απορρέουν από τη χρήση των και έχουν επισημανθεί διεθνώς και από πολλές πλευρές, την αδυναμία τους λόγω της φύσεώς τους να επιτρέψουν έναν διάυλο ουσιαστικής επικοινωνίας, όπως επίσης και τη μη αποτελεσματικότητα των “καναλιών” αυτών στον τρόπο άσκησης εξωτερικής πολιτικής.

Ως προς το δεύτερο σκέλος όλοι συμφωνούν ότι η Ελλάδα ανέκαθεν ακολουθεί ειρηνευτική Δημόσια Διπλωματία που ασκείται είτε διμερώς είτε μέσω διεθνών οργανισμών (Ε.Ε., Ο.Η.Ε.), αλλά επισημαίνουν επίσης την ανυπαρξία θετικών ωφελημάτων από την άσκησή της, εξαιτίας της στάσης των γειτονικών της χωρών που κινούνται βάσει προκαθορισμένων θεμελιωδών στόχων στις ατζέντες διεθνούς πολιτικής τους, όπως επίσης ότι οι “ειρηνευτικές” εξελίξεις εξαρτώνται και από τις συνθήκες που υπαγορεύονται από άλλους διεθνούς παράγοντες (Ε.Ε., ΝΑΤΟ, κλπ) καθώς και τις ευρύτερες συνθήκες σε κάθε περιοχή.

Σε κάθε περίπτωση επισημαίνεται ότι η «ειρηνευτική» δημόσια διπλωματία πρέπει να είναι μακροπρόθεσμη και να βασίζεται στην πειθώ και τον διάλογο. Δεν μπορεί να λειτουργεί ως προπαγανδιστής δογματικών απόψεων. Πρέπει κάθε φορά να αποδεικνύει τεκμηριωμένα ότι προέρχεται από ένα κράτος φιλειρηνικό, με διεθνή αναγνώριση, που συμβάλλει ιστορικά στην επίλυση κρίσεων και τη μείωση των τριβών περιφερειακά και διεθνώς.

4.4. Ανάλυση συνεντεύξεων από βρετανικούς φορείς.

Τώρα μπορούμε να συγκρίνουμε τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου με τις συνεντεύξεις των επιτόπιων φορέων:

Οι τρεις πρώην κυβερνητικοί βρετανικοί φορείς με τους οποίους πραγματοποιήθηκαν ημι-δομημένες (πέραν του ημιώρου σε χρονική διάρκεια) συνεντεύξεις συντείνουν στο συμπέρασμα ότι η Δ.Δ. της Ελλάδας στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι πολύ χαμηλότερη των προσδοκιών και των πεποιθήσεων των περισσότερων από τους απαντήσαντες στο παραπάνω ερωτηματολόγιο.

Πιο συγκεκριμένα η συνέντευξη με την οικονομολόγο και συγγραφέα ελληνικής καταγωγής, κα Vicky Price συμπεραίνει ότι ενώ η Ελλάδα λόγω γεωγραφικής θέσης, πολιτιστικής κληρονομιάς, ιστορίας, τοπίων, γαστρονομίας, φιλοξενίας, δεξιοτήτων

του ανθρώπινου δυναμικού της, κ.α. υπερέχει στην ποσότητα της “ήπιας ισχύος” της από άλλες μικρές χώρες, στο Ηνωμένο Βασίλειο (αλλά και παγκοσμίως) η εικόνα της δεν αξιοποιείται/προωθείται στο επίπεδο που της αξίζει και γενικώς δεν επικοινωνείται σωστά στα τοπικά παραδοσιακά ή Νέα Μέσα αλλά το αντίθετο: η αποτύπωση της εικόνας για την Ελλάδα και τους Έλληνες στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι αρνητική. Εντοπίζει ένα αξιοσημείωτο κενό στην επικοινωνία των βρετανικών Μέσων με την ελληνική αντιπροσωπεία στο Λονδίνο και επισημαίνει ότι το αποτέλεσμα είναι ότι, πολύ συχνά, καλείται η ίδια από το βρετανικό τύπο να δώσει απαντήσεις σε ζητήματα (κυρίως αρνητικής φύσεως) που ανακύπτουν σχετικά με την Ελλάδα. Η ίδια προτείνει ένα νέο μοντέλο Δ.Δ. στο οποίο θα πρέπει να συμβάλει και ο ιδιωτικός τομέας και στον οποίο θεωρεί απαραίτητη τη συμπερίληψη οικονομολόγων για να καταγράφονται και να επικοινωνούνται τα σωστά δεδομένα-στοιχεία, καθώς και την ανάδειξή του μέσα από τα Νέα Μέσα. Επιπλέον θεωρεί ότι ειδικότερα η Αθήνα και γενικότερα η Ελλάδα χρειάζεται να προβάλει ένα σύγχρονο προφίλ που να ανταγωνίζεται σε παγκόσμιο επίπεδο άλλες πολιτιστικές πρωτεύουσες και χώρες.

Η δεύτερη συνέντευξη που πραγματοποιήθηκε με πρώην μέλος βρετανικής Βουλής ο οποίος διετέλεσε στη θέση του Υπουργού Ευρώπης και επικεφαλής βρετανικής Δ.Δ. επί κυβέρνησης κ. Τ. Blair, μετά από την κριτική που άσκησε περί των διπλωματικών χειρισμών της χώρας μας σε ό,τι αφορά την αναγνώριση του Κοσσόβου και την καθυστέρηση της εύρεσης διπλωματικής λύσης με τα Σκόπια και αφού εντόπισε τον ίδιο βαθμό “απουσίας” της ελληνικής Δ.Δ. με την ανωτέρω, μας πρότεινε ενός τύπου “επιθετικότερη” επικοινωνία των διπλωματών μας με ξένους ανταποκριτές ειδήσεων διαμέσου της φιλοξενίας τους στην Ελλάδα, καθώς και τη διενέργεια συνεδρίων (τύπου Νταβός) στην Ελλάδα ούτως ώστε να μεγιστοποιηθεί η στρατηγική επικοινωνίας της Ελλάδας διεθνώς και να βελτιωποιηθεί έτσι η άσκηση της ελληνικής Δ.Δ. Αξιοσημείωτη είναι και η πρότασή του για την άμεση παύση ενασχόλησης της ελληνικής Δ.Δ. στο θέμα της επιστροφής των Ελγινείων Μαρμάρων. Σε σχετικό ερώτημα περί χρήσης και χρησιμότητας των Νέων Μέσων στην άσκηση Δ.Δ. μας απάντησε ότι τα παραπάνω δε συνδέονται απαραίτητα με το σχεδιασμό στρατηγικής, πλην όμως αναγνώρισε την ανάγκη της χρήσης όλων των ΜΚΔ ως προς τη διάχυση πληροφορίας/ενημέρωσης/επικοινωνίας. Τόνισε επίσης το ρόλο που διαδραμάτισε η Ελλάδα με την ένταξή της στην Ε.Ε., μέσω της μεταφοράς των αξιών της οι οποίες

διαχύθηκαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, παράλληλα με την ιδιαιτερότητά της ως χώρας (ελληνική γλώσσα, γεωλογία εδάφους, μικρό μέγεθος κ.ο.κ. καθώς και την ανάγκη να διαδραματίσει η Ελλάδα έναν πρωταρχικό ρόλο στα Βαλκάνια.

Στην τρίτη κατά σειρά συνέντευξη, η οποία δε φιλοξενείται στο παράρτημα της εργασίας, πρώην υψηλόβαθμος βρετανός διπλωμάτης, ο οποίος επιθυμεί να διατηρήσει την ανωνυμία του και ο οποίος υπηρέτησε πρόσφατα στη βρετανική πρεσβεία στην Αθήνα, ανέλυσε τον τρόπο με τον οποίο συντονίζει, αξιοποιεί και χειρίζεται το Λονδίνο μέσω της πρεσβείας του τα ψηφιακά ΜΜΕ, για την προώθηση της βρετανικής Δ.Δ. στην Ελλάδα.

Απαντώντας σε σχετικές ερωτήσεις μας κατά τη διάρκεια της συζήτησης/συνέντευξης, ο πρώην Βρετανός διπλωμάτης αναφέρθηκε στον καθοριστικό συντονιστικό ρόλο του γραφείου του Πρωθυπουργού και του Foreign Office (βρετανικού ΥΠΕΞ) στην καθημερινή διαχείριση της επικοινωνιακής παρουσίας της Βρετανίας στην Ελλάδα, μέσω της βρετανικής πρεσβείας, στον τρόπο προσέγγισης της ελληνικής κοινής γνώμης μέσω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και στο μικρό ποσοστό ανεξαρτησίας του επικεφαλής της διπλωματικής αποστολής στον τομέα αυτό.

Ο πρώην βρετανός διπλωμάτης μίλησε επίσης για τους στόχους της βρετανικής επικοινωνιακής πολιτικής στην Ελλάδα και απάντησε στη ερώτηση για το πώς θα μπορούσαν να αναπτυχθούν περισσότερο οι ελληνοβρετανικές επικοινωνιακές σχέσεις μέσω των ψηφιακών ΜΜΕ, φέροντας ως επιτυχές παράδειγμα την επικοινωνιακή δράση του σημερινού Υπατου Αρμοστή της Κύπρου στη Βρετανία κ. Ευρυπίδη Ευρυβιάδη.

Σε ερώτημα σχετικά με τη χρήση και αξιοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για την προσέγγιση του ξένου κοινού από τη βρετανική πλευρά μας απάντησε ότι αποτελεί υποχρέωση των βρετανικών πρεσβειών, η οποία απαιτεί συνεχώς μεγαλύτερη εξειδίκευση των υπεύθυνων χειριστών, από το επίπεδο του πρέσβη, μέχρι τα στελέχη του γραφείου Τύπου της πρεσβείας τα οποία είναι άμεσα υπεύθυνα για το θέμα.«Αλλο είναι να προσκαλέσεις ένα περιορισμένο αριθμό ατόμων σε μια δεξίωση π.χ. για τη Βασίλισσα της Αγγλίας και άλλο να επικοινωνήσεις το ίδιο μήνυμα

απευθείας σε χιλιάδες πολίτες, όλων των επιπέδων και κατηγοριών της χώρας που σε φιλοξενεί» λέει χαρακτηριστικά.

Επισημαίνει ότι στη βρετανική πρεσβεία στην Αθήνα υπηρετούν συνήθως 100 περίπου άτομα, εκ των οποίων τα τέσσερα επανδρώνουν το Γραφείο Τύπου και ο ένας από αυτούς είναι ο κατ'εξοχήν υπεύθυνος για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ), ενώ πραγματοποιείται χρήση όλων των ειδών των ΜΚΔ, μεταξύ των οποίων και το προσωπικό twitter του επικεφαλής της διπλωματικής αποστολής που χειρίζεται με μεγάλη προσοχή ο ίδιος ο πρέσβης.

Το αξιοσημείωτο στοιχείο της συνέντευξης είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των περιεχομένων των ψηφιακών ΜΜΕ της βρετανικής πρεσβείας (είτε στην Αθήνα είτε σε άλλη πρωτεύουσα) συντονίζεται και δημιουργείται στο Λονδίνο από τις ομάδες Ψηφιακής Διπλωματίας του πρωθυπουργικού γραφείου και του Foreign Office (ΥΠΕΞ), ενώ στη συνέχεια αποστέλλεται μέσω του Foreign Office στη πρεσβεία στην Αθήνα για προώθηση, είτε ως μήνυμα προερχόμενο απευθείας από το Λονδίνο, είτε με την υπογραφή του πρέσβη στην Αθήνα, είτε σαν περιεχόμενο που προωθεί γενικά η πρεσβεία κλπ.

Επιπλέον οι ομάδες Ψηφιακής Διπλωματίας στο Λονδίνο είναι πολυμελείς και αποτελούνται από ικανούς επαγγελματίες του είδους. Με ευθύνη του πρωθυπουργικού γραφείου και του Foreign Office (ΥΠΕΞ) οι ομάδες είναι σε συνεχή συντονιστική επαφή με όλα τα τμήματα της κυβέρνησης, τα υπουργεία και τους κρατικούς οργανισμούς, καθώς και όλους τους εξωστρεφείς ιδιωτικούς φορείς από το χώρο της οικονομίας, του πολιτισμού, της τέχνης, του αθλητισμού κλπ.

Όσο για το πολυμελές εξειδικευμένο τμήμα των επαγγελματιών της Ψηφιακής Διπλωματίας στο Foreign Office (ΥΠΕΞ) οι βρετανοί το βαπτίζουν “Μονάδα Ψηφιακής Διπλωματίας”. Το τμήμα αυτό συντονίζει, υπό την άμεση καθοδήγηση και εποπτεία του πρωθυπουργικού γραφείου, με μεθοδικό τρόπο τις διάφορες καμπάνιες της βρετανικής κυβέρνησης στο εξωτερικό και αποστέλλει σε καθημερινή βάση συγκεκριμένο υλικό για την επί λέξει προώθηση μέσω των ΜΚΔ της πρεσβείας, ή προωθεί συγκεκριμένα γενικότερα πλαίσια μέσα στα οποία πρέπει να κινηθεί η πρεσβεία για να επικοινωνήσει κάποιο θέμα στον ελληνικό λαό, μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας.

Ένα ακόμη σημείο της συνέντευξης που αξίζει να σημειωθεί είναι το γεγονός ότι τα γνωστά μεγάλα εργαλεία της βρετανικής Δημόσιας Διπλωματίας στο εξωτερικό, όπως το BBC World Service, British Council, Foreign Aid, τα βρετανικά σχολεία στο εξωτερικό, τα διάφορα κολέγια που συνεργάζονται με βρετανικά πανεπιστήμια κλπ., διατηρούν την ανεξάρτητη λειτουργία τους και δεν ελέγχονται από την βρετανική πρεσβεία, η οποία, βέβαια, επιδιώκει να έχει πάντα καλές σχέσεις συνεργασίας μαζί τους.

Σε ένα πιο εξειδικευμένο επίπεδο, όταν δηλ. πρόκειται για προώθηση των βρετανικών θέσεων μέσω των συστημικών MME όπως οι εφημερίδες, περιοδικά, τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά δίκτυα, τα 9 στα 10 σχετικά κείμενα γράφονται και αποστέλλονται έτοιμα στις πρεσβείες από το Λονδίνο. Η πρεσβεία, η οποία βρίσκεται σε συνεχή επαφή με το Foreign Office (ΥΠΕΞ) για το κάθε ζήτημα που ανακύπτει, είναι υποχρεωμένη να προωθήσει κατά γράμμα την επίσημη θέση του Λονδίνου, στο συγκεκριμένο MME. Σε πιο γενικές περιπτώσεις, ο πρέσβης εντέλλεται να προωθήσει τη θέση του Λονδίνου, πάντα χωρίς αλλοιώσεις, σε περισσότερα του ενός MME. Τα σχετικά γραπτά άρθρα, επιστολές, αναλύσεις κλπ, υπογράφει είτε ο πρέσβης, είτε το Γραφείο Τύπου, είτε κάποιος επίσημος από το Λονδίνο. Στις περιπτώσεις εμφανίσεων σε τηλεοπτικά δίκτυα και ραδιοφωνικά προγράμματα ισχύει ο ίδιος κανόνας, αν και εκεί υπάρχει κάποια ευχέρεια για πολύ μικρές πρωτοβουλίες, ανάλογα με την ερώτηση. Ο συνεντευξιαζόμενος σημειώνει ότι η ανάπτυξη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης άλλαξε παντελώς το παραπάνω σκηνικό. Πλέον το Foreign Office (ΥΠΕΞ) υποχρεώνει όλους τους διπλωμάτες του να εξασκούνται σε εντατικά εκπαιδευτικά σεμινάρια αρκετών μηνών, όχι μόνο σε θέματα παραδοσιακής διπλωματίας, αλλά και στην Ψηφιακή Διπλωματία και την αποτελεσματική προσέγγιση των MME της χώρας που θα τους φιλοξενήσει.

Μολονότι τα τελευταία 20 περίπου χρόνια οι βρετανοί πρέσβεις στην Ελλάδα είχαν ο καθένας τους λίγο ως πολύ προηγούμενη ακαδημαϊκή, πολιτιστική, γλωσσική κλπ. εμπειρία από την Ελλάδα το Foreign Office (ΥΠΕΞ), στα πλαίσια της ελληνικής οικονομικής κρίσης, απεστάλη πολυμελής αποστολή από το Λονδίνο για να εκπαιδεύσει ολόκληρο το προσωπικό της πρεσβείας μας Αθήνα στα θέματα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και της ψηφιακής τεχνολογίας. Σε ερώτημα σχετικό με τη χρήση twitter ο συνεντευξιαζόμενος απαντάει ότι πρωτοπόρος του είδους (στην

προσωπική χρήση των ψηφιακών και ιδιαίτερα του twitter) υπήρξε ο Βρετανός πρέσβης στο Λίβανο Tom Fletcher, ο οποίος έγραψε και το σχετικό βιβλίο *The Naked Diplomat* (2017). Γενικώς, επισημαίνει, οι Βρετανοί πρέσβεις ενθαρρύνονται από τους προϊσταμένους τους να χρησιμοποιούν προσωπικά twitter, με μεγάλη όμως προσοχή διότι υπάρχουν πολλοί κίνδυνοι παρεκτροπής, εμπλοκής σε δυσάρεστες καταστάσεις και παρεξηγήσεων που οφείλονται στην αμεσότητα και τον προσωπικό τόνο των ψηφιακών μέσων, ενώ επισημαίνει ότι «..τεράστιο ρόλο για την αποτελεσματικότητα ή μη της χρήσης των ψηφιακών μέσων εκ μέρους του πρέσβη και της πρεσβείας παίζει η αυθεντικότητα και αξιοπιστία» και προσθέτει: «Κατά τη διάρκεια της θητείας μου στην Αθήνα είχα περίπου 4.000 followers, με πολύ λίγες προσβλητικές ή κακόπιστες παρεμβάσεις, ενώ οι σχέσεις μου με τα ελληνικά συστημικά MME υπήρξαν άριστες διότι οι εκπρόσωποί τους τηρούν τα “συμπεφωνημένα”».

Σε ερώτημα περί παράθεσης της στρατηγικής του σε ότι αφορά το χειρισμό των ψηφιακών και παραδοσιακών MME στην Ελλάδα μας απάντησε τα εξής:

1. Συνεννοήθηκα με το Λονδίνο και το γραφείο Τύπου της πρεσβείας για το ποιος θα αναλάβει τον χειρισμό της κάθε πτυχής της επικοινωνίας μας με τους Έλληνες.
2. Ανέλαβα την ενημέρωση για τα σοβαρά ζητήματα και τις δραστηριότητες κάθε είδους του βρετανού πρέσβη στην Ελλάδα, δίνοντας έμφαση στην προσωπική μου συμπάθεια προς τον ελληνικό λαό, την ιστορία του, τον πολιτισμό του, τα οικονομικά του επιτεύγματα και τις δυνατότητες. Χρησιμοποιούσα την ελληνική γλώσσα σε ποσοστό περίπου 50%, ενώ οι followers στο twitter μου βρίσκονταν κατά 80% στην Ελλάδα και 20% στη Βρετανία.
3. Προσπάθησα να προωθήσω τις, επί αιώνες, φιλικές ελληνοβρετανικές σχέσεις σε όλους τους τομείς αλλά και τις σύγχρονες δυνατότητες μεγαλύτερης οικονομικής συνεργασίας. Αξιοποίησα περιπτώσεις όπως η εμπλοκή της BritishPetroleum στον αγωγό TAP, ενώ σε διμερές οικονομικό επίπεδο προσπαθούσα να προσελκύσω βρετανικές εταιρείες να επενδύσουν στην Ελλάδα και το αντίστροφο.

Προσπάθησα επίσης να υπογραμμίσω την προσωπική μου συμπάθεια και τη συμπάθεια της χώρας που εκπροσωπούσα προς την Ελλάδα και τον ελληνικό λαό, στέλνοντας το μήνυμα ότι δεν πρέπει να απελπίζεται λόγω της κρίσης και υπογράμμιζα τις θετικές προοπτικές που υπάρχουν για την ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας. Για το σκοπό αυτό μιλούσα για τις δυνατότητες αύξησης των ελληνικών εξαγωγών προς τη Βρετανία και υπενθύμιζα επιτυχημένα παραδείγματα όπως αυτό της εταιρείας ΦΑΓΕ.

4. Απέφυγα να ασχοληθώ με το δημοψήφισμα για το Brexit, διότι στη διπλωματία υπάρχουν και περιορισμοί και όρια τα οποία δεν πρέπει να υπερβαίνονται.

Γενικώς κατά τη διάρκεια της θητείας μου στην Αθήνα αξιοποίησα όλα τα γνωστά βρετανικά ιστορικά πλεονεκτήματα, αλλά και την αξιόλογη ακαδημαϊκή, πολιτιστική και επιχειρηματική βρετανική παρουσία στην Ελλάδα, όπως τα 4 βρετανικά σχολεία, το Βρετανικό Συμβούλιο, τα κολέγια που συνεργάζονται με βρετανικά πανεπιστήμια κλπ.

Σε σχετικό ερώτημα περί της άσκησης της ελληνικής Δ.Δ. στο Ηνωμένο Βασίλειο επισημαίνει ότι το Λονδίνο αντίθετα με την Αθήνα είναι μια τεράστια και πολύ πολύπλοκη πόλη, όπως η Μόσχα, η Νέα Υόρκη, το Βερολίνο κλπ., όπου είναι δυσκολότερο να επιτύχεις ως ξένος διπλωμάτης και τους παραπάνω λόγους οι Βρετανοί διατηρούν στις παραπάνω πρωτεύουσες μεγάλες διπλωματικές αποστολές.

