



**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**  
**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ: Ελληνική «Γαστροδιπλωματία». Η Γαστρονομία ως  
Πολιτιστική Πολιτική και Επικοινωνία**

**ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ:**

**ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΑΝΤΩΝΙΟΥ**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:**

**ΣΑΜΠΑΝΙΚΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ**

**ΠΑΤΡΑ 2026**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|                                                        |        |
|--------------------------------------------------------|--------|
| Περίληψη.....                                          | σελ.4  |
| Περίληψη (στα αγγλικά).....                            | σελ.4  |
| Λέξεις κλειδιά.....                                    | σελ.5  |
| Εισαγωγή.....                                          | σελ.6  |
| Μέρος Ι-Πολιτισμός και Διπλωματία.....                 | σελ.8  |
| 1.Εννοιολογικές αποσαφηνίσεις.....                     | σελ.8  |
| 1.1.Η έννοια του Πολιτισμού.....                       | σελ.8  |
| 1.2. Η έννοια της Διπλωματίας.....                     | σελ.10 |
| 1.3. Η έννοια της Πολιτιστικής Διπλωματίας.....        | σελ.12 |
| 1.3.1.Αύλη Πολιτιστική κληρονομιά.....                 | σελ.15 |
| 2. Γαστροδιπλωματία .....                              | σελ.18 |
| 2.1. Γαστροδιπλωματία και παράδοση.....                | σελ.18 |
| 2.2.Η Γαστρονομία ως πολιτιστική πολιτική.....         | σελ.21 |
| 2.3.Τα εργαλεία άσκησης γαστρονομικής πολιτική, σελ.22 |        |
| Μέρος ΙΙ-Επικοινωνιακός Σχεδιασμός.....                | σελ.23 |
| 3. Επικοινωνία και Πολιτισμός.....                     | σελ.23 |
| 3.1.Βασικές αρχές.....                                 | σελ.23 |
| 3.1.1.Η έννοια της επικοινωνίας.....                   | σελ.23 |

|                                                          |        |
|----------------------------------------------------------|--------|
| 3.1.2. Πολιτιστική επικοινωνία.....σελ.                  | 28     |
| 3.1.3. Διαπολιτισμική επικοινωνία.....σελ.               | 30     |
| 3.2. Η επικοινωνία της Πολιτιστικής Δίπλωματίας.....σελ. | 32     |
| 3.3. Επικοινωνιακός σχεδιασμός Γαστροδίπλωματίας .....   | σελ.37 |
| Μέρος III-Η περίπτωση της Ελλάδας.....σελ.               | 45     |
| 4. Η ελληνική εμπειρία.....σελ.                          | 45     |
| 4.1. Η ελληνική Πολιτιστική Δίπλωματία.....σελ.          | 45     |
| 4.2. Η Γαστροδίπλωματία στην Ελλάδα..... ..σελ.          | 53     |
| 5. Επικοινωνιακός σχεδιασμός.....σελ.                    | 59     |
| Συμπεράσματα.....σελ.                                    | 76     |
| Βιβλιογραφία.....σελ.                                    | 78     |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΩΝ ΠΙΑΤΩΝ            |        |
| ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ                                       | σελ.   |

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζει το φαινόμενο της γαστροδιπλωματίας (ή διπλωματίας της κουζίνας) και τον ρόλο του επικοινωνιακού σχεδιασμού στο πλαίσιο της ελληνικής περίπτωσης.

Στο πρώτο μέρος επιχειρείται η εννοιολογική και θεωρητική προσέγγιση βασικών όρων που σχετίζονται με το αντικείμενο της μελέτης, όπως ο πολιτισμός, η διπλωματία, η πολιτιστική διπλωματία, η άυλη πολιτιστική κληρονομιά, η γαστροδιπλωματία και η διπλωματία της κουζίνας. Παράλληλα, αναλύονται τα κυριότερα εργαλεία άσκησης της σχετικής πολιτικής τόσο σε διμερές όσο και σε πολυμερές επίπεδο, με έμφαση στις σύγχρονες μορφές πολιτιστικής και επικοινωνιακής διαμεσολάβησης.

Στο δεύτερο μέρος διερευνώνται οι βασικές έννοιες της επικοινωνίας, της πολιτιστικής επικοινωνίας και της διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον ρόλο της επικοινωνίας στο πλαίσιο της πολιτιστικής διπλωματίας, καθώς και στον σχεδιασμό και την υλοποίηση επικοινωνιακών στρατηγικών που αφορούν τη γαστροδιπλωματία και τη διπλωματία της κουζίνας.

Το τρίτο μέρος της εργασίας επικεντρώνεται στην περίπτωση της Ελλάδας, εξετάζοντας την εμπειρία και την εξέλιξη της ελληνικής πολιτιστικής διπλωματίας, καθώς και την εφαρμογή πρακτικών γαστροδιπλωματίας. Παρουσιάζεται επίσης ο επικοινωνιακός σχεδιασμός που τις υποστηρίζει, ενώ στο τέλος εξάγονται τα βασικά συμπεράσματα της μελέτης..

## **SUMMARY**

This thesis examines gastrodiplo­macy (culinary diplomacy) and communication design in the context of Greece. The first part focuses on culture and diplomacy, providing conceptual clarifications of key terms such as culture, diplomacy, cultural diplomacy, intangible cultural heritage, gastrodiplo­macy, and culinary diplomacy. It also discusses the main instruments used to implement these policies at both bilateral and multilateral levels.

The second part addresses communication design, analyzing the fundamental concepts of communication, cultural communication, and intercultural communication. Particular attention is given to communication within cultural diplomacy and to the communication design of gastrodiplo­macy and culinary diplomacy.

The third part explores the case of Greece, presenting the country's experience in cultural diplomacy and culinary diplomacy (gastrodiplo­macy). Finally, it examines the relevant communication design and draws the main conclusions of the study.

### **Λέξεις κλειδιά**

- Πολιτισμός
- Διπλωματία
- Πολιτιστική διπλωματία
- Γαστροδιπλωματία
- Διπλωματία της κουζίνας
- Επικοινωνιακός σχεδιασμός
- Ελληνική εμπειρία
- Άυλη πολιτιστική κληρονομιά

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύεται τη γαστροδιπλωματία και τη διπλωματία της κουζίνας, καθώς και τον ρόλο του επικοινωνιακού σχεδιασμού στην περίπτωση της Ελλάδας, στο πλαίσιο της σύγχρονης πολιτιστικής διπλωματίας και της ήπιας ισχύος (Nye, 2004; McQuail, 2003).

Στο πρώτο μέρος αναλύονται βασικές θεωρητικές έννοιες όπως ο πολιτισμός, η διπλωματία, η πολιτιστική διπλωματία, η άυλη πολιτιστική κληρονομιά, η γαστροδιπλωματία και η διπλωματία της κουζίνας. Παράλληλα παρουσιάζονται τα βασικά εργαλεία άσκησης πολιτιστικής πολιτικής σε διμερές και πολυμερές επίπεδο (UNESCO, 2003; Bourdieu, 1993). Στο δεύτερο μέρος, το οποίο εστιάζει στον επικοινωνιακό σχεδιασμό, εξετάζονται οι έννοιες της επικοινωνίας, της πολιτιστικής επικοινωνίας και της διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον τρόπο με τον οποίο η πολιτιστική διπλωματία χρησιμοποιεί στρατηγικές επικοινωνίας για τη διαμόρφωση διεθνούς εικόνας και δημόσιας απήχησης (Fiske, 1992; Gudykunst, 2004). Επιπλέον, αναλύεται η επικοινωνιακή διάσταση της γαστροδιπλωματίας και της διπλωματίας της κουζίνας, καθώς και ο ρόλος τους ως εργαλείων δημόσιας διπλωματίας και πολιτιστικής προβολής κρατών (Leonard, 2002; Nye, 2008).

Στο τρίτο μέρος εξετάζεται η περίπτωση της Ελλάδας, με βάση την ιστορική εξέλιξη της ελληνικής πολιτιστικής διπλωματίας και τις πρώιμες μορφές γαστροδιπλωματίας από την αρχαιότητα έως σήμερα. Παράλληλα αναλύεται η σημασία της ελληνικής γαστρονομίας και της μεσογειακής διατροφής ως στοιχείων πολιτιστικής ταυτότητας και διεθνούς αναγνώρισης (Montanari, 2006; UNESCO, 2010). Τέλος, επιχειρείται η διαμόρφωση ενός επικοινωνιακού σχεδιασμού για τη γαστροδιπλωματία, ενώ διατυπώνονται συμπεράσματα σχετικά με τις προοπτικές ανάπτυξης του πεδίου σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (Kotler & Lee, 2008).

Σκοπός της εργασίας είναι ο σχεδιασμός της επικοινωνιακής διάστασης της πολιτιστικής διπλωματίας, και ειδικότερα της γαστροδιπλωματίας και της διπλωματίας της κουζίνας, μέσω της αποσαφήνισης των βασικών εννοιών και της ανάλυσης διεθνών και ελληνικών πρακτικών (Nye, 2004; Leonard, 2002).

Επιδιώκεται η διερεύνηση της υφιστάμενης κατάστασης σε διεθνές επίπεδο αλλά και στην Ελλάδα, καθώς και η ανάδειξη των μελλοντικών προοπτικών ανάπτυξης του πεδίου. Η γαστροδιπλωματία μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο διαπραγμάτευσης και ενίσχυσης διεθνών σχέσεων, συμβάλλοντας στη διπλωματική προσέγγιση κρατών μέσω πολιτισμικής αλληλεπίδρασης (Melissen, 2005). Η τροφή διαχρονικά λειτουργεί ως μέσο κοινωνικής συνοχής, επικοινωνίας και πολιτισμικής ανταλλαγής μεταξύ λαών (Montanari, 2006).

Η μεθοδολογία της εργασίας βασίζεται σε ποιοτική προσέγγιση μέσω βιβλιογραφικής ανασκόπησης, ανάλυσης δευτερογενών πηγών και διαδικτυακής έρευνας. Επιπλέον αξιοποιήθηκαν δεδομένα από επιστημονικά συνέδρια και ημερίδες, καθώς και προσωπική παρατήρηση (Creswell, 2014; Bryman, 2016). Η συνδυαστική χρήση θεωρητικής και εμπειρικής προσέγγισης επιτρέπει την εις βάθος κατανόηση του φαινομένου της γαστροδιπλωματίας και της εφαρμογής του στην ελληνική περίπτωση (Denzin & Lincoln, 2011).

Η εργασία εξετάζει έννοιες όπως ο πολιτισμός, η διπλωματία, η πολιτιστική διπλωματία και η άυλη πολιτιστική κληρονομιά, με ιδιαίτερη αναφορά στη μεσογειακή διατροφή ως πολιτιστικό αγαθό παγκόσμιας σημασίας (UNESCO, 2010). Επιπλέον, αναλύεται η γαστροδιπλωματία και η διπλωματία της κουζίνας ως σύγχρονες μορφές πολιτιστικής επικοινωνίας και δημόσιας διπλωματίας (Nye, 2008).

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον επικοινωνιακό σχεδιασμό, όπως εκστρατείες προβολής, χρήση λογοτύπων και συνθημάτων, καθώς και αξιοποίηση διαφορετικών μέσων επικοινωνίας για την προβολή πολιτιστικών ταυτοτήτων (Kotler & Lee, 2008). Εξετάζονται επίσης γαστρονομικά σύμβολα διαφορετικών χωρών, κοινές πρώτες ύλες και τεχνικές μαγειρικής, καθώς και πολιτισμικές επιρροές μεταξύ γαστρονομικών παραδόσεων (Montanari, 2006).

Τέλος, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ελληνική περίπτωση, με αναφορά στα προϊόντα ΠΟΠ, ΠΓΕ και ΕΠΙΠ, στη γαστρονομική ταυτότητα της Ελλάδας και στις πρακτικές διπλωματικής εθιομοτυπίας σε επίσημα γεύματα (European Commission, 2012; UNESCO, 2010). Επιπλέον, εξετάζεται η χρήση τροφίμων-συμβόλων ως εργαλείων

διαπραγμάτευσης και πολιτιστικής προσέγγισης σε διεθνές επίπεδο, με στόχο την ενίσχυση της συνεργασίας και την επίλυση διαφορών (Melissen, 2005).

# ΜΕΡΟΣ Ι-ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

## 1.ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ

### 1.1.Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Το 1829 ο Αδαμάντιος Κοραής έπλασε τη λέξη **πολιτισμός** για να αποδώσει στα Ελληνικά μια λέξη που είχαν δημιουργήσει οι Γάλλοι μερικές δεκαετίες πριν (1756), τη λέξη *civilisation*. Ο πολός Κοραής, ωστόσο, δεν επινόησε μια δική του λέξη. Πήρε την αρχαία λέξη *πολιτισμός*, που τη χρησιμοποιούσαμε στην αρχαία Ελλάδα με άλλη σημασία (σήμαινε «τη διαχείριση δημοσίων υποθέσεων»). Σκόπιμα επέλεξε μια λέξη που συνδέεται άμεσα με τη λέξη **πολίτης (πολίτης - + -ισμός)**, για να μείνει κοντά στη γαλλική λέξη *civilisation*, η οποία ανάγεται στο λατινικό *civilis* «πολιτικός» από το *civis* «πολίτης».

Πολλούς αιώνες πριν, τον 5 π.Χ. αιώνα, πλάσθηκε από τους Έλληνες η λέξη **πολιτική**. Τη βρίσκουμε στον Πλάτωνα αλλά και στον Αριστοτέλη. Η λέξη παράγεται από το **πολίτης**, κι αυτό από το **πόλις**. Η λέξη *πολιτική* από τα Ελληνικά θα περάσει στις άλλες γλώσσες (*politics, politique, Politik* κ.τ.λ.), δηλ. θα γίνει μια από αυτές που λέμε *διεθνείς λέξεις*.(Μπαμπινιώτης,2000)

Επίσης, η λέξη «πολιτισμός» δεν έχει σαφές και ξεκάθαρο περιεχόμενο. Γενικότερα, χρησιμοποιώντας τον όρο «πολιτισμός» εννοούμε το σύνολο των υλικών και πνευματικών αξιών που δημιουργήθηκαν από την ανθρώπινη δράση στη διαχρονία. Οι παραπάνω αξίες δεν έχουν βέβαια ένα σταθερό και απόλυτο μέτρο σύγκρισης, ούτε προσδιορίζονται με κριτήρια απόλυτα σταθερά. Οι απόψεις που έχουν διατυπωθεί κατά καιρούς επικαλούνται κριτήρια ιδεολογικά, ταξικά, πολιτικά κλπ. Ο «πολιτισμός» ως λέξη και ως έννοια έχει σε πολλές περιπτώσεις παρερμηνευτεί. Αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης είναι να διατυπώνονται πλήθος αντιφατικών απόψεων. Συχνά στις ελληνικές μεταφράσεις, ο όρος «*culture*» αποδίδεται με την ελληνική λέξη «καλλιέργεια». Παράλληλα, συχνές είναι οι περιπτώσεις στις οποίες γίνεται χρήση του όρου «*κουλτούρα*» και ως εναλλακτικής λέξης του όρου «πολιτισμός», χωρίς η κύρια έννοια να είναι αποσαφηνισμένη. Τέλος,

και όσον αφορά τη λέξη «πολιτισμός» χρησιμοποιούνται διάφορα παράγωγα, όπως πολιτισμικός, πολιτιστικός, πολιτισμένος κ.α.

Πολύ συχνά, σημειώνεται η διάκριση ανάμεσα στους δύο όρους «civilization = οικονομοτεχνικός πολιτισμός» και «culture= ηθικοπνευματικός πολιτισμός. Σε ένα αρχικό, οριζόντιο διαχωρισμό του βασικού συνόλου των επιμέρους πολιτιστικών κατηγοριών (εννοιών), μπορούμε να θεωρήσουμε δύο μεγάλα υποσύνολα: α) εκείνο του «υλικού πολιτισμού» (civilization), που περιλαμβάνει τα υποσύνολα επιστήμη, τεχνολογία κλπ και β) του «πνευματικού πολιτισμού» (culture), που περιλαμβάνει τα υποσύνολα τέχνη, θρησκεία, παιδεία, φιλοσοφία κλπ ,χωρίς να μπορούν να καθοριστούν με απόλυτη σαφήνεια.

Παραθέτουμε τον ορισμό της UNESCO για τον **ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ – CULTURE**, όπως αυτός υιοθετήθηκε παγκοσμίως στην **43<sup>η</sup> Διεθνή Συνδιάσκεψη της UNESCO** για την Παιδεία και τον Πολιτισμό στις **14 – 9 Σεπτεμβρίου 1992 στη Γενεύη**.

«**ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ** = είναι ολόκληρο το πλέγμα των πνευματικών, υλικών, διανοητικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών που διακρίνουν μια κοινωνία ή μια κοινωνική ομάδα και αποτελούν τα στοιχεία της πολιτισμικής ταυτότητάς της. Σ' αυτά περιλαμβάνονται τρόποι ζωής, παραδόσεις, αντιλήψεις, τέχνες και γράμματα, και ότι στο σύστημα των ηθικών αξιών τους εντάσσονται τα θεμελιώδη Δικαιώματα του Ανθρώπου. Περιλαμβάνει τόσο τον επίσημο όσο και τον λαϊκό πολιτισμό και δεν περιορίζεται στην υπάρχουσα πολιτισμική κληρονομιά, αλλά εμπλουτίζεται συνεχώς από τη Μνήμη και τη Δημιουργικότητα. Δεν είναι εσωστρεφής αλλά γονιμοποιείται από τις έξωθεν πολιτισμικές αλληλεπιδράσεις. Ακόμα ο πολιτισμός συνδέεται με μια δυναμική σχέση με την Παιδεία, μέσω της «ελευθερίας της έκφρασης», της ελευθερίας της συμμετοχής και της ελεύθερης διακίνησης προσώπων, επιστημονικών γνώσεων και πολιτισμικών δημιουργημάτων»<sup>1</sup>

Ένας άλλος διαχωρισμός, κάθετος, που μοιάζει να βασίζεται στα εξελικτικά στάδια του πολιτισμού, είναι εκείνος που μας δίνει σύνολα όπως παλαιολιθικός πολιτισμός, νεολιθικός πολιτισμός, αρχαίος πολιτισμός, μεσαιωνικός πολιτισμός

---

<sup>1</sup> [vivil-atalant.fth.sch.gr/?q=download/file/fid/19](http://vivil-atalant.fth.sch.gr/?q=download/file/fid/19)

κλπ.Ο διαχωρισμός αυτός βασίζεται κυρίως στα λίγο-πολύ κοινά χαρακτηριστικά, άλλοτε και άλλοτε στα μορφολογικά χαρακτηριστικά.

Αν αποσυνδέσουμε τα ουσιαστικά σημεία από τις διαφορετικές χρήσεις, ο πολιτισμός φαίνεται να έχει όλα τα παρακάτω χαρακτηριστικά. Πρέπει να έχει κάποια συμβολική μορφή έκφρασης, είτε αυτή είναι ηθελημένη είτε όχι. Έχει κάποιο πρότυπο, τάξη και κανονικότητα και συνεπώς ορισμένες αξιολογικές διαστάσεις . Ο πολιτισμός υπάρχει ως δυναμική συνέχεια μέσα στο χρόνο. Ίσως το πιο γενικό και βασικό χαρακτηριστικό του πολιτισμού είναι η επικοινωνία, αφού δεν θα μπορούσε να αναπτυχθεί, να επιβιώσει, να εξαπλωθεί και γενικά να «επιτύχει» χωρίς την ύπαρξη της επικοινωνίας. Υπάρχουν κυρίως τρεις περιοχές για να μελετήσουμε τον πολιτισμό: οι άνθρωποι, τα πράγματα και οι ανθρώπινες πρακτικές.

Σήμερα η παγκοσμιοποίηση, κάτω από την ομπρέλα ενός πανανθρώπινου πολιτισμού, υπόσχεται και ως ένα σημείο δημιουργεί συνθήκες για την ανάπτυξη κοινών στοιχείων με ενωτικό ρόλο σε παγκόσμια κλίμακα όπως οι ηθικές αξίες, η κοινωνική νοημοσύνη και η οικολογική συνείδηση.

## 1.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

Με τη λέξη **διπλωματία** σημαίνουμε το σύνολο των προσώπων και των υπηρεσιών που ασχολούνται με τις διεθνείς σχέσεις ενός κράτους. Σημαίνουμε την επιστήμη ή τέχνη να αντιπροσωπεύεται επίσημα ένα κράτος στις κυβερνήσεις άλλων κρατών ή σε διεθνείς οργανισμούς. Σημαίνουμε τη δεξιότητα και ικανότητα στη διαχείριση των εξωτερικών σχέσεων μιας πολιτείας.

«Ετυμολογικά η λέξη διπλωματία παράγεται από το ρήμα διπλόω-διπλώ. Από το ρήμα προέκυψε το ουσιαστικό δίπλωμα (λατ. *diploma*, γαλ. *diplome*) με τη σημασία του διπλωμένου εγγράφου, επειδή αυτοί που αντιπροσώπευαν το κράτος τους σε ένα άλλο κράτος παρέδιδαν στην ξένη πολιτειακή αρχή έγγραφο διπλωμένο, ώστε να ασφαλίζεται το περιεχόμενό του και να βεβαιώνεται η γνησιότητά του με την επίθεση σφραγίδας («διαπιστευτήριο γράμμα»-*lettre creditive*). Ο κάτοχος τέτοιου εμπιστευτηρίου διπλώματος ονομάστηκε διπλωμάτης και το λειτούργημά του διπλωματία».(Γιανναράς, 2001)

Οι διάφοροι ορισμοί που δόθηκαν κατά καιρούς στο περιεχόμενο του όρου διπλωματία από τους μελετητές των διεθνών σχέσεων διαφέρουν περισσότερο ως προς τον τρόπο διατύπωσης και λιγότερο ως προς το περιεχόμενό τους. Το νεότερο εγκυκλοπαιδικό λεξικό αναφέρει ότι διπλωματία είναι ο χειρισμός των διεθνών υποθέσεων, οι χρησιμοποιούμενες μέθοδοι για το σκοπό αυτό και η τέχνη της διαπραγμάτευσης.

Στο Webster New International Diplomacy η διπλωματία ορίζεται ως «μέθοδος και τυπολογία για την υλοποίηση συγκεκριμένων στόχων, ως τέχνη και πράξη με ορισμένους τρόπους συμπεριφοράς στις μεταξύ κρατών διαπραγματεύσεις π.χ. για την επίτευξη συμφωνιών και την καλλιέργεια διεθνών σχέσεων».

Στη Μεγάλη Σοβιετική Εγκυκλοπαίδεια τονίζεται ότι διπλωματία είναι «η δραστηριότητα ορισμένων κρατικών οργάνων για την ανάπτυξη εξωτερικών σχέσεων, για την εκπροσώπηση του κράτους και την προστασία των δικαιωμάτων και συμφερόντων του στο εξωτερικό με ειρηνικά μέσα, καθώς και για την πραγμάτωση στόχων της εξωτερικής πολιτικής της διοικούσας τάξης του κράτους». Στη μικρή Σοβιετική Εγκυκλοπαίδεια γίνεται χρήση και του όρου «τέχνη», στον πιο πάνω ορισμό της διπλωματίας.