Και στο τελικό ερώτημα ως προς τον καταλληλότερο τρόπο προώθησης της εικόνας της Ελλάδας απαντά ότι: «Σε ό,τι αφορά στην προώθηση της ελληνικής Δημόσιας διπλωματίας στην Βρετανία, θεωρώ ότι θα μπορούσατε να είστε πιο δραστήριοι στον τομέα των εξαγωγών των ελληνικών προϊόντων, της ελληνικής γαστρονομίας, του χειμωνιάτικου τουρισμού, και στην προώθηση του τουριστικού προορισμού για το Σαββατοκύριακο (Long Weekend Destination). Χρειάζεται να αποσαφηνίσετε την εικόνα που θέλετε να προβάλετε στη Βρετανία και στο εξωτερικό και να το κάνετε με σαφήνεια και ακρίβεια. Για παράδειγμα, λόγω αποκλειστικής χρήσης της ελληνικής γλώσσας η ελληνική πολιτική δραστηριότητα είναι κυρίως ελληνοκεντρική, απευθύνεται στους Έλληνες και μόνο τα τελευταία χρόνια στην Επίδαυρο χρησιμοποιούνται αγγλικοί υπότιτλοι. Άλλο παράδειγμα είναι ότι την Ελλάδα

επισκέπτονται κάθε χρόνο για τουρισμό εκατομμύρια Βρετανοί, οι οποίοι μαγεύονται από την ελληνική κουζίνα και προϊόντα που μπορούν να προωθηθούν στη Βρετανία αποτελεσματικότερα. Πρέπει να είστε σαφείς ως προς το μήνυμα που θέλετε να προβάλετε και να συντονίσετε όλες τις προϋποθέσεις και πλεονεκτήματά σας προς την κατεύθυνση αυτή.

Καταλήγει τέλος παραθέτοντας ένα παράδειγμα προς μίμηση ξένου διπλωμάτη στο Λονδίνο που αξιοποιεί αποτελεσματικά τα ψηφιακά ΜΜΕ υπέρ της χώρας του είναι ο Υπατος Αρμοστής της Κυπριακής Δημοκρατίας κ. Ευριπίδης Ευρυβιάδης

(<http://www.cbjola.com/single-post/2018/11/29/DIPLOMACY-IN-THE-DIGITAL-AGE>)

«Ο Ευριπίδης είναι εκπληκτικός» λέει χαρακτηριστικά...»Ανεβάζει στο προσωπικό του twitter όλες τις προσωπικές του δραστηριότητες και προβάλλει τις “γέφυρες” που ενώνουν τον κυπριακό με το βρετανικό λαό....Δε σχολιάζει τα βρετανικά ή τα κυπριακά πολιτικά δρώμενα παρά ασχολείται αποκλειστικά με την υπογράμμιση των θετικών στοιχείων που συνδέουν τις δύο χώρες μας δημιουργώντας έτσι ιδανικές συνθήκες για την ευδοκίμηση μίας αποτελεσματικής δημόσιας διπλωματίας μεταξύ των δύο αυτών χωρών».

Κεφάλαιο 5. Συμπεράσματα-Ανάλυση έρευνας.

Από τον Ναπολέοντα που υποστήριζε πώς τέσσερις «θυμωμένες» εφημερίδες ήταν πιο απειλητικές από 1.000 θυμωμένους αγωνιστές (Armstrong 2009:1) οι οποίοι σήμερα ισοδυναμούν με τέσσερις θυμωμένους μπλόγκερς (bloggers), καθώς η επίδραση των παραδοσιακών Μέσων έχει αντικατασταθεί από την επίδραση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, αντιλαμβανόμαστε τη σπουδαιότητα της χρήσης των τελευταίων ως ένα πολύ-εργαλείο που επεκτείνεται στον τομέα της άσκησης της Δημόσιας Διπλωματίας.

Τα συμπεράσματα της έρευνας, τουλάχιστον στην περίπτωση του Ηνωμένου Βασιλείου, ανέδειξαν τη σημασία που αποδίδεται τόσο στο περιεχόμενο που επικοινωνείται, όσο και στη χρήση των Νέων Μέσων από το βρετανικό κράτος στο σύνολό του και ειδικότερα από τους ειδικούς ενασχολούμενους με την άσκηση της Δ.Δ.. Επιπλέον τα ευρήματα της πρωτότυπης έρευνας περί του τρόπου οργάνωσης και άσκησης της βρετανικής Δ.Δ. αποκαλύπτουν τη θεμελιώδη σημασία που αποδίδεται στην άσκηση Δ.Δ., από το γεγονός ότι το δίκτυο οργάνωσής της

χειρίζονται ειδικοί οι οποίοι συντονίζονται από το επιτελείο του Πρωθυπουργού της χώρας, ενώ στη συνέχεια το «υλικό» προωθείται στις αρχές του Ηνωμένου Βασιλείου στο εξωτερικό μέσω του βρετανικού ΥΠΕΞ. Τέλος το έργο των βρετανικών δεξαμενών σκέψεων προς την κατεύθυνση αποκατάστασης της εικόνας της χώρας, η οποία ζημιώθηκε εξαιτίας του Brexit, αποτελεί δείγμα της διαρκούς ενασχόλησης των βρετανικών φορέων με την αποτελεσματική άσκηση Δ.Δ, κάτω από οποιεσδήποτε συνθήκες.

Στην περίπτωση της Ελλάδας και σε ό,τι αφορά σε βέλτιστα αποτελέσματα άσκησης της ελληνικής Δ.Δ. στο Ηνωμένο Βασίλειο (για την οποία άλλωστε πραγματοποιήθηκε η έρευνα), αλλά και γενικότερα στο εξωτερικό, προτείνεται:

- Ο εμπλουτισμός της σελίδας facebook ελληνικής Πρεσβείας Λονδίνου (προβολή ελληνικών τοπίων αλλά και αξιών/ιδανικών στο κεντρικό προφίλ, πολιτιστικών δράσεων σε διμερές επίπεδο, γαστρονομίας, διαφορετικότητας, πολυπολιτισμικότητας κ.ο.κ.)
- Η προώθηση μέσω ΜΚΔ του μοντέρνου προφίλ της Ελλάδας
- Η προώθηση νέων/σύγχρονων ανταλλακτικών πολιτιστικών δράσεων (π.χ. μέσω ανανεωμένου Ελληνικού Ιδρύματος Πολιτισμού) στο Η.Β
- Η πραγματοποίηση συνέδριου (ελληνικό «συμπόσιο») ΜΜΕ σε ελληνικό νησί για προσέλκυση ξένων ανταποκριτών
- Η προώθηση επιπλέον εξαγωγών (π.χ. ΦΑΓΕ) στο Η.Β
- Η ενσωμάτωση εξειδικευμένων στη Δ.Δ. Ακολουθών Τύπου στο Υπουργείο Εξωτερικών για αποτελεσματικότερο, ενιαίο συντονισμό Δ.Δ.
- Η εμπλοκή ιδιωτικού τομέα-επιτελείου επικοινωνιολόγων-οικονομολόγων στη στρατηγική Δ.Δ.
- Η πυροδότηση διαλόγου για κοινά διμερή/παγκόσμια ζητήματα στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Γενικότερα προβολή θεμάτων που αποτελούν συγκολλητική ουσία μεταξύ των δύο κρατών (π.χ. παύση στη διεξαγωγή διαλόγου/επιχειρηματολογίας από ελληνικής πλευράς περί επιστροφής Μαρμάρων Παρθενώνα στην Ελλάδα)

- Η χρήση τουίτερ από εμπλεκόμενους με τη Δ.Δ. στο παραπάνω πνεύμα, δηλ. φιλικό, ανθρώπινο, άμεσο με διάθεση προσέγγισης του κοινού της χώρας διαπίστευσης (π.χ. αναρτήσεις που τονίζουν τα σημεία που ενώνουν τους δύο λαούς) και στο πλαίσιο αυτό σεμινάρια χρήσης ΜΚΔ από ειδικούς της επικοινωνίας σε στελέχη του Υπουργείου Εξωτερικών.

Ως προς την απορρόφηση και πλήρη αξιοποίηση του ανθρώπινου εξειδικευμένου δυναμικού της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας από το Υπουργείο Εξωτερικών, η δράση του μπορεί να συντονίζεται, σύμφωνα με το βρετανικό μοντέλο, σε εγχώριο επίπεδο από το επιτελείο του εκάστοτε Πρωθυπουργού, σε συνεργασία με ειδική μονάδα του Υπουργείου Εξωτερικών και στη συνέχεια να προωθείται ως «έτοιμο προϊόν» προς διαμοίραση, κατανάλωση, επικοινωνία διαμέσου του Υπουργείου Εξωτερικών στις κατά τόπους Αρχές.

Στη διαδικασία αυτή θα (πρέπει να) διαδραματίζουν ενεργότατο ρόλο οι Αρχές του εξωτερικού συμβάλλοντας στην ακρόαση (listening), εμπλέκοντας όλους τους “εξωστρεφείς” φορείς, κρατικούς (Υπουργείο Πολιτισμού, Ε.Ο.Τ., Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού –στο μοντέλο του έργου του Word Service για το BBC- Υπουργείο Οικονομίας, Υπουργείο Τουρισμού κ.ο.κ.) ή μη (πολιτιστικά ινστιτούτα, δεξαμενές σκέψεις, Κοινωνία των Πολιτών, γυναικείες οργανώσεις, ανεξάρτητες θεατρικές ομάδες, εθελοντικές συσσωματώσεις πολιτών κ.ο.κ.) και αξιοποιώντας με τον τρόπο αυτό κάθε δυνατή συλλογή πληροφοριών από διαφοροποιημένες πηγές και παγκοσμιοποιημένα ακροατήρια, το υλικό της οποίας να αποστέλλεται στην Αθήνα. Με τον τρόπο αυτό η Δημόσια Διπλωματία της χώρας θα αποδεσμευτεί από μεροληψίες και πολιτικές σκοπιμότητες, θα καταστεί αντικειμενικότερη ως προς τα μηνύματα “επιρροής”, πειστικότερη, απλουστεύμενη και πιο αποτελεσματική αφού θα διαχέεται άμεσα από ειδικούς της επικοινωνίας σε μεγαλύτερης έκτασης ακροατήρια.

Ειδικότερα για το Ηνωμένο Βασίλειο εάν εξεταστεί το ενδεχόμενο προβολής, μέσω της ιστοσελίδας και των ΜΚΔ της Πρεσβείας, του νέου μοντέρνου πολιτιστικού προσώπου της Ελλάδας (π.χ. της δράσης του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (<https://www.snf.org>) και του δικτύου Μουσείων σε μικρές ελληνικές πόλεις και νησιά (<http://www.piop.gr/en/diktuo-mouseiwn.aspx>), ή των ελλήνων σχεδιαστών μόδας που δραστηριοποιούνται επιτοπίως, όπως η Mary Catrantzou

(<https://www.facebook.com/MaryKatrantzou.Official/>) ή ο Eddie Gavriilidis, ο οποίος έχει ντύσει τη βραβευμένη μουσικό Lady Gaga (<https://www.instagram.com/eddiegavriilidis/?hl=en>), της εθελοντικής θεατρικής ομάδας της Οξφόρδης “Πράξις” (<https://www.facebook.com/PraxisOxfordGreekTheatreGroup/>), της τέλεσης επιτοπίων δράσεων της ελληνικής επιστημονικής κοινότητας, πολιτιστικών δράσεων για παιδιά, φιλανθρωπικού παζαριού (bazaar) με χειροποίητα βιολογικά ελληνικά προϊόντα, εκθέσεις ελληνικής γαστρονομίας κ.ο.κ. κατά το πρότυπο του εβδομαδιαίου “πειράματος” ήπιας ισχύος της Βρετανίας “Britweek for Queens’s Diamond Jubilee in 2012”, #Britweek, που πραγματοποίησε με επιτυχία ο πρωτοπόρος βρετανός διπλωμάτης Tom Fletcher (2012:175) το 2012 στον Λίβανο, στη διάρκεια της θητείας του εκεί, είναι πιθανόν να επιτευχθεί μεγαλύτερος βαθμός απήχησης στο κοινό της χώρας διαπίστευσης. Αυτό θα συμβάλει στην ανανέωση του προφίλ της Ελλάδας, πέρα από την ετεροχρονισμένη εικόνα της χώρας ως αποκλειστικά τουριστικού προορισμού για καλοκαιρινές διακοπές. Σε επίπεδο τουρισμού θα ήταν χρήσιμο να προωθηθεί στην Ελλάδα ο θρησκευτικός τουρισμός καθώς και ο τουρισμός σε επίπεδο προορισμού για το Σαββατοκύριακο (Long Weekend destination).

Επίσης θα συνέβαλε δραστικά η εντατικοποίηση της δραστηριοποίησης της χώρας μας στον τομέα των εξαγωγών των ελληνικών προϊόντων.

Επιπροσθέτως, τόσο η παρουσία χιλιάδων Ελλήνων φοιτητών στα βρετανικά πανεπιστήμια, της εφοπλιστικής κοινότητας, καθώς και άλλων οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών, όσο και της νέας ελληνικής ακαδημαϊκής κοινότητας η οποία, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης στη χώρα μας, ευδοκimeί στο Ηνωμένο Βασίλειο θα ήταν χρήσιμο να αξιοποιηθεί έτσι ώστε όλες οι παραπάνω κοινότητες να εμψυχήσουν εκ νέου φιλλελληνικά συναισθήματα στο βρετανικό λαό. Θα μπορούσαν επίσης να συμβάλουν στην κατεύθυνση της δημιουργίας δεξαμενών σκέψεων, διαλόγων, κοινών δράσεων/λύσεων που να αφορούν ζητήματα κοινού ενδιαφέροντος (μεταναστευτικό, περιβάλλον, τρομοκρατία, κοινωνία, εγχώριος διχασμός πολιτών, έμφυλες σχέσεις, εγκληματικότητα, ένδεια κ.ο.κ.), αλλά και της επινόησης ελπιδοφόρων ιδεών/οραμάτων για το μέλλον, στο μοτίβο π.χ. των 17 στόχων βιώσιμης ανάπτυξης (SDGs) που εφορμήθηκαν από τα Ηνωμένα Έθνη για τα κράτη-

μέλη τους μέχρι το 2030, ή της δημιουργίας της οικολογικής βιβλιοθήκης του μέλλοντος στο Όσλο που συλλέγει βιβλία που θα εκδοθούν μετά το 2114, ή της ομάδας που σχετίζεται με το Εβραϊκό Πανεπιστήμιο στην Ιερουσαλήμ και με αφορμή τα 100 χρόνια από τη θεωρία της σχετικότητας του Albert Einstein επιδιώκει τη συγκομιδή οραμάτων διανοητών για να εμπνεύσουν τις επόμενες γενιές, κ.λ.π. (Cull, 2019:170).

Άλλες δράσεις που θα μπορούσαν να υιοθετηθούν στην Ελλάδα θα ήταν η υιοθέτηση αγγλικών υποτίτλων στα ελληνικά θέατρα, στο Λονδίνο η επιλογή της διάδρασης στο Newsletter που εκδίδει η εκεί ελληνική πρεσβεία για να επιτυχθεί επιπλέον εμπλοκή με το ψηφιακό κοινό, ο εμπλουτισμός της σελίδας Fb με προβολή του μοντέρνου προσώπου της Ελλάδας (στο πρότυπο της αντίστοιχης σελίδας Fb των Βρετανών στην Ελλάδα) και η πυροδότηση διαλόγων που αφορούν τα παραπάνω διμερή (και παγκόσμια) ζητήματα ενδιαφέροντος στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Σε ανώτερο επίπεδο άσκησης ελληνικής Δ.Δ. θα βοηθούσε η χρήση του Twitter (τουίτερ) ως διπλωματικού εργαλείου που αποφεύγει τη μονόδρομη προβολή, την προβολή κυβερνητικών θέσεων και την άσκηση κριτικής σε κυβερνώντες. Η χρήση του θα αποδειχθεί επωφελής για την ελληνική Δ.Δ., εάν ενθαρρύνει/μεγιστοποιεί την επικοινωνία μέσω αναρτήσεων με προσωπικό χαρακτήρα που θα εστιάζουν στα τρέχοντα και μελλοντικά κοινά σημεία των δύο κρατών, ούτως ώστε να δημιουργούν γέφυρες επικοινωνίας με στόχο την εξάλειψη του σημερινού κενού. Τέλος ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δοθεί στην αύξηση της χρήσης της αγγλικής γλώσσας σε μεγαλύτερο ποσοστό, ούτως ώστε να προσελκυσθεί μεγαλύτερος αριθμός του κοινού της χώρας διαβίωσης.

Η ισχυρή εικόνα που έχει προσδώσει στην Ελλάδα η μακραίωνη ιστορία και ο πολιτισμός της αποτελεί όντως το ειδικό κληρονομικό της βάρος, υπό την πίεση του οποίου όμως υποχωρεί η ανάδειξη των άλλων διαστάσεων που συνθέτουν το συνολικό της περίγραμμα. Δεδομένου ότι η οικονομική κρίση έχει δυνητικές επιπτώσεις στην εθνική ισχύ της χώρας, ο αένας σκοπός της Δημόσιας Διπλωματίας και δη της ψηφιακής Δ.Δ. θα πρέπει να είναι η ανάδειξη όλων των σημείων και διαστάσεων που συναποτελούν το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον της χώρας με δυναμικό και συντονισμένο τρόπο, ούτως ώστε να προβληθεί συγκροτημένα παγκοσμίως.

Βέβαια πρωταρχικός και διαχρονικός στόχος θα πρέπει να είναι αυτό που ο Καπετανγιάννης θεωρεί ότι αποτελεί τη βάση για αποτελεσματική δημόσια

διπλωματία και δεν είναι άλλο από την καταρχήν βελτιστοποίηση του εσωτερικού της χώρας, και περιγράφουν με τις παρακάτω χαρακτηριστικές φράσεις η Maya Angelou: «να είστε το σωστό πράγμα εσωτερικά» και ο Simon Anholt: «να δουλέψετε για να γίνετε μία καλή χώρα» (Cull, 2019:166).

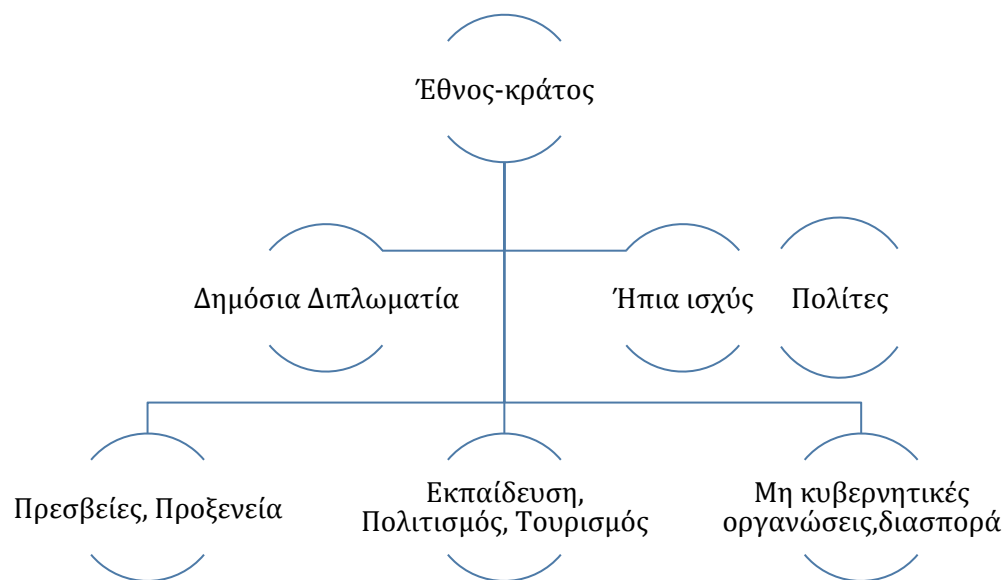
Όλες οι παραπάνω προοπτικές σήμερα αναδεικνύονται πλήρως και με πολλαπλασιαστικά οφέλη από τα σύγχρονα διαδικτυακά μέσα, π.χ. εάν εγκαθιστούνταν ένα παράρτημα του Μουσείου της Ακροπόλεως σε ασιατικές χώρες, η χρήση των Νέων Μέσων θα συνέβαλε τόσο στην άμεση διάδοση της ελληνικής πρωτοβουλίας όσο και στην πυροδότηση ψηφιακού διαλόγου και ίσως άνθιση ελληνιστικών δράσεων ή δημιουργία δεξαμενών σκέψεων, ινστιτούτων κ.ο.κ.

Ομοίως στην περίπτωση που θα διεξάγονταν ένα μοντέρνο παγκόσμιο συνέδριο MME, σε ετήσια βάση (όπως π.χ. το πρόσφατο κάλεσμα φοιτητών από όλο τον κόσμο από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (<http://www.joursummerschool.org/>), σε ένα γραφικό ελληνικό νησί, π.χ. την Πάτμο, εκτός του ότι η χρήση των Νέων Μέσων θα μεγιστοποιούσε την προβολή του, ενδεχομένως να συνέβαλε σε επιπλέον σχετικές δράσεις ή νέες πρωτοβουλίες και άρα σε ένα νέο αφήγημα για την Ελλάδα, αναβαθμίζοντας τη σύγχρονη ήπια ισχύ της σε παγκόσμιο βεληνεκές.

Λονδίνο, 29.06.2019

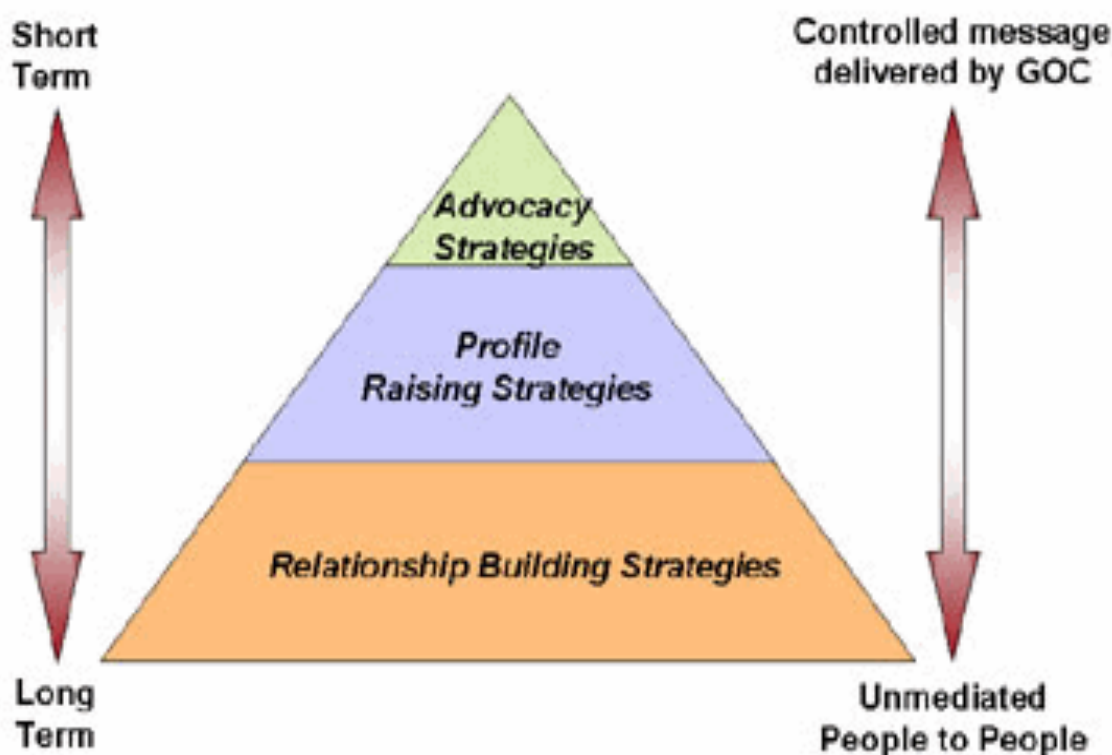
Αναστασία Πρίτσου

6. Κατάλογος Σχημάτων/Γραφημάτων.



Σχήμα 1.1. Δημόσια Διπλωματία.

Public Diplomacy Triangle

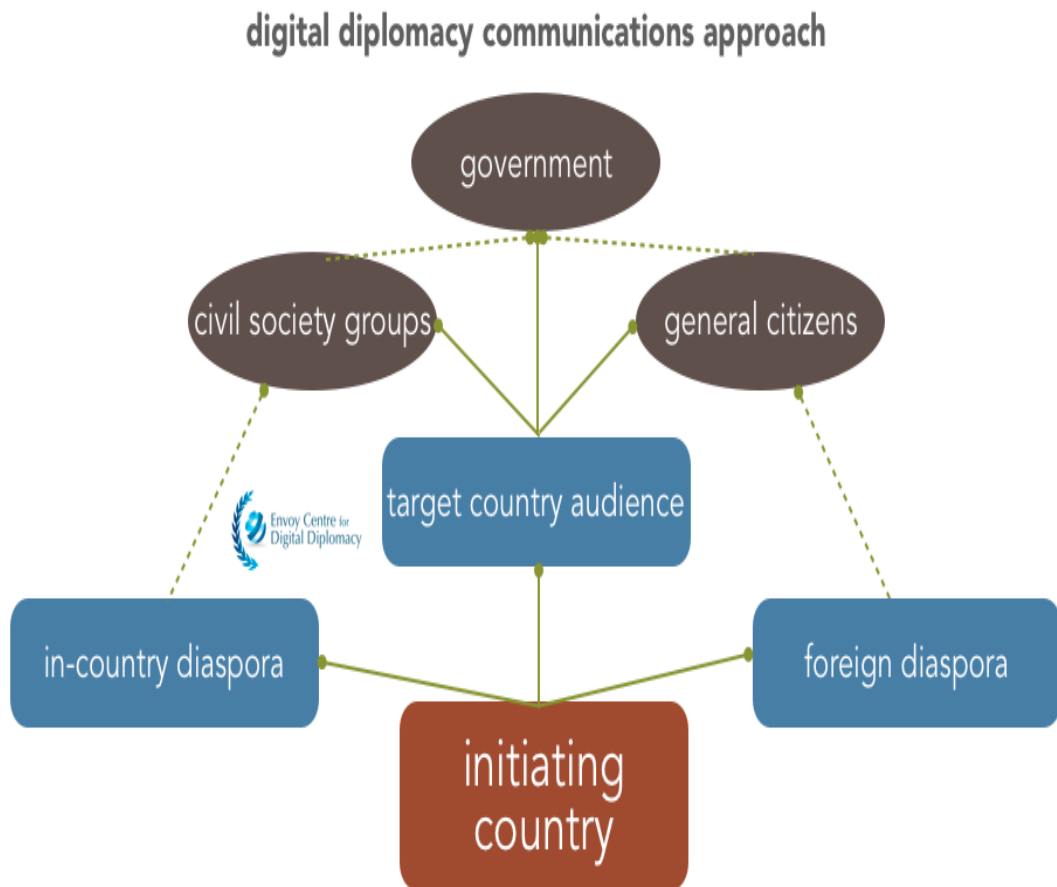


The Canadian public diplomacy pyramid. Author, after Foreign Affairs Canada, 2005.

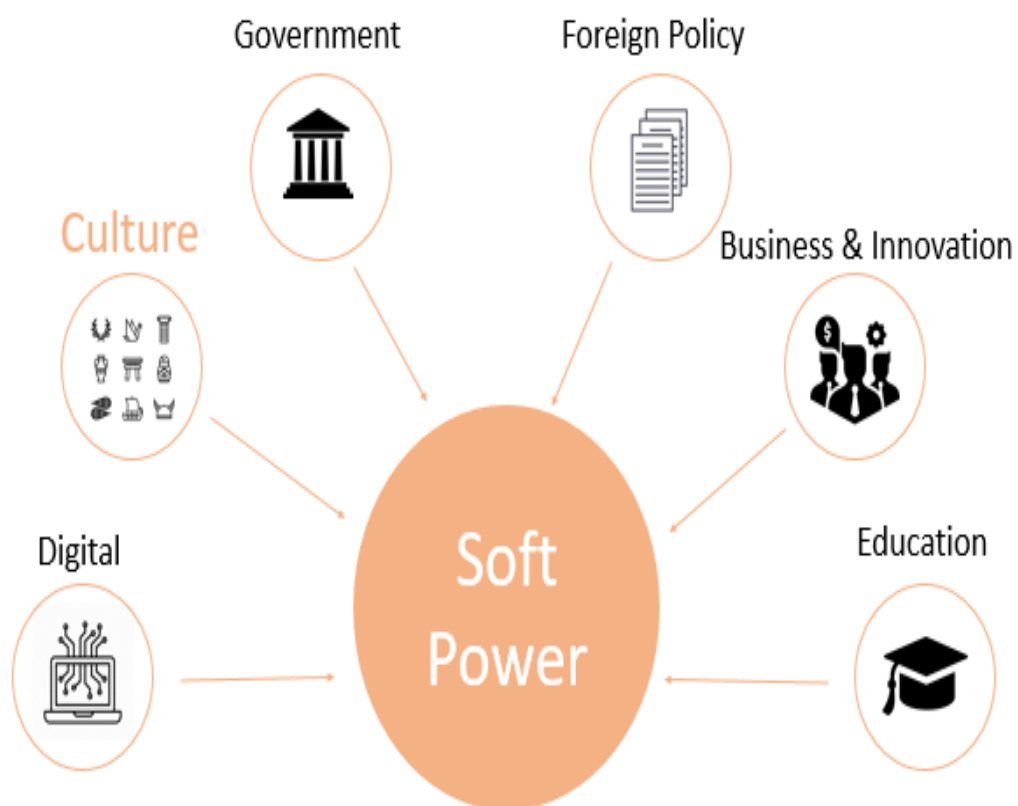
Αναπαράσταση καναδικής Δημόσιας Διπλωματίας σε πυραμίδα. Συγγραφέας από Υπουργείο Εξωτερικών Καναδά, 2005.

Προσθήκες παραδειγμάτων: όπου Στρατηγικές ενδυνάμωσης προφίλ (Profile Raising Strategies) π.χ. Πολιτιστική Διπλωματία (Cultural Diplomacy). Όπου δόμηση σχέσεων (Relationship-Building), π.χ. ανταλλακτική διπλωματία (Exchange Diplomacy).

Σχήμα 1.2. Περιεχόμενα Δημόσιας Διπλωματίας.



Σχήμα 1.3. Επικοινωνιακή Οπτική Ψηφιακής Διπλωματίας (Digital Diplomacy Communications Approach).



Σχήμα 1.4. Ήπια ισχύς (soft power).

7. Παράρτημα.

Ερωτηματολόγιο έρευνας που διεξάγεται στα πλαίσια εκπόνησης μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας με θέμα: Σύγχρονα διαδικτυακά Μέσα και Δημόσια Διπλωματία: η περίπτωση της Ελλάδας και του Ηνωμένου Βασιλείου.

1. Διαφοροποιείται και πώς η άσκηση της Δημόσιας Διπλωματίας (public diplomacy) της χώρας μας ανά χώρα ή ήπειρο; Ποιοί παράγοντες παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της «εικόνας» μας και ειδικότερα στο Ηνωμένο Βασίλειο; Ποιά είναι τα κύρια στοιχεία που προβάλλονται και τα εργαλεία της Δ. Δ. που χρησιμοποιούνται;
2. Στα πλαίσια άσκησης της Δημόσιας Διπλωματίας της χώρας μας χρησιμοποιείτε τα Νέα Μέσα ως εργαλεία μίας αυστηρά ιεραρχικά δομημένης μονόδρομης προβολής, ή ως μέσα διάνθισης δημόσιου διαλόγου, ανταλλαγής απόψεων με την κοινή γνώμη της χώρας όπου υπηρετείτε για κοινές δράσεις ή ενιαία προσέγγιση/αντιμετώπιση ζητημάτων παγκόσμιου βεληνεκού;
3. Η επιλογή των θεμάτων που προωθούνται προς προβολή, ή για τα οποία πραγματοποιείται ανταλλαγή απόψεων με το ξένο κοινό, πώς υλοποιείται;
- Είναι αποτέλεσμα συνεργασίας, και σε ποιό βαθμό, με την Κεντρική σας Υπηρεσία, τα υπόλοιπα “εξωστρεφή” υπουργεία και κρατικούς οργανισμούς, τις υπηρεσίες τους στο εξωτερικό, αλλά και τους υπόλοιπους μη κρατικούς “εξωστρεφείς” φορείς της χώρας;
4. Θεωρείτε χρήσιμη για την αναβάθμιση της άσκησης Δημόσιας Διπλωματίας της χώρας μας τη δημιουργία ενός νέου κρατικού φορέα ή την περαιτέρω αξιοποίηση του ήδη υφιστάμενου ως προς:
 - α) τη συγκέντρωση των απαιτούμενων πληροφοριών τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό,
 - β) το σχεδιασμό συγκεκριμένων προγραμμάτων επικοινωνίας (communication plans),
 - γ) τη σχετική συνεργασία με «εξωστρεφείς» κρατικές, ιδιωτικές, ΜΚΟ, ακαδημαϊκές, καλλιτεχνικές, δημοσιογραφικές κλπ. μονάδες,
 - δ) την ανάθεση και παρακολούθηση της υλοποίησής των και
 - στ) την αξιολόγηση των σχετικών αποτελεσμάτων;

5. Παραδοσιακά, στόχος του Συμβούλου Τύπου και Επικοινωνίας, είναι να επικοινωνεί τη χώρα μας. Θεωρείτε ότι με τις αλλαγές που έχουν επέλθει στα ΜΜΕ και στον τομέα της επικοινωνίας απαιτούνται αντίστοιχες αλλαγές και στο ρόλο τους;

6. Θα μπορούσαν ενδεχομένως, και με ποιούς τρόπους, να αξιοποιηθούν από το ΥΠΕΞ οι ειδικοί του χώρου Επικοινωνίας και Δημόσιας Διπλωματίας, καθώς και, σε μεγαλύτερο βαθμό, οι δυνατότητες των εξειδικευμένων στη Δ.Δ. στελεχών της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας, ούτως ώστε να καταστεί αποτελεσματικότερος ο ενιαίος συντονισμός της Δημόσιας Διπλωματίας, κατά το πρότυπο ξένων χωρών (Η.Π.Α, Η.Β.), με διαχρονικά επιτεύγματα επιρροής στη διεθνή κοινή γνώμη;

7. Θεωρείτε ότι οι προτάσεις/σχόλια της Ένωσης Ακολούθων Τύπου που αποτυπώθηκαν στη δημόσια διαβούλευση επί του νέου οργανισμού του ΥΠΕΞ στα πλαίσια του εκσυγχρονισμού της εξωτερικής πολιτικής της χώρας μας, επαρκούν για τη βελτιστοποίηση τόσο της διαχείρισης της εθνικής ταυτότητας (nation branding) και της –κατά J. Nye- ήπιας ισχύος (soft power) της Ελλάδας, όσο και της προβολής της μέσω της Δημόσιας Διπλωματίας στο εξωτερικό (<http://www.opengov.gr/ypex/?p=292#comments>);

8. Πόσο εφικτό θεωρείτε για τους διπλωμάτες μας στο εξωτερικό να είναι σε θέση να αλληλοδρούν διαδικτυακά, ανεμπόδιστα και χωρίς κίνδυνο με το ξένο κοινό, επί σοβαρών ζητημάτων εξωτερικής και εσωτερικής πολιτικής, χωρίς την προηγούμενη έγκριση των προϊσταμένων τους (Αθήνας, Πρέσβη);

9. Πώς επικοινωνούν σήμερα τα ακροατήρια με τους πολιτικούς και πόσο αποτελεσματική θεωρείτε την επικοινωνία μεταξύ τους σε σχέση με το παρελθόν; Σε ποιο βαθμό είναι «ειρηνευτική» η Δημόσια Διπλωματία που ασκείται σήμερα (π.χ. σε σχέση με γειτονικές χώρες, Κόσσοβο, Τουρκία, Σκόπια);

Εδώ μπορείτε να παραθέσετε τυχόν προτάσεις, σχόλιά σας επί όλων των ανωτέρω.

*Παρακαλώ πολύ (εάν επιθυμείτε) προσθέστε ένα συνοπτικό βιογραφικό σας.

Σας ευχαριστώ πολύ για τη συμμετοχή σας,

Ερωτηματολόγιο για Πρέσβη Λονδίνου κ. Δημήτριο Καραμήτσο Τζιρά.

1. Διαφοροποιείται και πώς η Δημόσια Διπλωματία (public diplomacy) της χώρας μας ανά χώρα ή ήπειρο;
2. Ποιοι παράγοντες παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της «εικόνας» μας στο Ηνωμένο Βασίλειο;
3. Ποιά είναι τα κύρια στοιχεία που προβάλλονται και τα εργαλεία της Δημόσιας Διπλωματίας που χρησιμοποιούνται;
4. Στα πλαίσια άσκησης της Δημόσιας Διπλωματίας της χώρας μας

χρησιμοποιείτε τα Νέα Μέσα ως μέσα ανταλλαγής απόψεων με την κοινή γνώμη της χώρας όπου υπηρετείτε για κοινές δράσεις ή ενιαία προσέγγιση/αντιμετώπιση ζητημάτων

διμερούς/παγκόσμιου ενδιαφέροντος;

5. Εφαρμόζεται κάποια ιδιαίτερη στρατηγική προκειμένου να προσεγγισθεί η βρετανική κοινή γνώμη μέσω των Νέων Μέσων, καθώς, από τη σελίδα facebook (Greek Embassy in UK), της Πρεσβείας Λονδίνου, διαπιστώνεται ότι η διάδραση του κοινού προέρχεται στη συντριπτική της πλειοψηφία από Έλληνες;

6. Με αφορμή την επέτειο και τις εκδηλώσεις για τον εορτασμό της ογδοντάχρονης παρουσίας του Βρετανικού Συμβουλίου στη χώρα μας <https://www.britishcouncil.gr/en/about/80-years-programme>, έχετε σκεφθεί την πραγματοποίηση επιτόπιων δράσεων με σκοπό την προβολή του νέου μοντέρνου πολιτιστικού προσώπου της Ελλάδας (π.χ. <https://www.snf.org>, ή <http://www.piop.gr/en/diktuo-mouseiwn.aspx>, ή των ελλήνων σχεδιαστών μόδας που δραστηριοποιούνται επιτυχώς στο Η.Β., Mary Catrantzou, <https://shop.marykatrantzou.com/collections/new>, Eddie Gavrilidis <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10208009210841031&set=ecnf.1021199233&type=3&theater>), της εθελοντικής θεατρικής ομάδας της Οξφόρδης “Πράξις”, της ελληνικής επιστημονικής κοινότητας, πολιτιστικών δράσεων για παιδιά, φιλανθρωπικού bazaar με χειροποίητα βιολογικά ελληνικά προϊόντα κ.ο.κ., κατά το πρότυπο του εβδομαδιαίου “πειράματος” ήπιας ισχύος της Βρετανίας (#Britweek) που πραγματοποίησε με επιτυχία ο πρωτοπόρος βρετανός διπλωμάτης Tom Fletcher το 2012 στο Λίβανο (<https://books.google.co.uk/books?id=mkFUCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=the+naked+diplomat+tom+fletcher&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEWja4Lz6zsLiAhUjUxUIHR5iBc0Q6AEIKDAA#v=onepage&q=the%20naked%20diplomat%20tom%20fletcher&f=false>), κατά τη διάρκεια της θητείας του εκεί;

7. Υπάρχει κεντρικός σχεδιασμός στην Αθήνα, όπως υπάρχει στο Λονδίνο, που καθορίζει το περιεχόμενο προβολής ή Δημόσιας Διπλωματίας μέσω της αξιοποίησης όλων των κρατικών και ιδιωτικών «εξωστρεφών» φορέων;

8. Η επιλογή των θεμάτων που προωθούνται προς προβολή, ή για τα οποία πραγματοποιείται ανταλλαγή απόψεων με το ξένο κοινό, πώς υλοποιείται;

9. Είναι αποτέλεσμα συνεργασίας, και σε ποίο βαθμό, με την Κεντρική σας Υπηρεσία, τα υπόλοιπα “εξωστρεφή” υπουργεία και κρατικούς οργανισμούς, τις υπηρεσίες τους στο εξωτερικό, αλλά και τους υπόλοιπους μη κρατικούς “εξωστρεφείς” φορείς της χώρας;

10. Θεωρείτε χρήσιμη για την αναβάθμιση της Δημόσιας Διπλωματίας της Ελλάδας τη δημιουργία ενός νέου κρατικού φορέα ή την περαιτέρω αξιοποίηση του ήδη υφιστάμενου (ΥΠΕΞ -ΓΓΕΕ) ως προς:

α) τη συγκέντρωση των απαιτούμενων πληροφοριών τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό,

β) το σχεδιασμό συγκεκριμένων προγραμμάτων επικοινωνίας (communication plans),

γ) τη σχετική συνεργασία με εξωστρεφείς κρατικούς, ιδιωτικούς, ΜΚΟ, ακαδημαϊκούς, καλλιτεχνικούς, δημοσιογραφικούς κλπ. φορείς,

δ) την ανάθεση και παρακολούθηση της υλοποίησής των και

στ) την αξιολόγηση των σχετικών αποτελεσμάτων;

11. Θα μπορούσαν ενδεχομένως, και με ποιούς τρόπους, να αξιοποιηθούν σε μεγαλύτερο βαθμό από το ΥΠΕΞ οι δυνατότητες των εξειδικευμένων στη Δημόσια Διπλωματία στελεχών της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας;

12. Πόσο εφικτό θεωρείτε για τους διπλωμάτες μας στο εξωτερικό να είναι σε θέση να αλληλοδρούν διαδικτυακά, ανεμπόδιστα και χωρίς κίνδυνο με το ξένο κοινό, επί σοβαρών ζητημάτων εξωτερικής και εσωτερικής πολιτικής, χωρίς την προηγούμενη έγκριση των προϊσταμένων τους (Αθήνας, Πρέσβη);

13. Η Συμφωνία των Πρεσπών χαιρετίστηκε ομόφωνα εκ μέρους των ξένων κυβερνήσεων και ΜΜΕ ως θετική διπλωματική εξέλιξη. Πόσες Πρεσβείες μας προσπάθησαν να εκμεταλλευτούν το θετικό αυτό κλίμα για την αναβάθμιση της ευρύτερης «εικόνας» της χώρας στο εξωτερικό;

Ειδικότερα στο Η.Β.; Υπήρξαν διαδικτυακές καμπάνιες για την εκμετάλλευση του θετικού κλίματος για τη χώρα;

14. Διατηρείτε προσωπικό λογαριασμό στο twitter και από πότε; Σε τί συχνότητα και σε τί ποσοστό διάδρασης με το κοινό; Ποιά είναι η συνηθέστερη τακτική που επιλέγετε για να αντιμετωπίσετε τα αρνητικά μηνύματα και την παραπληροφόρηση: #Αγνόησης (ignoring), #Απομυθοποίησης (debunking), #Χρήσης χιούμορ-σαρκασμού («turning the tables»), #Δυσφήμισης (discrediting), ή #Διάσπασης (disrupting);

15. Υπό ποιές προϋποθέσεις θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν περισσότερο εκ μέρους της ελληνικής Δημόσιας Διπλωματίας φορείς όπως: η Ελληνοβρετανική Επιχειρηματική Κοινότητα, το Greekshipping Corporation Committee, η Ένωση

Ελλήνων Τραπεζιτών Μεγάλης Βρετανίας, ακαδημαϊκά ιδρύματα, δεξαμενές σκέψης, κ.ο.κ. ;

Απαντήσεις:

1) Η δημόσια διπλωματία της χώρας μας στηρίζεται στους βασικούς άξονες της εξωτερικής αλλά και της εμπορικής, πολιτιστικής και κοινωνικής πολιτικής μας, και αποσκοπεί στο να προβάλλει τις θέσεις και την εικόνα της χώρας, και να αναδειξεί το ελληνικό brand name διεθνώς. Και ενώ οι βασικοί άξονες είναι ενιαίοι και διέπονται από συνέχεια, αυτονόητα το μήνυμα της δ.δ. πρέπει να προσαρμόζεται στα επιμέρους κατά τόπους ενδιαφέροντά μας και στις ιδιαιτερότητες του χώρου όπου απευθυνόμαστε.