Ο Harold Nicolson υιοθετεί τον ορισμό της διπλωματίας που αναφέρεται στο «Oxford English Dictionary»: «Διπλωματία είναι η διαχείριση των διεθνών σχέσεις με διαπραγματεύσεις, η μέθοδος με την οποία ρυθμίζονται οι σχέσεις αυτές από τους διπλωμάτες, καθώς και η τέχνη του διπλωμάτη».

Ο γάλλος de Cussy τονίζει στο Dictionnaire du Diplomate et du Consul, ότι διπλωματία είναι «το σύνολο των γνώσεων (θεωρητικών και πρακτικών) για τον διακανονισμό των μεταξύ κρατών συναλλαγών και την ειρηνική διευθέτηση των διαφορών τους». Επίσης ο γερμανός διεθνολόγος Arnold Bergstrasser υπογραμμίζει ότι διπλωματία είναι «η δραστηριότητα εκείνων των προσώπων που καλούνται να εκπροσωπήσουν ένα κράτος σε άλλα κράτη και πραγματοποιείται μέσω μονίμων και μη αποστολών στο εξωτερικό». Στον ορισμό αυτό δίνεται βαρύτητα στην πρακτική ικανότητα των στελεχών της διπλωματικής υπηρεσίας. Συμπερασματικά μπορούμε να τονίσουμε ότι διπλωματία είναι «ο χειρισμός των εξωτερικών υποθέσεων στα

πλαίσια της εξυπηρέτησης των εθνικών συμφερόντων και των αρχών που διέπουν τη διεθνή κοινωνία με ειρηνικά μέσα».

Παρότι όλες σχεδόν οι δραστηριότητες της διπλωματίας ανήκουν στο χώρο της εξωτερικής πολιτικής, ωστόσο υπάρχει μια σημαντική διαφορά μεταξύ των όρων διπλωματία και εξωτερική πολιτική. Την εξωτερική πολιτική την καθορίζει η κυβέρνηση της χώρας και όχι οι διπλωμάτες που δραστηριοποιούνται κυρίως στα πλαίσια της προετοιμασίας και της υλοποίησης των εξωτερικής πολιτικής αποφάσεων. Η εξωτερική πολιτική αποτελεί σκοπό και επιδίωξη, ενώ η διπλωματία το μέσον και τη μέθοδο για την υλοποίηση των στόχων.

Στο όρο «διπλωματία» αποδίδεται επίσης η έννοια του διπλωματικού κλάδου ή του Διπλωματικού σώματος. Ενώ όμως με τον όρο διπλωματικός κλάδος εννοούμε το σύνολο των διπλωματικών υπαλλήλων που υπηρετούν στη Κεντρική Υπηρεσία ή στις Αρχές στο εξωτερικό (Πρεσβείες, Διπλωματικές Αντιπροσωπείες, Προξενεία), με τον όρο Διπλωματικό Σώμα (Corps Diplomatique), εννοούμε το σύνολο των ξένων Πρέσβων και άλλων Διπλωματών που είναι διαπιστευμένοι σε μια χώρα και οργανώνονται σε Σώμα, επικεφαλής του οποίου είναι ο Πρύτανης, δηλαδή ο αρχαιότερος κατά την επίδοση διαπιστευτηρίων Πρέσβης.

Η λέξη «διπλωματία» χρησιμοποιείται συχνά και με συμβολικό τρόπο, ως ικανότητα χειρισμού πολύπλοκων προβλημάτων, π.χ. ο κ. τάδε χειρίστηκε την υπόθεση με πολύ διπλωματία.

### **1.3. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ**

Ας αρχίσουμε λοιπόν από την επίσκεψη των όρων και πρώτα απ' όλα το «αντικείμενο» της πολιτιστικής διπλωματίας, τον πολιτισμό. Η πολιτισμική και πολιτιστική διπλωματία ασχολείται βέβαια με τον πολιτισμό και, για την ακρίβεια, με την παραγωγή, την προώθηση και την πολιτική χρήση δράσεων και γεγονότων που απευθύνονται προς το εξωτερικό της χώρας. Η σχέση όμως δεν είναι μονοδιευθυνόμενη, αλλά δυαδική και αμφίδρομη ή και πολυδιευθυνόμενη. Για την ακρίβεια με την έννοια αυτή, πολιτισμός και ιστορία είναι όχι μόνο αντικείμενα, αλλά και δρώντα υποκείμενα της διαχείρισης και της διπλωματίας: Διαμορφώνουν τον

ορίζοντα προς τον οποίο κινείται η όποια δράση, παρέχουν τις πληροφορίες και διαπλάθουν το πλέγμα δυναμικά μεταβαλλόμενων στόχων, ευαισθησιών και συμφερόντων, που σε μεγάλο βαθμό υπαγορεύουν τις επιλογές δράσης σε αυτόν όπως και σε άλλους τομείς.

«Πολιτιστική, ειδικότερα, διπλωματία ονομάζουμε την μεθοδική χρήση στοιχείων (ή γνωρισμάτων ιδιαιτερότητας) του πολιτισμού μιας χώρας κατά την άσκηση διαχείρισης των εξωτερικών της (διεθνών) σχέσεων. Η διεύρυνση στο διεθνή χώρο του αριθμού των ανθρώπων που γνωρίζουν και χρησιμοποιούν τη γλώσσα ενός λαού, τα πολιτιστικά του επιτεύγματα, την ιστορία και τις καλλιτεχνικές μνήμες του πολιτισμού του, αλλά και το επίκαιρο κάθε φορά επίπεδο καλλιέργειας που εμφανίζει, συνιστά δυνατότητες για την άσκηση εξωτερικής πολιτικής. Αυτές τις δυνατότητες αξιοποιεί η πολιτιστική διπλωματία». (Γιανναράς,2000)

Παρόλο που υποστηρίζεται πως κυριαρχεί μια σύγχυση για το τι συνιστά πολιτιστική διπλωματία. Η δυσκολία στην περιγραφή της πολιτιστικής διπλωματίας συνίσταται επίσης στο γεγονός πως οι ίδιοι οι δρώντες αλλά και οι μελετητές, αντιλαμβάνονται διαφορετικά τα κίνητρα ή και τους στόχους της πρακτικής αυτής. Όπως αναφέρει και ο Χριστογιάννης (2006), «ο όρος πολιτιστική διπλωματία είναι νεοφανής και το περιεχόμενο που του προσδίδεται ποικίλει και εξαρτάται από τον τρόπο που οι φορείς κυβερνητικοί ή μη , τον ασκούν». Συγκεκριμένα στις τοποθετήσεις που επικρατούν κυριαρχεί το δίπολο, διαμόρφωση σχέσεων και προσπάθεια αλληλοκατανόησης μεταξύ διαφορετικών χωρών και ως μια πολιτική, ή τακτική, μέσο ή και όργανο, που χρησιμοποιήθηκε και χρησιμοποιείται από τις χώρες, προκειμένου να προάγουν τα άυλα χαρακτηριστικά τους αλλά και τα ενδιαφέροντα τους. Τα ενδιαφέροντα αυτά συνδέονται με την εξωτερική πολιτική, - όπως η διαμόρφωση σχέσεων όταν οι κλασικοί διπλωματικοί τρόποι δεν είναι δυνατόν να αποφέρουν αποτελέσματα - επίσης συνοδεύονται από οικονομικούς και εμπορικούς στόχους .Η Πολιτιστική Διπλωματία παρόλο που ορίζεται ως η ανθρώπινη/ανθρωπιστική πλευρά των Διεθνών Σχέσεων,ως τεχνική, δε χρησιμοποιείται πάντοτε για καλούς σκοπούς αλλά και για κακούς. Το γεγονός πως ο πολιτισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως πολιτικό εργαλείο προσφέρει τις αρνητικές υποδηλώσεις στην Πολιτιστική Διπλωματία, ενώ ο επικοινωνιακός της ρόλος ως γέφυρα κατανόησης, αναδύει τη θετική δράση της.

Είναι ιστορική πραγματικότητα ότι κατά καιρούς πολιτικά καθεστώτα χρησιμοποίησαν τη Διανόηση (Intelligentia) και την Τέχνη (Art) ως μέσα προπαγάνδας και της επιστράτευσαν για την επίδοση της εξουσίας τους και τη δημιουργία γοήτρου.

Το μάθημα της Πολιτιστικής Διπλωματίας αποσκοπεί στη μελέτη και ανάλυση ενός νέου όρου με διεπιστημονικό χαρακτήρα. Στο πλαίσιο της διπλωματίας, των τεχνικών διαπραγματεύσεων, συναντώνται διάφορες πρακτικές, όπως για παράδειγμα πολυμερής, οικονομική, ή και περιβαλλοντική διπλωματία. Τις τελευταίες δεκαετίες όμως εμφανίζεται στο χώρο των διαπραγματεύσεων και η πολιτιστική διπλωματία που χαρακτηρίζεται για την πολυεπίπεδη μορφή της ανάλογα με τους φορείς που την ασκούν.

Ο πολιτισμός, ένας πολυσύνθετος όρος που αποκρυσταλλώνει το διαχρονικό σύνολο αξιών, ηθών, εθίμων, γνώσεων και εμπειριών που τελούν σε συνάρτηση με το ιστορικό, κοινωνικό και ανθρωπογεωγραφικό πλαίσιο στο οποίο εξελίσσονται και κληρονομούνται από γενεά σε γενεά, αποτελεί τόσο αντικείμενο προστασίας στο πλαίσιο προστασίας δικαιωμάτων του ανθρώπου όσο και μέσο για την προαγωγή της προστασίας των δικαιωμάτων του ανθρώπου. Διεθνείς οργανισμοί, παγκόσμιου και περιφερειακού χαρακτήρα, καθώς και τα όργανα τους, συμβάλλουν στην προστασία των δικαιωμάτων του ανθρώπου, και ειδικότερα των πολιτιστικών δικαιωμάτων του ανθρώπου, μέσω της υιοθέτησης διεθνών πράξεων, χάραξης πολιτικής αλλά και λήψης αποφάσεων των δικαστικών οργάνων τους. Επιπλέον, διεθνείς οργανισμοί, όπως η UNESCO και το Συμβούλιο της Ευρώπης, πρωτοστατούν στην θεσμοθέτηση του σεβασμού της πολιτιστικής ποικιλότητας αλλά και του πολυπολιτισμού και κατ'αυτόν τον τρόπο ανάγονται σε πολυμερείς διεθνείς φορείς της πολιτιστικής διπλωματίας.

Σε εθνικό επίπεδο, η πολιτιστική διπλωματία φορτίζεται με το πλούσιο πολιτιστικό παρελθόν του κάθε κράτους και ανάγεται σε μηχανισμό της εξωτερικής πολιτικής για την επίτευξη των γενικών στόχων του. Μέσω της πολιτιστικής διπλωματίας το κράτος αποσκοπεί στην προβολή των πολιτιστικών αξιών και επιτευγμάτων του καθώς και της συμβολής τους στο διεθνές περιβάλλον και στην ενίσχυση της πολιτιστικής και κάθε άλλης συνεργασίας με άλλα κράτη. Φορείς της

πολιτιστικής διπλωματίας σε αυτό το επίπεδο είναι συνήθως τα Υπουργεία Εξωτερικών, Πολιτισμού και Παιδείας, και οι υπηρεσίες τους, καθώς και νομικά πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου που δραστηριοποιούνται είτε στην ημεδαπή είτε στην αλλοδαπή και στόχο έχουν τη γνωστοποίηση της πολιτιστικής και ιστορικής ταυτότητας.<sup>2</sup>

Πως, όμως, σχεδιάζονται οι οδηγίες για εξωτερικές πολιτιστικές πολιτικές; Ο Φίσερ συνιστά να λαμβάνονται υπόψιν τα κύρια αντικείμενα των εξωτερικών πολιτιστικών πολιτικών, στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες. Γενικότερα οι πολιτικές αυτές αποβλέπουν: α) στην ανάπτυξη της πολιτιστικής διπλωματίας, β) στην προώθηση των πολιτιστικών σχέσεων, γ) στην υποστήριξη της εισαγωγής των πολιτιστικών προϊόντων ενός έθνους και των δημιουργικών του βιομηχανιών, δ) στην υποστήριξη νέων ευνοϊκών ρυθμίσεων εμπορίου, ε) στην προσέλκυση τουριστών και ίσως εσωτερικών επενδύσεων, στ) στην ενίσχυση προγραμμάτων βοήθειας σε αναπτυσσόμενες χώρες, ζ) στη δημιουργία μιας ευνοϊκής για την χώρα εικόνα στον εξωτερικό κόσμο.

### **1.3.1. ΑΥΛΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ**

Η πολιτιστική κληρονομιά δεν περιορίζεται σε εκδηλώσεις οι οποίες περιλαμβάνουν ύλη, όπως είναι τα μνημεία και τα αντικείμενα τα οποία έχουν διατηρηθεί στην πορεία του χρόνου. Η έννοια αυτή περιλαμβάνει ζωντανές εκφράσεις και παραδόσεις αμέτρητων ομάδων και κοινοτήτων σε όλο τον κόσμο, τις οποίες έχουν κληρονομήσει από τους προγόνους τους και τις μεταδίδουν στους απογόνους τους, στις περισσότερες περιπτώσεις από στόμα σε στόμα.

Η UNESCO έχει διεξαγάγει πολύχρονη έρευνα σχετικά με τις λειτουργίες και τις αξίες της πολιτιστικής έκφρασης και τις πρακτικές της οι οποίες έχουν ανοίξει το δρόμο για νέες προσεγγίσεις στην κατανόηση, στην προστασία και τον σεβασμό της πολιτιστικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας. Η ζωντανή κληρονομιά, που είναι γνωστή ως άυλη, διασφαλίζει στον φορέα των εκδηλώσεών της την αίσθηση της

---

<sup>2</sup> <http://afroditi.uom.gr/chaireunesco/> ΈΔΡΑ UNESCO ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΜΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΑ ΙΘΑΓΕΝΕΙΑ

ταυτότητας και τη συνέχεια, στο μέτρο που αυτός ή αυτή την κατέχει και την αναδημιουργεί αενάως. Ως κινητήρια δύναμη της πολιτιστικής πολυμορφίας, η άυλη κληρονομιά είναι πολύ εύθραυστη κληρονομιά.

Τα τελευταία χρόνια, έχει λάβει διεθνή αναγνώριση και η διάσωσή της έχει καταστεί μία από τις προτεραιότητες της διεθνούς συνεργασίας χάρη στον πρωταγωνιστικό ρόλο της UNESCO στην υιοθέτηση της Σύμβασης για τη Διασφάλιση της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς<sup>3</sup>

Η προστασία της άυλης κληρονομιάς αποτελεί σημαντικό παράγοντα διατήρησης της πολιτιστικής ποικιλομορφίας μπροστά στην τάση ομογενοποίησης που προκύπτει από την παγκοσμιοποίηση. Η κατανόηση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς διαφορετικών κοινοτήτων ενισχύει το διαπολιτισμικό διάλογο και ενθαρρύνει τον αμοιβαίο σεβασμό για διαφορετικούς τρόπους ζωής, ενώ παράλληλα εμπλουτίζει τη γνώση και τα προσόντα που μεταβιβάζονται μέσω του πολιτισμού από τη μια γενιά στην άλλη.

Στοιχείο Άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να είναι κάτι:

- Παραδοσιακό, σύγχρονο και ζωντανό
- Συμπεριληπτικό: ενδέχεται να μοιραζόμαστε εκφράσεις πολιτιστικής κληρονομιάς οι οποίες παρουσιάζουν στοιχεία παρόμοια με παραδόσεις ή πρακτικές άλλων λαών.
- Αντιπροσωπευτικό: η άυλη πολιτιστική κληρονομιά δεν αξιολογείται μονομερώς, σαν απλό πολιτιστικό αγαθό, που, συγκριτικά θεωρημένο, διακρίνεται για την αποκλειστικότητά του ή την εξαιρετική του αξία.
- Η άυλη πολιτιστική κληρονομιά μπορεί να είναι κληρονομιά μόνο όταν αναγνωρίζεται ως τέτοια από τις κοινότητες, τις ομάδες ή τα άτομα που τη δημιουργούν, τη διατηρούν και τη μεταβιβάζουν - χωρίς την αναγνώρισή τους κανείς άλλος δεν μπορεί να αποφασίσει κατά πόσον μια πρακτική αποτελεί κομμάτι της δικής τους κληρονομιάς.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> [http://www.unesco-hellas.gr/gr/3\\_5\\_2.htm](http://www.unesco-hellas.gr/gr/3_5_2.htm)

<sup>4</sup> [http://www.unesco.org.cy/Programmes-Ayli\\_Politistiki\\_Klironomia,GR-PROGRAMMES-04-02,GR](http://www.unesco.org.cy/Programmes-Ayli_Politistiki_Klironomia,GR-PROGRAMMES-04-02,GR)

Η UNESCO σήμερα περιγράφει τον όρο «Mediterranean Diet» προερχόμενο από την ελληνική λέξη «δίαιτα» που αφορά σε ένα τρόπο ζωής. Σύμφωνα με το φάκελο της υποψηφιότητας και το πνεύμα της Σύμβασης της UNESCO, η Μεσογειακή Διατροφή αναγνωρίζεται ως ένα πολυδιάστατο αγαθό, που περικλείει τη γεωργία και την αλιεία, τα αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα, τις μεθόδους παραγωγής, την προετοιμασία των φαγητών, την ύπαιθρο, αλλά και τον ίδιο τον άνθρωπο, τις τοπικές κοινωνίες, που μαζεύονται όλοι μαζί γύρω από το τραπέζι για να φάνε, να γιορτάσουν, να μοιραστούν χαρές και λύπες, παραμύθια και θρύλους. Η Μεσογειακή διατροφή είναι μια κοινωνική πρακτική, ένα σύνολο δεξιοτήτων, γνώσης, πρακτικών και παραδόσεων, που μεταδίδεται από γενιά σε γενιά, μέσα στο χρόνο και στο χώρο, παραμένοντας στενά συνδεδεμένη με την ιστορία και την παράδοση, τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα.<sup>5</sup>

Στη διάρκεια της συνάντησης της Διακυβερνητικής Επιτροπής για τη Σύμβαση της UNESCO για την προστασία της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, η οποία πραγματοποιήθηκε στο Baku (Αζερμπαϊτζάν, 2-8 Δεκεμβρίου 2013), εγκρίθηκε η αναγνώριση της Μεσογειακής Διατροφής ως αγαθού άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, στην αναθεωρημένη μορφή της, με την οποία διευρύνεται η ομάδα χωρών που την είχαν αρχικά προτείνει στην UNESCO το 2010. Συγκεκριμένα, η ομάδα αποτελείται από τα ακόλουθα κράτη: Ελλάδα, Ισπανία, Ιταλία, Κροατία, Κύπρος, Μαρόκο, Πορτογαλία.

Η εξέχουσα σημασία της διατροφής αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι αρκετές από τις πολιτιστικές εκφράσεις των λαών της Μεσογείου συνδυάζουν φαγητό, μουσική και χορό.

Η Μεσογειακή διατροφή χαρακτηρίζεται από ένα θρεπτικό πρότυπο το οποίο έχει παραμείνει σταθερό στο χώρο και στο χρόνο. Βασικά προϊόντα της είναι το ελαιόλαδο, τα δημητριακά, τα φρέσκα φρούτα και οι ξηροί καρποί, μέτρια ποσότητα ψαριών, γαλακτοκομικά προϊόντα και κρέας, και αρκετά καρυκεύματα και μπαχαρικά. Τα τρόφιμα αυτά καταναλώνονται συνήθως με τη συνοδεία κρασιού, εκχυλισμάτων

---

<sup>5</sup> <http://www.minagric.gr/index.php/el/xrisimewplirofories-2/events/2824-mesogiakh-diatrofhi>

από βότανα ή άλλων τοπικών προϊόντων, σύμφωνα με τις πεποιθήσεις κάθε κοινότητας.<sup>6</sup>

## 2. ΓΑΣΤΡΟΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

### 2.1. ΓΑΣΤΡΟΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗ

*Gastrodiplomacy* (ή μαγειρική διπλωματία) είναι η χρήση των τροφίμων στις διεθνείς σχέσεις, συχνά για την προώθηση της ειρήνης και της πολιτιστικής κατανόησης. Βλέποντας τα τρόφιμα ως ένα πολύτιμο διπλωματικό εργαλείο είναι ένα από τα χαρακτηριστικά της πολιτικής των τροφίμων. Στην πραγματικότητα, η ιδέα της πολιτικής τροφίμων έχει γίνει πρόσφατα ένα θέμα στο οποίο κερδίζει το ενδιαφέρον του κοινού. Είναι ένα διεπιστημονικό πεδίο που επικεντρώνεται στην οικονομία, τη διατροφή, το εμπόριο, την ηθική, κλπ - βασικά, μπορεί να περιλαμβάνει σχεδόν τα πάντα που συμβαίνουν στα τρόφιμα πριν φτάσουν στο στόμα. Πολλοί άνθρωποι δεν βλέπουν τα τρόφιμα ως σημαντικά για τις διεθνείς σχέσεις και την πολιτική, αλλά ότι το φαγητό είναι μόνο για κατανάλωση. Λόγω της τρέχουσας εστίασης στην αειφόρο γεωργία, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να βλέπουμε πως τα τρόφιμα διακινούνται από περιβαλλοντική άποψη, αλλά η πολιτική των τροφίμων περιλαμβάνει πολύ περισσότερα που είναι εξίσου σημαντικά.

Πολλές χώρες χρησιμοποιούν την έννοια της Γαστροδιπλωματίας για τη διευκόλυνση των εμπορικών συμφωνιών, για να βοηθήσουν την οικονομία τους και για να ενθαρρύνουν τον τουρισμό. Τα τρόφιμα αποδεικνύεται, επίσης, ότι είναι ένας απλός τρόπος για να αλληλεπιδρούν χώρες από απόσταση.