2) Η εικόνα της σύγχρονης Ελλάδας είναι η εικόνα μιας χώρας μέλους της ΕΕ και του πυρήνα της Ευρωζώνης, του ΝΑΤΟ, μιας χώρας σταθερότητας, ασφάλειας, μιας χώρας αξιόπιστου τοπικού δρώντα και εταίρου στις συνέργειες με άλλες χώρες. Μιας χώρας που έχει συνεισφέρει, ιστορικά και συνεχίζει σήμερα, στη διαμόρφωση του σύγχρονου πολιτισμού, του κράτους δικαίου, των ανθρωπίνων και κοινωνικών δικαιωμάτων. Μιας χώρας ασφαλούς επενδυτικού και ταξιδιωτικού προορισμού και σύγχρονης δημιουργίας. Μιας χώρας παρουσίας με παρουσία και στις 5 ηπείρους, χάρη στην ελληνική Διασπορά. Τέλος, μιας χώρας ενεργειακού και διαμετακομιστικού κόμβου.

3) τα στοιχεία που προβάλλονται αναφέρονται, ενδεικτικά, στην ανωτέρω απάντηση (2). Τα χρησιμοποιούμενα εργαλεία είναι η αξιοποίηση ανθρώπινης παρουσίας (πάσης φύσεως εκδηλώσεις, συμμετοχές σε συνέδρια, πρωτοβουλίες προώθησης προϊόντων, ιδεών και δράσεων) και η αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας (μέσα δικτύωσης, ηλεκτρονική προβολή δράσεων και εξελίξεων κλπ). Αμφότεροι άξονες εργαλείων μπορούν να αναπτύσσονται και κεντρικά και περιφερειακά.

4) Ναι, με δύο τρόπους: Ως μέσα άμεσης επικοινωνίας (αναρτήσεις σε ΜΚΔ, πρόσκληση σε συμμετοχή σε έρευνες) ή με έμμεσο τρόπο (υποστήριξη εκδηλώσεων και δράσεων άλλων φορέων που αναδεικνύουν ελληνικού ενδιαφέροντος θέματα, συνέργειες με άλλες χώρες, συμμετοχή σε πολιτιστικές ή αθλητικές εκδηλώσεις κλπ).

5) Προφανώς, το ζητούμενο είναι το μήνυμα να υπερβαίνει τα όρια του ελληνικού κοινού. Αυτό επιτυγχάνεται σε περιπτώσεις πολιτιστικών δράσεων (όπου υπάρχει έντονο βρετανικό ενδιαφέρον) και σε πρωτοβουλίες που προέρχονται από συνέργεια ελληνικών και βρετανικών φορέων με θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

6) Είμαστε σε επικοινωνία με το Β. Συμβούλιο στην Ελλάδα, χωρίς ακόμα να έχουμε καταλήξει σε κάποια κοινή δράση. Το ενδιαφέρον τους κυρίως εστιάζεται σε προβολή της παρουσίας τους στις χώρες όπου δραστηριοποιείται παρά στο ίδιο το Ην. Βασίλειο.

7) Στην Αθήνα λειτουργεί ομάδα προβολής ελληνικού ενδιαφέροντος δράσεων στο εξωτερικό υπό την αιγίδα του Υπουργείου Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών

και Ενημέρωσης, καθώς και Υπηρεσία Ενημέρωσης & Δημόσιας Διπλωματίας στο Υπ. Εξωτερικών. Αμφότερες ομάδες υποστηρίζουν και ενισχύουν προσπάθειές μας.

8) Συχνά, συνήθως 3 φορές την εβδομάδα ή συχνότερα, ανάλογα με την επικαιρότητα και το input που έχουμε και από επιτόπιους φορείς, επιλέγουμε θέματα προς ανάδειξη/προβολή,

ορισμένα εκ των οποίων σε συνεργασία με τις ως άνω υπηρεσίες, τα οποία και αναδεικνύουμε.

9) Βλ. ανωτέρω (7 & 8).

10) Δεν νομίζω ότι υπάρχει θεσμικό κενό στη σημερινή ελληνική πραγματικότητα που να απαιτεί τη δημιουργία νέου φορέα. Ούτε, επίσης, νομίζω ότι είναι αποτελεσματική η δημιουργία ενός ενιαίου φορέα. Στους επιμέρους τομείς της δημόσιας διπλωματίας είναι απαραίτητη η εξειδίκευση και η τεχνογνωσία που έχει η Υπηρεσία Δημ. Διπλωματίας του ΥΠΕΞ ή, αντίστοιχα, η εξειδίκευση των κατά περίπτωση υπηρεσιών των εξωστρεφών υπηρεσιών. Αυτό που χρειάζεται είναι αλληλοϋποστήριξη, ταχύτητα στη διάχυση της πληροφορίας και συντονισμός.

11) Βλ. και ανωτέρω 10. Η εμπειρία που έχει η Γ.Γ. Ε & Ε κυρίως στην δομή και την παρουσίαση (packaging) ,μιας θέσης, είναι ιδιαίτερα χρήσιμα. Γενικά θα ήταν χρήσιμο τα στελέχη του ΥΠΕΞ να εκπαιδεύονται συστηματικά από ειδικούς της ΓΓΕΕ, επιστήμονες του χώρου της ΔΔ και από στελέχη του χώρου της Επικοινωνίας.

12) Είναι ευκαίριο και επιθυμητό να γίνεται αυτό. Ο επαγγελματίας διπλωμάτης γνωρίζει το γενικό πλαίσιο και τους στόχους της εξωτερικής πολιτικής, καθώς και τα όρια της αυτενέργειας, πέραν των οποίων πρέπει να αναζητήσει έγκριση ή οδηγίες.

13) Είναι δυσάρεστο ότι, για λόγους εσωτερικής πολιτικής, η συμφωνία των Πρεσπών δεν αναλύθηκε ούτε προβλήθηκε επαρκώς στο εσωτερικό και –κατά συνέπεια- στον Ελληνισμό του Εξωτερικού. Από την άλλη, είναι φυσικό ότι ένα θέμα που είχε προκαλέσει μακρόχρονη αντιπαράθεση δεν θα μπορούσε να μετεξελιχθεί αυτόματα σε θέμα συναίνεσης και γενικής αποδοχής. Ως προς το εξωτερικό, τα πράγματα είναι διαφορετικά: η συμφωνία αποτέλεσε μια ευπρόσδεκτη εξέλιξη και χαιρέτισθηκε από τη συντριπτική πλειοψηφία των χωρών και των φορέων. Στο πλαίσιο αυτό, γίνονται προσπάθειες εκμετάλλευσης του θετικού κλίματος και της διεθνούς αναγνώρισης που έχουν αποδώσει μέχρι στιγμής.

14) Διατηρώ προσωπικό λογαριασμό twitter από το 2012, με αναφορά της ιδιότητάς μου, μέσω του οποίου προβάλλω κυρίως υπηρεσιακά/εθνικά δρώμενα και θέματα. Κυρίως προβολή δραστηριοτήτων της Πρεσβείας, της Κυβέρνησης, του Υπ. Εξ. Καθώς και θέματα της Ομογένειας, ελληνικού πολιτισμού κλπ. Ο λογαριασμός δεν έχει μεγάλη διάδραση καθώς πολλές από τις δραστηριότητες της Πρεσβείας και του Πρέσβη προτιμώ να προβάλλονται μέσω του λογαριασμού της Πρεσβείας. Στην παραπληροφόρηση απαντώ θέτοντας τα πράγματα στη σωστή διάσταση αλλά δεν εμπλέκομαι σε διάλογο. Στα αρνητικά μηνύματα σπανίως απαντώ.

15) ΟΙ κατά τόπους πρεσβείες είναι επιφορτισμένες με την επαφή και τη διάδραση με αντίστοιχους φορείς ανά τον κόσμο. Πολλοί εκ των οργανισμών αυτών λειτουργούν

επαγγελματικά και υποδειγματικά. Θα ήταν χρήσιμο να ενισχύαμε τη συνεργασία μας με τους οργανισμούς αυτούς μέσω ενός δικτύου επιμόρφωσης και εργασίας νέων στελεχών μας ανάλογους φορείς.

Ιμι-δομημένες συνεντεύξεις με βρετανικούς φορείς:

1.Vicky Pryce economist, writer, economist, public figure (Centre for Economics and Business Research)

(Λονδίνο, 23.3.2019 διάρκεια συνέντευξης 33:00')

- 1) Ως δημόσιο πρόσωπο, συγγραφέας και ειδικός που εκπροσωπεί ουσιαστικά και την Ελλάδα σε βρετανικά, ομογενειακά και διεθνή φόρα, όχι μόνο οικονομικά αλλά και πολιτιστικά όπως πριν 2 χρόνια με τη συζήτηση για τα Μάρμαρα του Παρθενώνα με την.Tifany Jenkinw (Keeping their Marbles) στο Γουίμπλετον, ποια είναι η γνώμη σας για την ήπια ισχύ και τη δημόσια διπλωματία της Ελλάδας στη Βρετανία;

Το πρώτο που θα ήθελα να αναφέρω είναι για τα Μάρμαρα του Παρθενώνα και ο λόγος που το αναφέρω αυτό είναι όχι απαραιτήτως γιατί πιστεύω ότι πραγματικά θα τα μπορέσουμε να τα φέρουμε πολύ σύντομα πίσω στην Αθήνα, αλλά γιατί βάσει δημοσκοπήσεων που έχουν διεξαχθεί στο Ηνωμένο Βασίλειο δείχνουν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των Βρετανών πιστεύει το ίδιο, ότι δηλαδή θα πρέπει να επιστρέψουν στη χώρα μας. Αυτό το βρήκα λοιπόν πολύ περίεργο. Συγκεκριμένα σε δημοσκοπήσεις πριν από περίπου δύο χρόνια παρακολούθησα ότι τα 2/3 των Βρετανών τάχθηκαν υπέρ της επιστροφής των Μαρμάρων του Παρθενώνα στην Αθήνα. Βεβαίως σε αυτό συνέβαλε το γεγονός ότι είχε επιστρέψει στο προσκήνιο η συζήτηση για την επιστροφή τους με αφορμή τη δημιουργία του νέου Μουσείου της Ακρόπολης. Βεβαίως εδώ πρέπει να πω ότι έχουμε πλέον κατασκευάσει ένα καταπληκτικό μουσείο στην Ακρόπολη, το οποίο θεωρείται τελείως state of the arts.

Με αφορμή αυτό είχα κάνει ένα σχετικό debate, όχι μόνον στο Wibledon, το οποίο αναφέρατε, αλλά παλαιότερα και στο περιοδικό Prospect magazine (<https://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/duel-should-we-return-the-elgin-marbles> 26.4.2019, 14:54').

με το Project magazine, μηνιαίο πολύ γνωστό περιοδικό, το οποίο κατά διαστήματα διεξάγει μία ψηφιακή διαβούλευση (digital debate) σχετικά με κάποιο θέμα ή ζήτημα το οποίο ενδιαφέρει δύο εμπλεκόμενους ακαδημαϊκούς να το αναλύσουν, και όπου ο ένας τάσσεται υπέρ του ναι και ο άλλος υπέρ του όχι. Εκεί λοιπόν, ακριβώς επειδή είχα γράψει αρκετά για την Ελλάδα και τα Μάρμαρα την εποχή εκείνη, μου προτάθηκε να πραγματοποιήσω μία διαβούλευση σχετική με την επιστροφή των Μαρμάρων στο νέο Μουσείο της Ακρόπολης.

Μάλιστα με είχαν ρωτήσει από ποιά πλευρά θα ήθελα να είμαι, να επιστρέψουν ή όχι στην Ελλάδα: εάν είναι ποτέ δυνατόν, νομίζω ότι αυτός που με ρώτησε θα πρέπει να είχε ξεχάσει τελείως ότι ήμουν ελληνίδα, αστειεύεται.

Διενεργήθηκε λοιπόν από μέρους μου το debate μαζί με τον βρετανό ιστορικό Dominic Shelwood (University of Oxford, Sorbonne, Wales) το οποίο γινόταν κάθε εβδομάδα ψηφιακά, δηλ. ο καθένας από εμάς τους δύο έγραφε από ένα μικρό κείμενο από 300 έως 500 λέξεις, άρχισα εγώ νομίζω και απαντούσε εκείνος, και αυτό κράτησε περίπου δύο εβδομάδες όπου γράφαμε εναλλάξ στο περιοδικό ψηφιακά. Το υλικό αυτό ανέβαινε στο περιοδικό ψηφιακά και μπορούσε κάποιος να ψηφίσει ποιο από αυτά ήταν κατά τη γνώμη τους το καλύτερο επιχείρημα από τα δύο, δηλ. εάν συμφωνούν με το επιχείρημα ότι τα Μάρμαρα θα πρέπει να επιστρέψουν στη χώρα τους ή το αντίθετο. Νομίζω ότι, εάν θυμάμαι καλά, μόλις ο κόσμος είχε ετοιμασθεί μπορούσε να αρχίζει τη ψηφοφορία διότι είχε πρόσβαση στη διαβούλευση μέσω της ψηφιακής έκδοσης.

-Πόσα επιχειρήματα αναπτύχθηκαν από τους δυο σας;

Θα πρέπει να ήταν 4 τέσσερα ή 5 πέντε το καθένα εάν θυμάμαι καλά. Τελικά ψήφισαν όλοι και στο τέλος οφείλω να ομολογήσω ότι κέρδισα με πολύ μεγάλη διαφορά. Όποιος ενδιαφέρονταν είχε τη δυνατότητα να ανοίξει ένα λογαριασμό και να ψηφίζει ακόμη και πριν ανέβει ψηφιακά η συζήτηση στο περιοδικό μαζί με τα επιχειρήματά μας και ακριβώς αυτά που είχαν ειπωθεί και από τις δύο πλευρές, και όπως προανέφερα κέρδισα με πολύ μεγάλο ποσοστό.

-Το ποσοστό ήταν πάνω από πενήντα τοις εκατό;

Ναι βέβαια. Μπορεί να ήταν 80 και 20 ή 70 και 30, πάντως ήταν ένα πολύ ξεκάθαρο αποτέλεσμα. Φαινόταν πολύ καθαρά, δεν υπήρχε καμμία αμφιβολία, ότι όλοι όσοι ενδιαφέρθηκαν για το ζήτημα και διάβασαν τη διαβούλευση ψήφισαν υπέρ.

Και διαφάνηκε έτσι ότι ο κόσμος εδώ στη Βρετανία αιθάνεται πολύ-πολύ θετικά προς την Ελλάδα. Κατά τη γνώμη μου αυτό είναι πολύ πολύ σημαντικό. Διότι παρόλα τα προβλήματα οικονομικής φύσεως, τα οποία δεν έχουν βοηθήσει διόλου την ήπα ισχύ της Ελλάδας, καθώς για αρκετό χρονικό διάστημα ο βρετανικός τύπος ασχολήθηκε κατά μεγάλο ποσοστό με αρνητικό πρόσημο για τη χώρα μας, εξαιτίας της επιτακτικής οικονομικής της διάσωσης (bailout), για το ότι οι Έλληνες είχαν ξοδέψει παραπάνω από το κανονικό κ.λ.π., και ότι δεν θέλανε κιόλας να πραγματοποιήσουν και πολλές αλλαγές. Υπήρξε αυτή η αρνητική ιδέα ότι οι Έλληνες δεν είχαν φερθεί σωστά, ότι ίσως είναι λίγο κλέφτες, ίσως δεν λένε την αλήθεια δε θέλουν να κάνουνε αυτό που πρέπει να κάνουνε κ.ο.κ. , η οποία με είχε εκνευρίσει ιδιαίτερα οφείλω να ομολογήσω και για το λόγο αυτό άρχισα να γράφω συχνά, να δίνω σειρά από συντεύξεις για την Ελλάδα, την κρίση τους Έλληνες. Αυτός είναι και ο λόγος που έγραψα το βιβλίο μου It's the economy, stupid greekonomics και άρχισα να δίνω συνεντεύξεις σχετικά με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα, διότι κατά τη γνώμη μου αυτή η καρικατούρα των Ελλήνων είναι πέρα για πέρα λάθος.

Παρόλα αυτά θέλω να αναφέρω ότι κατά τη διάρκεια του debate για το Brexit, η Ελλάδα είχε χρησιμοποιηθεί ως μία αιτία για την οποία θα πρέπει να φύγουμε από την Ευρώπη. Ήταν πολύ ενδιαφέρον διότι χρησιμοποιούσανε δύο τελείως διαφορετικές έννοιες. Αυτό βεβαίως ήταν ένδειξη του πόσο σχιζοφρενική είναι η βρετανική κοινή γνώμη περί Ελλάδας και οικονομικής κρίσης. Από τη μία πλευρά λέγονταν κοιτάξτε πόσο χάλια συμπεριφέρθηκε η Ευρώπη/Ευρωπαίοι απέναντι στην Ελλάδα, δείτε τι πρόβλημα τους έφερε το ευρώ, και κοιτάτε τι έπαθε η Ελλάδα εξαιτίας του ευρώ, δηλαδή πως η Ευρώπη/Ευρωπαίοι δεν είναι σε θέση, δεν μπορεί να είναι on the top των προβλημάτων, πώς η κρίση στο ευρώ ήταν τόσο σημαντική ώστε η Ελλάδα σχεδόν βγήκε από την ευρωζώνη και σχεδόν κατέρρευσε οικονομικά εξαιτίας αυτής της εξόδου από το ευρώ, άρα υπήρχε μία τάση να λυπούνται την Ελλάδα.

Ενώ από την άλλη μεριά να λέγεται ότι δεν θέλουμε να είμαστε/γίνουμε σαν την Ελλάδα οπότε πρέπει να μην ξοδεύουμε και έτσι προέκυψαν τα μέτρα λιτότητας και εδώ στη Βρετανία. Δεν θέλουμε να είμαστε σαν την Ελλάδα που κατέληξε σε τέτοιο σημείο. Δηλαδή υπήρχαν δύο διαφορετικές όψεις για την Ελλάδα αλλά καμμία δεν

ήταν υπέρ της Ευρώπης, για την Ελλάδα όμως η μία άποψη ήταν θετική για την Ελλάδα αλλά η άλλη ήταν αρκετά αρνητική. Πως μπορεί κανένας να βγεί από την κατάσταση αυτή; Νομίζω ότι από οικονομική άποψη η Ελλάδα τουλάχιστον έχει αρχίσει να φτιάχνει, το οποίο φυσικά είναι καλό, αλλά ταυτόχρονα η Ελλάδα ήταν ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που επηρέασε το πώς ψήφισε ο κόσμος.

-Εννοείτε το Brexit?

-Ναι φυσικά εννοώ τους βρετανούς ψηφοφόρους που ψήφισαν υπέρ του Brexit. Κατά τα άλλα η γνώμη που έχει η βρετανική κοινή γνώμη για την Ελλάδα έχει παραμείνει εκεί.

Το debate για τα Μάρμαρα (προσπαθώ να θυμηθώ πότε ακριβώς είχε γίνει) πρέπει να είχε γίνει πριν ψηφίσουμε για το brexit και θυμάμαι επίσης τώρα ότι είχα αναφέρει σε ένα επιχείρημα ότι βεβαίως δεν πρέπει να τα αποκαλούμε Μάρμαρα του Έλγιν αλλά Μάρμαρα του Παρθενώνα όπως τα είχε αποκαλέσει η Μελίνα Μερκούρη. (Εδώ να συμπληρώσω ότι κάποια χρόνια αργότερα είχα κάνει ένα πρόγραμμα για τη Μελίνα Μερκούρη το οποίο λεγόταν Great Lives (Μεγάλες Ζωές).

Μου ζητήθηκε να σκεφθώ να μιλήσω για μία ώρα για ένα πρόσωπο με τον Mathew Parris bbc journalist, πολύ γνωστό βρετανό δημοσιογράφο, και πρώην βουλευτή και έκανα ένα πρόγραμμα, στο οποίο αρχικά είχα σκεφθεί να μιλήσω για έναν οικονομολόγο αλλά μετά άλλαξα γνώμη και αποφάσισα να μιλήσω για τη Μελίνα Μερκούρη (<https://www.bbc.co.uk/programmes/b064z4sw>) 25.4.2019, 18:05.