Πέρα από το εμπόριο και τον τουρισμό, μαθαίνοντας για τα τρόφιμα, τα οποία είναι σημαντικά για έναν πολιτισμό, συχνά μπορεί κανείς να διδαχθεί πολλά σχετικά με τις παραδόσεις και τον τρόπο ζωής τους. Για παράδειγμα Εβραϊκοί πληθυσμοί σε όλο τον κόσμο γιορτάζουν το Πάσχα τιμώντας την απελευθέρωση του Εβραϊκού λαού από τη σκλαβιά της Αιγύπτου με τη βοήθεια του Μωυσή. Κατά τη διάρκεια αυτού του εορτασμού είναι πολύ σημαντικό να απέχουν από την κατανάλωση ή την κατοχή οποιουδήποτε προϊόντος διατροφής που περιέχει προζύμι. Αντ' αυτού, οι Εβραίοι

---

<sup>6</sup> <http://www.unesco.org.cy/News->

Eggrafi\_tis\_Mesogeiakis\_diaitas\_ston\_Pagkosmio\_Katalogo\_Aylis\_Politistikis\_Klironomias,41,GR

τρώνε matzo, ένα άζυμο ψωμί που συμβολίζει την απουσία διαφθοράς και αλλοίωσης. Επιπλέον, υπάρχει το Πάσχα Σέντερ που έχει ένα συγκεκριμένο τελετουργικό στο γεύμα που περιλαμβάνει την κατανάλωση διαφόρων τροφίμων και κρασιών που συμβολίζουν τις διάφορες πτυχές της δουλείας και της ελευθερίας που βιώνουν οι Ισραηλίτες. Αυτό αποτελεί κίνητρο για διακοπές εκεί.<sup>7</sup>

Ενώ η Γαστροδιπλωματία είναι ένα σχετικά νέο πεδίο στη σφαίρα της δημόσιας διπλωματίας, η ίδια η ιδέα μπορεί να επισημανθεί πίσω στους αρχαίους Ρωμαίους, οι οποίοι συχνά έκαναν ειρήνη με τους εχθρούς τους πάνω από ένα καλό γεύμα. Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, χώρες όπως η Ταϊλάνδη, το Περού και τη Νότια Κορέα έχουν αγκαλιάσει την ιδέα, ανεξάρτητα από την έναρξη των προγραμμάτων που προωθούν τις κουζίνες τους στον κόσμο.

Ενώ η έννοια της Γαστροδιπλωματίας έχει κερδίζει έδαφος μεταξύ των κυβερνήσεων των τελευταίων ετών, η πρώην υπουργός Εξωτερικών Χίλαρι Κλίντον ξεκίνησε ως "σεφ πρεσβευτής" μερικά χρόνια πριν.

Στις ΗΠΑ εντάχθηκε επίσημα στην διασκέδαση το 2012, όταν η Κλίντον ξεκίνησε την Διπλωματική μαγειρική εταιρικής σχέσης, με την πρόσληψη 80 επαγγελματιών των τροφίμων από όλη τη χώρα για να μαγειρέψουν για τους ξένους διπλωμάτες σε ταξίδια στο εξωτερικό.

Λέγεται συχνά ότι πολλοί Αμερικανοί έχουν αλληλεπίδραση με τους πολιτισμούς άλλων χωρών μέσω των τροφίμων. Αυτού του είδους η μαγειρική διπλωματία είναι ιδιαίτερα συχνή στην Ουάσιγκτον, στην Περιφέρεια της Κολούμπια, όπου οι μετανάστες από όλο τον κόσμο μαγειρεύουν διαφορετικά τρόφιμα.

Η καθηγήτρια Τζοάννα Μέντελσον-Φόρμαν στο Αμερικανικό Πανεπιστήμιο της Νέας Υόρκης, χρησιμοποιεί την κουλτούρα των τροφίμων της πόλης για να διδάξει στους μαθητές της τις παγκόσμιες υποθέσεις μέσω ενός μαθήματος με θέμα «gastrodiplomacy» - που χρησιμοποιούν τα τρόφιμα ως εργαλείο για την προώθηση της πολιτιστικής κατανόησης μεταξύ των χωρών.

---

<sup>7</sup> <http://foodfieldnotes.uoregon.edu/article/gastrodiplomacy-eating-for-understanding/>

Ήδη από την αρχή βυθίζει τους φοιτητές στην μελέτη του πολέμου και των συγκρούσεων πριν από την 11 του Σεπτεμβρίου - συμπεριλαμβανομένου του πολέμου στο Βιετνάμ, το σοβιετικό πόλεμο στο Αφγανιστάν και τον εμφύλιο πόλεμο της Αιθιοπίας - και πώς αυτά έχουν οδηγήσει σε αρκετά μεγάλη διασπορά. Μαθητές παίρνουν επίσης μια γεύση του πώς παράγονται τα τρόφιμα που πλήττονται από αυτές τις συγκρούσεις. Ίσως το καλύτερο μέρος του μαθήματος της είναι οι επιτόπιες επισκέψεις σε τοπικά έθνικ εστιατόρια, όπου οι μαθητές απολαμβάνουν ένα παραδοσιακό γεύμα και ακούν τους ιδιοκτήτες μιλούν για την ιστορία του πολιτισμού τους.

«Η ιδέα είναι να ακούσουν οι μαθητές από τους μάγειρες και από τους ιδιοκτήτες αυτών των εστιατορίων, πώς βλέπουν την κουζίνα τους ως εργαλείο επικοινωνίας στις δικές τους κοινότητες» λέει ο Μέντελσον Φόρμαν.<sup>8</sup>

Σε μια πρόσφατη μελέτη στο περιοδικό *Public Diplomacy*, περισσότερο από το ήμισυ των 140 ερωτηθέντων δήλωσε ότι η κατανάλωση της κουζίνας μιας χώρας τους οδήγησε να σκεφτούν περισσότερο θετικά για τη χώρα αυτή. Και περισσότερο από τα δύο τρίτα θεώρησαν ότι οι χώρες σε μια κατάσταση σύγκρουσης θα μπορούσαν να επωφεληθούν από τα προγράμματα γαστροδλωματίας.

Όπως λέει και η παροιμία, «Ο πιο εύκολος τρόπος για να κερδίσει τις καρδιές και το μυαλό είναι μέσα από το στομάχι»

Οι μαθητές πρέπει να βρουν ιδιοκτήτες εστιατορίων τοπικής κουζίνας και να πάρουν συνέντευξη για την ιστορία τους. Αλλά αυτό δεν πρέπει να είναι πάρα πολύ δύσκολο.

«Όταν αρχίζεις να μιλάς για κάτι που οι άνθρωποι θέλουν να μιλήσουν και που πραγματικά τους εμπνέει, όπως τα τρόφιμα, ανοίγουν πραγματικά τις ιστορίες», λέει ο Chapple-Sokol .<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> <http://www.nyu.edu/global/global-academic-centres/washington-dc/nyu-washington--dc-events/culinary-diplomacy--make-food--not-war.html>

<sup>9</sup> <http://www.npr.org/account/login>

*Γαστρο-διπλωματία* αναφέρεται και ως μία μέθοδο για την οικοδόμηση της φήμης της χώρας μέσω της προώθησης της εθνικής κουζίνας της. Μία έκθεση του κοινού τον Αύγουστο του 2010 αναφέρει ότι η Ταϊβάν είχε ξεκινήσει μια γαστρο-διπλωματική εκστρατεία για να πει στους ανθρώπους για την ίδια, να χαρακτηρίσει στο μυαλό των ανθρώπων από την Κίνα και να αποδείξει ότι η χώρα είναι κάτι περισσότερο από ένα τεράστιο εργοστάσιο ηλεκτρονικών ειδών.

Ούτε η ιδέα, ούτε η λέξη ήταν καινούρια. Η *Γαστρο-διπλωματία* ήταν αρκετά διαδεδομένη σε όλο το 2002-03 με μια πρωτοβουλία της Ταϊλάνδης να αυξήσει σημαντικά τον αριθμό των εστιατορίων που σερβίρουν ταϊλανδέζικη κουζίνα.

Σε όλο τον κόσμο καμπάνιες από τη Βόρεια Κορέα, την Ινδία, τη Μαλαισία και άλλες χώρες έχουν χρησιμοποιήσει την ίδια τεχνική. Η Νότια Κορέα έχει οδηγηθεί στην *kimchi διπλωματία* που έχει σχέση με το διάσημο πικάντικο λάχανο τουρσί της χώρας. Ομοίως, η σημερινή γαστρονομική στρατηγική της Ταϊβάν έχει ονομασθεί *dim sum διπλωματία*.

Η Κορέα προσπαθεί να επαναφέρει και να ωθήσει Κορεάτικη γαστροδιπλωματία και να ψάχνει για παραδείγματα αυθεντικών και ντόπιων καταστημάτων της πολιτιστικής γαστροδιπλωματίας. (Korea Times, 4/7/ 2010).

Η Ταϊβάν έχει γίνει τελευταία η χώρα που έχει ξεκινήσει μια διπλωματική εκστρατεία που βασίζεται στην εθνική κουζίνα. Ο Πρόεδρος Μα Γινγκ-Τζέου διέταξε τους απεσταλμένους του, για να αρχίσουμε να μιλάμε τη γλώσσα των τροφίμων, με τη δρομολόγηση μιας εκστρατείας «γαστρο-διπλωματίας» στο Ηνωμένο Βασίλειο και αλλού. (Guardian, 8/8/ 2010) <sup>10</sup>

## **2.2. Η ΓΑΣΤΡΟΜΟΜΙΑ ΩΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

Η χρήση των τροφίμων ως ένα εμπορικό σήμα του έθνους είναι ένα ειδικό εργαλείο που οι κυβερνήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν στην ευρύτερη στρατηγική της πολιτιστικής διπλωματίας. Οι αναδυόμενες χώρες χρησιμοποιούν την Διπλωματία της Κουζίνας για να απολαύσουν την παγκόσμια φήμη με μοναδικές γαστρονομικές κουλτούρες, με σκοπό την ανάπτυξη της οικονομίας μέσω της

---

<sup>10</sup> <http://www.worldwidewords.org/nl/index.htm>

γαστρονομίας και του τουρισμού. Παρ' όλα αυτά, είναι σχετικά νέο φαινόμενο η ιδέα των ειδικών branding καμπάνια μέσω της μαγειρικής και το φαγητό να κατασκευάσει την εικόνα ενός κράτους, ιδιαίτερα τις λιγότερο γνωστές εθνικές κουζίνες από μικρότερες χώρες με λιγότερο διεθνή επιρροή. Ωστόσο, Διπλωματία της Κουζίνας είναι σε θέση να συνάπτει κοινωνικές γαστρονομικές συμβάσεις - που προκύπτουν από πολέμους για την τόνωση του εθνικισμού ανάμεσα σε πολίτες, διαιωνίζοντας ταυτόχρονα και την εθνική ταυτότητα για οικονομικά οφέλη. Το τρόφιμο μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως έμβλημα της εθνικής ταυτότητας, με κύριο στόχο να επιτευχθούν την οικονομικά οφέλη μέσω της παγκόσμιας αναγνώρισης. Στο βασίλειο της Δημόσιας Διπλωματίας, η συνήθης πρακτική για το έθνος-κράτος είναι να ξεκινήσει μια «μάρκα» με στόχο την τόνωση της προώθησης σε όλο τον κόσμο. Ως εκ τούτου, το nation branding είναι μια προσπάθεια, μέσα από την Διπλωματία της Κουζίνας, προσέγγισης του πολέμου με οικονομικά θαύματα.<sup>11</sup>

### **2.3.ΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΣΚΗΣΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

Κατά τα τελευταία χρόνια, πολλές χώρες ακολούθησαν το παράδειγμα της επιτυχημένης εκστρατείας Γαστροδιπλωματίας της Ταϊλάνδης και έχουν αρχίσει προγράμματα για την προώθηση των εθνικών τους κουζινών και των γαστρονομικών κουλτούρων ( «Τρόφιμα ως Πρέσβης," 2002). Η Ιαπωνία έχει ξεκινήσει μια παγκόσμια εκστρατεία σούσι και έχει προστεθεί με επιτυχία η παραδοσιακή του κουζίνα, washoku, στην λίστα Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. Η Νότια Κορέα προωθεί το kimchi στον κόσμο και επίσης, προστέθηκε με επιτυχία η ζύμωση φυτικών στον κατάλογο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO . Η Ταϊβάν ανέπτυξε ένα σχέδιο Gourmet Ταϊβάν και έκτοτε έχει επενδύσει στην Διπλωματία της Κουζίνας. Το Περού ξεκίνησε μια εκστρατεία Peruana Cocina και δημιούργησε τη μεγαλύτερη εκδήλωση των τροφίμων στη Νότια Αμερική . Η ισραηλινή κυβέρνηση κάλεσε δημοφιλούς κινέζους bloggers στη χώρα για να δοκιμάσουν την κουζίνα της . Η ινδονησιακή πρεσβεία στην Ουάσιγκτον, DC, δημιούργησε ένα εστιατόριο Task Force για να φέρει Ινδονησιακά τρόφιμα στις Ηνωμένες Πολιτείες . Η κυβέρνηση της Μαλαισίας εγκαινίασε την Παγκόσμια

<sup>11</sup> 4ο Διεθνές Συνέδριο για την αγορά και λιανικής πώλησης το 2013, INCOMaR 2013,

εκστρατεία για να "φέρει τη Μαλαισία για όλους" . Η κυβέρνηση του Μεξικού με υπερηφάνεια ανακοίνωσε ότι η κουζίνα του έθνους προστέθηκε στον κατάλογο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO , ακολουθώντας το μονοπάτι της Ελλάδας, της Ιταλίας, της Τουρκίας και της Γαλλίας. Η κυβέρνηση της Σιγκαπούρης δημιούργησε την Σιγκαπούρη Encore, μια εκδήλωση πολιτισμού, για να επιδείξει καλύτερα τις τέχνες, τον πολιτισμό, και την κουζίνα σε όλο τον κόσμο . Η κυβέρνηση των ΗΠΑ έχει καθιερώσει την διπλωματική πρωτοβουλία μαγειρικής εταιρικής σχέσης για την προώθηση της διαπολιτισμικής ανταλλαγής μέσω της τροφής . Η Κίνα ξεκίνησε ένα κινέζικο φεστιβάλ τροφίμων στην έδρα τα Ηνωμένα Έθνη για την προώθηση της κουζίνας του .Η πρεσβεία της Ρωσίας στην Ινδία παρουσίασε ρωσικές πίτες, πιροσκι και κεμπάπ σουβλάκι στο Διεθνές Παζάρι του Δελχί . Ακόμη και η Βόρεια Κορέα άνοιξε ένα εστιατόριο στο Άμστερνταμ ώστε "οι Δυτικοί να γνωρίσουν καλύτερα την Κορέα" .<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> International journal of communication, Juyan Zhang, 9(2015)568-591, 1932-8036/20150005

## ΜΕΡΟΣ ΙΙ-ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

### 3. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

#### 3.1.ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

##### 3.1.1.Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

«**Επικοινωνία** είναι η διαδικασία αποστολής ενός μηνύματος από έναν πομπό σε ένα δέκτη, χρησιμοποιώντας έναν κώδικα επικοινωνίας. Επιπρόσθετα ο πομπός μπορεί ταυτόχρονα να είναι και δέκτης, αφού ταυτόχρονα και στέλνει και λαμβάνει μηνύματα, όπως επίσης και ο δέκτης είναι ταυτόχρονα και πομπός. Ως εκ τούτου το νόημα δημιουργείται και από τους δύο. Υπάρχουν τρεις κύριες μορφές επικοινωνίας:

- Η λεκτική
- Η νοηματική
- Η γραπτή

Είναι η ανταλλαγή υλικών και πνευματικών αγαθών μεταξύ δύο ή περισσότερων προσώπων».

«Η επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία ένας πομπός Α (άνθρωπος ή ομάδα) μεταβιβάζει πληροφορίες, σκέψεις, ιδέες ή συναισθήματα σε ένα δέκτη Β (άνθρωπος ή ομάδα) με στόχο να ενεργήσει πάνω του με τρόπο ώστε να προκαλέσει σε αυτόν την εμφάνιση ιδεών, πράξεων ή συναισθημάτων και σε τελική ανάλυση να επηρεάσει την κατάστασή του και τη συμπεριφορά του».

«Η επικοινωνία είναι μια διαδικασία συναλλαγής μηνυμάτων. Δεν είναι απαραίτητα επικοινωνία μεταξύ ανθρώπινων όντων, αλλά κάθε οργανισμού ή μηχανής που είναι σε θέση να λάβει και να στείλει μηνύματα ή σήματα» (Κάστορας,2002).

Η ανθρώπινη επικοινωνία δημιουργήθηκε πριν από πάρα πολλά χρόνια εφόσον οι άνθρωποι ένιωθαν από νωρίς αυτήν την ανάγκη. Παίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή μας αφού ολόκληρη η καθημερινότητα μας εξαρτάται από αυτήν και μπορεί να γίνει με νοήματα, με λέξεις και με γράμματα δηλαδή μπορεί να είναι νοηματική, προφορική ή

γραφτή αντίστοιχα ή μπορεί να είναι και προσχεδιασμένη μέσω διάφορων συσκευών όπως η τηλεόραση, το τηλέφωνο, ο κινηματογράφος, το διαδίκτυο κ.α. και οποιαδήποτε άλλη συσκευή μας βοηθάει να επικοινωνούμε μεταξύ μας ακόμα και σε απόσταση. Χάρη σε αυτήν η καθημερινότητα μας έγινε πιο εύκολη και η επικοινωνία με μακρινούς συγγενείς πιο άμεση

«Ένας τρόπος να περιγράψουμε μια πράξη επικοινωνίας είναι ν'απαντήσουμε στα εξής ερωτήματα:

Ποιος

Λέει τι

Από ποιο μέσο

Σε ποιόν

Με τι αποτέλεσμα;

Η επιστημονική μελέτη της διαδικασίας της επικοινωνίας συνήθως ασχολείται με κάποιο απ' αυτά τα ερωτήματα. Οι επιστήμονες που μελετούν το «ποιός», τον επικοινωνητή, εξετάζουν τους παράγοντες που εγκαινιάζουν και καθοδηγούν την πράξη της επικοινωνίας. Αυτή η υποκατηγορία του πεδίου έρευνας την ονομάζουμε ανάλυση ελέγχου (control analysis). Οι ειδικοί που στέκονται στο «λέει τι» ασχολούνται με την ανάλυση περιεχομένου (content analysis). Όσοι εξετάζουν κυρίως το ραδιόφωνο, τον τύπο, τον κινηματογράφο και άλλα κανάλια επικοινωνίας κάνουν ανάλυση μέσων (media analysis). Όταν το βασικό ενδιαφέρον στρέφεται στα άτομα στα οποία απευθύνονται τα μέσα, μιλάμε για ανάλυση κοινού (audience analysis). Αν το ζήτημα είναι ο αντίκτυπος που έχουν στο κοινό, το πρόβλημα ονομάζεται ανάλυση αποτελέσματος (effect analysis)» (Lasswell).

«Η επικοινωνία θεωρείται η ικανότητα παραγωγής «σημαντικών συμβόλων» που μπορούν να προκαλέσουν το ενδιαφέρον ατόμων και με τα οποία μπορούν να ορισθούν κοινωνικές σχέσεις. Αυτές οι κοινωνικές σχέσεις είναι αφενός προτάσεις για επικοινωνία. Μπορεί κανείς να επικαλεσθεί σημαντικά σύμβολα για να ορίσει

ποια αμοιβαία σχέση θέλει να συνάψει και κατά συνέπεια ποιο πλαίσιο δέχεται. Αφετέρου αυτές οι κοινωνικές σχέσεις είναι και προϊόν της επικοινωνίας, καθώς τα σημαντικά σύμβολα οφείλουν την ύπαρξή τους στην επικοινωνία, όπως επίσης μπορούν να ορίζονται από αυτή την επικοινωνία ως προς το νόημά τους, δηλαδή ως προς την ικανότητά τους να ορίζουν πλαίσια και χώρους για αμοιβαιότητες, κάθε φορά εκ νέου και με ελαφρές ή πιο βαρύνουσες μετατοπίσεις»(Baecker,2008,σελ 72-73)

Μέχρι σήμερα έχουν διατυπωθεί διάφορες απόψεις σχετικά με την έννοια και τον ορισμό της επικοινωνίας. Μερικές από αυτές προκάλεσαν κάποια σύγχυση στους μελετητές της, οι άλλες όμως βοήθησαν σημαντικά στην κατανόησή της. Σημειώνεται πως η διεθνής ονομασία της επικοινωνίας «communication» παράγεται από την λατινική λέξη «communis» που σημαίνει «κοινός». Σύμφωνα λοιπόν, με την έννοια της λέξης αυτής, βασικός σκοπός της ανθρώπινης επικοινωνίας είναι η δημιουργία κάτι κοινού μεταξύ δύο ή περισσότερων ανθρώπων με την ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών, απόψεων, συναισθημάτων κτλ.

«Το γεγονός είναι ότι στη λέξη επικοινωνία δόθηκαν κατά καιρούς διάφοροι ορισμοί, μερικοί από τους οποίους είναι οι εξής:α) επικοινωνία είναι μια **διαδικασία** με την οποία μεταδίδουμε ιδέες με τη βοήθεια λέξεων,β)επικοινωνία είναι μια **λέξη** την οποία χρησιμοποιούμε για να περιγράψουμε όλους τους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι επηρεάζουν ο ένας τον άλλον· γ)επικοινωνία είναι η διαδικασία μέσω της οποίας **ανταλλάσσουμε** ιδέες κι αισθήματα με τη βοήθεια συμβόλων κτλ.»

«Όταν ένα μέσο επικοινωνίας έχει τη δυνατότητα να μεταδίδει πολυάριθμα μηνύματα που μπορούν να φτάσουν σε απεριόριστο αριθμό δεκτών ονομάζεται **Μέσο Μαζικής Επικοινωνίας**, ενώ τα μηνύματά του ονομάζονται **μαζικά**»(Κάστορας, 2002). Στα **οπτικοακουστικά** Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (π.χ. στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση) η λήψη των μηνυμάτων τους είναι στιγμιαία και ταυτόχρονη από όλους τους δέκτες τους. Αντίθετα τα **έντυπα** μέσα επικοινωνίας (π.χ. στις εφημερίδες και στα περιοδικά) η τεχνολογία δεν τους παρέχει τη δυνατότητα αυτή. Τέλος, σημειώνεται ότι η παραπάνω δυνατότητα των οπτικοακουστικών μέσων επικοινωνίας αποτέλεσε το πιο σημαντικό, ίσως, πλεονέκτημά τους, στον σκληρό ανταγωνισμό τους με τα έντυπα μέσα επικοινωνίας .

Η μαζική επικοινωνία χαρακτηρίζεται επίσης από τη μονοδιάσταση μηνυμάτων και εννοιών που αντιτίθεται στη διάχυτη στις μέρες μας εντύπωση περί «πολλαπλών επικοινωνιακών επιλογών» που μπορούν να προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες.

Λειτουργεί ένας βασικός μηχανισμός που συνίσταται στην αναγκαιότητα επικοινωνίας όταν διακηρύσσεται με κάθε μέσον η «ανάγκη» συμμετοχής του τηλεθεατή ώστε αυτός ο τελευταίος να γίνει (ξαφνικά) «δραστήριος», η παθητικότητά του μεγαλώνει στην ουσία, αφού δεν μπορεί να ξεφύγει από το «μονοκόμματο» και το «μονοδιάστατο» πλαίσιο των ειδήσεων που διαμορφώνουν τη σύγχρονη πραγματικότητα. Κυριαρχεί δηλαδή η όλο και μεγαλύτερη «ομογενοποίηση» της πολιτιστικής δημιουργίας που ευνοεί και την κυριαρχία της «πληροφοριακής λογικής»-της ποσοτικοποίησης δηλαδή και των «αποκλειστικών επιλογών»

Η μαζική μετάδοση και κυκλοφορία πληροφοριών εκτός από τη διάδοση γνώσεων μεταξύ των συμμετεχόντων στην επικοινωνιακή διαδικασία περιλαμβάνει και τη διασπορά ενός συνόλου από ιδέες, πεποιθήσεις και απόψεις που επηρεάζουν τη στάση των ανθρώπων απέναντι στον κόσμο και την κοινωνία. Βέβαια, η εκβιομηχάνιση και ο καταναλωτισμός (καθώς και η ανάπτυξη της σχετικής τεχνολογίας) είναι φαινόμενα που συνδέονται με την μετάδοση των πληροφοριών σε μαζικό κοινό (με το «συλλογικό» χαρακτήρα δηλαδή των πρακτικών που εμπλέκονται στην επικοινωνιακή διαδικασία όπου χαρακτηριστική είναι η μαζικότητα του «ακροατηρίου» αλλά και η ύπαρξη ειδικής κατηγορίας «επικοινωνιών» - κυρίως δηλαδή των επαγγελματιών δημοσιογράφων-και όπου βασικός βέβαια είναι ο ρόλος των μέσων των ΜΜΕ.