Αυτό κατά τη γνώμη μου, ότι δηλ. η Ελλάδα διαθέτει όλη αυτή την αρχαία ιστορία, έχει προσφέρει τόσα πράγματα στον παγκόσμιο πολιτισμό, είναι πάρα πολύ σημαντικό όσον αφορά την ήπια ισχύ που μπορεί να χρησιμοποιήσει η Ελλάδα στη διπλωματία της, ασχέτως με ότι άλλο κάνουμε. Δηλαδή από διπλωματική άποψη διαφέρουμε από άλλες χώρες π.χ. την Ιταλία, διότι τείνουμε να έχουμε καλύτερες σχέσεις με τη Ρωσία και ακόμη και με τη Κίνα. Βεβαίως είναι ανάγκη να το κάνουμε διότι είμαστε υποχρεωμένοι να πουλήσουμε/ προσφέρουμε για πώληση σε όποιον θέλει να αγοράσει π.χ. τους Κινέζους για να πουλήσουμε το λιμάνι του Πειραιά. Οι Ιταλοί πχ. έχουν κάνει κάτι παρόμοιο έχουν μόλις υπογράψει μία συμφωνία με τους Κινέζους για να τροφοδοτήσουν ορισμένες επενδύσεις που θέλουν να κάνουν για να βοηθηθούν, είναι αυτό που είναι από παλιά (εκατοντάδες χρόνια πριν) χρησιμοποιούσαν για τις εξαγωγές τους γνωστό ως το Belt and Road initiative.

Οι Κινέζοι προσπαθούν να κάνουν επενδύσεις σε όλο τον δρόμο σε όλες τις χώρες που χρησιμοποιούσαν παλιά όταν εξήγαγαν προϊόντα, έτσι έρχονται σε όλες τις

ευρωπαϊκές χώρες που βρίσκονται στη διαδρομή αυτή και αυτό είναι κάτι που ανησυχεί πολύ τους ευρωπαίους.

Αλλά ορισμένες χώρες της Ευρώπης όπως εμείς και η Ουγγαρία π.χ. έχουμε δεχθεί κατά κάποιο τρόπο να διευκολύνουμε τις επενδύσεις των Κινέζων, αυτή άλλωστε είναι και η συμφωνία που υπέγραψε η Ιταλία πρόσφατα. Αυτό είναι το πρόβλημα τώρα όσον αφορά εμάς ως Έλληνες, διότι είμαστε διαφορετικοί από τις άλλες χώρες, είμαστε εμείς που δεν έχουμε υπογράψει στις κυρώσεις της Ρωσίας, δεν έχουμε υπογράψει άλλη μία συμφωνία που αφορά τα ανθρώπινα δικαιώματα της Κίνας, κ.ο.κ. Δηλαδή είμαστε από τους λίγους λαούς στην Ευρώπη που γενικά δεν κριτικάρουμε την Κίνα όσο θα ήθελαν οι άλλοι λαοί να κριτικάρουμε. Έτσι θεωρώ ότι υπάρχει πρόβλημα με τη γενική διπλωματία που ασκεί η χώρα μας. Δηλαδή κοιτάμε τα πράγματα λιγάκι διαφορετικά από τους άλλους ευρωπαίους, κυρίως από τους βόρειους ευρωπαίους αλλά και τους βρετανούς. Αλλά γενικά θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε την ήπια ισχύ μας λίγο παραπάνω ως πλεονέκτημα.

-Καταλαβαίνω αυτά που αναφέρετε αλλά η ήπια ισχύ παρόλο που εφευρέθηκε από τον αμερικανό διπλωμάτη Joseph Nuy η υιοθέτησή της από μικρές χώρες όπως η δική μας αποφέρει τα μέγιστα οφέλη.

-Ίσως, δε νομίζω ότι όλες οι χώρες μπορούν να το κάνουν αυτό, διότι εάν είναι πολύ μικρές δεν τις ακούει κανένας. Με άλλα λόγια θα πρέπει να έχει κανείς κάτι το ιδιαίτερο και κατά τη γνώμη μου η Ελλάδα διαφέρει κατά πολύ από όλες τις υπόλοιπες μικρές χώρες της Ευρώπης. Δηλαδή εάν κοιτάξει κανείς τις άλλες μικρές ευρωπαϊκές χώρες, προσπαθώ να σκεφθώ τι είδους ήπια ισχύ μπορεί να έχουν. Η Ελλάδα έχει πολύ περισσότερη ήπια ισχύ από τις άλλες χώρες.

-Άρα έχουμε κάτι το ιδιαίτερο, μπορούμε να το αναδείξουμε;

-Σίγουρα έχουμε, και το χρησιμοποιούμε αυτό είναι το ενδιαφέρον. Όσον αφορά βεβαίως στα Μάρμαρα πρέπει να κάνουμε πολύ περισσότερη δουλειά. Μου τηλεφώνησαν πρόσφατα για να κάνω κάτι στην τοπική τηλεόραση για τις γερμανικές αποζημιώσεις που ζητούν οι Έλληνες. Κατά τη γνώμη μου η Ελλάδα θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τη δύναμη που έχει με όλες τις άλλες τις χώρες εάν θέλει πραγματικά να έχει μία επιτυχία πάνω σε αυτόν τον τομέα.

-Άρα προτείνετε ότι σίγουρα για τα Μάρμαρα και τη Μελίνα Μερκούρη μπορούμε να κάνουμε πολύ περισσότερα πράγματα στο soft power.

-Ναι ακριβώς, αλλά θα πρέπει κανείς να προσέχει κανείς διότι στο άλλο κομμάτι, δηλ. στον τομέα της δημόσιας διπλωματίας είμαστε λίγο διαφορετικοί από αρκετούς

άλλους ευρωπαίους. Έτσι κινδυνεύουμε ως προς το αποτέλεσμα: να μην μπορέσει να χρησιμοποιήσει κανείς υπέρ του το πλεονέκτημα της ήπιας ισχύος.

Καλά βέβαια η ήπια ισχύς της χώρας μας δεν περιορίζεται μόνον σε αυτά που ανέφερα πριν, ιστορία, πολιτισμός, δημοκρατία, αλλά αν κοιτάξει κανείς στους Έλληνες και τη στάση τους, το πώς συμπεριφέρονται όταν βρίσκονται σε μία ξένη χώρα, πόσο καλά πηγαίνουν όσον αφορά τις καριέρες τους και τη συνεισφορά τους στις κοινωνίες των χωρών όπου διαβιούν. Δηλαδή όλα αυτά είναι πολύ θετικά, ποτέ μου δεν έχω δει ποτέ κάτι αρνητικό σχετικά, παρά μόνον θετικότητα. Το οποίο είναι πολύ σημαντικό. Θεωρώ ότι μας προτιμούν ως έθνος. Αν σκεφθεί κανείς τι έχει γίνει πριν την οικονομική κρίση στη χώρα μας, όχι μόνον είχαμε κερδίσει μία χρονιά στον διαγωνισμό τραγουδιού της Eurovision και στο Eurobasket, αλλά οι Ολυμπιακοί Αγώνες στη χώρα μας διεξήχθησαν με μεγάλη επιτυχία. Άρα μπορούμε να δείξουμε τι μπορούμε να καταφέρουμε, παρόλο που η γενική αντίληψη είναι ότι δεν μπορούμε να καταφέρουμε τίποτε, ότι είμαστε γραφειοκράτες κ.ο.κ.

-Η γενική αντίληψη ποιών των βρετανών;

-Ακριβώς ναι των βρετανών

-Μα και οι ίδιοι είναι πολύ γραφειοκράτες.

-Δυστυχώς όμως έτσι είναι η γενική παραδοχή. Θυμάμαι ότι άκουγα στο ραδιόφωνο λίγο πριν διεξαχθούν οι Ολυμπιακοί Αγώνες στη χώρα μας, ένας πρώην βουλευτής πολύ γνωστός ο David Melor είχε δηλώσει ότι το να είναι υπεύθυνοι οι Έλληνες για τους Ολυμπιακούς Αγώνες είναι σαν να δίνουμε τα παιδιά μας στη Mahira Hindley, η οποία ήταν μία φηγούρα στην ιστορία που είχε σκοτώσει πολλά παιδιά. Με άλλα λόγια εννοούσε ότι δίνουμε τους Ολυμπιακούς στο χειρότερο είδος ανθρώπων να τους διεξάγουν. Ή αλλιώς θα συμβεί κάτι τρομερό στη διεξαγωγή των Αγώνων στην Ελλάδα από τους Έλληνες. Και υπήρξε ένας μεγάλος όγκος τρομερά αρνητικών δημοσιευμάτων για τους Ολυμπιακούς Αγώνες, όλοι γράφανε ότι η οργάνωση θα ήταν χάλια, τίποτε δεν θα ήταν έτοιμο στην ώρα του και όλα τα συναφή χειρότερα σενάρια.

-Ωστε David Melor, είπατε ότι ήταν και βουλευτής;

-Ναι, ακριβώς αλλά αργότερα αναγκάστηκε να παραιτηθεί για ένα σκάνδαλο εξωσυζυγικής φύσεως το οποίο ανακαλύφθηκε.

2) Μπορείτε να εντοπίσετε τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ελλάδας από πλευράς Ήπιας ισχύος και Δημόσιας διπλωματίας στη Βρετανία?

Οπότε συνοψίζοντας τα πλεονεκτήματά μας που μπορούν να ειπωθούν ως την ήπια ισχύς της χώρας μας είναι το φαγητό, ο πολιτισμός. Να τονίσω και αυτό που μου επισημαίνουν όλοι οι βρετανοί φίλοι (ή μη) που επιστρέφουν από διακοπές στην Ελλάδα. Αυτό που τους κάνει μεγάλη εντύπωση και μου αναφέρουν εκτός από τις γεύσεις, τα φυσικά τοπία, και τα μνημεία είναι η φιλοξενία μας. Άρα το γεγονός ότι ο κόσμος στην Ελλάδα είναι φιλόξενος, φιλικός και ανοικτός, είναι κάτι πάρα πολύ καλό, πάρα πολύ θετικό για την εικόνα της χώρας μας.

-Φοβερό soft power αυτό, συμφωνώ.

-Φυσικά και το φαγητό και το ποτό, ειδικά τα κρασιά τα ελληνικά έχουν βελτιωθεί πάρα πολύ. Και ο κόσμος εδώ θέλει το ελληνικό φαγητό, το ελληνικό κρασί, και αυτό που είναι ενδιαφέρον είναι το τι βρίσκει κανείς στα τοπικά μαγαζιά του Λονδίνου από ελληνική κουζίνα. Επίσης η αλυσίδα σουπερ μάρκετ το Lidl έχει ελληνική εβδομάδα από την ερχόμενη Πέμπτη (25.4.2019) γεμάτη ελληνικά φαγητά και το διαφημίζουν παντού, δε ξέρω εάν το έχετε δει, εδώ πάντως έχει διαφημιστεί πολύ με ειδικό φυλλάδιο με φωτογραφίες. Δηλαδή ο πολιτισμός και το φαγητό έχει μεγάλη απήχηση στον τοπικό πληθυσμό (is well admired).

Συνοψίζοντας τα μειονεκτήματά μας είναι ότι θεωρούμαστε γραφειοκράτες, μη ευθείς, μη εργαζόμενοι σκληρά, μη σεβόμενοι κανόνες, ωράρια, κ.ο.κ.

-Η εικόνα αυτή που περιγράφετε ισχύει και σήμερα;

-Ναι φυσικά ισχύει και σήμερα.

-Είμαστε λίγο *suis generis* λαός θα πρέπει να πω.

-Ναι αλλά το ενδιαφέρον είναι κάτι που έχω πει πολλές φορές είναι ότι όταν είχαμε την οικονομική κρίση και τα πολύ αρνητικά δημοσιεύματα αφορούσαν μόνον τη χώρα μας, αφήνοντας έξω άλλες χώρες σε πολύ χειρότερη κατάσταση π.χ. την Ισπανία.

-Ναι όντως το διάστημα εκείνο η Ελλάδα θα μπορούσε θαυμάσια να παρομοιασθεί σαν την Ιφιγένεια που θυσιάστηκε, αφού τον πατέρα της τον Αγαμέμνονα..

-Κοιτάξτε όμως, αυτά που έχουμε ως πλεονεκτήματα πρέπει να τα ανεβάσουμε παραπάνω, να τα αυξήσουμε πολύ. Θεωρώ ότι δεν κάνουμε αρκετό, καθόλου αρκετό coordinate sale of Greece, δηλ. δεν ασκούμε μία καλή συντονισμένη πώληση της εικόνας της Ελλάδας. Τα πλεονεκτήματα που έχουμε θα πρέπει να τα υπενθυμίζουμε/τονίζουμε διαρκώς στον κόσμο.

-Με ποιο τρόπο θα μπορούσαμε να το καταφέρουμε αυτό; Εάν σας ζητούσαν να οργανώσετε ένα πρόγραμμα εφαρμογής Ήπιας Ισχύος της Ελλάδας στη Βρετανία, ποιά θα ήταν τα θεωρητικά και πρακτικά κεντρικά σημεία της πρότασής σας?

-Θα σας πω: Κανονικά θα πρέπει να υιοθετηθεί μία νέα στρατηγική για την εικόνα της Ελλάδας, π.χ. τουρισμός για όλο το χρόνο, αυτό πρέπει να τονισθεί οπωσδήποτε. Και αυτό διότι ο κόσμος κάνει διακοπές για σκι το χειμώνα, έχουμε κανονικές εποχές, διότι εδώ έχουμε μόνον χειμώνα και καλοκαίρι, είναι γελοία η κατάσταση, το ότι τουλάχιστον γνωρίζεις τον καιρό, ο οποίος είναι περισσότερο αξιόπιστος στην Ελλάδα παρά σε άλλες χώρες, κλπ. Το δεύτερο είναι ότι είμαστε σε μία θέση εξαιρετικά στρατηγική, είμαστε μεταξύ Ευρώπης, Αφρικής, Ρωσίας, Ασίας και Μέσης Ανατολής. Άρα πρέπει να κάνουμε κάτι για αυτό, να το τονίσουμε παραπάνω για την ακρίβεια να το εκτοξεύσουμε, μπορούμε να το εκτοξεύσουμε μέσω της διπλωματίας μας και δεν το έχουμε κάνει αρκετά ακόμη. Εξάλλου πιστεύω ότι αυτός είναι ο λόγος που είμαστε ακόμη στην Ευρώπη. Είμαστε στο κέντρο, έχουμε σχέσεις με όλους, ο λόγος που δεν έχουμε μέχρι σήμερα τρομοκρατικά χτυπήματα στη χώρα μας είναι η ανέκαθεν φιλική μας σχέση με τον αραβικό κόσμο.

Ένα άλλο πολύ σημαντικό πλεονέκτημα που δεν πρέπει να ξεχάσουμε είναι το μεταναστευτικό ζήτημα. Αντί να το στρέψουμε υπέρ μας έχει συμβεί ακριβώς το αντίθετο, η εικόνα που μας προσδίδει είναι αρνητική. Αντί να μας ευχαριστούν όλοι οι λαοί που έχουμε δεχθεί τόσο μεγάλο μεταναστευτικό όγκο στην, οικονομικά επιβαρυνόμενη, χώρα μας μας βρίζουνε κιόλας που λέει ο λόγος. Αναγκάστηκα να εμπλακώ σε ένα πρόγραμμα όπου κάποιος παραπονιόταν για τα παιδιά των μεταναστών σε ένα στρατόπεδο προσφύγων στην Ελλάδα διότι καθυστέρησαν να πάνε στο σχολείο. Η απάντηση ήταν σε αυτό ότι όλα τα παιδιά έπρεπε πρώτα να εγγραφούν και δεύτερον να εμβολιαστούν. Όπως ήταν φυσικό δε θα μπορούσαν να πηγαίνουν στο σχολείο χωρίς εμβολιασμό διότι απλά θα έθετε σε κίνδυνο όλο τον κόσμο που θα μπορούσε να αρρωστήσει εάν τα παιδιά δεν είχαν προηγουμένως κάνει τα εμβόλιά τους. Αυτός ήταν ο κύριος λόγος ο οποίος όμως δεν είχε εξηγηθεί προηγουμένως για να μην υπάρχουν παρεξηγήσεις, μέχρι που βρέθηκε κάποιος να ρωτήσει έτσι να έχω την ευκαιρία να απαντήσω και να εξηγήσω το αυτονόητο.

Δεν έχουμε καλό public relations εδώ.

-Μάλλον δεν έχουμε ξεκάθαρο τέτοιο.

-Ναι δεν έχουμε ξεκάθαρες δημόσιες σχέσεις, «Our P.R. is not good enough, we don't spend enough on it».

-Θεωρείτε λοιπόν ότι εάν οι δημόσιες σχέσεις μας προέρχονταν από ιδιωτικό φορέα τα πράγματα θα ήταν διαφορετικά;

-Ναι θα μπορούσε, αλλά μάλλον φρενάρονται από τις κυβερνήσεις. Και αυτό διότι έχουμε τόσα πολλά θετικά πράγματα, αλλά ο κόσμος εδώ ασχολείται με το αρνητικό ζήτημα του ότι η εκκλησία μας π.χ. δεν πληρώνει φόρους στο κράτος.

Επίσης ασχολούνται με το ότι οι εφοπλιστές δεν πληρώνουν φόρους στην Ελλάδα, ενώ αυτό το φαινόμενο συμβαίνει οπουδήποτε αλλού, όπως στη Γερμανία ή εδώ στο Ηνωμένο Βασίλειο, όπου πληρώνουν μηδαμινούς φόρους. Δηλαδή είναι πραγματικά γελοίο, το γεγονός ότι ασχολούνται μόνον με την Ελλάδα, ενώ θα πρέπει να τους θυμίζει κανείς συνεχώς ότι συμβαίνει το ίδιο και στους ίδιους. Πρέπει να έχουμε δημόσιες σχέσεις βασισμένες σε αποδείξεις. Δηλαδή θα πρέπει να διαθέτουμε οικονομολόγους με στοιχεία για να αποδεικνύουμε μέσω αυτών την πραγματικότητα. Επίσης αυτό χρειάζεται να μεταδίδεται όλη την ώρα, διαρκώς σε όλα τα Μέσα.

Το δεύτερο είναι ο ιδιωτικός τομέας, για τον οποίο ρωτήθηκε από επενδυτές ο Πρωθυπουργός όταν ήταν εδώ σε επίσκεψη και όταν πήγαμε σε ένα ιδιωτικό μέρος όπου μπορούσαμε να συζητήσουμε κατ'ιδίαν (τριάντα άτομα) δεν μπορέσαμε να εντοπίσουμε προτάσεις κάποιου είδους στρατηγικής. Αυτό που φοβάται ο κόσμος (που θέλει να επενδύσει στην Ελλάδα) είναι είτε η γραφειοκρατία, είτε το vested interest, άλλοι που είναι ήδη στην Ελλάδα και έχουν επενδύσει επιθυμούν να σταματήσουν. Το vested interest σημαίνει ότι όσοι είναι ήδη εκεί προσπαθούν να σταματήσουν άλλους να εισχωρήσουν επίσης και άρα να υπάρξει ανταγωνισμός.

-Δηλαδή ένα είδος μαφίας θα μπορούσαμε να πούμε;

-Όχι απαραίτητως μαφία αλλά ναι.

Και δεν υπάρχει ανταγωνισμός στην Ελλάδα, δεν αφήνουν δηλαδή να υπάρξει ένας υγιής ανταγωνισμός, οπότε όλα αυτά είναι αρνητικά.

Λοιπόν για να τελειώνουμε, δεν είμαι ικανοποιημένη, το ανέφερα ήδη, θα πρέπει να υπάρξει βελτίωση, να γίνει κανονικό, θα πρέπει να υπάρχει, κάπου πρέπει να υπάρχει ένας οργανισμός ο οποίος θα δουλεύει/συνδυάζει και /με το ιδιωτικό και με το δημόσιο τομέα.

-Αυτό το σημείο είναι πολύ σημαντικό. Ένας ενιαίος οργανισμός λοιπόν που θα συνεργάζεται τόσο με δημόσιους όσο και με ιδιωτικούς φορείς.

-Ακριβώς και βεβαίως αυτός οργανισμός θα συνεργάζεται με την κυβέρνηση και θα πρέπει να υπάρχει αρκετό κεφάλαιο από πίσω (να τοποθετούν χρήματα οι ιδιώτες) για να μπορούν να «πουλάνε» την Ελλάδα με κατάλληλο τρόπο (sell Greece properly). Αλλά παράλληλα, βεβαίως η κυβέρνηση θα χρειαστεί να προσφέρει ευνοϊκότερες συνθήκες, πρόσφορο έδαφος στους επενδυτές εξαλείφοντας τη γραφειοκρατία, να καλυτερεύσει την εικόνα των Ελλήνων που δεν πληρώνουν φόρους κ.λ.π. Εδώ που τα λέμε τόσες πολλές χώρες είναι σε χειρότερη μοίρα από τη δική μας σε σχέση με τους φόρους, δηλ. είναι άλλο πράγμα..

Αυτά νομίζω συνοπτικά,

-Κάτι τελευταίο μόνον: επειδή η συγκεκριμένη εργασία αφορά τα Σύγχρονα Διαδικτυακά Μέσα και τη Δημόσια Διπλωματία, όλα αυτά που προτείνετε, κάποια εικόνα πώς, μέσω twitter, μέσω facebook, μέσω instagram.

-Όλα, όλα, όλα.

-Όλα αυτά λοιπόν τα Μέσα, τα νέα Μέσα, άρα ο ενιαίος φορέας που οραματιζόμαστε, διότι και εγώ τον οραματίζομαι φυσικά, ο οποίος θα συνεργάζεται με την κυβέρνηση και θα χρησιμοποιεί τα νέα Μέσα.

-Ναι βέβαια, αλλά θα πρέπει να χρησιμοποιεί και τις εφημερίδες, δηλαδή όταν εγώ διαβάζω kathimerini.gr ή άλλα Μέσα διαδικτυακά θα πρέπει να υπάρχουν δημοσιευμένα.

-Ναι θα πρέπει να υπάρχουν θετικά δημοσιεύματα, θα πρέπει να έρχονται θετικά νέα, θετικά πράγματα από τις διαδικτυακές εκδόσεις των εφημερίδων επίσης τα οποία φυσικά θα πρέπει να βασίζονται σε αληθή δεδομένα, πραγματικά στοιχεία, δεν μπορεί να μην είναι τέτοια.

-Άρα λοιπόν θα πρέπει να υπάρχει οπωσδήποτε οικονομολόγος στο επιτελείο της κυβέρνησης.

-Φυσικά, οικονομολόγος αλλά βεβαίως χρειάζεται και αποδοχή από την κυβέρνηση ότι πρέπει να αλλάξουνε κάποια πράγματα/δεδομένα. Δηλαδή αυτό που ρωτήσαμε τον Πρωθυπουργό σε εκείνη την ομλία του στο Λονδίνο πέρσι το καλοκαίρι: Πού και ποιά είναι η στρατηγική;

- Where is the strategy? (Πού είναι η στρατηγική;) λοιπόν ..

-Ακριβώς. Πού και ποιά είναι η στρατηγική με αυτά που θέλετε (η κυβέρνηση) να πετύχετε/εφαρμόσετε σε εκείνον ή τον άλλο τομέα, π.χ. εμπορικό τομέα τουριστικό τομέα, αγροτικό τομέα, ενεργειακό τομέα.

-Να προσθέσω κάτι; Και η ακαδημία ακόμη, δεν μπορούμε εμείς να έχουμε/πουλάμε τα Πανεπιστήμια που έχουν/πουλάνε οι Βρετανοί;

-Βεβαίως και τα πανεπιστήμια, αλλά χρειάζονται όλα λεφτά. Βέβαια για να προβάλλεις θετικά τα πανεπιστήμια της χώρας χρειάζεται και η κατάλληλη άσκηση πολιτικής. Διότι σήμερα η πολιτική έχει αλλάξει λιγάκι, και πολύ φοβούμαι ότι με την τωρινή πολιτική της κυβέρνησης τα Πανεπιστήμια της Ελλάδας ενδέχεται να χάσουν το κύρος τους στην Ευρώπη. Τέλος πάντων.

-Αλήθεια έ;

-5) Δώστε μας έναν ορισμό για τη μοντέρνα διπλωματία, μία φράση μόνον για τη μοντέρνα διπλωματία;

-Έ, εξαρτάται τι εννοούμε με τον ορισμό μοντέρνα διπλωματία.

-Το πιο σύγχρονο που υπάρχει σήμερα, αυτή τη στιγμή, στην άσκηση της

-Δηλαδή σαν τι;

-Η πιο μοντέρνα εκδοχή της, δηλαδή είμαστε στον 21^ο αιώνα, διαθέτουμε όλα αυτά τα Διαδικτυακά Μέσα, τα νέα Μέσα..

-Κοιτάζτε, υπάρχουν εποχές που η Βρετανία έχει χρησιμοποιήσει το τι γίνονταν σε κοινωνικό επίπεδο εδώ πέρα ως πλεονεκτήματα, έτσι ήταν ο πολιτισμός, οπότε μπορείς να παρουσιάσεις ότι είσαι το κέντρο του πολιτισμού, ή ότι είσαι το κέντρο της μουσικής ροκ, ήταν η ετικέτα κράτους (nation branding) “Cool Britannia”, αυτό που προώθησε ο Blair για τη Βρετανία. Απλά θέλει λίγο προσοχή αυτή η τακτική/προσέγγιση. Μπορείς λοιπόν π.χ. να είσαι το κράτος με την περισσότερη περιβαλλοντική ευαισθησία/συνείδηση από όλα τα υπόλοιπα, γενικά μπορείς να επιλέξεις τι/ποιόν τύπο θέλεις να περάσεις ως εικόνα/στρατηγική του κράτους σου. Έχω γράψει αρκετές στρατηγικές στη ζωή μου για το τι θα έπρεπε να υιοθετήσει η κυβέρνηση. Θα μπορούσες να δείξεις την Ελλάδα ως κάτι ελληνικό και μοντέρνο παράλληλα. Π.χ. αυτή τη στιγμή οι νέοι θεωρούν την Ελλάδα ως μία μοντέρνα χώρα, μολονότι ακούμε πολύ αρνητικά νέα για την Ελλάδα που αφορούν τη νέα γενιά φυσικά. Τα αρνητικά νέα αυτά έχουν να κάνουν με τα ναρκωτικά και τη βία στο κέντρο της Αθήνας, κάτι το οποίο είναι αρκετά προβληματικό φυσικά, αλλά το Βερολίνο ας πούμε είναι ακριβό, τη στιγμή που η Ελλάδα είναι φθηνή.

Οπότε οι άνθρωποι θα πρέπει να ενθαρρύνονται ώστε να έλθουν και να αγοράσουν ιδιοκτησίες ας πούμε στην Ελλάδα, αλλά γενικά οι νέοι, ο γιός μου ας πούμε που γνωρίζει αρκετές ευρωπαϊκές πρωτεύουσες, όπως το Βερολίνο, το Παρίσι κ.ο.κ. ,μου λέει ότι όλοι οι νέοι τώρα λένε ότι το επόμενο πολιτιστικό μέρος (the next cultural place) θα είναι η Αθήνα, είναι η Αθήνα, ήδη γίνεται η Αθήνα.

-Εντυπωσιακό.

-Ναι, και για τον λόγο αυτό όπως θα γνωρίζετε ήδη έχουν αρχίσει να ανεβαίνουν οι τιμές των ακινήτων σε διάφορες περιοχές, ακόμη και στην Κυψέλη, η οποία είχε πέσει σαν περιοχή. Άρα η Αθήνα/Ελλάδα θα είναι, είναι, ήδη γίνεται μία νέα πολιτιστική περιοχή (a new cultural area).

-Λοιπόν, σας ευχαριστώ πάρα πολύ, δεν έχω λόγια να σας ευχαριστήσω για τα πολύ ενδιαφέροντα πράγματα που άκουσα σήμερα από εσάς.

-Παρακαλώ, ευχαριστώ και εγώ πάρα πολύ που μου κάνατε αυτή τη συνέντευξη.

2. Ημιδο-μημένη συνέντευξη με τον Dennis MacShane ex minister of British Government responsible for Europe and Public Diplomacy σε καφέ του Λονδίνου κοντά στη βρετανική βουλή, 25.4.2019 43:31

1.Ως πρώην υπουργός της βρετανικής κυβέρνησης αρμόδιος για την Ευρώπη και τη Δημόσια Διπλωματία, συγγραφέας, δημοσιογράφος, με βαθιά γνώση των ελληνοβρετανικών σχέσεων και ομιλητής σε βρετανικά, ομογενειακά και διεθνή φόρα, όπως στα τέλη του 2018 στο Ditchley Park της Οξφόρδης και πρόσφατα στο Ελληνικό Πολιτιστικό Κέντρο του Λονδίνου μπορείτε να μας πείτε πως είναι δομημένη η δημόσια διπλωματία (structure- administrative) (public diplomacy) της Βρετανίας αυτή τη στιγμή?

-Αξιοποιούνται στο μέγιστο τα νέα διαδικτυακά Μέσα και αν ναι ποιά? Ποιά είναι η γνώμη σας για τις προτάσεις της δεξαμενής σκέψης Resseract (συνεργασία όλων των αρμοδίων Υπουργείων και άλλων φορέων κάτω από το Foreign Office), περί άσκησης δημόσιας διπλωματίας σε ένα μετά-Brexit περιβάλλον? Συμφωνείτε, διαφωνείτε έχετε να προσθέσετε κάτι?

2.Η γνώμη σας α) για την ήπια ισχύ και τη δημόσια διπλωματία της Ελλάδας στη Βρετανία και αντίστοιχα της Ελλάδας στη Βρετανία?

3.Μπορείτε να εντοπίσετε ακριβώς τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ελλάδας από πλευράς Ήπιας ισχύος και Δημόσιας διπλωματίας στη Βρετανία και αντίστοιχα της Βρετανίας στην Ελλάδα?

4.Αν σας ζητούσαν να οργανώσετε ένα πρόγραμμα εφαρμογής ήπιας ισχύος (soft power) ή εικόνας κράτους (nation branding) στο public diplomacy (δημόσια διπλωματία) της Ελλάδας στη Βρετανία ποιά θα ήταν τα θεωρητικά και τα πρακτικά κεντρικά σημεία της πρότασής σας;

5.Ποια είναι η γνώμη σας για τη χρήση των νέων μέσων στην άσκηση της ελληνικής Δημόσιας Διπλωματίας? Είστε ικανοποιημένος με τη μέχρι σήμερα ελληνική πρακτική στο θέμα και τι θα είχατε να προτείνετε για τη βελτίωσή της?

Απαντήσεις:

-Αποτελεί παράδοση των Βρετανών να δημιουργούν φιλίες με όλο τον κόσμο, οπότε το Βρετανικό Συμβούλιο, το BBC (Σύλλογος Βρετανικών εκπομπών) και τα βρετανικά Πανεπιστήμια ούτως ή άλλως δεν ελέγχονται κεντρικά, αλλά όλοι μαζί συνεργάζονται αρμονικά για να μπορέσουν να δώσουν μία καλή εντύπωση της χώρας εκτός συνόρων σε όλες τις χώρες παγκοσμίως. Οπότε η κυβέρνηση χρηματοδοτεί το Βρετανικό Συμβούλιο, χρηματοδοτεί μερικώς την παγκόσμια υπηρεσία (world service), και βεβαίως τα Πανεπιστήμιά μας έχουν πάρα πολλές δυνατότητες επιρροής σε όλο τον κόσμο. Κατά πάσα πιθανότητα η Βρετανία έχει τα περισσότερα Πανεπιστήμια, καθηγητές και φοιτητές σε όλο τον κόσμο και οπωσδήποτε στην παγκόσμια μας απήχηση βοηθάει σημαντικά και η αγγλική γλώσσα, ένα δώρο του Θεού και της φύσης, το οποίο είναι ένα τεράστιο πλεονέκτημά για εμάς.

Θεωρώ επίσης ότι υπάρχει ενός είδους πολιτιστική κουλτούρα μέσω της οποίας μεγάλες βρετανικές εταιρείες υποστηρίζουν πολιτιστικά δρώμενα, πολιτικά συνέδρια, εξωτερική πολιτική της χώρας, foreign policy, curriculums, αθλητικά δρώμενα, τα οποία συνεχώς συνεισφέρουν θετικά στην υποστήριξη της εικόνας της Βρετανίας στον κόσμο.

Δηλαδή δεν υπάρχει κάποιος κεντρικός σχεδιασμός, και για να σας δώσω ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού που λέω, όταν π.χ. ήμουν Υπουργός υπεύθυνος για τη δημόσια διπλωματία και την παγκόσμια υπηρεσία του Βρετανικού Συμβουλίου, δεν καθόμουν ανάμεσα σε καμιά δεκαριά έξυπνους ανθρώπους για να σχεδιάσουμε την εξωτερική πολιτική της χώρας: δηλ. δεν ασχολιόμασταν με θέματα

του τί, ας πούμε, θα πρέπει να παρουσιαστεί φέτος ή σε τί θα εστιάσουμε μετά από δύο χρόνια, κ.ο.κ. Μόνον όταν παρουσιάζεται μία δυσκολία ή ένας διαπληκτισμός στο πολιτικό προσκήνιο της εξωτερικής μας πολιτικής, συγκεντρωνόμαστε για να εξηγήσουμε/ επικοινωνήσουμε τον τρόπο με τον οποίο έδρασε η χώρα μας, π.χ. πριν από 34 χρόνια με την εισβολή στον Κόλπο σε όλες τις υπόλοιπες χώρες του κόσμου κ.λ.π.

Οι Πρέσβεις μας ανά τον κόσμο ασχολούνται με την εκπαίδευση, την εξήγηση και την εξύψωση των πρακτικών που υιοθετεί η χώρα μας σε διάφορα πολιτικά γεγονότα στις συνειδήσεις του κόσμου. Έτσι ώστε να θεωρείται παγκοσμίως η στάση της Βρετανίας από δικαιολογημένη τακτική έως εξαιρετική πρωτοβουλία σε πολιτικό επίπεδο. Δεν προσπαθούμε να κατευθύνουμε ή να ελέγξουμε τις σκέψεις των ανθρώπων, δεν τους διατάζουμε σας παρακαλούμε ακολουθείστε την άποψη της Βρετανίας στο ένα ή το άλλο ζήτημα κλπ., αλλά προσπαθούμε να τους εξηγήσουμε/επικοινωνήσουμε ότι για αυτούς, ή τους άλλους λόγους η Βρετανία ή η κυβέρνηση, πήρε την συγκεκριμένη θέση/απόφαση για ένα παγκόσμιο ζήτημα ενδιαφέροντος. Οι Γάλλοι λένε: Tous comprendres tous pardonner (Εάν καταλαβαίνεις τα πάντα, συγχωρείς τα πάντα).

Δεν είναι απολύτως αλήθεια αλλά μας βοηθάει σε πολιτικό επίπεδο να ακολουθούμε την παραπάνω πρόταση/ρήση των Γάλλων. Το Βρετανικό Συμβούλιο ξοδεύει πολύ χρόνο/ενέργειες ώστε να προωθεί αδιάκοπα σε σημαντικό βαθμό τη βρετανική τέχνη, τη βρετανική κουλτούρα.

Π.χ. κάθε βράδυ και ημέρα μέσα στην εβδομάδα στις τηλεοράσεις παγκοσμίως θα υπάρχουν δρώμενα που τυγχάνουν υποστήριξης δωρητών/χρηματοδότων τα οποία θα περιλαμβάνουν τη βρετανική συμμετοχή, (Βρετανικό Συμβούλιο, είτε Υπουργείο Εξωτερικών). Λέγοντας δρώμενα εννοώ εκπομπές τουριστικού, πολιτιστικού ενδιαφέροντος κ.ο.κ. Επίσης φροντίζουν για τις κατάλληλες διευθετήσεις, καλύπτουν έξοδα, και συμπεριφέρονται ισότιμα σε όλες τις χώρες επίσκεψής τους.

-Δεν υπάρχει δηλαδή κάποιος κεντρικός έλεγχος;

-Όχι, δεν υπάρχει κανένας κεντρικός έλεγχος. Είναι μόνον ..

-Όλοι γνωρίζουν τι να κάνουν..

-Νομίζω ότι όλοι απολαμβάνουν αυτό που κάνουν, δηλ. να γνωρίζουν /συναντούν κόσμο από άλλες χώρες, δημοσιογράφους, ανθρώπους της τέχνης, συγγραφείς, ειδικούς από Υπουργεία Εξωτερικών και Διεθνών Σχέσεων, διμερών σχέσεων χωρών.

-Εάν σας ζητούσαν να βοηθήσετε την Ελλάδα να εφαρμόσει μεθόδους «ήπιας ισχύος» στη χώρα σας τι θα προτεινάτε, ποιά θα ήταν τα βασικά σημεία που θα έπρεπε να εστιάσουμε κατά την άποψή σας;

-Σε αυτή τη χώρα το πρώτο που θα πρότεινα θα ήταν να απαγορευτεί κάθε είδους δήλωση/ενασχόληση με τα Μάρμαρα του Παρθενώνα για τα επόμενα πέντε χρόνια. Να μην αναφέρεστε καθόλου σε αυτά. Εάν κάποιος Βρετανός αξιωματούχος εγείρει ζήτημα/ερώτημα για αυτά, τότε μπορείτε απλά να απαντήσετε.

-Το κάνουν συχνά πάντως.

-Μην ξύνετε την πληγή αυτή, η Ελλάδα θα πρέπει να μην ασχολείται με τα Μάρμαρα του Παρθενώνα καθόλου. Αν με ρωτήσετε προσωπικά θα ήμουν ευτυχής να επιστρέψουν τα Μάρμαρα του Παρθενώνα στο Μουσείο της Ακρόπολης στην Αθήνα εκεί που ανήκουν, αλλά αυτό που έχει σημασία είναι η χώρα να καλυτερεύσει σε σημαντικούς τομείς.

Δηλαδή στον οικονομικό τομέα, στους νόμους, στον τομέα της ενημέρωσης, της καλής εξωτερικής πολιτικής χωρών. Και να μην είναι, ξέρετε, η Ελλάδα η νούμερο ένα χώρα ειδική σε θέματα που αφορούν εκατοντάδες χρόνια πριν.

-Έχουμε ιστορία και τουρισμό όμως.

-Ναι, όλοι λατρεύουν να επισκέπτονται την Ελλάδα, το καλωσόρισμα είναι πολύ – πολύ θερμό, εγώ προσωπικά την επισκέφθηκα δεκαπέντε χρόνια πριν και από τότε την επισκέπτομαι διαρκώς κάθε χρόνο. Και κάθε χρόνο γίνεται όλο και καλύτερη..

-Πώς θα χαρακτηρίζατε το καθεστώς της «εικόνας» (nation branding) της χώρας μας στη δική σας.

-Προφανώς η πιο θερμή χώρα, η πιο φιλόξενη χώρα με αδιαμφισβήτητο εκπληκτικό συνδυασμό ιστορίας του πολιτισμού, ή πολιτισμού της ιστορίας, από όλες τις υπόλοιπες χώρες του κόσμου. Επιπλέον αποτυπώνεται στα βιβλία μία φυσική έκφραση ένα απόσταγμα από ότι έχει μείνει από την ελληνιστική εποχή, ρωμαϊκή εποχή, τη βυζαντινή εποχή το οποίο είναι πολύ θετικό σημείο, θα έλεγα σοφιστικό σε ό,τι αφορά την εξωτερική σας πολιτική. Η Ελλάδα από κάποιο θαύμα από την πρώτη στιγμή που προσχώρησε στην ευρωπαϊκή κοινότητα προσέθεσε/ μετέφερε τις αξίες της στην Ευρώπη, στην ίδια την περιοχή της Ευρώπης.

Και συγκεκριμένα στον τομέα της πρόσφατης εξωτερικής της πολιτικής όπου έδωσε λύση στο μακροχρόνιο πρόβλημα με τη γείτονα χώρα στα Σκόπια. Για μένα ήταν μία αναίτια διένεξη μεταξύ των δύο χωρών που πίστευα ότι δεν θα λυθεί ποτέ, και τώρα ανάβω κερί κάθε μέρα στο όνομα της διπλωματικής λύσης που βρέθηκε. Πίστευα ότι

θα πεθάνω και δεν θα είχε δοθεί διπλωματική λύση από την αγκυλωμένη πολιτική επιλεκτική στάση της Αθήνας. Δεν έχει σημασία εάν επρόκειτο για το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας ή του ΠΑΣΟΚ, έπρεπε να λυθεί, να υπάρχει μία κανονική διμερής σχέση μεταξύ των δύο χωρών, καθώς επρόκειτο για μία εγγύτερη περιοχή, ένα γείτονά σας ουσιαστικά.

-Και αυτό το γεγονός θα αυξήσει τον τουρισμό από τη Βρετανία στην Ελλάδα;

-Ε, λοιπόν ναι σε σχέση με το γεγονός ότι δημιουργεί την εντύπωση της σταθερότητας μετά τη Συμφωνία με τα Σκόπια. Γενικώς πιστεύω ότι τα Βαλκάνια τα Δυτικά Βαλκάνια συμπεριλαμβανόμενης της Ελλάδας θα μπορούσε να είναι τόπος υποδοχής τουριστών από την Ευρώπη, όπως ας πούμε είναι η Φλόριντα για τους Αμερικανούς.

-Εννοείται κάτι σαν τη Γαλλία ας πούμε;

-Ακούστε η Γαλλία είναι μία ευλογημένη χώρα, αρκεί να τη δείτε λίγο στο χάρτη της γης. Είναι αυτό που λέγεται: Ο Θεός έπλασε τη Γαλλία και μετά της έδωσε τους Γάλους..(γέλια). Έχει καταπληκτική φύση, προϊόντα (σταφύλια, ελιές) τα οποία ευδοκιμούν χωρίς κανείς να τα σκέφτεται ή να πολύ-ασχολείται μαζί τους. Επιπλέον έχει εκπληκτικό σύστημα μεταφοράς μέσω καναλιών, ποταμιών και σιδηροδρόμων. Ενώ η Ελλάδα δεν είναι καθόλου έτσι, είναι γελοίο, η Ελλάδα μοιάζει με τη Σκωτία θα έλεγα. Η γεωλογία της δε βοηθάει καθόλου λόγω οροπεδίων.

-Θα έπρεπε να οργανώσουμε πιο πολλά συνέδρια, συναντήσεις στη χώρα μας;

-Κοιτάξτε πιστεύω ότι η Ελλάδα θα πρέπει να παίζει ένα σημαντικό ρόλο στα Βαλκάνια. Θυμάμαι, ήμουν παρών όταν είχαν ξεκινήσει οι διαπραγματεύσεις για την ένταξη της Τουρκίας (άλλης γείτονας χώρας της Ελλάδας) στη Ε.Ε., και ήμουν πολύ ευχαριστημένος από τη διπλωματική αυτή εξέλιξη. Οι διπλωματικές συζητήσεις μας αφορούσαν τη διάνοιξη της πόρτας της Ευρώπης στην Τουρκία με Πρωθυπουργό νομίζω τον Καραμανλή ή τον Σημίτη, δε θυμάμαι, και δεν έχει σημασία, ήταν πολύ καλή η διπλωματική αυτή προσέγγιση. Τελικώς ο τότε Τούρκος Πρωθυπουργός ο Ερντογάν, που του είχαμε κυριολεκτικά προσφέρει μία ανοικτή πόρτα στην Ευρώπη την έκλεισε ο ίδιος με πάταγο στα μούτρα του, εννοώ την χώρα του την ίδια.