Έτσι το σύστημα της επικοινωνίας είναι ένα εργαλείο, μια προοδευτική εφεύρεση, οι βελτιώσεις της οποίας επιδρούν στην ανθρωπότητα και αλλάζουν τη ζωή κάθε ανθρώπου και θεσμού. Μία μελέτη αυτών των βελτιώσεων είναι ένας από τους καλύτερους τρόπους να κατανοήσουμε τις νοητικές και κοινωνικές αλλαγές που είναι συνυφασμένες μαζί τους, διότι μας δίνει ένα χειροπιαστό πλαίσιο αναφοράς για τις ιδέες μας.

Τα πιο διαδεδομένα επικοινωνιακά μοντέλα είναι του Shannon και Weaver, του Gerbner, του Laswell, του Newcomb, των Westley και MacLean και του Jakobson.

Μέσω της επικοινωνίας πετυχαίνουμε την ανώτερη ανάπτυξή μας. Τα πρόσωπα και η ομιλία των συντρόφων μας, τα βιβλία, τα γράμματα, τα ταξίδια, οι τέχνες και όλα τα συναφή, ξυπνώντας τη σκέψη και το συναίσθημα και οδηγώντας τα σε συγκεκριμένα κανάλια, δίνουν το ερέθισμα και το πλαίσιο για όλη μας την εξέλιξη.

Κατά τον ίδιο τρόπο, αν εξετάσουμε τη ζωή μιας κοινωνικής ομάδας υιοθετώντας μια ευρύτερη σκοπιά, βλέπουμε ότι η επικοινωνία, μαζί με τις οργανωμένες εκφράσεις της στη λογοτεχνία, την τέχνη και τους θεσμούς, είναι πράγματι η εξωτερική η ορατή δομή της σκέψης, τόσο αίτιο όσο και αποτέλεσμα της εσωτερικής ή συνειδητής ζωής των ανθρώπων. Όλα είναι μια εξέλιξη: τα σύμβολα, οι παραδόσεις, προβάλλονται από το νου, βέβαια, όμως από την ίδια στιγμή της προβολής τους και στο εξής επενεργούν σ' αυτόν, και κατά μία έννοια τον ελέγχουν, ερεθίζοντας, αναπτύσσοντας και παγιώνοντας ορισμένες σκέψεις εις βάρος άλλων στις οποίες δεν φτάνει καμία νύξη αφύπνισης. Με τη βοήθεια αυτής της δομής το άτομο είναι μέλος όχι μόνο μιας οικογένειας, μιας τάξης και ενός κράτους, αλλά και ενός μεγαλύτερου συνόλου που φτάνει μέχρι του προϊστορικούς ανθρώπους, η σκέψη των οποίων στάθηκε αφετηρία για την οικοδόμησή του. Στο σύνολο αυτό το άτομο ζει όπως μέσα σ' ένα στοιχείο, αντλώντας από αυτό τα υλικά για την ανάπτυξή του και προσθέτοντας οποιαδήποτε εποικοδομητική σκέψη μπορεί να εκφράσει.

### **3.1.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ**

«Η **πολιτιστική επικοινωνία** είναι πρωταρχικά πολιτική επικοινωνία... Είναι προφανές ότι στο διεπιστημονικό περιβάλλον του τομέα της επικοινωνίας διαφορετικοί ερευνητές θα περιέγραφαν με ποικίλους τρόπους το αντικείμενο «πολιτιστική επικοινωνία». Μάλιστα, είναι πολύ πιθανόν οι διαφορετικές οπτικές και ορισμοί να είναι αποδεκτοί και σε ορισμένες περιπτώσεις αλληλοσυμπληρούμενοι».

Παραδείγματος χάριν, «πολιτιστική επικοινωνία είναι το σύνολο των διαδικασιών, των τεχνικών και των μέσων που μετέρχεται μια χώρα για να προωθήσει

τον πολιτισμό της. Όπως επίσης πολιτιστική επικοινωνία θα μπορούσε κάποιος να θεωρήσει τις προσπάθειες διαφορετικών χωρών να ανακαλύψουν κοινά στοιχεία μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών ώστε να προσεγγίσουν πιο αποτελεσματικά ανθρώπους διαφορετικής κουλτούρας και ιδιοσυγκρασίας». Συχνά τέτοιες προσπάθειες περιγράφονται με τον όρο «πολιτιστική διπλωματία».

«Πολιτιστική επικοινωνία είναι η προσπάθεια ενός ειδικού σε θέματα τέχνης να εξηγήσει στο κοινό του τους συμβολισμούς, την τεχνοτροπία και την καλλιτεχνική αξία ενός πίνακα ζωγραφικής». Επιπλέον «πολιτιστική επικοινωνία είναι η προσπάθεια ενός φιλότεχνου να αναγνώσει, να κατανοήσει και να ερμηνεύσει ένα έργο τέχνης». Ακόμη «πολιτιστική επικοινωνία αποτελεί η προσπάθεια ενός μουσειολόγου να δημιουργήσει, να οργανώσει και να διαχειριστεί τη συλλογή ενός μουσείου. Υπ' αυτή την ευρύτερη έννοια πολιτιστική επικοινωνία είναι η δημιουργία ενός οποιουδήποτε πολιτιστικού αγαθού: η συγγραφή ενός βιβλίου, ο σχεδιασμός μιας ιστοσελίδας, η σκηνοθεσία κάποιου φιλμ». Τελικά, «πολιτιστική επικοινωνία θα μπορούσε να θεωρηθεί η κάθε μορφής παραγωγή και προώθηση ενός πολιτιστικού αγαθού από τον δημιουργό του καθώς και η πρόσληψή του από το εκάστοτε κοινό του».

«Επιπλέον, υπάρχουν κάποιοι που θα ισχυριστούν ότι πολιτιστική επικοινωνία είναι οι διαφορετικές μορφές δημοσιογραφίας καθώς το προϊόν της είδησης ενέχει στοιχεία ταυτότητας και πολιτιστικής έκφρασης. Ενώ άλλοι θα περιγράψουν την εκπαιδευτική διαδικασία, τη σχέση δασκάλου και μαθητών, ως πολιτιστική επικοινωνία με γνώμονα την ίδια λογική. Το βασικό πρόβλημα που προκύπτει από τα παραπάνω παραδείγματα και πολλά άλλα παρόμοια, είναι να θεωρήσει κανείς ότι τελικά πολιτιστική επικοινωνία είναι τα πάντα- σχεδόν όλες οι πτυχές της ανθρώπινης έκφρασης και δημιουργικότητας». Γιατί όμως να περιγράψουμε ως «πολιτιστική» κάθε μορφή ανθρώπινης επικοινωνίας; Όταν ένας γνωστικός χώρος περιγράφεται ως «τα πάντα», τις πιο πολλές φορές δεν περιγράφει τίποτα. Και η επιστήμη συχνά αντιμετωπίζει τη συγκεκριμένη κριτική, ίσως όχι εντελώς αδικαιολόγητα. Εξάλλου μια από τις αρετές της επιστημονικής σκέψης είναι το να εστιάζει, να περιορίζει, με απώτερο στόχο την λεπτομερή παρατήρηση. Αυτή η οικονομία στην παρατήρηση αναδεικνύει την λεπτομέρεια, τη σημασία του επιμέρους,

την εμπειρία της περίπτωσης. Η γενική και αόριστη παρατήρηση σπανίως καταδεικνύει κάτι το οποίο προσθέτει νέα στοιχεία στην κεκτημένη γνώση.

... «Τόσο για λόγους θεωρητικής οικονομίας όσο και για τη μελέτη διαφόρων εφαρμογών και παραδειγμάτων επικοινωνίας θα θεωρήσουμε ότι ο πολιτιστικός οργανισμός είναι εκείνος που, κατ'αρχήν, παράγει πολιτιστική επικοινωνία. Μάλιστα, με γνώμονα τον παραπάνω περιορισμό, γίνεται κατανοητό για τι επιλέγουν τον όρο «πολιτιστική» επικοινωνία αντί του «πολιτισμική επικοινωνία». Παρόλο που πολλοί είναι εκείνοι που δεν προβαίνουν σε διακρίσεις μεταξύ του «πολιτιστικού» και του «πολιτισμικού» αρκετοί είναι εκείνοι που διαχωρίζουν τους δύο προσδιορισμούς. Το «πολιτισμικό» θεωρείται κατά πολύ ευρύτερο του «πολιτιστικού» καθώς αναφέρεται σε κοινωνικές διεργασίες, οικονομικά συστήματα, κυρίαρχες ιδεολογίες και πολιτικά συστήματα. Το πολιτιστικό αναφέρεται σε παραγωγικούς μηχανισμούς πολιτιστικών αγαθών που ενσωματώνουν μεταξύ άλλων πνευματικά δικαιώματα και ιδιοκτησιακά καθεστώτα. Καθώς περιοριζόμαστε στο επίπεδο του οργανισμού συνειδητά αναφερόμαστε στην πολιτιστική διάσταση»(Μπατιμαρούδης,2011,σελ15-17)

Ο James Carey (1975) πρότεινε μια εναλλακτική προσέγγιση στην κυρίαρχη αντίληψη της επικοινωνίας ως διαβίβαση με την μορφή του «τελετουργικού» μοντέλου. Επιπλέον, ο Carey έχει προτείνει μια προσέγγιση για την επικοινωνία και την κοινωνία στην οποία ο πολιτισμός κατέχει μια πιο κεντρική θέση: «Η κοινωνική ζωή είναι κάτι περισσότερο από εξουσία και εμπόριο... περιλαμβάνει επίσης το μοίρασμα της αισθητικής εμπειρίας, των θρησκευτικών δοξασιών, των ατομικών αξιών και συναισθημάτων και των διανοητικών εννοιών-συνιστά μια τελετουργική τάξη/κανονικότητα». Παρομοίως ο Carey όρισε την επικοινωνία «ως μια συμβολική διαδικασία όπου η πραγματικότητα δημιουργείται, διατηρείται, ανασκευάζεται και μετασχηματίζεται .

Για να εξετάσουμε περισσότερο το θέμα της σχέσης ανάμεσα στη μαζική επικοινωνία και στον πολιτισμό χρειάζεται να είμαστε πιο συγκεκριμένοι ως προς το τι παρουσιάζεται ως αντικείμενο της μελέτης. Τούτο καθίσταται σχετικά δύσκολο λόγω των διαφορετικών χρήσεων του όρου «πολιτισμός», γεγονός που από μόνο του φανερώνει την πολυσύνθετη διάσταση του φαινομένου. Ο πολιτισμός ορίζεται από τον Carey «ως μια διαδικασία, αλλά μπορεί ακόμα να αναφέρεται σε κάποια κοινά

χαρακτηριστικά μιας ανθρώπινης ομάδας ( όπως είναι το φυσικό τους περιβάλλον, τα εργαλεία, η θρησκεία, τα έθιμα και οι πρακτικές ή και ο συνολικός τρόπος ζωής)». «Ο πολιτισμός μπορεί επίσης να αναφέρεται σε κείμενα και συμβολικά έργα τα οποία έχουν καταγραφεί με συγκεκριμένα νοήματα από και προς άτομα και με συγκεκριμένη πολιτισμική ταυτότητα» (Ντενίς Μακ Κουέιλ,2003,σελ.119)

### 3.1.3.ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

«Η διαπολιτισμική επικοινωνία είναι μια μορφή επικοινωνίας που έχει ως στόχο την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των διαφόρων πολιτισμών και κοινωνικών ομάδων. Είναι χρησιμοποιείται για να περιγράψει το ευρύ φάσμα των διαδικασιών επικοινωνίας και τα προβλήματα που εμφανίζονται με φυσικό τρόπο μέσα σε μια οργάνωση ή κοινωνικό πλαίσιο που αποτελείται από άτομα από διαφορετικές θρησκευτικές, κοινωνικές, εθνικές και εκπαιδευτικό υπόβαθρο. Προσπαθεί να κατανοήσει πώς οι άνθρωποι από διαφορετικές χώρες και κουλτούρες δράσουν, να επικοινωνούν και να αντιλαμβάνονται τον κόσμο γύρω τους. Πολλοί άνθρωποι στη διαπολιτισμική επικοινωνία των επιχειρήσεων υποστηρίζουν ότι ο πολιτισμός καθορίζει πώς τα άτομα κωδικοποίηση μηνυμάτων, τι μέσο που θα επιλέξουν για τη διαβίβασή τους, και ο τρόπος μηνύματα ερμηνεύονται» (Lauring, Jakob, 2011)

Επίσης μελετά περιπτώσεις όπου «οι άνθρωποι από διαφορετικά πολιτιστικά υπόβαθρα *αλληλεπιδρούν*. Εκτός από τη γλώσσα, επικεντρώνεται σε κοινωνικά χαρακτηριστικά, πρότυπα σκέψης, και των πολιτισμών των διαφορετικών ομάδων ανθρώπων. Περιλαμβάνει, επίσης, την κατανόηση των διαφορετικών πολιτισμών, γλωσσών και τα έθιμα των ανθρώπων από άλλες χώρες. Διαδραματίζει ρόλο σε κοινωνικές επιστήμες, όπως η ανθρωπολογία , πολιτισμικές σπουδές , γλωσσολογία , την ψυχολογία και τις σπουδές επικοινωνίας . Επίσης αναφέρεται ως βάση για τις διεθνείς επιχειρήσεις. Υπάρχουν αρκετοί διαπολιτισμικοί πάροχοι υπηρεσιών γύρω από το ποιος μπορεί να βοηθήσει με την ανάπτυξη των διαπολιτισμικών δεξιοτήτων επικοινωνίας. Η έρευνα,επίσης, αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της ανάπτυξης των διαπολιτισμικών δεξιοτήτων επικοινωνίας.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> • <http://communication-design.net/3-tips-for-effective-global-communication//>

Ακόμη, μια από τις επιδράσεις των νέων τεχνολογιών της επικοινωνίας, για την οποία μάλιστα υπάρχει μεγάλη συμφωνία, είναι η τάση προς την διεθνοποίηση της μαζικής επικοινωνίας. Το ζήτημα των πιθανών πολιτιστικών επιδράσεων που πηγάζουν από αυτή την τάση έχει συζητηθεί ιδιαίτερα. Η κίνηση προς μια παγκόσμια κουλτούρα των MME έχει πολλά αίτια, με σημαντικότερο αυτό της αυξημένης δυνατότητας για μετάδοση ήχων και «κινούμενων» εικόνων με χαμηλό κόστος πέρα από τα σύνορα και σε όλο τον κόσμο. Υπερβαίνει επίσης τις αποστάσεις και τις οριοθετήσεις του χώρου και του χρόνου, ενώ συνδέεται με την άνοδο των παγκόσμιων επιχειρήσεων των . Οι τελευταίες παρέχουν το οργανωτικό πλαίσιο και την κινητήρια δύναμη για την παγκοσμιοποίηση. Ούτε αυτές οι συνθήκες προέκυψαν ξαφνικά ούτε η ιδέα μιας διεθνούς κουλτούρας αποτελεί καινοτομία . Αυτό που πιθανόν είναι καινούργιο είναι το αυξημένο επικοινωνιακό δυναμικό των εικόνων και της μουσικής. Οι σχετικές αλλαγές στην δομή της επικοινωνιακής βιομηχανίας και στη παγκόσμια ροή των MME έχουν μελετηθεί σε μεγάλο βαθμό. Οι πολιτιστικές συνέπειες όμως δεν είναι εξίσου εύκολο να καταγραφούν, με αποτέλεσμα να έχουμε περισσότερο υποθέσεις και εκτιμήσεις παρά τεκμηριωμένες απαντήσεις.



### 3.2. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

Οι Διεθνείς Δημόσιες Σχέσεις δημιουργούν όλο αυτό το περιβάλλον της διαμόρφωσης και διαχείρισης της εικόνας ενός κράτους και των ανθρώπων που το απαρτίζουν προς το διεθνές – παγκόσμιο κοινωνικό σύνολο.

Αυτή η λειτουργία των Διεθνών Δημοσίων Σχέσεων αποσκοπεί στη δημιουργία κλίματος συνεργασίας και προώθησης των συμφερόντων της χώρας. Βοηθά στη μονιμοποίηση υγιούς και ειρηνικής κατάστασης, προάγει τα τουριστικά συμφέροντα και τις επιχειρηματικές δράσεις πάσης φύσεως. Σκοπός είναι πάντα η

---

• <http://definitions.uslegal.com/i/intercultural-communication>

δημιουργία μιας παγκόσμιας κατάστασης ειρήνης, αλληλοκατανόησης και συνύπαρξης των λαών.

Χρήσιμη είναι η εμπέδωση της αποστολής μιας χώρας, η καλλιέργεια «οικογενειακής» ατμόσφαιρας μεταξύ των χωρών, συνεχής και ειλικρινής επικοινωνίας μεταξύ των διπλωματών και στρατηγική διαχείριση των εσωτερικών προβλημάτων.

Στο πλαίσιο της επικοινωνίας της πολιτιστικής διπλωματίας μπορούμε να εντάξουμε τις τρέχουσες πρακτικές πολιτικής επικοινωνίας όπως τα Δελτία Τύπου, την κυβερνητική Συνέντευξη Τύπου (Press Briefing), τα κοινά ανακοινωθέντα, τα Non papers, τη «διαρροή» ειδήσεων, τη δημόσια διαβούλευση-δημόσιο διάλογο, την επικοινωνία του πολιτικού προγράμματος της χώρας, με σκοπό την προβολή και ανάδειξη του πολιτιστικού έργου της. Στη διαδικασία αυτή υπάρχει ένα διαρκές πολιτικό μάρκετινγκ και κομματικές επικοινωνίες για τη διαχείριση κρίσεων. Σημαντικό εργαλείο στην επικοινωνία της πολιτιστικής διπλωματίας αποτελούν οι τεχνολογίες πληροφορίας και το διαδίκτυο. Οι πολιτιστικές εφαρμογές των τεχνολογιών της πληροφορίας αφορούν, σχεδόν στο σύνολο τους, το δημόσιο αποτέλεσμα της χρήσης των τεχνολογιών και του Παγκόσμιου Ιστού. Η δημιουργία τους, όμως σχετίζεται με εσωτερικές διαδικασίες, που μαζί με τις ορατές εφαρμογές των τεχνολογιών, καλύπτουν ένα ευρύτατο φάσμα δραστηριοτήτων

Εμπόδια στη διαπολιτισμική επικοινωνία της διπλωματίας αποτελούν 1) η εθνοκεντρικότητα, η πεποίθηση δηλαδή ότι η εκάστοτε πολιτισμική ταυτότητα αποτελεί το κέντρο του κόσμου. Ο Bennett παρουσιάζει το μοντέλο της εθνοκεντρικότητας σε τρία στάδια περιγράφοντας την διαδοχική εξέλιξη των συναισθημάτων και είναι: Άρνηση, Άμυνα, Υποτίμηση, 2) τα στερεότυπα η ύπαρξη των οποίων, κατά τον Jandt, παρουσιάζει παραπλανητική εικόνα ότι ισχύει κάτι, ενώ δεν συμβαίνει στη πραγματικότητα και γενικεύει επί του συνόλου, 3) η προκατάληψη που θεωρείται η θετική ή αρνητική αντίδραση προς άλλο άτομο ή ομάδα ατόμων, απλώς επειδή έχουν διαφορετική /συγκεκριμένη θρησκεία, εθνικότητα, φυλή ή απλώς ανήκουν σε διαφορετική ομάδα από τη δική του, 4) η γλώσσα και είναι φυσικό να υπάρχουν δυσκολίες και παρανοήσεις μεταξύ των διπλωματών που δεν χειρίζονται την ίδια γλώσσα.

Η επικοινωνία στην πολιτιστική διπλωματία περιλαμβάνει και τη μη λεκτική επικοινωνία (ΜΛΕ),δηλαδή αυτή χωρίς τη χρήση λέξεων. Τα μηνύματα της ΜΛΕ μεταφέρονται και μεταβιβάζονται από άτομο σε άτομο αλλά και από πολιτισμό σε πολιτισμό μπορεί να αποβούν παραπλανητικά στην διαπολιτισμική επικοινωνία, επειδή δεν ερμηνεύονται και δεν αποκωδικοποιούνται με τον ίδιο τρόπο από όλους τους λαούς. Οι τρόποι έκφρασης της ΜΛΕ είναι 1) η γενική εμφάνιση και ενδυμασία,2)η κίνηση του σώματος,3) η στάση του σώματος,4) οι χειρονομίες,5) οι εκφράσεις του προσώπου,6) η επαφή με τα μάτια,7)το άγγιγμα,8)τα αρώματα,9)οι ήχοι και τα επιφωνήματα,10) η αντίληψη του χρόνου,11)η σιωπή. Έτσι, πριν επισκεφτεί ένας διπλωμάτης μια χώρα πρέπει να φροντίζει να μάθει/οικειοποιηθεί όσα περισσότερα πολιτισμικά στοιχεία μπορεί από τον τόπο της επισκέψεώς του. Απαραίτητη είναι η ένδειξη σεβασμού στις τοπικές συνήθειες, στους κώδικες και τρόπους συμπεριφοράς, επιβάλλεται να μιλάει αργά και να ακούει προσεκτικά, να χωρίζει τις ερωτήσεις μια-μια τη φορά,να αποφεύγει ερωτήσεις αρνητικού τύπου,να αποφεύγει τροποποιημένες εκφράσεις καθημερινότητας ή ιδιωματισμούς, να περιμένει τη σειρά του κατά την ομιλία,να δίνει προσοχή στην παρερμηνευση του χιούμορ και τέλος, να είναι εκ των προτέρων ενήμερος για την εικόνα που έχει διαμορφώσει γι'αυτόν ή για τη χώρα που εκπροσωπεί, ο τόπος που επισκέπτεται. Τα μυστικά της σωστής επικοινωνίας συνοψίζονται στα εξής:

- Ειλικρίνεια
- Σωστή συμπεριφορά
- Ενδιαφέρον για το συνομιλητή
- Ελεύθερη έκφραση του εαυτού μας

Τα κοινά σημεία των καλών συζητητών-διπλωματών σε κοινωνικό επίπεδο περιγράφονται ως εξής:

- Θεώρηση των πραγμάτων από διαφορετική σκοπιά -διεύρυνση του ορίζοντα
- Ενθουσιασμός
- Μη μιλάτε μόνο για τον εαυτό σας
- Να είστε περίεργοι

- Δείξτε συμπάθεια
- Δείξτε αίσθηση του χιούμορ
- Ξεπεράστε γκάφες και παραδρομές
- Το δικό σας ύφος
- Και μια τελευταία σκέψη: η σιωπή

Τα καθήκοντα και οι ικανότητες ενός διπλωμάτη πολιτιστικής πολιτικής είναι η χάραξη Πολιτικής, η Διαχείριση πόρων, η Διαχείριση των εκδηλώσεων, η Διαχείριση του εαυτού του, η Οργάνωση του χρόνου, η Λήψη αποφάσεων, η Διαχείριση των άλλων, η Ικανότητα της επικοινωνίας, οι Ηγετικές Ικανότητες, η Ανάπτυξη και εξέλιξη των συνεργατών του και η πλήρη εικόνα των ιδιαιτεροτήτων του πολιτιστικού χώρου και γίνεσθαι.

Οι στρατηγικές επιδιώξεις της επικοινωνίας της πολιτιστικής διπλωματίας επιβάλλεται να είναι:

Ο εκσυγχρονισμός και η αναβάθμιση της πολιτιστικής διακυβέρνησης με τη συνεκτική ενεργοποίηση όλων των εταίρων πολιτιστικής συνεργασίας σε όλες τις δομές με σαφή διαχωρισμό δράσεων και αρμοδιοτήτων ανάμεσα στις δομές διακυβέρνησης και με τον εκσυγχρονισμό του συστήματος επιχορηγήσεων προς τους πολιτιστικούς φορείς. Επιπλέον, απαιτείται εμπλουτισμός των πολιτιστικών θεσμών και περαιτέρω ανάπτυξη των εθνικών έργων πολιτισμού. Προστασία, προβολή και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και του σύγχρονου πολιτισμού στην καθημερινότητα του σύγχρονου πολίτη και επισκέπτη. Ένα άλλο μέλημα πρέπει να είναι η ανάπτυξη των σχέσεων του πολιτισμού με την εκπαίδευση αλλά και ευρύτερα με την παιδεία και στήριξη, ενίσχυση και προώθηση της σύγχρονης καλλιτεχνικής και πνευματικής δημιουργίας.

Βασική προϋπόθεση για την επίτευξη των ανωτέρω στόχων είναι να γνωρίζουμε τις πιο σημαντικές από τις μεθόδους που μπορούν να κάνουν την επικοινωνία σας με τους άλλους περισσότερο αποτελεσματική.

Η συγκινησιακή γλώσσα. Θα έχετε διαπιστώσει πως οι λέξεις που έχουν μεταφορική έννοια προκαλούν συχνά έντονες αντιδράσεις στον δέκτη τους. Αυτό συμβαίνει επειδή έχουν μεγαλύτερη εσωτερική σημασία, σε σύγκριση με τις

«καθημερινές» λέξεις που μεταφέρουν απλώς την έννοια ουδέτερων γεγονότων ή συνηθισμένων αντικειμένων.

Ο συνδυασμός των λέξεων.Θα έχετε διαπιστώσει ότι ο τρόπος με τον οποίο συνδυάζετε μεταξύ τους τις διάφορες λέξεις που συνθέτουν κάποιο μήνυμα σας ασκεί την ανάλογη επίδραση στο τελικό του αποτέλεσμα.

Οι συγκριτικές έννοιες.Για να δώσετε τη σημασία που θέλετε σε μια σημαντική λέξη ενός μηνύματος σας, θα πρέπει να συνδυάσετε κατάλληλα όλες τις υπόλοιπες λέξεις που θα χρησιμοποιήσετε σε αυτό.

Οι συναισθηματικές και λογικές εκκλήσεις.Ένα πολύ σημαντικό ερώτημα που μπορεί να τεθεί, σχετικά με το περιεχόμενο ενός μηνύματος και την αποτελεσματικότητά του, είναι το εξής: ο άνθρωπος επηρεάζεται περισσότερο και ευκολότερα από τα συναισθήματα του ή από τη λογική του.

Σκοπός των διαπραγματεύσεων στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτιστικής διπλωματίας είναι η διαδικασία και τελικά η λήψη αποφάσεων.

Οι σύγχρονες επιστημονικές προσεγγίσεις λήψης αποφάσεων είναι οι εξής: Ψυχολογία, Οικονομία, Διοικητική Επιστήμη, Νομική, Πολιτική Επιστήμη, Διεθνείς Σχέσεις. Οι θεωρήσεις των διεθνών σχέσεων είναι ο Κλασικός Ρεαλισμός,ο Δομικός Ρεαλισμός ή Νεορεαλισμός,η Πλουραλιστική Θεώρηση και οι Θεωρίες λήψης αποφάσεων . Στις ορθολογικές θεωρίες λήψης αποφάσεων περιλαμβάνεται:Το κλασικό μοντέλο και η Θεωρία Παιγνίων (ανταγωνισμός, αποτροπή) ενώ στις θεωρίες μη συμβατικής λογικής συμπεριλαμβάνονται οι Θεωρίες περί γραφειοκρατίας ,ο περιορισμένος ορθολογισμός, το οργανισμικό μοντέλο και τα μικτά μοντέλα ή μελέτες. Άλλες θεωρίες λήψης αποφάσεων είναι οι Ψυχολογικές θεωρίες, η Παρανόηση, η Ομαδοσκέψη και η Κυβερνητική.Λειτουργίες και χαρακτηριστικά της κρίσης είναι η πληροφόρηση, η στελέχωση, η κόπωση, η επεξεργασία προτάσεων, ο ανταγωνισμός και η διαχείριση.Αίτια αφορμές είναι το σύστημα, οι δυνάμεις, η λήψη αποφάσεων, η παρανόηση, η αδράνεια διαχείρισης και η πρόκληση. Υπάρχουν ,όμως, τρόποι και μηχανισμοί διαχείρισης κρίσης με συντονισμό διπλωματίας και στρατιωτικής ισχύος. Στο πλαίσιο της διαπραγμάτευσης

θα πρέπει να οριστούν οι στόχοι, τα στάδια (πριν την διαπραγμάτευση, η προδιαπραγμάτευση, η κύρια διαπραγμάτευση, το κλείσιμο της διαπραγμάτευσης) και οι τακτικές (ελάττωση της συνθετότητας, οικοδόμηση της εμπιστοσύνης, συμφιλιωτικές τακτικές, αποσταθεροποιητικές τακτικές, τακτικές εξαναγκασμού).

Η επιλογή μεταξύ εναλλακτικών λύσεων βρίσκεται στον πυρήνα του σχεδιασμού-προγραμματισμού, όχι όμως μεμονωμένα, αλλά εναρμονισμένα με άλλα σχέδια.

Τα βασικά είδη διαπραγμάτευσης είναι η επιμεριστική διαπραγμάτευση και η ενοποιητική διαπραγμάτευση. Τα σημεία εκκίνησης συνοψίζονται σε: Γνωρίζοντας την καλύτερη εναλλακτική σε μια συμφωνία διαπραγμάτευσης, την τιμή επιφύλαξης, την ζώνη πιθανής συμφωνίας και τη δημιουργία αξίας μέσα από ανταλλάγματα.

Τα εννέα βήματα μια συμφωνίας είναι:

Βήμα 1: Σκεφτείτε ποιο θα αποτελούσε καλό αποτέλεσμα

για εσάς και για την άλλη πλευρά

Βήμα 2: Αναγνωρίστε ενδεχόμενες ευκαιρίες για δημιουργία αξίας

Βήμα 3: Προσδιορίστε την καλύτερη εναλλακτική και την τιμή επιφύλαξης τόσο για εσάς όσο και για την άλλη πλευρά

Βήμα 4: Ενισχύστε την καλύτερη εναλλακτική σας

Βήμα 5: Προβλέποντας το θέμα της εξουσιοδότησης

Βήμα 6: Μάθετε όσα μπορείτε για τους ανθρώπους και

Την κουλτούρα της άλλης πλευράς, τους στόχους τους

Και πως αντιμετωπίζουν το θέμα

Βήμα 7: Προετοιμαστείτε για να επιδείξετε ευελιξία στη διαδικασία – μην περιορίζετε σε μια άκαμπτη ακολουθία

Βήμα 8: Συγκεντρώστε εξωτερικές υποδείξεις και κριτήρια σχετικά με την εντιμότητα

Βήμα 9: Τροποποιήστε τη διαδικασία προς όφελος σας

Τα Νοητικά Λάθη που πρέπει να αντιμετωπισθούν και να αποφευχθούν αποτελεσματικά προκαλούνται από:

Κλιμάκωση, αντιλήψεις προκατάληψης, παράλογες προσδοκίες, υπερβολική αυτοπεποίθηση και ανεξέλεγκτα συναισθήματα.

### 3.3.ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΓΑΣΤΡΟΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑΣ

Τα έξι έθνη: Ιαπωνία, Μαλαισία, Περού, Νότια Κορέα, Ταϊβάν και Ταϊλάνδη είναι γνωστά για τις επενδύσεις τους στην γαστροδιπλωματία. Τα προγράμματα χρηματοδοτούνται από τις εθνικές κυβερνήσεις, οι οποίες χρησίμευσαν ως πρωταγωνιστές στην οικοδόμηση και προώθηση συνεκτικών εικόνων των γαστρονομικών πολιτισμών τους. Έτσι, κάθε έθνος αντιμετωπίζεται ως ενιαία πολιτισμική ομάδα.

Οι περισσότερες από τις εκστρατείες έχουν συνθήματα και λογότυπα. Σύνθημα της Ταϊλάνδης είναι «Κουζίνα του κόσμου», με ένα λογότυπο που αποτελείται από ένα μοναδικό Ταϊλανδέζικο σύμβολο, τρία λευκά άνθη, η αγγλική λέξη *Ταϊλάνδη*, και η φράση «Κουζίνα του κόσμου." Η χώρα έχει τη θέση ως «το καλάθι τροφίμων της Ασίας».

Σύνθημα της Ταϊβάν είναι "Τρόφιμα Πολιτισμού στην Ταϊβάν." Σε ορισμένες περιπτώσεις, χρησιμοποιείται «Gourmet» Ταϊβάν. Είναι τοποθετημένα της Πρωτεύουσας Ταϊπέι ως «έναν από τους δέκα καλύτερους προορισμούς τροφίμων στον κόσμο". Το λογότυπο της εκστρατείας του αποτελείται από την αγγλική φράση «Τρόφιμα Πολιτισμού στην Ταϊβάν», τους κινέζικους χαρακτήρες 臺灣, και ένα κόκκινο περίγραμμα της Ταϊβάν. Οι τέσσερις κινέζικοι χαρακτήρες αντιπροσωπεύουν την «γαστρονομική κουλτούρα».

Σύνθημα της Μαλαισίας είναι "κουζίνα της Μαλαισίας για τον κόσμο". Το λογότυπο αποτελείται από την αγγλική λέξη της *Μαλαισίας* στην καλλιγραφία και τα γραφικά που αντιπροσωπεύουν ένα γουδί και ένα γουδοχέρι, "η Μαλαισία ως μία πολυπολιτισμική, δυναμική και ζωντανή χώρα μέσα από τις ποικιλίες της κουζίνας της".

Η Ιαπωνία δεν έχει επίσημο σύνθημα, αλλά ο Οργανισμός για την Προώθηση των Ιαπωνικών εστιατορίων στο εξωτερικό τοποθετηθεί την αποστολή του ως "Αγώνας για τα ιαπωνικά εστιατόρια που αγαπούν όλο τον κόσμο." Το λογότυπο αποτελείται από τέσσερα στοιχεία: ένα λευκό κύκλο μέσα σε ένα κόκκινο κύκλο, αντίστοιχα, αντιπροσωπεύουν ένα πιάτο και την εθνική σημαία της Ιαπωνίας, ένα ζευγάρι chopsticks και ένα κεράσι να ανθίζει στο μέσον.

Κάθε λαός ανά τον κόσμο διακρίνεται από μία διαφορετικότητα που τον χαρακτηρίζει. Η διαφορά αυτή μπορεί να οφείλεται σε θέματα θρησκείας, κουλτούρας, μουσικής, νοοτροπίας, αλλά και διατροφής. Ωστόσο, οι παράγοντες αυτοί μπορεί να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Σε αντίθεση με την Ελλάδα, όπου κυριαρχεί η Μεσογειακή διατροφή, με εξαίρεση τις περιόδους νηστείας, υπάρχουν πολλοί λαοί στους οποίους κάποιες τροφές είναι απαγορευμένες. Είναι όμως πολύ πιθανό να υπάρχουν και ομοιότητες.

Αναλυτικότερα, η παραδοσιακή αφρικανική κουζίνα, χαρακτηρίζεται από αμυλούχες τροφές συνοδευόμενες από σούπες που περιέχουν κρέας ή/και λαχανικά, ενώ σε κάθε αφρικάνικη τοποθεσία υπάρχουν πολυάριθμα φρούτα και λαχανικά, τα οποία χρησιμοποιούνται ως τρόφιμα. Ας μην παραληφθεί όμως το γεγονός ότι η Αφρική είναι μεγάλη ήπειρος και κάθε της τοποθεσία μπορεί να ακολουθεί άλλες συνήθειες όσον αφορά στις διατροφικές προτιμήσεις. Για παράδειγμα, ενώ οι χώρες που βρίσκονται κοντά στη Μεσόγειο συμπίπτουν διατροφικά με την ελληνική κουζίνα, η ανατολική Αφρική είναι διακριτική όσον αφορά στην κατανάλωση κρέατος, αφού τα βοοειδή και τα αιγοπρόβατα θεωρούνται ως μορφή νομίσματος, με αποτέλεσμα την αποφυγή κατανάλωσής τους ως τρόφιμα.

Πηγαίνοντας ανατολικά συναντώνται η Κίνα και η Ιαπωνία. Οι Κινέζοι είναι πιθανόν να είναι ο μοναδικός λαός στον κόσμο που δεν εφηύρε καμία θρησκεία. Σε αντίθεση με τους Εβραίους που δεν καταναλώνουν χοιρινό και τους Ινδουιστές που δεν τρώνε βοδινό, οι Κινέζοι και οι Γιαπωνέζοι δεν έχουν κάποια απαγορευμένη τροφή. Αντιθέτως, απολαμβάνουν την κουζίνα με την μεγαλύτερη ποικιλία ανά τον κόσμο. Εκτός από λαχανικά, ρύζι και ζυμαρικά, τρώνε επίσης σκύλους, γάτες, φίδια, έντομα, αρουραίους, ακόμα και χελιδονόσουπα.

Όσον αφορά στη γειτονική Τουρκία, οι ομοιότητες στη διατροφική κουλτούρα είναι εμφανείς. Πολλά από τα φαγητά της, έχουν ενσωματωθεί στην ελληνική κουζίνα, όπως τα πολίτικα σουτζουκάκια, τα ντολμαδάκια με αμπελόφυλλα, το εκμέκ κανταΐφι και άλλα, ενώ η διαφορά των δύο χωρών, διακρίνεται στη χρήση μπαχαρικών και βοτάνων, κάνοντας την τούρκικη κουζίνα ελαφρώς “βαριά” για τις διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων.

Η διατροφή στην Ευρώπη και πιο συγκεκριμένα στις χώρες Γερμανία-Αυστρία δε διαφέρει πολύ σε σύγκριση με τη μεσογειακή, εφόσον η κατανάλωση κρέατος, λαχανικών, γαλακτοκομικών και ψωμιού-δημητριακών είναι το ίδιο διαδεδομένη. Η μόνη ουσιαστική διαφορά διακρίνεται στην κατανάλωση φρέσκων φρούτων, τα οποία σπανίζουν και λόγω αυτού είναι αυξημένη η κατανάλωση μαρμελάδας, κομπόστας και ζελέ, διαφόρων ειδών. Αξίζει να σημειωθεί, ότι όσον αφορά στα τρόφιμα ζωϊκής προέλευσης, τα προϊόντα του κρέατος, όπως λουκάνικα και σαλάμια βρίσκονται σε τεράστια ποικιλία και καταναλώνονται ευρέως.

Στην παγωμένη Ρωσία το χοιρινό κρέας αποτελεί κύριο συστατικό πολλών πιάτων. Η αυξημένη κατανάλωση είναι πιθανό να οφείλεται στις χαμηλές θερμοκρασίες και τα λιπαρά που περιέχονται στο κρέας, τα οποία βοηθούν στην αντιμετώπιση του ψύχους, σε συνδυασμό πάντα με την αυξημένη κατανάλωση αλκοόλ. Ωστόσο, η κατανάλωση των λαχανικών είναι χαμηλή, συνοδεύοντας μόνο τα γεύματα που αποτελούνται από χοιρινό κρέας, χωρίς την προσθήκη σαλάτας.

Σε ακόμη μία από τις “χώρες του ψύχους”, την Νορβηγία, παρατηρείται αυξημένη κατανάλωση ζωϊκών προϊόντων, όπως ψάρια και γαλακτοκομικά προϊόντα, τα οποία είναι πλούσια σε ω-3 λιπαρά οξέα, βιταμίνες, μέταλλα, ιχνοστοιχεία και σε ασβέστιο. Τα παραδοσιακά κρέατα είναι συχνά βασισμένα περισσότερο σε ζώα δασών και βουνών, από ότι στα βοοειδή. Ωστόσο κάποιες εμπορικές πόλεις βασίζονται και σε προϊόντα, όπως ελαιόλαδο και λιαστές ντομάτες. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα φρούτα, όπως μούρα, φράουλες και μήλα, χρησιμοποιούνται σε μεγάλη ποικιλία πιάτων και επιδορπίων.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, οι διατροφικές συνήθειες είναι τελείως διαφορετικές από της χώρας μας. Η αγγλική φιλοσοφία είναι απλά να υπάρχει κάτι στο στομάχι, με αποτέλεσμα την πληθώρα κατανάλωσης πρόχειρου φαγητού κατά τη διάρκεια της ημέρας, με εξαίρεση το πρωινό, το οποίο θεωρείται πλήρες γεύμα και συνήθως περιλαμβάνει τρόφιμα ζωϊκής προέλευσης, αυγά ή μπέικον, καφέ ή τσάι και φρυγανιές. Ωστόσο, τα φρούτα και τα λαχανικά, σπάνια συμπεριλαμβάνονται στα γεύματα των Άγγλων.

Στη διπλανή χώρα, την Γαλλία, οι διατροφικές συνήθειες είναι περισσότερο επιλεκτικές, ενώ δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ωραιότητα της εμφάνισης κάθε

γεύματος. Οι Γάλλοι, συνηθίζουν να καταναλώνουν όλα τα είδη των τροφίμων, συνήθεια που ομοιάζει με την ελληνική κουζίνα. Η διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι συνήθως τα περισσότερα φαγητά που παρασκευάζονται, συνοδεύονται από κάποιο είδος σάλτσας, ενώ το κρασί κατά τη διάρκεια του φαγητού και το φρούτο ως επιδόρπιο, αναφέρονται ως οι αγαπημένες συνήθειες των Γάλλων.

Όσον αφορά τη μεγάλη σε έκταση και πληθυσμό, Αμερική, τα δεδομένα για τις διατροφικές συνήθειες των Αμερικάνων είναι ευρέως γνωστά. Μεγάλες ποσότητες πρόχειρου φαγητού, εμπλουτισμένες με πολλά λιπαρά και αμφιβόλου ποιότητας τρόφιμα ζωϊκής προέλευσης, είναι τα κύρια χαρακτηριστικά της αμερικάνικης διατροφικής κουλτούρας. Όμως, οι νότιες χώρες των Ηνωμένων Πολιτειών, όπως το Μεξικό, έχουν άλλη διατροφική νοοτροπία. Αυτή έγκειται σε μεγάλη ποικιλία τροφίμων, ζωϊκών, φυτικών, αμυλούχων και λαχανικών, με κύριο χαρακτηριστικό τα βότανα που προσδίδουν καυτερές ιδιότητες στα γεύματά τους.

Κλείνοντας, αξίζει να αναφερθεί ότι οι διαφορές ή οι ομοιότητες που παρατηρούνται στη διατροφή όλων των λαών, είναι πολλές και οφείλονται είτε σε διαφορετικές θρησκευτικές πεποιθήσεις, είτε σε διαφορετική κουλτούρα και νοοτροπία. Ωστόσο λόγω του φαινομένου της παγκοσμιοποίησης, έχει παρουσιαστεί η δυνατότητα γνωριμίας με όλες τις γεύσεις του κόσμου, εφόσον αυτό είναι θεμιτό

Η μεσογειακή κουζίνα είναι γνωστή για την προστασία που χαρίζει στον οργανισμό. Σύμφωνα με τους επιστήμονες όμως, η σκανδιναβική διατροφή προσφέρει επίσης σημαντικά οφέλη στην υγεία μας. Γνωστή ως δίαιτα Noma, η διατροφή των «Βορείων», είναι πλούσια σε μούρα, ψάρια και κυνήγι, γεγονός που κατά τους ειδικούς βοηθά στον περιορισμό των επιπέδων χοληστερόλης του οργανισμού και παράλληλα χαρίζει προστασία ενάντια στην εμφάνιση καρδιαγγειακών νοσημάτων. Το συγκεκριμένο διατροφικό μοτίβο από τον Βορρά, κατά τους ερευνητές, δεν έρχεται να αντικαταστήσει την ευεργετική μεσογειακή διατροφή, πλούσια σε ελαιόλαδο, φρούτα και λαχανικά. Θα μπορούσε όμως να προσφέρει μια διατροφική λύση για τους κατοίκους βόρειων χωρών, οι οποίοι επιθυμούν να υιοθετήσουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής και αδυνατούν να βρουν στα μεσογειακά προϊόντα.

Αρκετές περιοχές του Καναδά, έχουν αναπτύξει διατροφικές συνήθειες επηρεασμένες από την Αγγλική και Ιρλανδέζικη κουζίνα. Φαγητά όπως τα Rogos (λουκάνικα τηγανισμένα σε έναν πικάντικο χυλό), οι τηγανιτές πατάτες και τα burgers είναι τα συνηθέστερα. Η μπύρα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των Καναδών, μαζί με το κρασί. Μερικά φαγητά-σύμβολα κάθε χώρας αποτελούν:

### **Πιερόγκι (Pierogi) – Πολωνία**

Το φαγητό των χωρών της Ανατολικής Ευρώπης έχει αρχίσει να τραβάει την προσοχή όλου του πλανήτη όλο και περισσότερο και πώς να μην συμβεί αυτό με υπέροχα φαγητά, όπως τα πιερόγκι. Στην πραγματικότητα, η προέλευση του πιάτου είναι άγνωστη, μιας και αποτελεί φαγητό διάφορων χωρών στην ευρύτερη περιοχή της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, ωστόσο, ειδικά στην Ευρώπη και την Αμερική, η εκδοχή των πιερόγκι της Πολωνίας είναι η πιο δημοφιλής. Τα πιερόγκι είναι ένα είδος ζύμης, που μοιάζει με τα τორτελίνια, που συνήθως βράζονται αρχικά και έπειτα ή ψήνονται ή τηγανίζονται σε βούτυρο με κρεμμύδια τις περισσότερες φορές. Παραδοσιακά επιδέχονται διάφορες γεμίσεις όπως πατάτα, λάχανο τουρσί, κρέας, τυρί ή ακόμα και φρούτα. Τα πιερόγκι σερβίρονται σε ποικίλες μορφές και με διάφορες γεύσεις, αλμυρά, γλυκά ή πικάντικα και θεωρούνται το εθνικό πιάτο της Πολωνίας. Η πολωνική λέξη πιερόγκι είναι πληθυντικού αριθμού, καθώς ο ενικός αριθμός χρησιμοποιείται σπάνια, ίσως γιατί κανείς δεν μπορεί να φάει μόνο ένα.