-Οπότε μας λέτε ότι κάνουμε αυτό που θα έπρεπε να κάνουμε, σωστά, δε χρειάζεται να κάνουμε τίποτε παραπάνω;

-Όχι,όχι, απεναντίας. Ξέρετε κάτι, εάν σήμερα τηλεφωνούσα και ζητούσα από 20 σοβαρούς δημοσιογράφους οι οποίοι γράφουν για ξένα ζητήματα εξωτερικής πολιτικής π.χ. The Guardian, Independence, Times, BBC, κ.ο.κ. να γράψουν ένα

άρθρο περί του πραγματεύεται αυτή τη στιγμή η Ελλάδα, ένα πολιτικό ή οποιοδήποτε άλλο θέμα το οποίο τώρα τρέχει, σας διαβεβαιώ ότι δε θα ήταν σε θέση να μου παραδώσουν τίποτε, διότι απλά δεν γνωρίζουν τίποτε. Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα έχει πάρα πολλά να κάνει στον τομέα της Δημόσιας Διπλωματίας η οποία σήμερα είναι σχεδόν μηδενική στη Βρετανία. Και όταν λέμε ότι πρέπει να δράσει, εννοούμε πλουσιότατη δράση, τέτοια ώστε να φθάσει στο επίπεδο να αποτελεί το κεντρικό σημείο συζήτησης της τοπικής πολιτικής της Νότιο-ανατολικής Ευρώπης.

Να φέρει κοντά όλες τις σχετικές χώρες με την Ευρώπη χώρες, τα Βαλκάνια, όπως η Βουλγαρία..

Τι εννοείται δηλ. θα πρέπει να επεκταθούμε, εάν ας πούμε χρησιμοποιούσαμε περισσότερο τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης;

-Ναι εντάξει, όντως τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης είναι σημαντικά, αλλά -κατά τη γνώμη μου- τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης δεν συνδέονται απαραίτητα με τη δημιουργία στρατηγικής.

Εννοώ ότι οι νέοι άνθρωποι δεν χρειάζονται να τους μιλήσετε για την Ελλάδα.

-Πιστεύετε ότι χρειάζεται να επεξηγήσουμε ή απλά να απασχολούμε την επικαιρότητα;

-Αυτό που σίγουρα χρειάζεστε είναι περισσότερες πρωτοβουλίες, π.χ. μετά από τη Συμφωνία με τα Σκόπια, είναι επιτακτική ανάγκη να αναγνωρίσετε το Κόσσοβο. Φυσικά πρόκειται για μία ανόητη και αγκυλωμένη πολιτική να μην αναγνωρίζεται μία χώρα, η οποία έχει τη δική της ταυτότητα, αποσχίστηκε από τη Σερβία, μολονότι δεν ανήκε ποτέ σε αυτήν, όπως ακριβώς η Ελλάδα δεν ανήκε ποτέ στην Οθωμανική Αυτοκρατορία, ή η Ιρλανδία δεν ανήκε στο Ηνωμένο Βασίλειο εκατοντάδες χρόνια πριν, κ.ο.κ.

Βέβαια πρέπει να παραδεχθώ ότι πήρε αρκετό καιρό και για το Ηνωμένο Βασίλειο να αναγνωρίσει ακόμη και την ύπαρξη της Ιρλανδίας, νάμαστε όμως σήμερα εδώ είκοσι χρόνια μετά όταν πολεμούσαμε για το Κόσσοβο.

-Μπορούμε να τα πετύχουμε όλα τα παραπάνω οργανώνοντας συνέδρια, συναντήσεις, ανακοινώσεις;

Ναι, μπορείτε να το πετύχετε όπως με το κυπριακό ζήτημα. Ποιός είναι τώρα ο Υπουργός Εξωτερικών στη χώρα σας;

-Ο κ. Κατρούγκαλος.

-Μάλιστα, έχω την εντύπωση ότι θα αλλάξει ο Υπουργός σας, αρκετά σύντομα..

-Είναι το ίδιο, θα είναι το ίδιο..

-Είναι απολύτα παράλογο, τρελλό να μην αναγνωρίζετε το Κόσσοβο. Έχω συνδιαλεγεί για το ζήτημα με εκπροσώπους του Υπουργείου Εξωτερικών της χώρας σας, αλλά είναι πέρα για πέρα αρνητικοί («no,no,no») με την αναγνώρισή του. Είναι απόλυτα μη λογικό και αδιανόητο να μην έχετε ανοίξει Πρεσβεία στο Κόσσοβο, όπου σφύζει από την οικονομική δραστηριότητα των Ελλήνων, σας συμφέρει και από οικονομικής πλευράς, επενδύσεις, εμπόριο, κ.ο.κ. Είναι όπως η Βρετανία να μην έχει ανοίξει Πρεσβεία στην Ιρλανδία, ή στη Γερμανία επειδή είχαμε κάποτε κάνει τρομερό πόλεμο εναντίον τους κ.ο.κ.

-Πως μπορούμε να καλυτερεύσουμε την εικόνα της χώρας μας;

-Μπορείτε θαυμάσια και μάλιστα με τεράστια απήχηση να το κάνετε εν μία νυκτί στην Ουάσιγκτον, στο Παρίσι..

-Δηλαδή χρειάζεται να επενδύσουμε;

-Η μοναδική οδός επένδυσης μπορεί να επιτευχθεί μόνον μέσω θετικών πρωτοσέλιδων.

-Να σας δώσω ένα παράδειγμα, είχα την εξής συζήτηση με τον Αμπντούλ τον Τούρκο ΥΠΕΞ περί Κύπρου, όπου του είπα ότι έχεις εγκαταστήσει τριανταπέντε χιλιάδες άνδρες σου στην Κύπρο μαζί με τους εξοπλισμούς τους, τι τους κάνεις όλους αυτούς εκεί; Γιατί δεν αποφασίζεις να αποσύρεις τα στρατεύματά σου, αν όχι όλα, τουλάχιστον την πλειονότητά τους, έτσι να αφήσεις πίσω 10.000 άτομα, ας πούμε.

Φανταστείτε πως θα αποτυπωθεί στα Μέσα μία τέτοια διπλωματική κίνηση. Αν έχουν πρωτοσέλιδο τίτλο ας πούμε οι New York Times ότι οι Τούρκοι αποσύρουν τα στρατεύματά τους από την Κύπρο. Σκεφθείτε τι τεράστια απήχηση θα είχε παγκοσμίως η είδηση αυτή. Όλα αφορούν την απλότητα, ξέρετε..

-Φυσικά θα ήταν πολύ καλή κ θετική για την εικόνα/ήπια ισχύ της Τουρκίας.

-Ακριβώς. Όλες οι χώρες παγκοσμίως, δεν ξέρω για τις μικρού μεγέθους χώρες όπως η δική σας, πληρώνουν αμύθητα ποσά σε εταιρείες λόμπυ στις Βρυξέλλες ή στην Ουάσιγκτον που ασχολούνται με την εικόνα της κάθε χώρας και την αποτύπωσή της σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτές οι εταιρείες δεν επιτυγχάνουν τίποτε, μηδέν. Μπορεί να οργανώσουν ένα δείπνο ας πούμε όταν ο Πρόεδρος επισκεφθεί την Ουάσιγκτον ή το Λονδίνο π.χ. μιλάω για το Κόσσοβο, Πρίστινα. Κάτι το οποίο θα μπορούσα να είχα κάνει και εγώ ο ίδιος..

-Εάν σας ζητούσαν να συμμετάσχετε σε κάποιο πλάνο/σχέδιο καλυτέρευσης της δημόσιας διπλωματίας/ ήπιας ισχύος της χώρας μας, τι θα προτεινάτε;

-Εγώ ως ειδικός του πολιτικού προφίλ στον τομέα των παγκόσμιων εξωτερικών υποθέσεων θα σας πρότεινα πώς αφού έχετε σε ένα μήνα τις ευρωπαϊκές εκλογές, αυτό που θα έκανα εγώ θα ήταν να εξετάζα το προφίλ κάθε υποψηφίου για τις ευρωεκλογές και να έβρισκα σε κάθε εθνική αποστολή τρεις ή τέσσερις ή πέντε οι οποίοι/ες θα ήταν πιθανόν να έχουν κάποιο ενδιαφέρον για την Ελλάδα, θα τους προσκαλούσα στην Ελλάδα, θα οργάνωνα συνέδρια. Εδώ να σημειώσω ότι υπάρχουν ήδη πολύ καλά συνέδρια.

-Θα μπορούσαμε να οργανώσουμε/πραγματοποιήσουμε το ίδιο εδώ;

Οπωσδήποτε, η Βουλή, κυρίως τα Μέσα, οι πολιτικοί αποφασίζουν, οι Πρωθυπουργοί, τα μέλη της Βουλής, δημοσιογράφοι – κλειδιά που αρθρογραφούν στήλες, κάποιοι εκδότες του BBC -αν και πιο δύσκολοι-και οι υψηλοί δρώντες δημόσιοι υπάλληλοι, μπορείτε να τους καλέσετε σε ένα γραφικό μέρος στην Ελλάδα. Ίσως σε κάποιο νησί σαν την Ύδρα, αν και είναι αρκετά μικρό. Αυτό θα μπορούσε να είναι το ελληνικό «συμπόσιο».

-Τι θα λέγατε για το friendship group Βουλής Ελλάδας – Ηνωμένου Βασιλείου;

<https://www.hellenicparliament.gr/en/Diethneis-Drastiriotites/Diethnes-Perivallon/Omades-Filias-All?periodId=2b3e9c1b-c9df-4c81-b1eb-a52500a1abe6&countryId=0f0d31fa-7d13-4072-ab49-5764563d8b5d>;

-Το γκρούπ φιλίας είναι χάσιμο χρόνου. Δεν κάνει απολύτως τίποτε. Συμμετέχουν μόνον με σκοπό τα ταξίδια. Εμφανίζονται σε κάποιο γεύμα στη Βουλή όπου ο Έλληνας Υπουργός βρίσκεται, όταν η Πρεσβεία χρειάζεται/επιθυμεί να οργανώσει κάποια δεξίωση, οπότε εμφανίζονται χωρίς να κάνουν τίποτε. Βέβαια θα πρέπει να παραδεχθούμε ότι το να μιλάς ελληνικά είναι πάντα επικίνδυνο/ δύσκολο (tricky), για τους περισσότερους εκτός Ελλάδας φυσικά, αλλά δεν δείχνουν συνεχόμενο ενδιαφέρον. Ενώ μία μεγάλη μερίδα πληθυσμού Ελληνο-Κυπρίων, ειδικά στο Βόρειο Λονδίνο, αυτοί θα έδειχναν ενδιαφέρον. Είναι πολύ καλύτεροι οι Κύπριοι καθώς αντιλαμβάνονται περισσότερο τη βρετανική ιδιοσυγκρασία λόγω των 300 ετών της βρετανικής αποικιοκρατίας φυσικά.

-Άρα είναι θέμα αντίληψης; Εμείς οι Έλληνες δεν αντιλαμβανόμαστε με τον ίδιο τρόπο τους Βρετανούς

-Δεν είναι απόλυτο αυτό, οπωσδήποτε παίζει κάποιο δευτερεύοντα ρόλο αλλά όχι κύριο. Μερίδα των Άγγλο-ελλήνων ή Ελληνό-άγγλων ..

-Ίσως θα μπορούσε να μας βοηθήσει η ελληνίδα Vicky Pryce στην κατεύθυνση αυτή;

-Κοιτάζτε η Βίκυ ήδη κάνει έργο σχετικά με την αποσαφήνιση γεγονότων που αφορούν την Ελλάδα, είναι συνειδητοποιημένη, είναι οικονομολόγος, έχει εργασθεί για τη βρετανική κυβέρνηση στο παρελθόν, μπορεί να συμβουλέψει, θεωρώ όμως ότι θα μπορούσατε να οργανώσετε κάτι μόνοι σας όχι κυβερνητικά ούτε κρατικά αλλά μέσω του ιδιωτικού τομέα.

Σας ευχαριστώ πολύ για τη συνέντευξη.

Και εγώ σας ευχαριστώ.

3. Γραπτή συνέντευξη με τον Βασίλη Καπετανγιάννη.

1. Θεωρείτε ότι σήμερα προωθείται σε ικανοποιητικό βαθμό η Ήπια Ισχύς (soft power), η εικόνα (Nation Branding) και η Δημόσια Διπλωματία (Public Diplomacy) της χώρας μας στο εξωτερικό;

Η Ήπια Ισχύς, η Εικόνα της χώρας και οι δράσεις Δημόσιας Διπλωματίας αποτελούν μεν διακριτές κρατικές δραστηριότητες αλλά ταυτόχρονα ενώνονται με το νήμα του εθνικού συμφέροντος και της γενικότερης ισχύος κάθε χώρας. Επί παραδείγματι, η οικονομική κρίση που έπληξε την Ελλάδα το 2008 και την οποία δεν έχει ακόμα ουσιαστικά ξεπεράσει έπληξε και εξακολουθεί να πλήττει και την εικόνα της χώρας και τις δυνατότητες άσκησης Ήπιας Ισχύος και Δημόσιας Διπλωματίας. Πριν την κρίση, οι ελληνικές τράπεζες, που ουδόλως ευθύνονται για την χρεοκοπία του κράτους, είχαν 4.000 παραρτήματα στις βαλκανικές χώρες. Ήταν μια πολύ σοβαρή και μακρόχρονη στρατηγική εφαρμογής πολιτικών ήπιας ισχύος, λόγω των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών με κρατική ενθάρρυνση και ανάλογη προετοιμασία στις διακρατικές σχέσεις. Ως αποτέλεσμα ιδιαίτερα του αχρείαστου 3^{ου} Μνημονίου και της αυστηρής επιτήρησης μετά τη λήξη του, η παρουσία των ελληνικών τραπεζών, που εξαγοράστηκαν από ξένα κεφάλαια έναντι ευτελούς ποσού το 2015 κι ακόμα παραπαίνουν λόγω των «κόκκινων δανείων, η παρουσία αυτή έχει πλήρως εκμηδενιστεί, εάν δεν κάνω λάθος. Η περίπτωση αυτή αποτελεί, κατά την άποψή μου, ένα χτυπητό παράδειγμα απώλειας Ήπιας Ισχύος.

Η Ελλάδα, ιδιαίτερα σήμερα, είναι ανίκανη να σχεδιάσει δράσεις στα 3 αυτά πεδία, να θεσπίσει τα κατάλληλα όργανα, να συνεργαστεί με τον ιδιωτικό τομέα, να συντονίσει πολλαπλές και ποικίλες σημαντικές δραστηριότητες, να μετρήσει και να αξιολογήσει αποτελέσματα. Όσα γίνονται, έχουν σχεδόν μια αποκλειστική εσωτερική διάσταση, ήτοι αποσκοπούν σε κυβερνητική προπαγάνδα. Δεν υπάρχει η κουλτούρα της συνέχεις του κράτους που προϋποθέτει όχι μόνο αποδοχή των κανόνων και αξιών του πολιτικού συστήματος που υπονομεύονται και καταπατούνται βάνανυσα από την σημερινή κυβέρνηση αλλά και κοινή αντίληψη (συν-αντίληψη) του εθνικού συμφέροντος. Διότι, μόνο μια τέτοια σύγκλιση και συμφωνία των πολιτικών δυνάμεων που εναλλάσσονται δημοκρατικά στην κυβέρνηση δημιουργεί προϋποθέσεις μονιμότερων πολιτικών επιλογών, μονιμότερων θεσμικών διευθετήσεων, σταθερότερων μηχανισμών σχεδιασμού πολιτικής, επιλογής, εφαρμογής, υπό τον όρο φυσικά και της διάθεσης των αναγκαίων οικονομικών και κατάλληλα εκπαιδευμένων ανθρώπινων πόρων.

Όλα τα ανωτέρω, που δεν μπορώ να αναλύσω λεπτομερέστερα εδώ, αποτελούν κατ' αρχάς συνάρτηση των ικανοτήτων της χώρας να αξιοποιήσει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα στην περιοχή της, να δοκιμάσει την πραγματική εμβέλεια δυνητικής της επιρροής στο διεθνές περιβάλλον όπου δραστηριοποιείται, στο γεωπολιτικό περιβάλλον στο οποίο αναπνέει και λειτουργεί και το οποίο ενδέχεται να υφίσταται σήμερα ουσιαστικές μεταβολές. Αποτελούν ταυτόχρονα συνθήκες *sine qua non* για τη δημιουργία και δράση κατάλληλων κρατικών φορέων όχι μόνο αποτελεσματικών αλλά και κατάλληλων για συνεργασία με άλλους φορείς, συμπεριλαμβανομένων και των ιδιωτικών, επιχειρηματικών και άλλων.

Απέχουμε πολύ από μια τέτοια, ιδεατή βέβαια, κατάσταση. Οι δράσεις της χώρας μας είναι αποσπασματικές και εν πολλοίς ατελέσφορες.

Ο τομέας του Τουρισμού και οι ευκαιρίες που προσφέρει αποτελεί ιδιαίτερη περίπτωση.

Όλες αυτές οι προϋποθέσεις υπογραμμίζουν το γεγονός ότι οι όροι για την Εικόνα της χώρας στο εξωτερικό διαμορφώνεται κατ' εξοχήν πρώτα στο εσωτερικό της.

Συμπερασματικά, η γενικότερη εντύπωση είναι ότι οι δράσεις στους ανωτέρω τομείς, όσες και εάν σχεδιάζονται και εκτελούνται, δεν φαίνεται να παράγουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Κι αυτό ουδόλως υποτιμά τις προσπάθειες που καταβάλλουν κρατικές διάφορες υπηρεσίες.

Η Εθνική Επικοινωνιακή Πολιτική κάθε άλλο παρά εύκολη ή απλή υπόθεση είναι. Απαιτεί θεσμικό υπόβαθρο και θεσμική λειτουργικότητα, σχεδιασμό, συντονισμό, εκπαιδευμένο και ειδικό προσωπικό, αποτελεσματικότητα, πολιτική βούληση και ένα minimum εθνικής συναίνεσης. Έχω την εντύπωση ότι επί του παρόντος όλες αυτές οι αναγκαίες προϋποθέσεις είναι άκρως ελλειμματικές στην ελληνική περίπτωση.

-Έχουν πραγματοποιηθεί διαχρονικά σοβαρές οργανωτικές προσπάθειες για την αναβάθμισή τους;

Σοβαρές προσπάθειες ασφαλώς και έχουν γίνει και δεν ήσαν λίγες. Στη Μεταπολίτευση η περίοδος 1992-3 επί κυβερνήσεως Κ. Μητσοτάκη αποτέλεσε την απαρχή μιας συγκροτημένης προσπάθειας επικοινωνιακής δράσης στον τομέα κυρίως της εξωτερικής πολιτικής, σε συνθήκες μάλιστα μεγάλης πίεσης, έντασης και δυσμενούς διεθνούς περιβάλλοντος λόγω του λεγόμενου «Μακεδονικού» ζητήματος. Το ακανθώδες αυτό θέμα είχε ανακύψει μετά την κατάρρευση των κομμουνιστικών καθεστώτων στις γειτονικές, βαλκανικές χώρες. Η τότε Γενική Γραμματεία Τύπου και Πληροφοριών ευτύχησε να έχει ως Διευθυντή στη Διεύθυνση Υπηρεσιών Εξωτερικού τον Μάρκο Δραγούμη, έναν εξαιρετικό φιλελεύθερο διανοούμενο, πολύγλωσσο και μεγάλων ικανοτήτων κρατικό λειτουργό. Με ελάχιστα μέσα και με αποκλειστικούς συνεργάτες το μόνιμο προσωπικό στην Κεντρική Υπηρεσία και στα Γραφεία Τύπου Εξωτερικού καθοδηγούσε κεντρικά την όλη εθνική προσπάθεια και επικοινωνία με εκπληκτικά για τις τότε συνθήκες αποτελέσματα. Είναι καταγραμμένα στις σχετικές Εκθέσεις Απολογισμού προς την πολιτική ηγεσία και σε πολυάριθμα έγγραφα του. Η γραφίδα του ήταν αιχμηρή και αδυσώπητη για δημόσια έγγραφα.

Σοβαρή προσπάθεια κατεβλήθη λίγο αργότερα από τον Γεν. Γραμματέα Γιάννη Νικολάου (1996-2002) με Υπουργό και Κυβερνητικό εκπρόσωπο τον Δημήτρη Ρέππα(1996-2001) επί κυβερνήσεως Κ. Σημίτη. Ήταν η εποχή κατά την οποία σημειώθηκε μεγάλη στροφή στην εξωτερική πολιτική της χώρας, εποχή κρίσεων

(Ίμια, η θλιβερή υπόθεση Οτσαλάν) αλλά και πολύ μεγάλων επιτυχιών (ένταξη της Κύπρου στην ΕΕ). Ουδέποτε το κύρος της χώρας στην ΕΕ και στον ζωτικό διεθνές περίγυρό της ήταν μεγαλύτερο.