### **Σούσι – Ιαπωνία**

Ελάχιστοι άνθρωποι πια στον κόσμο δεν έχουν ακούσει ή δεν έχουν δοκιμάσει σούσι. Το κοινό συστατικό που περιλαμβάνεται σε όλα τα διαφορετικά είδη σούσι είναι το ρύζι για σούσι. Η ποικιλία που υπάρχει στο σούσι έγκειται στις διαφορετικές γεμίσεις και τις σος στις οποίες μπορούμε να το βουτήξουμε, τα μπαχαρικά που έχει και την προετοιμασία του. Τα ίδια συστατικά μπορεί να συνδυαστούν είτε με παραδοσιακό είτε με πιο σύγχρονο τρόπο, δημιουργώντας ένα εντελώς διαφορετικό τελικό αποτέλεσμα. Η αυξανόμενη δημοτικότητα του σούσι παγκοσμίως έχει οδηγήσει σε πάρα πολλές διαφορετικές ποικιλίες που μπορεί να βρει κανείς στη Βόρεια Αμερική ή στην Ευρώπη, αλλά σπάνια στην Ιαπωνία. Όλες αυτές οι

διαφοροποιημένες μορφές σούσι έχουν δημιουργηθεί για να ταιριάζουν με τον δυτικό τρόπο ζωής και τη δυτική κουζίνα.

### **Spring rolls– Βιετνάμ/Κίνα**

Τα spring rolls είναι ένας γενικός όρος με τον οποίο περιγράφουμε όλα τα τυλιχτά ρολάκια στη δυτική κουζίνα που σερβίρονται ως ορεκτικά. Οι ανατολικές και νοτιοανατολικές εκδοχές των spring rolls έχουν διαφορετικά ονόματα ανάλογα με την προέλευσή τους, τον τρόπο μαγειρέματός τους, το είδος του τυλίγματος και τη γέμισή τους. Τα spring rolls μπορεί να είναι γλυκά ή πικάντικα, ψημένα ή τηγανισμένα. Τα πικάντικα spring rolls περιλαμβάνουν συνήθως λαχανικά, ενώ τα ψημένα spring rolls είναι τις περισσότερες φορές πιο μεγάλα και πιο νόστιμα.

### **Μπουρίτο – Αμερική/Μεξικό**

Τα μπουρίτο δεν είναι πολύ διαδεδομένα στην Ευρώπη, αλλά είναι από τα πιο διάσημα πιάτα στη Βόρεια και Κεντρική Αμερική. Τα μπουρίτο αποτελούνται από μια τορτίγια σταριού που περιλαμβάνει διάφορες γεμίσεις. Η τορτίγια είναι συνήθως ελαφρά ψημένη ή περασμένη από ατμό για να μαλακώσει και να μπορεί να τυλιχθεί πιο εύκολα. Στο Μεξικό, τις περισσότερες φορές η γέμιση είναι φασόλια ή κρέας, ωστόσο, στην Αμερική υπάρχουν πολλοί και διάφοροι συνδυασμοί για το τι θα περιλαμβάνει το μπουρίτο. Υλικά όπως μεξικανικό ρύζι, φασόλια, μαρούλι, σάλσα, κρέας, αβοκάντο, τυρί και sour cream είναι μερικά από όσα μπορεί να περιλαμβάνει ένα μπουρίτο, ενώ ακόμα και το μέγεθος διαφέρει, καθώς τα αμερικανικά μπουρίτο φαίνεται να είναι πολύ πιο μεγάλα από τα μεξικανικά.

### **Fish and Chips – Αγγλία**

Τα λεγόμενα fish and chips είναι το πιο διαδεδομένο και δημοφιλές πιάτο της Μεγάλης Βρετανίας, που όμως είναι συχνό φαγητό και στα ταχυφαγεία της Ιρλανδίας,

της Αυστραλίας, της Νέας Ζηλανδίας και του Καναδά. Το συγκεκριμένο πιάτο αποτελείται από ψάρι καλοτηγανισμένο σε πολύ λάδι, σερβιρισμένο από τηγανητές πατάτες και γαρνιρισμένο με αλάτι και ξύδι. Στις μέρες μας, το εν λόγω φαγητό είναι το απόλυτο must για όσους επισκέπτονται την Αγγλία.

### **Κρουασάν – Γαλλία**

Το κρουασάν δεν χρειάζεται πολλές συστάσεις. Είναι εκείνη η μαλακή, αφράτη, βουτυρένια ζύμη που όλοι έχουμε απολαύσει είτε για πρωινό είτε για μεσημεριανό είτε για βραδινό με διάφορες γεμίσεις, αλλά και σκέτο. Μπορεί να το δοκιμάσει κανείς γλυκό αλλά και αλμυρό. Στη μητέρα Γαλλία που το ανέδειξε, το απολαμβάνουν συνήθως σκέτο, χωρίς γέμιση και χωρίς έξτρα βούτυρο. Στην Αμερική, διάφορες γλυκές και αλμυρές γεμίσεις κάνουν το κρουασάν ένα πολύ κοινό φαγητό, ενώ στη Γερμανία και την Ιταλία μπορεί κανείς να το δοκιμάσει σε απίστευτη ποικιλία γεύσεων, γεμισμένο με σοκολάτα ή πραλίνα ως γλυκό που συνοδεύει τον καφέ ή και ως αυτούσιο επιδόρπιο. Εδώ στην Ελλάδα, θα το βρείτε και ως γλυκό, αλλά και με ντομάτα, φέτα, γαλοπούλα, σπανάκι ως ελαφρύ γεύμα ή δεκατιανό. Στην Ιαπωνία, το γλασάρουν με ζάχαρη ή το γεμίζουν με σοκολάτα και το πουλάνε συνήθως σε φούρνους.

### **Χάμπουργκερ – Προέλευση: Γερμανία, Ανάδειξη: Αμερική**

Μπορεί η λέξη χάμπουργκερ να προήλθε από το Αμβούργο, τη δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Γερμανίας και γενικά η ιστορία του να ταξιδεύει πίσω στην Ευρώπη του 15ου αιώνα, ωστόσο, το χάμπουργκερ αναδείχθηκε ως πιάτο στην Αμερική. Φτιάχνεται συνήθως από καλής ποιότητας μοσχάρι που σερβίρεται σε στρογγυλά ψωμάκια με διάφορα συνοδευτικά, όπως ντομάτα, τυρί, κρεμμύδια, πίκλες και διάφορες σάλτσες και είναι το πιο συχνό φαγητό των Αμερικανών στα ταχυφαγεία. Απαραίτητο συμπλήρωμα του πιάτου είναι μια μεγάλη μερίδα πατάτες τηγανητές.

### **Πίτσα – Ιταλία**

Το εθνικό φαγητό της Ιταλίας και αγαπημένο φαγητό πάρα πολλών ανθρώπων στον κόσμο, η πίτσα, δεν θα μπορούσε να μην βρίσκεται στη δεύτερη θέση. Το

αστείο της υπόθεσης είναι ότι αν κάποιος θέλει να δοκιμάσει μια πραγματικά καλή πίτσα δεν θα πάει στην Ιταλία, καθώς λέγεται ότι οι πίτσες των Ιταλών είναι πολύ ιδιαίτερες και μακριά από τα γούστα των περισσοτέρων. Αντίθετα, οι Έλληνες και οι Αμερικανοί φημίζονται πλέον για τις καλύτερες πίτσες, αλλά και πάλι όλα αυτά είναι υποκειμενικά, γιατί το γούστο είναι προσωπικό.

### **Τηγανητές πατάτες – Βέλγιο**

Φυσικά στην πρώτη θέση αυτής της λίστας είναι οι τηγανητές πατάτες και δεν θα μπορούσε να είναι διαφορετικά. Είναι το συνοδευτικό σε πολλά πιάτα στον κόσμο, είναι κύριο συστατικό σε μερικά άλλα, ωστόσο, από μόνες τους οι τηγανητές πατάτες έχουν τη δική τους πορεία και αξία στις κουζίνες του κόσμου. Ίσως αυτό που δεν ξέρουν οι περισσότεροι είναι ότι προέρχονται από το Βέλγιο κι όχι από τη Γαλλία όπως νομίζουμε λόγω του ονόματος τους στα αγγλικά (French fries). Στη δυτική κουλτούρα οι τηγανητές πατάτες είναι ο βασιλιάς του γρήγορου φαγητού και ένα δημοφιλές και νόστιμο φαγητό στο οποίο ελάχιστοι μπορούν να αντισταθούν, καθώς πολύ λίγοι άνθρωποι στον κόσμο δεν λιγουρεύονται ζεστές και αχνιστές πατάτες τηγανητές όταν τις δουν μπροστά τους.<sup>14</sup>

## **ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ-Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

### **4.Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ**

#### **4.1.ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ**

«Εξωτερική πολιτιστική πολιτική ενός κράτους είναι ο *επιτελικός σχεδιασμός* της χρήσης στοιχείων (ή γνωρισμάτων ιδιαιτερότητας) του πολιτισμού της κοινωνίας που εκπροσωπεί, με σκοπό την προβολή και ενίσχυση των θέσεών του στο διεθνές σύστημα, τη διαμόρφωση θετικής εικόνας στη διεθνή κοινή γνώμη και την επικοινωνία ή διάδοση των αξιών του σε άλλα κράτη, έτσι ώστε να συσφιχθούν οι σχέσεις με τους άλλους λαούς και να εμπεδωθεί ένα κλίμα εμπιστοσύνης και αλληλοκατανόησης.

---

<sup>14</sup> <http://www.newsbeast.gr/world/arthro/544440/ethnika-piata-grigorou-fagitou-pou-prepei-na-dokimasete>

Τέτοια στοιχεία μπορούν να είναι, μεταξύ άλλων, οι τέχνες, η πολιτιστική κληρονομιά, η γλώσσα, οι πολιτισμικές αξίες και τα πολιτιστικά αγαθά, αφού ο Πολιτισμός αναφέρεται σε όλες τις εκδηλώσεις του ανθρώπινου βίου.

Η μεθοδική, συστηματική και ιεραρχημένη *διαχείριση* των εν λόγω στοιχείων κατά την άσκηση της εξωτερικής πολιτικής καλείται Πολιτιστική Διπλωματία.

Λογική συνέπεια των ανωτέρω, αποτελεί η διαπίστωση ότι η εξαγωγή και αξιοποίηση του εγχώριου πολιτιστικού προϊόντος, του *πολιτισμικού αποθέματος* και του *πολιτιστικού κεφαλαίου* καθώς και η χρησιμοποίηση των (ελληνικών) αξιών που μεταφέρει κάθε πολιτιστικό αγαθό ή δράση, έχει σαν στρατηγικό σκοπό την εμπέδωση των μονίμων στόχων της ελληνικής εξωτερικής πολιτικής.

Στη νέα παγκοσμιοποιημένη και τεχνολογικά προηγμένη εποχή και μέσα από τη ρευστότητα των κοινωνικών, πολιτικών και οικονομικών δομών που προκαλούν ποικίλες αντιθέσεις και συγκρούσεις, ο Πολιτισμός προβάλλει ως το πιο αξιόπιστο μέσο ουσιαστικής επαφής και διαλόγου, ιδιαίτερα για μία χώρα με πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα όπως η Ελλάδα.

Ειδικότερα, ο Διαπολιτισμικός Διάλογος, βασικό στοιχείο της κοινωνικής συνοχής στις σύγχρονες κοινωνίες, άν και προβάλλει εθνικές και περιφερειακές ταυτότητες μπορεί, με κατάλληλες προϋποθέσεις και σωστούς χειρισμούς, αφενός να συνεισφέρει στην σταθερότητα και στην ειρήνη, λειτουργώντας εν δυνάμει αποτρεπτικά σε ιστορικές, γλωσσικές, θρησκευτικές και συνειδησιακές διαμάχες οι οποίες συχνά μετατρέπονται σε ανεξέλεγκτο παράγοντα αστάθειας και περιφερειακών εντάσεων και αφετέρου να λειτουργήσει (και) ως δυναμικό υπόστρωμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας, με καταλυτική επίδραση στην διαμόρφωση του πολιτικού γίνεσθαι, της ανάπτυξης και της σταθερότητας στην ευρύτερη περιοχή.

Η Πολιτιστική Διπλωματία, οι διεθνείς σχέσεις μας στους τομείς του Πολιτισμού και της Παιδείας με την ευρύτερη έννοια, είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τη διεθνή εικόνα της χώρας μας, με την φυσιογνωμία που προβάλλει προς τους άλλους λαούς (*branding*) και με τις γέφυρες που κτίζει προς όφελός της. Η προβολή του πολιτισμού μας, η αξιοποίηση των αμφίδρομων πολιτιστικών συγγενειών μας με άλλες χώρες, αποτελεί το ήπιο και πλέον αποτελεσματικό όπλο της διπλωματίας μας

(*soft policy*), λειτουργώντας ως “έξυπνη ισχύς” και ως διπλωματία γοήτρου, ιδιαίτερα σε μία τόσο κρίσιμη για την χώρα μας περίοδο, κατά την οποία η αποκατάσταση της διεθνούς αξιοπιστίας και του τρωθέντος κύρους της πρέπει να αποτελέσει κύριο άξονα εθνικού στρατηγικού σχεδιασμού, προκειμένου η εξωτερική μας πολιτική να ανοίξει μεταξύ άλλων, δρόμους οικονομικής ανάπτυξης και να δημιουργήσει περιβάλλον ασφάλειας και συνεργασίας, με άμεση επίδραση στις αγορές, στην προσέλκυση επενδύσεων και στην ενίσχυση του τουρισμού.

Στην απαρχή του 21<sup>ου</sup> αιώνα, η κοινωνία της γνώσης σ’ έναν αναδυόμενο κόσμο όπου **οι ιδέες** αποκτούν μείζονα σημασία, η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, η κατάρρευση των παλαιών συνόρων και των διαχωριστικών γραμμών, οι ραγδαίες εξελίξεις στο χώρο της επικοινωνίας και των τεχνολογιών, οι πολυπολιτισμικές συγκλίσεις και ιδιαιτερότητες και η εμβέλεια της πνευματικής ακτινοβολίας κάθε κράτους καθιστούν αναγκαία μια νέα προσέγγιση για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της εξωτερικής πολιτικής. Ο Πολιτισμός μπορεί να παίζει σημαντικό ρόλο για την ανάταξη της τρωθείσας δημόσιας εικόνας της χώρας μας στο εξωτερικό, που με την σειρά της συμβάλλει στην προώθηση των εθνικών μας θέσεων.

Η ελληνική παιδεία και η πολιτιστική κληρονομιά μας αφενός και η σύγχρονη καλλιτεχνική και πνευματική δημιουργικότητα αφετέρου, σαν αδιάσπαστες όψεις της ελληνικής πολιτιστικής παραγωγής, μπορούν να λειτουργήσουν ως ισχυρά μέσα πολιτιστικής διπλωματίας, δημιουργώντας τους όρους ευρύτερης κατανόησης και θετικής αντιμετώπισης των εθνικών μας θέσεων από την διεθνή κοινότητα.

Στο νέο πολυπολικό τοπίο των διεθνών σχέσεων έχει δημιουργηθεί ένα ευμετάβλητο πολιτικό σκηνικό, ιδιαίτερα στον ευαίσθητο και φλεγόμενο πλέον χώρο της Α. Μεσογείου, στον οποίο η χώρα μας καλείται να κάνει αισθητή την παρουσία της, με την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της, μεταξύ των οποίων ο Πολιτισμός και η Παιδεία, σε συνεργασία, εκτός των άλλων, με την *οικονομική, αναπτυξιακή, εκκλησιαστική, ψηφιακή, αθλητική, δημόσια και κοινοβουλευτική διπλωματία*.

Η ελληνική γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε χωρίς διακοπή επί πολλούς αιώνες, έχοντας χαρακτηριστική ποιότητα σκέψης, γραπτή παράδοση και συνέχεια, αποτελεί πολύτιμο όχημα αλλά και φορέα και δημιουργό πολιτισμού, καθώς και κυρίαρχο

συστατικό εθνικής ταυτότητας, που οδηγεί σε αυτογνωσία και συνείδηση πολιτιστικής καταγωγής, λειτουργώντας έτσι πολιτικά και ως **πολλαπλασιαστικός παράγοντας εθνικής ισχύος**.

Στο πλαίσιο αυτό έχουν αναπτυχθεί και νέα θεσμικά “εργαλεία”, όπως π.χ. η *Κοινωνία των Πολιτών*, η οποία βάσει της αρχής “think globally – act locally” και μέσω των *αδελφοποιήσεων* π.χ. Ελλάδος – Γερμανίας με ειδικό πολιτικό βάρος και των διεθνών συνεργασιών των ΟΤΑ π.χ. Θεσ/νίκη 2014 : Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Νεολαίας, των ΜΚΟ, των εκπαιδευτικών μονάδων ή /και Ιδρυμάτων, των πολιτιστικών διαδρομών (π.χ. Δρόμοι της Ελιάς), αναδεικνύεται σε σημαντικό μέσο δημιουργίας και εδραίωσης πλέγματος σχέσεων γνωριμίας, κατανόησης, φιλίας και συνεργασίας μεταξύ των λαών.

Συνοψίζοντας, μπορούμε να πούμε ότι, η εξωτερική πολιτιστική πολιτική μας βασίζεται, μεταξύ άλλων, στις εξής συνιστώσες :

Στη *γεωπολιτική θέση*. Η ιστορική και πολιτισμική παράδοση της χώρας μας αποτελούν ιδιαίτερο συγκριτικό πλεονέκτημα, για να λειτουργήσει ως κόμβος επικοινωνίας και προσέγγισης μεταξύ ενός ευρύτερου γεωγραφικού χώρου που περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, την Ευρωπαϊκή Ένωση, τις χώρες της Ν.Α. Ευρώπης, του Παρευξείνιου χώρου, της Μεσογείου και του Αραβικού κόσμου. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται η προσπάθεια για την ανάδειξη της ελληνικής παρουσίας και την αξιοποίηση των κοινών ιστορικών και πολιτισμικών καταβολών στην ανωτέρω ευρύτερη γεωγραφική περιοχή.

Στην αναγνώριση του *πολιτισμού* και τυπικά πλέον, ως *βασικού πυλώνα* της ευρωπαϊκής ενοποίησης και σημαντικής παραμέτρου κατά τη χάραξη και υλοποίηση των κοινοτικών πολιτικών. Παράλληλα με τον σεβασμό της πολιτισμικής πολυμορφίας, δεν πρέπει να υποτιμάται το γεγονός ότι η πνευματική και πολιτισμική κληρονομιά της Ελλάδας και οι οικουμενικές αξίες που αυτή πρεσβεύει (π.χ. Πολιτεία, Δημοκρατία, Ολυμπιακή και Δελφική Ιδέα), αποτελούν μια κοινή καταβολή της σύγχρονης ευρωπαϊκής ταυτότητας και κατ’ επέκταση του Παγκόσμιου Πολιτισμού.

Στην ανάδειξη της ιδιαίτερης φυσιογνωμίας και της συνεισφοράς του Βυζαντίου και της Ορθοδοξίας ως ισότιμης συνιστώσας, στην ιστορία του ευρωπαϊκού και

παγκόσμιου πολιτισμού που εδράζεται στέρεα πάνω στην ελληνορωμαϊκή παράδοση. Αποτελεί ιδιαίτερη προτεραιότητα, με εμβέλεια τόσο στον εγγύς γεωγραφικό χώρο όσο και στις κοινωνίες στις οποίες ζουν οι μεγάλες κοινότητες του ελληνισμού της διασποράς. Η ύπαρξη των *Πρεσβυγενών Πατριαρχείων* στην ευρύτερη περιοχή, με δικαιώματα που απορρέουν από μακραίωνες ιστορικές παραδόσεις, δίνει στη χώρα μας ένα στρατηγικό πλεονέκτημα σε ένα διεθνές, ευμετάβλητο γεωπολιτικό περιβάλλον, επί τη βάσει των νέων συνισταμένων των πολυπολιτισμικών μεταβολών, ακρογωνιαίο λίθο των οποίων συνιστούν τα θρησκευόμενα. Η εκκλησιαστική δικαιοδοσία των Πρεσβυγενών Πατριαρχείων που εκτείνεται σε όλες τις ηπείρους και χαρακτηρίζεται από διαχρονικότητα και από την διαφορά μεταξύ του εκκλησιαστικού και του πολιτικού χρόνου, την καθιστά πολύτιμη συνιστώσα στο πεδίο της πολιτιστικής διπλωματίας, ιδίως στο πλαίσιο της πολυπολιτισμικής παγκοσμιοποιημένης κοινότητας, όπου ο *διαπολιτισμικός* και ο *διαθρησκευτικός διάλογος* έχουν εξελιχθεί σε χρήσιμα εργαλεία άσκησης προληπτικής διπλωματίας, υπό την έννοια της προσπάθειας πρόληψης, αποφυγής και αποκλιμάκωσης τοπικών, περιφερειακών και διεθνών εντάσεων.

Στον *ελληνισμό της διασποράς*. Αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα για την ενίσχυση της διεθνούς θέσης της Ελλάδας, με ερείσματα στο πολιτικό, οικονομικό και πνευματικό περιβάλλον των χωρών υποδοχής και σε φορείς έκφρασης/ διαμόρφωσης της κοινής γνώμης, των διεθνών ΜΜΕ και δεξαμενών σκέψης (*think tanks*). Η κοινή συνείδηση των Ελλήνων της διασποράς εδράζεται πρωτίστως στην παιδεία και στον πολιτισμό. Οι ενέργειές μας στοχεύουν στη διαμόρφωση μιας πιο αποτελεσματικής σχέσης μεταξύ εθνικού κέντρου και απόδημου ελληνισμού, που λαμβάνει υπόψη τις κοινωνικές, γλωσσικές και πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και ανάγκες των αποδήμων, ιδιαίτερα των νεότερων γενεών. Αναφερόμαστε στην πολιτική όχι ενός κλειστού ελλαδοκεντρικού πολιτισμού, αλλά σ' εκείνη που αντιλαμβάνεται και αναγνωρίζει τον πολιτισμό του ελληνισμού και της δημιουργικής συνεισφοράς του, εντός και εκτός του εκάστοτε θεσμικού πλαισίου, μέσω και της *Κοινωνίας των Πολιτών*, ιδίως κατά την παρούσα περίοδο όπου αναδεικνύεται εκ νέου το ζήτημα της αναζήτησης ενίοτε και σύγκρουσης των ταυτοτήτων των ομογενών δεδομένου ότι οι "ψυχικοί δεσμοί" με την διασπορά είναι αντίστοιχοι με τη δημόσια εικόνα της χώρας (υπερηφάνεια για την καταγωγή σε περιόδους ανάκαμψης και αποστασιοποίηση σε περιόδους κρίσης). Προς τούτο, καταβάλλονται προσπάθειες

για την ενίσχυση της εθνικής συνείδησης και τη στήριξη της ελληνικής ταυτότητας, υπό το πρίσμα πλέον της ύπαρξης ενός νέου κύματος Ελλήνων οικονομικών μεταναστών.

- Στην *εμπορική ναυτιλία*. Η δυναμική της εμπορικής μας ναυτιλίας, αποτελεί σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα που η χώρα μας καλείται να αξιοποιήσει δεόντως, μετατρέποντάς την σε πολύτιμο χρηστικό εργαλείο άσκησης, μεταξύ άλλων και εξωτερικής (πολιτιστικής) πολιτικής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η ανάδειξη της ιδιαίτερης σημασίας του υδάτινου στοιχείου, της νησιωτικότητας, της επικοινωνίας, των ανταλλαγών και της ναυτιλίας ως έκφρασης διαπολιτισμικού διαλόγου και γέφυρας αλληλοκατανόησης μεταξύ της χώρας μας και των κρατών στα οποία αυτή δραστηριοποιείται και αναπτύσσεται. Το νερό ως πολύτιμος φυσικός πόρος και δημιουργός άυλων πολιτιστικών αξιών, συνιστά για τη χώρα μας κύρια πολιτιστική κληρονομιά παγκόσμιας εμβέλειας, μέσω (και) των νέων υδάτινων διαδρομών που διάνοιξε η ποντοπόρος ναυτιλία μας.
- Στα αθλητικά ιδεώδη. Ενδεικτικά, οι Ολυμπιακοί Αγώνες (χειμερινοί και θερινοί) και ο Μαραθώνιος είναι εκδηλώσεις παγκόσμιας εμβέλειας, οι οποίες προβάλλουν την χώρα μας ως “δύναμη ειρήνης και αθλητισμού”. Σχετικώς αναφέρεται ότι διενεργούνται ετησίως πάνω από 1.500 Μαραθώνιοι Δρόμοι ανά την υφήλιο, χαρακτηριστικό στοιχείο δυνητικής αξιοποίησης και δημιουργίας συνεργειών.

Στο πλαίσιο αυτό, η Ε1 Δ/ση Μορφωτικών & Πολιτιστικών Υποθέσεων του Υπουργείου Εξωτερικών, στην οποία έχει ανατεθεί η “γενική πολιτιστική προβολή της Ελλάδος στο εξωτερικό και η προβολή του ελληνικού πνεύματος και πολιτισμού στο διεθνές πεδίο”, έχει στις **αρμοδιότητές της** :

- Το διακρατικό συμβατικό πλαίσιο δηλ. την διαπραγμάτευση, υπογραφή και παρακολούθηση της εκτέλεσης των διμερών Μορφωτικών Συμφωνιών και των Εκτελεστικών Προγραμμάτων αυτών,
- την πραγματοποίηση πολιτιστικών ανταλλαγών εκτός Προγραμμάτων,
- την παρακολούθηση Πολιτιστικών και Επιστημονικών Ιδρυμάτων και Επιτροπών (όπως π.χ. το Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού, το Ινστιτούτο

Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών Μελετών στη Βενετία, το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών),

- τις σχέσεις της Ελλάδας με την UNESCO,
- την παροχή και παρακολούθηση των υποτροφιών,
- την ενίσχυση των Εδρών Ελληνικών Σπουδών σε Πανεπιστήμια του εξωτερικού και την παρακολούθηση των σχέσεων της Ελλάδας με τις άλλες χώρες στον τομέα της επιστημονικής έρευνας και της τεχνολογίας.

Περαιτέρω, η Διεύθυνση :

**α) Ασχολείται** με θέματα :

- Κοινωνίας των Πολιτών και Διεθνών Συνεργασιών των Ο.Τ.Α. α' και β' βαθμού (μέσω των αδελφοποιήσεων Δήμων, Νομαρχιών και Σχολείων), ενώ αποτελεί συνδετικό κρίκο, τόσο μεταξύ των διαφόρων Δ/νσεων της Κεντρικής Υπηρεσίας, όσο και μεταξύ των Αρχών εξωτερικού, καθώς και με τα συναρμόδια Υπουργεία και τους εποπτευόμενους από αυτά φορείς.

**β) Παρακολουθεί** θέματα :

- περιφερειακών πολυμερών πολιτιστικών σχημάτων (Δίκτυο ΥΠ.ΠΟ Ν.Α. Ευρώπης, ΟΣΕΠ, ASEM, Συμβούλιο της Ευρώπης (Πολιτιστικές Διαδρομές), Ευρωμεσογειακή Συνεργασία, κ.ο.κ.),
- Διαπολιτισμικού Διαλόγου,

**γ) Ενισχύει**, σύμφωνα πάντα με τις υφιστάμενες δυνατότητες και ενίοτε **(συν)διοργανώνει** πολιτιστικές εκδηλώσεις και δράσεις που στοχεύουν στην ανάδειξη και προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό.

Συστατικά στοιχεία των εν λόγω δράσεων αποτελούν η *δημιουργικότητα* και η *καινοτομία*, ενώ καταβάλλεται προσπάθεια για την, κατά το δυνατόν, καλύτερη προβολή και ανάδειξη της διαχρονίας και ιστορικής συνέχειας του Ελληνικού Πνεύματος και του Πολιτισμού και της διασύνδεσης της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς με το ευρύ φάσμα της σύγχρονης Ελληνικής πολιτιστικής δημιουργίας, καθώς και της αξιοποίησης των αμφίδρομων πολιτιστικών συγγενειών μας με άλλα κράτη.

Υπό το φως των ανωτέρω, γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι το δίκτυο των 140 περίπου Αρχών εξωτερικού, η κτηθείσα εμπειρία και τεχνογνωσία, σε συνδυασμό με το πολιτικό “φιλτράρισμα” (προσέγγιση) των συναρμοδίων Πολιτικών Διευθύνσεων της Κεντρικής Υπηρεσίας του ΥΠΕΞ, αποτελούν ένα πολύτιμο χρηστικό εργαλείο αμφίδρομης παροχής και λήψης έγκυρων στοιχείων για τον, κατά το δυνατόν, ορθότερο σχεδιασμό, ανάλυση, προγραμματισμό, υλοποίηση και αξιολόγηση των τεθέντων στόχων. Προς τούτο, έχει θεσμοθετηθεί η εκπροσώπηση του ΥΠΕΞ σε συγκεκριμένα Υπουργεία, μεταξύ αυτών και στο Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων, Πολιτισμού & Αθλητισμού, μέσω των “Συνδέσμων” ή Διπλωματικών Συμβούλων στα οικεία Γραφεία Υπουργών. Στα ανωτέρω θα πρέπει να συνεκτιμηθεί η ιδιαίτερη κινητικότητα που αναπτύσσουν κράτη εντός του γεωπολιτικού ενδιαφέροντός μας, στο πλαίσιο της παγκόσμιας αναδιανομής ισχύος και της αντιμετώπισης δυνητικά ασύμμετρων, μή συμβατικών απειλών.

Εκτιμώντας πως ο Πολιτισμός αποτελεί *παράγοντα εθνικής ισχύος* και το *απόλυτο συγκριτικό πλεονέκτημα* της χώρας μας στο πεδίο των διεθνών σχέσεων, θεωρούμε πως πλέον η πολιτιστική διάσταση θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη κατά την άσκηση μίας πολυκεντρικής δημιουργικής διπλωματίας και να αποτελεί ουσιαστικό και βασικό πυλώνα της, έτσι ώστε η *συνέργεια*, μεταξύ άλλων με την οικονομική, ψηφιακή, αθλητική, αναπτυξιακή, εκκλησιαστική και δημόσια διπλωματία να δημιουργεί υψηλή *πολιτική “προστιθέμενη αξία”* και τους απαραίτητους αυτούς όρους ευρύτερης κατανόησης και θετικής αντιμετώπισης των εθνικών μας θέσεων από τη διεθνή κοινότητα, ιδιαίτερα κατά την παρούσα δυσμενή οικονομική και διεθνή συγκυρία, η οποία έχει επηρεάσει αρνητικά (και) στο επικοινωνιακό πεδίο την Ελλάδα.

Προς τούτο θα πρέπει με καινοτόμες και *δημιουργικές ιδέες* να μετατρέψουμε την κρίση σε πρόκληση για ένα παραγωγικό μέλλον, όπου η χώρα μας θα αξιοποιήσει κάθε διαθέσιμο συγκριτικό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημά της και θα ανακτήσει την τρωθείσα αυτοπεποίθησή της, που αποτελεί σημαντικό διπλωματικό κεφάλαιο.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Τζανάκης, Δημήτριος, «Εξωτερική πολιτική: η πολιτιστική διάσταση και η περίπτωση της Ελλάδας», στην ημερίδα «Προοπτική και πολιτισμός: η σημασία της στρατηγικής σε τρεις τομείς του πολιτισμού», Σπίτι της Κύπρου-Πρεσβεία Κύπρου, Αθήνα 18 Φεβρουαρίου 2013

Φορείς της ελληνικής πολιτιστικής διπλωματίας με άλλες χώρες είναι το Υπουργείο Εξωτερικών, το Υπουργείο Πολιτισμού, το Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού, η Γενική Γραμματεία Απόδημου Ελληνισμού, ο Οργανισμός Προβολής Ελληνικού Πολιτισμού και τα Πνευματικά Ιδρύματα ελληνικού ενδιαφέροντος στο εξωτερικό. Σε πολυμερές επίπεδο πραγματοποιείται στο πλαίσιο της Unesco, της Ευρωπαϊκής Ένωσης και διάφορων άλλων οργανισμών. Περιφερειακή πολιτιστική διπλωματία αποτελεί ο Πολιτιστικός διάλογος Βαλκανικών χωρών (SEECF), ο Πολιτιστικός διάλογος Ευρώπης-Ασίας (ASEM), ο Οργανισμός Αμερικανικών Κρατών και η Ευρωπαϊκή Μεσογειακή Συνεργασία FORUM. Οι ρίζες του νεοελληνικού πολιτισμού βρίσκονται στον ελληνικό διαφωτισμό-Ρήγα Φεραίο-Αδαμάντιο Κοραή-Ιωάννη Καποδίστρια, στους εκπροσώπους της νεοελληνικής λογοτεχνίας και στα ιδεολογικοπολιτιστικά ρεύματα στη νεότερη Ελλάδα.

#### **4.2. Η ΓΑΣΤΡΟΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Στην ελληνική αρχαιότητα εκτός από το καθημερινό δείπνο (βραδινό γεύμα) υπήρχε και το δειπνούμενο γεύμα με φίλους ή γνωστούς που ονομάζονταν "*συμπόσιο*" ή "*εστίαση*" που σήμερα λέγεται συνεστίαση. Υπήρχαν και δείπνα όπου οι συμμετέχοντες συνεισέφεραν ή οικονομικά, ή με τρόφιμα, τα οποία και λέγονταν "*συμβολές*". Ο Όμηρος τα αποκαλεί "*εράνους*", ενώ γνωστές είναι οι αρχαίες σχετικές φράσεις "*δειπνείν από συμβολών*", ή "*δείπνον από σπυρίδος*".

Το συμπόσιον (λέξη που σημαίνει «συνάθροιση ανθρώπων που πίνουν») αποτελούσε έναν από τους πιο αγαπημένους τρόπους διασκέδασης των Ελλήνων. Περιελάμβανε δύο στάδια: το πρώτο ήταν αφιερωμένο στο φαγητό, που σε γενικές γραμμές ήταν λιτό, ενώ το δεύτερο στην κατανάλωση ποτού. Στην πραγματικότητα, οι αρχαίοι έπιναν κρασί και μαζί με το γεύμα, ενώ τα διάφορα ποτά συνοδεύονταν από μεζέδες (τραγήματα): κάστανα, κουκιά, ψημένοι κόκκοι σίτου ή ακόμη γλυκίσματα από μέλι, που είχαν ως στόχο την απορρόφηση του οινοπνεύματος ώστε να επιμηκυνθεί ο χρόνος της συνάθροισης.

Το δεύτερο μέρος ξεκινούσε με σπονδή, τις περισσότερες φορές προς τιμή του Διονύσου. Κατόπιν οι παριστάμενοι συζητούσαν ή έπαιζαν διάφορα επιτραπέζια

παιχνίδια, όπως ο κότταβος. Συνεπώς τα άτομα έμεναν ξαπλωμένα σε ανάκλιντρα (κλίναι), ενώ χαμηλά τραπέζια φιλοξενούσαν τα φαγώσιμα και τα παιχνίδια. Χορεύτριες, ακροβάτες και μουσικοί συμπλήρωναν την ψυχαγωγία των παρευρισκομένων. Ένας «βασιλιάς του συμποσίου» ο οποίος εκλεγόταν στην τύχη αναλάμβανε να υποδεικνύει στους δούλους την αναλογία κρασιού και νερού κατά την προετοιμασία των ποτών.

Εντελώς απαγορευμένο στις γυναίκες, με εξαίρεση τις χορεύτριες και τις εταίρες, το συμπόσιο ήταν ένα σημαντικότατο μέσο κοινωνικοποίησης στην Αρχαία Ελλάδα. Μπορούσε να διοργανωθεί από έναν ιδιώτη για τους φίλους ή για τα μέλη της οικογένειάς του, όπως ακριβώς συμβαίνει και σήμερα με τις προσκλήσεις σε δείπνο. Μπορούσε επίσης να αφορά τη μάζωξη μελών μιας θρησκευτικής ομάδας ή μιας εταιρείας (ενός είδος κλειστού κλαμπ για αριστοκράτες). Τα πολυτελή συμπόσια προφανώς προορίζονταν για τους πλούσιους, ωστόσο στα περισσότερα σπιτικά θρησκευτικές ή οικογενειακές γιορτές αποτελούσαν αφορμή για δείπνο, έστω και μετριοπαθέστερο.

Το συμπόσιο ως πρακτική εισήγαγε κι ένα πραγματικό λογοτεχνικό ρεύμα: το «Συμπόσιον» του Πλάτωνα, το ομώνυμο έργο του Ξενοφώντα, «*Το Συμπόσιον των Επτά Σοφών*» του Πλουτάρχου και οι «*Δειπνοσοφισταί*» του Αθήναιου αποτελούν χαρακτηριστικά έργα.

Οι **Δειπνοσοφισταί** είναι δεκαπεντάτομο έργο του αρχαίου Έλληνα Αθήναιου από την Ναυκρατίδα. Πρωταγωνιστές του είναι αρχαίοι Έλληνες γραμματικοί, λεξικογράφοι, ρήτορες, σοφιστές, μουσικοί και άλλοι φιλόσοφοι. Στους *Δειπνοσοφιστές* ο Αθήναιος διηγείται στον φίλο του Τιμοκράτη όσα ειπώθηκαν σε ένα συμπόσιο που είχε παραθέσει ο πλουσιότατος και πολυμαθέστατος Ρωμαίος Λαρήνσιος. Το έργο χαρακτηριστικό εγχειρίδιο γαστρονομίας είναι ένας πανδέκτης εγκυκλοπαίδειας και μια σύνθεση από αλλεπάλληλες καταγραφές παραθεμάτων από εκατοντάδες συγγραφείς. Υπάρχουν ακόμα και κείμενα για το κρασί, τα σύκα, τα μήλα, τα καρύδια κλπ. Πρόκειται για συλλογή διαλόγων που γίνονται από τους θαμώνες συμποσίων στο σπίτι του λόγιου και εύπορου χορηγού των τεχνών, Λαρένσιου. Από τους τριάντα τρεις καλεσμένους αναφέρονται ονομαστικά οι Γαληνός, ο νομομαθής Ουλπιανός, Πλούταρχος, ο κυνικός Κυνούλκος, που λεγόταν

έτσι γιατί έσερνε πίσω του πολυάριθμα σκυλιά, αλλά ίσως να πρόκειται για φαντασιακά πρόσωπα που απλώς ονομάζονται έτσι. Οι ομιλούντες απαγγέλλουν στίχους από έργα σχεδόν 700 αρχαίων Ελλήνων και μνημονεύουν σχεδόν 1.500 άλλα έργα που στις ημέρες μας δεν σώζονται. Θέματα είναι το φαγητό, κρασί, η πολυτέλεια, μουσική, σεξουαλική ηθική, τα κουτσομπολιά, η φιλολογία και η Αφροδίτη

Καλλίπυγος.

Από την αρχαιότητα έως τις μέρες μας το ελαιόλαδο και η ελιά μπορούν να χαρακτηριστούν ως τα κατεξοχήν Ελληνικά, δυναμικά προϊόντα, με τις μεγαλύτερες δυνατές προοπτικές διεύρυνσης και επέκτασης της καλλιέργειας τους και για αυτό το λόγο, αποκόμισης της μεγαλύτερης δυνατής προστιθέμενης αξίας. Στο πλαίσιο αυτό, το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων προχώρησε στη λήψη μέτρων, κοινοτικού και εθνικού χαρακτήρα, συνολικού ποσού 236 εκατ. ευρώ, εκ των οποίων η δημόσια δαπάνη είναι του ύψους των 145 εκατ. ευρώ, που στοχεύουν στην προβολή και προώθηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων από την προώθηση αλλά και από την επέκταση της καλλιέργειας με ικανοποιητικούς όρους των προϊόντων ελιάς και ελαιολάδου.

Παράλληλα, τα μέτρα αυτά προσπαθούν να θεραπεύσουν και προβλήματα που παρατηρήθηκαν τα τελευταία χρόνια, όπως αυτά της νοθείας ή όπως αυτά της διάθεσης του χύμα ελαιολάδου, αντί της διάθεσης τυποποιημένου ελαιολάδου, καθώς το τυποποιημένο ελαιόλαδο που εξάγεται, είναι μόνο το 6% του εξαγόμενου ελαιολάδου και αυτό αποτελεί ένα μεγάλο πρόβλημα.

Ακόμη, την ευκαιρία για την ανάδειξη των πλεονεκτημάτων και τη διάθεση με ευνοϊκούς όρους σε άλλες αγορές, δίνει το πρόγραμμα «ΚΕΡΑΣΜΑ» του Οργανισμού Προώθησης Εξαγωγών (ΟΠΕ), μέσα από το οποίο το ελληνικό ελαιόλαδο παρουσιάζεται και σε εύπορες κοινωνικές, ακόμα και στα πέρατα της υφελίου ακόμα και στην Άπω Ανατολή, παρέχει τις μεγαλύτερες προοπτικές επιτυχίας και προώθησης της διάθεσης του προϊόντος.<sup>16</sup>

Στην ευρωπαϊκή ένωση υπάρχουν τρία συστήματα για την προώθηση και την προστασία των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων ποιότητας:

---

<sup>16</sup> <http://www.dimokratis.gr>

ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης): αφορά τα γεωργικά προϊόντα των οποίων η παραγωγή, η μεταποίηση και η επεξεργασία γίνονται σε μια οριοθετημένη περιοχή, με αναγνωρισμένη και αποδεδειγμένη τεχνογνωσία. Η κατοχύρωση των ΠΟΠ ως μιας ξεχωριστής ομάδας προϊόντων έγινε γιατί το φυσικό περιβάλλον είναι βασικός παράγοντας διαμόρφωσης των προϊόντων, επιδρά άμεσα και τους δίνει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (πχ αυγοτάραχο Μεσολογγίου, μαστίχα Χίου, κρόκος Κοζάνης, μήλα Ζαγοράς, φιστίκια Αιγίνης, ροδάκινα Νάουσας)

ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη): η συγκεκριμένη ένδειξη αναγνωρίζει γεωργικά προϊόντα των οποίων η φήμη μπορεί να αποδοθεί στη γεωγραφική προέλευσή τους και στην οποία πραγματοποιείται τουλάχιστον η παραγωγή, η μεταποίηση ή η επεξεργασία τους (πχ ακτινίδια Πιερίας, κουμ κουάτ Κέρκυρας, φασόλια γίγαντες Καστοριάς, φιστίκια Αιγίνης, ροδάκινα Νάουσας)  
ωση υπάρχουν τρία συστήματα για την προώθηση και την προστασία των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων ποιότητας.

ΕΠΠΕ (Ειδικό Παραδοσιακό Προϊόν Εγγυημένο): το σήμα αυτό αφορά τα προϊόντα των οποίων η σύνθεση ή και ο τρόπος παραγωγής τους, έχουν μακρόχρονη ιστορία και ενσωματώνουν τα ήθη και τα έθιμα του λαού που τα παράγει. Με άλλα λόγια, το σήμα αναδεικνύει την παραδοσιακή σύσταση ενός προϊόντος ή τον παραδοσιακό τρόπο παραγωγής του (π.χ. Πηλιορείτικο γλυκό κουταλιού φιρίκι).<sup>17</sup>

Με στόχο την ενημέρωση των Ελλήνων παραγωγών και εξαγωγέων για την προώθηση των προϊόντων τους σε αγορές του εξωτερικού, αλλά και την προβολή της υψηλής διατροφικής και γευστικής αξίας τους, το υπουργείο Εξωτερικών ανάρτησε στην πύλη Οικονομικής Διπλωματίας AGORA, κατάλογο καταστημάτων εκλεκτών τροφίμων (delicatessen) από συνολικά 70 χώρες.

Όπως επισημαίνει σε σχετική ανακοίνωση το υπουργείο Εξωτερικών, τα καταστήματα εκλεκτών τροφίμων αναδεικνύονται σε ιδανικό διάυλο προώθησης προϊόντων υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών και ως τέτοια κατατάσσονται ψηλά στις

---

<sup>17</sup> European Commission. (2010). PDO and PGI agricultural products. *European Qualifications Framework*

προτιμήσεις των καταναλωτών, ειδικά εκείνων που ανήκουν στα υψηλότερα εισοδηματικά στρώματα.

Σε αυτήν την κατεύθυνση, το υπουργείο Εξωτερικών θα καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια, μέσω του εκτεταμένου δικτύου αρχών στο εξωτερικό και κυρίως με τα Γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων, με γνώμονα την άριστη ποιότητα των ελληνικών τροφίμων και ποτών και την αυξανόμενη ζήτηση γι' αυτά σε χώρες του εξωτερικού.

Τα στοιχεία για την κατάρτιση του καταλόγου, που περιέχει καταστήματα από τις μεγαλύτερες αγορές του εξωτερικού, συλλέχθηκαν από τις ελληνικές αρχές στο εξωτερικό (Γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων, πρεσβείες και προξενεία).<sup>18</sup>

Η ελληνική κουζίνα είναι πολύ ιδιαίτερη και διαφορετική, παρόλο που υπάρχουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ των γαστρονομικών παραδόσεων των διαφόρων περιοχών στο εσωτερικό της χώρας, υπάρχουν επίσης και πολλές διαφορές, γεγονός που καθιστά δύσκολο να παρουσιάσει έναν πλήρη κατάλογο των αντιπροσωπευτικών πιάτων.