Στη συνέχεια η άκρως επιτυχημένη τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 εκ των πραγμάτων αναβάθμισαν τη θέση της χώρας στο διεθνή χάρτη των προσλήψεων. Όπως έδειξαν τότε συγκεκριμένες έρευνες σε ορισμένες σημαντικές για εμάς χώρες η Εικόνα της Ελλάδος αναβαθμίστηκε σε αξιόλογο βαθμό. Στα παραδοσιακά χαρακτηριστικά της (π.χ. ήλιος, θάλασσα, φιλοξενία κ.τ.λ.) προστέθηκαν πλέον νέα (π.χ. οργανωτικές ικανότητες, αποτελεσματικότητα κ.τ.λ.), ήτοι πιο σύγχρονα χαρακτηριστικά. Τη νέα αυτή κατάσταση προσπάθησαν να αξιοποιήσουν με αξιόλογα αποτελέσματα ο Γενικός Γραμματέας Τύπου και Επικοινωνίας Πάνος Λειβαδάς (2004-2008) με Υπουργό Επικρατείας και κυβερνητικό εκπρόσωπο τον Θόδωρο Ρουσόπουλο (2004-2008). Αξιοποιήθηκε κυρίως το μόνιμο προσωπικό της Υπηρεσίας, επιταχύνθηκε η είσοδος στην ψηφιακή εποχή με μετρήσεις και στοχοθετήσεις, καλλιεργήθηκαν νέες επικοινωνιακές ιδέες και δράσεις με επίκεντρο το nation branding, αξιοποιήθηκαν σε κάποιο βαθμό σύγχρονες μορφές επικοινωνίας, συζητήθηκαν θέματα διαχείρισης κρίσεων και τα συναφή.

Η μετέπειτα περίοδος συνέπεσε με την οικονομική κρίση και την εφαρμογή των Μνημονίων. Η πιο συστηματική προσπάθεια καταβλήθηκε από τον Γενικό Γραμματέα Ανδρέα Κατσανιώτη (2012-2015) επί κυβέρνησης ΝΔ-ΠΑΣΟΚ (Σαμαρά-Βενιζέλου) υπό εξαιρετικά δύσκολες συνθήκες, αλλά με αξιόλογα αποτελέσματα.

Η συνέχεια, βέβαια, δεν ήταν ανάλογη. Αλλά, αυτό αποτελεί ξεχωριστό, δραματικό κεφάλαιο. Γενικότερα, ο κομματισμός, οι πελατειακές σχέσεις και η έλλειψη επαγγελματισμού δεν διασφαλίζουν τη συνέχεια της κρατικής πολιτικής σε έναν τόσο ζωτικής σημασίας τομέα. Οι επαγγελματίες γνωρίζουν ότι όσα με κόπο, προσπάθεια και θυσίες μπορεί να έχουν χτιστεί σε βάθος χρόνο για την Εικόνα της χώρας με θετικό πρόσημο και αποτελέσματα μπορούν να κατακρημνιστούν εν μια νυχτί από άφρονες, ανίδεες, καθεστωτικές και ολοκληρωτικής νοοτροπίας κυβερνήσεις.

Ωστόσο, έχει σημασία να υπογραμμίσει κανείς ότι Κέντρο όλων αυτών των σχεδιασμών και δράσεων στις οποίες ανέτρεξα εντελώς ενδεικτικά και ελλειπτικά πιο πάνω

αποτελέσαν οι Υπηρεσίες οι οποίες υπάγονταν στον κυβερνητικό εκπρόσωπο. Αυτές είχαν τον κύριο λόγο στο σχεδιασμό και την εκτέλεση καθώς και το προσωπικό με τις απαιτούμενες δεξιότητες.

-Θεωρείτε ότι οι νέες σχετικές προτάσεις του Υπουργείου Εξωτερικών, που βρίσκονται υπό διαβούλευση και αναμένεται να ψηφιστούν σύντομα, επαρκούν για τη βελτίωση τόσο της εικόνας και της -κατά J. Nye- "Ήπιας Ισχύος" της Ελλάδας, όσο και της προβολής της μέσω της Δημόσιας Διπλωματίας στο εξωτερικό;

Παρακολουθώ με εύλογο, όπως αντιλαμβάνεστε, ενδιαφέρον τις παρεμβάσεις στη διαβούλευση του Νομοσχεδίου για τον νέο Οργανισμό του ΥΠΕΞ. Οι παρεμβάσεις της Ένωσης Ακολουθών Τύπου θίγουν ακριβώς τις χρόνιες παθογένειες του συστήματος (επικαλύψεις αρμοδιοτήτων κ.τ.λ.)

Υπάρχει αρκετή δόση πολιτικής υποκρισίας, δειλίας και συντεχνιακών διευθετήσεων. Ουδείς αμφισβητεί το γεγονός ότι το Κέντρο θα πρέπει να εδρεύει στο ΥΠΕΞ και ουδείς αμφισβητεί το γεγονός ότι ο πρέσβης ηγείται όλων των κρατικών υπηρεσιών στο εξωτερικό. Η έκφραση της χώρας στο εξωτερικό πρέπει να είναι ενιαία ως προς τα βασικά της μηνύματα και τα συναφή.

Ωστόσο, οι εξειδικευμένοι και καθ' όλα έτοιμοι για να αναλάβουν τις ευθύνες στις οποίες αναφέρεστε υπάλληλοι, οι Ακόλουθοι Τύπου, είτε πρέπει να ενταχτούν άμεσα στο ΥΠΕΞ, στην αρμόδια Διεύθυνση ως ιδιαίτερος κλάδος, για να επιτελέσουν το έργο για το οποίο έχουν εκπαιδευτεί είτε να πάνσουν να ασχολούνται με το αντικείμενο αυτό. Το να υποτιμώνται κατά τέτοιο ανόητο (αλλά σκόπιμο) τρόπο δεν έχει κανένα νόημα και βλάπτει \πολλούς, ιδιαίτερα τη χώρα. Αυτή η χρόνια ερμαφρόδιτη κατάσταση σχετικά με την αρμοδιότητα και διαχείριση της εξωτερικής επικοινωνίας της χώρας από το ΥΠΕΞ αλλά και την Γενική Γραμματεία θα πρέπει να πάραυτα να τερματιστεί.

Πρόκειται για διαχρονικό τραγέλαφο που δεν πρέπει να διαιωνιστεί.

2. Κατά τη γνώμη σας θα πρέπει να αξιοποιηθούν τα σύγχρονα ψηφιακά ΜΜΕ και σε ποιο βαθμό από τους φορείς της Δημόσιας Διπλωματίας, υπό ποιες προϋποθέσεις, με τι είδους περιεχόμενο και ποιους ακριβώς χειριστές, οι οποίοι μάλιστα θα είναι υποχρεωμένοι να φέρουν σε πέρας καθημερινά και άμεσα

απαιτητικές "ζωντανές" ανταλλαγές απόψεων και επιχειρημάτων με το κάθε είδους και επιπέδου ξένο κοινό;

Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία για τα ανωτέρω. Βρισκόμαστε στην εποχή των ψηφιακών Μέσων με καινοτόμες τεχνολογίες. Διεξάγεται μεγάλη συζήτηση σχετικά με τα θέματα που θίγετε στην Ερώτησή σας και σε πολιτικό και σε πανεπιστημιακό, επιστημονικό επίπεδο. Δεν μπορώ εδώ να υπεισέλθω στη συζήτηση αυτή. Όλα αυτά τα θέματα απαιτούν πολιτικό σχεδιασμό, λειτουργικές δομές, συντονισμό και ιεραρχική αλυσίδα. Η επεξεργασία επιχειρημάτων δεν είναι απλώς μια τεχνοκρατική υπόθεση των «ειδικών». Απαιτεί και πολιτική καθοδήγηση αλλά και ανάληψη πολιτικής ευθύνης για την επικοινωνία του περιεχομένου που δύσκολα μπορούν να επωμιστούν υπηρεσιακοί παράγοντες χωρίς σχετική πολιτική εξουσιοδότηση.

-Πόσο εφικτό θεωρείτε για τους διπλωμάτες μας στο εξωτερικό να είναι σε θέση να συνδιαλέγονται ανεμπόδιστα και "ζωντανά" με το ξένο κοινό επί σοβαρών θεμάτων εξωτερικής και εσωτερικής πολιτικής, χωρίς την προηγούμενη έγκριση των προϊσταμένων τους (Αθήνας/Πρέσβη);

Το θεωρώ ελάχιστα εφικτό ιδιαίτερα αν λάβει κανείς υπόψη του την ιεραρχική δομή του ΥΠΕΞ και τη γενικότερη λειτουργία της Διπλωματικής μας Υπηρεσίας. Επειδή η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης γίνεται για λόγους άμεσης ενημέρωσης ή αντίδρασης ή διάδοσης κάποιας επείγουσας και σημαντικής πληροφορίας, η «ζωντανή» συνδιάλεξη, όπως την χαρακτηρίζετε, είναι εξαιρετικά δύσκολο να προκύψει από μεμονωμένες πρωτοβουλίες που είναι αδύνατο να αναληφτούν από τους χειριστές χωρίς έγκριση της προϊσταμένης Αρχής ή χωρίς έγκριση των υπεύθυνων χειριστών σε πολιτικό επίπεδο. Κατά συνέπεια, οιαδήποτε «ζωντανή», άμεση μετάδοση πληροφορίας, μηνύματος, απάντηση, ανταπόκριση, αντίδραση ή εμπλοκή σε συζήτηση κ.τ.λ. συνεπάγεται ύπαρξη και λειτουργία υπεύθυνης ομάδας κεντρικά με πολιτικές αρμοδιότητες και σχετική πολιτική εξουσιοδότηση, ούτως ώστε να λειτουργήσει γρήγορα και αποτελεσματικά η ιεραρχική αλυσίδα. Σε τελευταία ανάλυση, επειδή έχουμε να κάνουμε με θέματα εξωτερικής πολιτικής, που στη δική μας περίπτωση είναι αρκούντως σοβαρά και χρειάζονται μεγάλη προσοχή, η ταχύτητα και η αμεσότητα θα υποχωρούν έναντι της εγκυρότητας και της σοβαρής στάθμισης των συνεπειών κάθε συγκεκριμένης δράσης ή αντίδρασης στον τομέα που

αναφέρεστε. Με άλλα λόγια, η έγκριση θα είναι απαραίτητη ως προϋπόθεση κάθε σοβαρής ενέργειας. Η πείρα συν τω χρόνω θα οριοθετήσει τόσο τα εύκολα πεδία, όπου δεν θα απαιτείται λογικά και πολιτικά καμιά έγκριση όσο και τα δύσκολα και κατά κάποιο τρόπο «ναρκοθετημένα» όπου κάθε πρωτοβουλία χωρίς έγκριση θα φέρει εγγενώς μεγάλους και αστάθμητους προσωπικούς, πολιτικούς και άλλους κινδύνους.

3. Είναι σε θέση και μέχρι ποίου βαθμού το Υπουργείο Εξωτερικών, με τη σημερινή δομή, υπηρεσίες και στελέχωσή του να συντονίζει σφαιρικά στο εξωτερικό και εσωτερικό την Δημόσια Διπλωματία και ήπια ισχύ της Ελλάδας; Θα ήταν χρήσιμη η Διεύρυνση της Υπηρεσίας Ενημέρωσής του και η στελέχωσή της με ειδικούς, εντός και εκτός κρατικού μηχανισμού, ούτως ώστε:

- α) να μελετά τις ανάγκες της Ελλάδας στο εξωτερικό,**
- β) να διαμορφώνει προτάσεις,**
- γ) να συνεργάζεται με τους κρατικούς φορείς, ιδρύματα δεξαμενές σκέψης, αλλά και ιδιωτικές εταιρείες και προσωπικότητες**
- δ) να εκτελεί σε συνεργασία με τις πρεσβείες μας και άλλους φορείς στο εξωτερικό και εσωτερικό**
- ε) να ελέγχει τα αποτελέσματα της προσπάθειας;**

Δεν είμαι σε θέση να εκτιμήσω τις δυνατότητες του ΥΠΕΞ. Χρειάζεται ίσως κάποια εσωτερικής φύσεως αξιολόγηση, εάν πρόκειται να ανταποκριθεί με επάρκεια σε αυτά στα οποία αναφέρεστε. Σαφώς και πρέπει να υπάρχει ένα Κέντρο το οποίο και θα κατευθύνει πολιτικά και επιχειρησιακά τις δράσεις και δραστηριότητες στις οποίες αναφέρεστε. Ενδέχεται η Υπηρεσία Ενημέρωσης και ΔΔ του ΥΠΕΞ να αποτελεί το κατάλληλο Κέντρο. Δεν είμαι, όμως, βέβαιος, ότι μπορεί ταυτόχρονα να αποτελεί και Κέντρο Μελέτης των διάφορων αναγκών του κράτους στο εξωτερικό στους τομείς που συζητάμε εδώ.

Το πιο σημαντικό είναι να διασφαλιστεί η ενότητα και ο συντονισμός όλων των φορέων. Κι αυτό δεν μπορεί να γίνει με συντεχνιακές νοοτροπίες και πολιτικές σκοπιμότητες. Υπάρχει η Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας με πολλούς ικανούς και αξιόλογους υπαλλήλους που στελεχώνουν τα Γραφεία Τύπου και Επικοινωνίας Εξωτερικού και την Κεντρική Υπηρεσία με εκπαιδευμένο προσωπικό αποφοίτων από την Σχολή Δημόσιας Διοίκησης ακριβώς γι αυτό τον

σκοπό κι αυτές τις δραστηριότητες. Είναι αδιανόητο για μένα να αγνοείται και να περιφρονείται κατά τέτοιο απροκάλυπτο τρόπο.

4. Δεδομένων των οικονομικών δυσκολιών της χώρας, ποια σημεία της Ήπιας Ισχύος της νομίζετε ότι θα έπρεπε κατά προτεραιότητα να προβληθούν στο Ηνωμένο Βασίλειο και με ποιους τρόπους Δημόσιας Διπλωματίας;

(Π.χ. Τουρισμός για όλο τον χρόνο, παραδοσιακά προϊόντα, ή αρχαιότητες, τέχνη και ιστορία, ή μεταναστευτική πολιτική, πολιτικές εξελίξεις, ή εθνικά θέματα, Συμφωνία Πρεσπών, ελληνοτουρκικά κλπ. , ή επιστροφή των Μαρμάρων του Παρθενώνα, ή...υποβρύχιες έρευνες, κινηματογραφήσεις στην Ελλάδα, ή αυτά που κάνει ο κ. Γιώργος Χουλιάρας και οι δικοί του: Ελληνικό Κέντρο Βιβλίου <http://ekebi.gr/frontoffice/portal.asp?cpage=NODE&cnode=138>
<http://hfc-worldwide.org/athens/>

και Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού;

Επίσης, με ποιους βρετανικούς φορείς θα μπορούσε να συνεργάζεται η πρεσβεία του Λονδίνου για την καλύτερη προώθηση της Δημόσιας Διπλωματίας μας στη βρετανική κοινή γνώμη, αφού μέχρι σήμερα έχει αποδειχτεί ότι ελληνικού ενδιαφέροντος Ινστιτούτα σε πανεπιστήμια όπως στο LSE και στην Οξφόρδη η έμφαση δίνεται σχεδόν αποκλειστικά στην προσέλκυση Ελλήνων φοιτητών και οικονομικών υποστηρικτών από την Ελλάδα, η Ομάδα Ελληνοβρετανικής Φιλίας στο Κοινοβούλιο είναι διακοσμητική κλπ.

Ως προς το *πρώτο* σκέλος της Ερώτησής σας οι παραδοσιακοί και μακρόχρονοι δεσμοί μεταξύ των δυο χωρών επιβάλλουν κατ' αρχάς δράσεις ΔΔ στο πολιτικό επίπεδο ούτως ώστε να γίνονται κατανοητά τα θέματα που αφορούν σε σοβαρά προβλήματα εξωτερικής πολιτικής που αντιμετωπίζει η χώρα μας. Επομένως, το Κοινοβούλιο και ο πολιτικός, δημόσιος χώρος αναγκαστικά θα πρέπει να βρίσκονται στο επίκεντρο των δράσεων ΔΔ.

Τόσο ο τουρισμός όσο και η παρουσία χιλιάδων Ελλήνων φοιτητών στα βρετανικά πανεπιστήμια όσο της εφοπλιστικής κοινότητας και άλλων οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών καθώς και της κοινότητας των νέων Ελλήνων μεταναστών

στην περίοδο της κρίσης μπορούν να αξιοποιηθούν κατάλληλα για να ανανεώσουν με νέο αίμα την παράδοση του ισχυρού φιλελληνικού κινήματος.

Δυστυχώς, οι κλασσικές σπουδές που κάποτε διαμόρφωναν τις αρχικές παραστάσεις της βρετανικής ελίτ για την Ελλάδα, ανεξάρτητα από την επίσημη βρετανική πολιτική, έχουν αισθητά υποχωρήσει κι όχι μόνο βρετανικά πανεπιστήμια. Θα πρέπει να αναζητηθούν άλλοι τρόποι κι άλλοι φορείς προσέγγισης και καλλιέργειας σχέσεων. Ως προς αυτό οι δράσεις ΔΔ θα πρέπει να σχεδιαστούν με μεγάλη προσοχή και με συγκεκριμένους μακροπρόθεσμους στόχους.

Η επιλογή των φορέων για συνεργασία και των πεδίων για δράσεις ΔΔ θα πρέπει να γίνει με μεγάλη προσοχή. Αποτελεί κατ' εξοχήν αρμοδιότητα της πρεσβείας στο Λονδίνο να σχεδιάσει τις σχετικές δράσεις και να επιδιώξει την έγκριση και τη διασφάλιση των αναγκαίων πόρων για την αποτελεσματική εφαρμογή τους. Η εμπέλεια των δράσεων αποτελεί συνάρτηση οικονομικών και ανθρώπινων πόρων. Η αποτελεσματικότητά τους είναι επίσης συνάρτηση σχεδιασμού και επιλογής κατάλληλων στόχων, ποιοτικής απόδοσης, επαγγελματισμού. Μέτρηση και αξιολόγηση δίνουν κατόπιν το μέτρο των νέων προσπαθειών.

Βασίλης Καπετανγιάννης

Αθήνα Μάιος 2019.

*Ο Βασίλης Καπετανγιάννης είναι διδάκτωρ πολιτικών επιστημών του Πανεπιστημίου του Λονδίνου, δοκιμιογράφος, βιβλιοκριτικός, αρθρογράφος και πολιτικός αναλυτής. Είναι εκ των αρχισυντακτών του περιοδικού **Διεθνής και Ευρωπαϊκή Πολιτική** (Εκδόσεις ΠΑΠΑΖΗΣΗ). Τα τελευταία χρόνια αρθρογραφεί συχνά σε εφημερίδες (Φιλελεύθερος), περιοδικά (The Books' Journal) και ηλεκτρονικά περιοδικά (Μεταρρύθμιση, Athens Voice).*

Διετέλεσε Ακόλουθος Τύπου στο Λονδίνο και Σύμβουλος Τύπου και Επικοινωνίας ως επικεφαλής των Γραφείων Λουβλίνου, Βρυξελλών και Ουάσιγκτον

***Το σύνολο των γραπτών απαντήσεων των συμμετεχόντων είναι στη διάθεσή σας.**

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βαρβαρούσης Π., *Η διπλωματία στο νέο ψηφιακό περιβάλλον*, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα:2006.
- Berridge G.R., *Theory and Practice*, Berridge Macmillian, England UK:2015.
- Cull J. Nicholas, *Public Diplomacy Foundations for Global Engagement in the Digital Age*, Polity Press, Cambridge:2019.
- Fletcher Tom, *The Naked Diplomat Understanding Power and Politics in the Digital Age*, William Collins, London:2017.
- Frangkonikolopoulos Ch., *Strengthening Greek Public Diplomacy Present Conduct and Future Potential*, Discussion Papers in Diplomacy, No 124:2012.
- Higgins Ch., *This New Noise The Extraordinary Birth and Troubled Life of the BBC*, The Guardian, London: 2015.
- Hewison Robert, *Cultural Capital The Rise and Fall of Creative Britain*, Verso, London: 2014.
- Kiesling J. B., *Μαθήματα διπλωματίας*, μτφρ. Αλαβάνου Αρ., εκδ. Λιβάνη, Αθήνα: 2007.
- Rossling H., *Factfulness*, Sceptre, London:2018.
- Sandre A., *Digital Diplomacy Conservations on Innovation in Foreign Policy*, Rowman& Littlefield, London:2015.
- Σαμαράς Αθ.(επιμ.), *Εικόνες Κρατών Στρατηγική Επικοινωνία, ήπια ισχύς και Μέσα Ενημέρωσης*, εκδ. Καστανιώτης, Αθήνα: 2012.
- Σιαπέρα Ευ., *Διαδικτυακή Δημοσιογραφία #Θεωρητικές Προσεγγίσεις στη Διαδικτυακή Δημοσιογραφία* <https://www.slideshare.net/guest11f5a3/41-1221438> (28.5.2019 07:57)
- Seib Philip, *Toward a new public diplomacy Redirecting U.S. Foreign Policy*, Palgrave Macmillian, New York:2009.
- Nye Joseph S., *Soft Power The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, New York:2004.
- Weber M., *Η προτεσταντική ηθική και το πνεύμα του καπιταλισμού*, Εκδόσεις: GUTENBERG. 2006, σελ.10.
- Wilkison P., *International Relations: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, New York:2007.

Διαδικτυακές πηγές.

<http://www.cbjola.com/single-post/2018/11/29/DIPLOMACY-IN-THE-DIGITAL-AGE> 16.6.2019, 23.12.

<https://www.facebook.com/groups/220162051377875/> 15.06.2019, 10:07

<https://www.americansecurityproject.org/public-diplomacy-and-strategic-communication/the-new-public-diplomacy-imperative/>

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.112.7338&rep=rep1&type=pdf>