Ο κατάλογος (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ) παρουσιάζει μερικά από τα πιο αντιπροσωπευτικά ελληνικά πιάτα που μπορούν να βρεθούν σε όλη τη χώρα και τα πιο δημοφιλή από τους τοπικούς φορείς.

Σημείο συνάντησης των τουριστών, μετά τις ξενοδοχειακές μονάδες, είναι τα παραδοσιακά ελληνικά εστιατόρια, δηλαδή οι ταβέρνες. Αυτός είναι και ο λόγος που οι ταβέρνες στην πρωτεύουσα, στα ελληνικά νησιά και στις υπόλοιπες περιοχές της χώρας βρίσκονται στο επίκεντρο της προσοχής του τουριστικού κλάδου. Οι ταβέρνες χρησιμοποιούν τρόφιμα που υπάγονται στην ελληνική μεσογειακή διατροφή, δηλαδή μεσογειακά τρόφιμα.

---

<sup>18</sup> [www.newsbeast.gr/financial/arthro/2104359](http://www.newsbeast.gr/financial/arthro/2104359)

## 5. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η εθιμοτυπία στα επίσημα γεύματα και τα δείπνα της Ελληνικής Βουλής περιλαμβάνει: Τοποθέτηση των σκευών στο τραπέζι. Το τραπέζι αποτελεί ένα πολύ σημαντικό σημείο συνάντησης για την οικογενειακή, κοινωνική και επαγγελματική ζωή. Έχει επομένως μεγάλη σημασία η ορθή και καλαίσθητη εμφάνιση κάθε είδους τραπεζιού.

Το τραπεζομάντιλο είθισται να είναι λευκό και να πέφτει περίπου 30 έως 40 εκ. Τα λουλούδια ή τα κηροπήγια (τα οποία χρησιμοποιούνται μόνο το βράδυ) δεν πρέπει να είναι πολύ ψηλά, για να μην εμποδίζεται η επικοινωνία μεταξύ των καλεσμένων, ενώ τα κεριά καλό είναι να ανάβονται λίγο πριν από την άφιξη των καλεσμένων. Επισημαίνεται ότι ποτέ δεν τοποθετούνται σημαίες στο τραπέζι φαγητού. Το στρώσιμο του τραπεζιού ακολουθεί τους εξής κανόνες: η πετσέτα φαγητού τοποθετείται μέσα στο πιάτο ή δεξιά του, μετά τα μαχαίρια και το κουτάλι, εάν σερβίρεται σούπα, τα μαχαίρια (κρέατος ή ψαριού) τοποθετούνται δεξιά του πιάτου, με την κόψη προς το πιάτο, τα πιρούνια τοποθετούνται αριστερά του πιάτου και είναι τόσα όσα και τα φαγητά που τρώγονται με πιρούνι, ξεκινάμε να χρησιμοποιούμε τα μαχαιροπίρουνα με πρώτα εκείνα που βρίσκονται στην εξωτερική πλευρά του πιάτου, το πιατάκι του ψωμιού τοποθετείται λίγο πιο πάνω από τα πιρούνια, Επισημαίνεται ότι το ψωμί και το νερό σερβίρονται πριν καθίσουν οι καλεσμένοι, το πιάτο με τη σαλάτα τοποθετείται αριστερά από την πλευρά των πιρουνιών. Τονίζεται ότι η σαλάτα και η σούπα σερβίρονται έτοιμα στο πιάτο κάθε καλεσμένου, τα μαχαιροπίρουνα φρούτου ή γλυκού τοποθετούνται μπροστά από το πιάτο. Το μαχαιράκι ή το κουταλάκι τοποθετούνται με τη λαβή δεξιά και το πιρουνάκι με τη λαβή αριστερά, τα ποτήρια τοποθετούνται πίσω από τα μαχαιροπίρουνα του γλυκού, δηλαδή μπροστά από το πιάτο και ελαφρώς δεξιά, με την εξής σειρά: αριστερά, το μεγαλύτερο ποτήρι που είναι συνήθως του νερού. Ακολουθεί το ποτήρι του κόκκινου κρασιού και δίπλα το ποτήρι του λευκού (συνήθως, όμως, τοποθετείται μόνο ένα ποτήρι για κρασί). Εάν υπάρχει αφρώδες κρασί, τότε τοποθετείται το ποτήρι flute αμέσως πίσω από τα υπόλοιπα ποτήρια, η ένδειξη θέσης (μικρή καρτέλα με το όνομα) τοποθετείται πίσω από τα μαχαιροπίρουνα του φρούτου ή του γλυκού, το πιπέρι και το αλάτι τοποθετούνται από

την αρχή στο τραπέζι, ενώ δεν τοποθετούνται ποτέ από την αρχή μπουκάλια νερού ή κρασιού (ούτε λαδόξιν), διότι σερβίρονται από τους σερβιτόρους.

Το μενού τοποθετείται επάνω στο τραπέζι, στην αριστερή πλευρά των προσκεκλημένων. Υπάρχουν διαφόρων ειδών σχέδια μενού. Στη Βουλή συνηθίζεται στο εξωτερικό φύλλο να υπάρχει πίνακας από τη Συλλογή Έργων Τέχνης της Βουλής και στο κάτω μέρος το λογότυπο. Στη δεξιά εσωτερική σελίδα, αναγράφεται το ονοματεπώνυμο του προσκεκλημένου προς τιμήν του οποίου παρέχεται το γεύμα ή το δείπνο, το όνομα του καλούντος, και κάτω η ημερομηνία. Στη δεύτερη εσωτερική αριστερή σελίδα, κάτω αριστερά, αναγράφεται το όνομα και το είδος του κρασιού. Στην εσωτερική δεύτερη δεξιά σελίδα αναγράφεται αναλυτικά το μενού. Γενικά, τα προσφερόμενα εδέσματα πρέπει να είναι απλά. Συνήθως ο φιλοξενούμενος, πριν δεχθεί την πρόσκληση, είναι σωστό να ερωτηθεί εάν έχει κάποιο διατροφικό πρόβλημα (π.χ. αλλεργία στο ψάρι), εάν είναι χορτοφάγος, εάν η θρησκεία του απαγορεύει κάποια εδέσματα, ή αν απαιτεί ειδικό τρόπο μαγειρέματος π.χ. εβραϊκή παράδοση, ινδουιστική, μουσουλμανική κ.λπ.

Το σερβίρισμα γίνεται με την πιατέλα, πάντοτε από την αριστερή πλευρά, και ο προσκεκλημένος σερβίρεται μόνος του, ή υποβοηθείται από το σερβιτόρο. Μετά την κατανάλωση του φαγητού, ο σερβιτόρος αποσύρει το χρησιμοποιημένο πιάτο από τη δεξιά πλευρά και αμέσως από την αριστερή πλευρά τοποθετείται νέο πιάτο. Καλό είναι να μη μένει άδειος ο χώρος. Τα ποτά σερβίρονται πάντα από τη δεξιά πλευρά. Στα φαγητά προσφέρεται πάντα και δεύτερος γύρος και εναπόκειται στους φιλοξενούμενους να αποδεχθούν ή όχι.

Αριστερή πλευρά: σερβίρισμα και τοποθέτηση νέου πιάτου. Δεξιά πλευρά: αφαίρεση χρησιμοποιημένου πιάτου και σερβίρισμα κρασιού. Πρώτα σερβίρονται οι κυρίες. Αρχίζουμε από την κυρία που κάθεται δεξιά του οικοδεσπότη, συνεχίζουμε με την κυρία που βρίσκεται στην αριστερή πλευρά και τελευταία σερβίρεται η οικοδέσποινα. Με το ίδιο κριτήριο σερβίρονται και οι κύριοι. Πρώτος σερβίρεται ο κύριος που κάθεται δεξιά της οικοδέσποινας, ακολούθως εκείνος που κάθεται αριστερά της και τελευταίος ο οικοδεσπότης. Εξάιρεση αποτελεί το κρασί, το οποίο σερβίρεται πρώτα στον οικοδεσπότη, ο οποίος το δοκιμάζει και το εγκρίνει, στη συνέχεια στη κυρία που κάθεται δεξιά του, έπειτα σε εκείνη που κάθεται αριστερά του κ.ο.κ. Σε επίσημα

γεύματα με πολλά τραπέζια, καλό είναι το σερβίρισμα να γίνεται ταυτόχρονα σε όλα τα τραπέζια. Αν αυτό δεν είναι δυνατόν, τότε πρέπει να ακολουθηθεί η σειρά προβαδίσματος.

Εάν υπάρχει διερμηνέας στο τραπέζι και το δείπνο είναι επίσημο, ο διερμηνέας κάθεται σε καρέκλα ή σκαμπό, μία θέση πιο πίσω και μεταξύ των επισήμων. Δεν σερβίρεται και μεταφράζει όποτε χρειαστεί. Εάν το δείπνο δεν είναι πολύ επίσημο, ο διερμηνέας ή οι διερμηνείς κάθονται κανονικά στο τραπέζι και δίπλα σε εκείνους για τους οποίους απαιτείται η μετάφραση. Η λύση αυτή προσδίδει δημοκρατικό χαρακτήρα, αλλά πολλά κράτη δεν το επικροτούν. Ο διερμηνέας είναι επαγγελματίας και ασκεί εκείνη τη στιγμή τα καθήκοντά του. Όταν όμως είναι στο τραπέζι, σερβίρεται κανονικά, έστω και αν δεν θα πρέπει να καταναλώσει το φαγητό του. Στην περίπτωση αυτή, πρέπει να ενημερώνεται ο σερβιτόρος ότι πρόκειται για το διερμηνέα.

Η πρόποση είναι προτιμότερο να γίνεται στο τέλος του φαγητού και του γλυκού, πριν από τον καφέ, σε στιγμή χαλάρωσης. Κατά την πρόποση, δεν τσουγκρίζουμε τα ποτήρια, παρά μόνο σηκώνουμε το ποτήρι μας και ο οικοδεσπότης απευθύνει λίγα λόγια στον φιλοξενούμενο. Υπάρχουν περιπτώσεις που η πρόποση γίνεται στην αρχή λόγω παρουσίας δημοσιογράφων κ.λπ., προκειμένου μεταδοθεί έγκαιρα η συνάντηση των υψηλών προσκεκλημένων στα ΜΜΕ.

Βασικός κανόνας καλής συμπεριφοράς είναι η συνέπεια του ωραρίου. Ποτέ δεν φθάνουμε στο τραπέζι καθυστερημένοι, ούτε και απεριποίητοι. Ο άνδρας δεν βγάζει το σακάκι του (μόνο σε φιλικό ή ανεπίσημο τραπέζι). Οι γενικοί κανόνες συμπεριφοράς προβλέπουν να ακολουθείται η σειρά της οικοδέσποινας. Το φαγητό αρχίζει με πρώτη την οικοδέσποινα, ενώ οι συνδαιτυμόνες δεν σηκώνονται από το φαγητό παρά μόνο αφού σηκωθεί η ίδια. Δεν ευχόμαστε «καλή όρεξη» στην αρχή του γεύματος και κατά τη διάρκεια δεν ακουμπάμε τους αγκώνες μας στο τραπέζι. Κόβουμε το ψωμί με το χέρι μας, δεν το τρίβουμε κομματάκια, δεν παίζουμε με τα μαχαιροπί-ρουνα, ούτε χρησιμοποιούμε οδοντογλυφίδες. Η στάση στην καρέκλα πρέπει να είναι με όρθια την πλάτη, χωρίς να σκύβουμε το πρόσωπό μας μέσα

στο πιάτο· δηλαδή πλησιάζουμε την τροφή στο στόμα και όχι το αντίθετο. Δεν τσουγκρίζουμε τα ποτήρια, παρά μόνο μεταξύ φίλων, μπορεί όμως να σηκώνουμε το ποτήρι, κοιτάζοντας τους οικοδεσπότες.

Οι συζητήσεις είναι καλό να διεξάγονται σε ήπιους τόνους, χωρίς έντονες αντιπαραθέσεις. Αποτελεί ένδειξη αρετής να ακούμε προσεκτικά το συνομιλητή μας, έχοντας υπόψη ότι το να ακούμε με υπομονή μια διαφορετική άποψη από τη δική μας υποδεικνύει ανοικτό μυαλό, μεγάλη σιγουριά και εμπιστοσύνη στον εαυτό μας (μπορούμε να έχουμε, άλλωστε, κατά νου την ιταλική ρήση «άκου πολύ, μίλα λίγο, σχολίασε ακόμα λιγότερο»). Φροντίζουμε να αλλάζουμε θέμα συζήτησης, όταν απαιτείται, προκειμένου να μη δημιουργηθεί βαριά ατμόσφαιρα. Μιλάμε για απόντες μόνο με θετικά σχόλια, διότι τα αρνητικά υποδεικνύουν πνευματική μιζέρια και κοινωνική κατωτερότητα. Αποφεύγουμε να μιλάμε για δικά μας προσωπικά, οικονομικά, και γενικά πάσης φύσεως προβλήματα που δεν επιτρέπεται να κοινοποιούνται σε μια ανοικτή συνάντηση. Μιλάμε με όλους τους συνδαιτυμόνες και όχι μόνο με τους διπλανούς μας. Σε πολιτικές συζητήσεις, καλό είναι να προσέχουμε τα λόγια μας. Η πολιτική συχνά προκαλεί μεγάλα πάθη και έντονα αισθήματα· δεν χρειάζεται να χρησιμοποιούμε βαριές εκφράσεις για πολιτικούς ή κόμματα, οι ιδέες τους είναι σεβαστές, οι πράξεις τους εξάλλου κρίνονται από τα αποτελέσματα. Σε ένα τραπέζι παρευρισκόμαστε για κάποιο λόγο οπωσδήποτε όμως όχι να δικάσουμε. Η χρήση του κινητού πρέπει να αποφεύγεται την ώρα του φαγητού. Καλό όμως είναι να το χρησιμοποιήσουμε την επομένη, για να ευχαριστήσουμε την οικοδέσποινα (σε φιλικά δείπνα), ή για να στείλουμε μια ανθοδέσμη με λίγα ευγενικά λόγια ευχαριστίας! Στο τέλος του φαγητού τοποθετούμε τα μαχαιροπίρουνα παράλληλα στο μέσο του πιάτου και ελαφρώς δεξιά και δεν αναδιπλώνουμε τη χρησιμοποιημένη πετσέτα, την τοποθετούμε τσαλακωμένη στην αριστερά πλευρά του τραπεζιού. Η οικοδέσποινα, αφού παρατηρήσει ότι οι καλεσμένοι τελείωσαν το φαγητό, σηκώνεται πρώτη, δίνοντας έτσι το σήμα να σηκωθούν όλοι από το τραπέζι. Γενικότερα, εάν υπάρχει σημαντικός καλεσμένος, προσπαθούμε να μη φύγουμε πριν από εκείνον και, συνήθως, πρέπει να περάσει τουλάχιστον μισή ώρα μετά το τέλος του φαγητού. Εάν κάποιος από τους προσκεκλημένους πρέπει να αναχωρήσει νωρίς, το γνωστοποιεί στην οικοδέσποινα και αναχωρεί διακριτικά, χωρίς να χαιρετίσει.

Είναι ένδειξη ευγένειας ο σεβασμός των συνηθειών των φιλοξενουμένων, όπως επίσης και η συνεπής και ευγενής συμπεριφορά κατά τη διάρκεια συναντήσεων

ή τελετών σε περιβάλλον διαφορετικής παράδοσης. Είναι λοιπόν χρήσιμο να γνωρίζουμε ορισμένους βασικούς κανόνες διαφορετικών θρησκειών.

#### Εβραϊκή παράδοση

Σύμφωνα με τους κανόνες της εβραϊκής θρησκείας, δεν επιτρέπεται το χοιρινό κρέας –ούτε και προϊόντα προερχόμενα από αυτό–, κρέας αλόγου, καμήλας, κουνέλι και λαγός, καθώς και ψάρια χωρίς λέπια (π.χ. χέλια, θαλασσινά, μαλάκια-σαλιγκάρια αχιβάδες καλαμάρια). Το κρέας και τα φαγητά πρέπει να μαγειρεύονται σύμφωνα με τους κανόνες kosher, όπως επίσης και η ζύμωση των τυριών. Τα σταφύλια συλλέγονται και το κρασί ζυμώνεται και πάλι βάσει των κανόνων kosher. Απαγορεύονται τα άψητα κρέατα, διότι θεωρούνται σύμβολο ζωής. Στο ίδιο γεύμα δεν πρέπει να αναμειγνύονται κρέας και γάλα. Τα φρούτα καταναλώνονται μόνο αν το δέντρο έχει κλείσει τρία χρόνια ζωής. Κατά τη λεγόμενη ημέρα του Kipur (ημέρα εξιλασμού), γίνεται νηστεία ακόμη και νερού, διότι θεωρείται επέτειος της πτώσης της Ιερουσαλήμ και της καταστροφής των ναών.

#### Ισλαμική παράδοση

Η μουσουλμανική θρησκεία δεν επιτρέπει την κατανάλωση χοιρινού κρέατος, όπως και προϊόντων που προέρχονται από αυτό. Επίσης δεν επιτρέπονται το μαγείρεμα με αλκοόλ ή φαγητά τα οποία εμπεριέχουν αλκοόλ, καθώς και ψάρια χωρίς λέπια. Από την ανατολή μέχρι τη δύση του ήλιου, κατά τη διάρκεια του Ραμαζανίου, γίνεται νηστεία. Την Παρασκευή δεν επιτρέπεται οποιαδήποτε δραστηριότητα. Οι προσευχές τελούνται πέντε φορές την ημέρα, από την ανατολή μέχρι τη δύση, σε συγκεκριμένους χώρους, οι οποίοι δεν φέρουν στολισμούς. Για να εισέλθει κανείς σε αυτούς πρέπει να βγάλει τα παπούτσια του. Κατά το χαιρετισμό, ο άντρας δεν έχει επαφή με τη γυναίκα. Οι ακραίοι υποστηρικτές, μάλιστα, ζητούν οι γυναίκες να είναι καλυμμένες και δεν τους απλώνουν καν το χέρι. Δεν υπάρχουν κατοικίδια ζώα και η επαφή με αυτά θεωρείται ακάθαρτη. Δεν προσφέρονται λουλούδια στις κηδείες, όπως επίσης δεν τοποθετούνται στα φέρετρα. Σε περίπτωση που προσκαλείται κάποιος από χώρα όπου επιτρέπεται η πολυγαμία, μόνο μία από τις συζύγους μπορεί να παρευρεθεί –να σημειωθεί ότι συνήθως οι γυναίκες δεν παρευρίσκονται σε δημόσιες εκδηλώσεις.

### Ινδουιστική παράδοση

Οι ινδουιστές δεν επιτρέπεται να καταναλώνουν βοδινό κρέας, διότι η αγελάδα θεωρείται ιερό ζώο, και συνήθως είναι χορτοφάγοι (με εξαίρεση τα φυτά που μεγαλώνουν κάτω από το χώμα, διότι θεωρούν ότι θα μπορούσαν να φιλοξενούν κάποια ψυχή). Κατά το χαιρετισμό, ο άνδρας δεν τείνει το χέρι του στη γυναίκα.

### Ιαπωνική παράδοση

Οι Ιάπωνες δεν απαντούν ποτέ «όχι» σε κάποια ερώτηση, διότι το θεωρούν πολύ αγενές. Ο χαιρετισμός είναι επίσημος, εξελίσσεται χωρίς φυσική επαφή, αλλά με υποκλίσεις αναλόγως του επιπέδου του συνομιλητή. Σε περίπτωση που προσκαλούμε Ιάπωνες για φαγητό, πρέπει να αποφεύγονται φαγητά ιδιαίτερα πολύπλοκα ενώ η παρουσίασή τους πρέπει να είναι προσεγμένη. Για τους Ιάπωνες, ο τύπος έχει μεγάλη σημασία σε κάθε πτυχή της ζωής τους και αυτό είναι κάτι που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη.

### Χριστιανική παράδοση

Ο χριστιανισμός δεν επιβάλλει ειδικούς και αυστηρούς κανόνες. Για το λόγο αυτό, ο φιλοξενούμενος που είναι χριστιανός δεν θέτει ιδιαίτερα προβλήματα, εκτός τακτών ημερών του έτους για τις οποίες προβλέπονται οι γνωστές καθιερωμένες νηστείες.<sup>19</sup>

Στη διαπολιτισμική επικοινωνία θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη:

- Οι πολιτισμικές διαφορές και η σημασία τους στην αλληλοκατανόηση
- Η επικοινωνία και η κουλτούρα
- Η κατηγοριοποίηση λαών με διαμετρικά αντίθετη κουλτούρα και συμπεριφορά

Υπάρχουν πολλές ποικιλίες τροφίμων που πιστεύεται σε πολλούς λαούς ότι φέρνουν καλοτυχία και θα ήταν σκόπιμο να χρησιμοποιούνται σε γεύματα ως ένδειξη καλής θέλησης.

---

<sup>19</sup> Βαγενά, Χριστίνα (2012), «Σύγχρονο εγχειρίδιο εθνομοτυπίας», Καραπάνου Άννα-Τμήμα εκδόσεων ιδρύματος της Βουλής, Αθήνα

Τα έθιμα ποικίλλουν σε κάθε χώρα, αλλά υπάρχουν και εντυπωσιακές ομοιότητες. Τέτοια τρόφιμα είναι:

**ΣΤΑΦΥΛΙΑ** - το έθιμο ξεκίνησε από την Ισπανία και εξαπλώθηκε στην Πορτογαλία και της αποικίες της όπως τη Βενεζουέλα, Κούβα, Μεξικό, Ισημερινό, Περού, και Βραζιλία.

Πιστεύουν, ότι εάν γευτείς 12 σταφύλια (1 για κάθε μήνα) θα καταλάβεις ποιος μήνας του καινούργιου χρόνου θα είναι “καλός” και ποιος “δύσκολος”, ανάλογα με το πόσο γλυκιά η πικρή είναι η κάθε ρώγα.

**ΛΑΧΑΝΑ - ΣΕΣΚΟΥΛΑ** - στη Δανία, Γερμανία, Αμερική κι άλλες Αγγλοσαξονικές χώρες, μαγειρεύουν σούπες, χρησιμοποιώντας τα, καθώς πιστεύουν ότι τα “φύλλα” τους συμβολίζουν την οικονομική ευημερία και χρήμα.

**ΟΣΠΡΙΑ** - τύχη πιστεύεται ότι φέρνουν όλα τα όσπρια, αλλά ειδικά τα πιο μικρά, καθώς συμβολίζουν τα “κέρματα”, τα μαγειρεύουν σε πολλές χώρες. Στην Ιταλία συνηθίζουν φακές και χοιρινό.

Στη Γερμανία μια σούπα με λουκάνικα χοιρινά και όσπρια.

Στην Βραζιλία φακές με ρύζι.

Στην Ιαπωνία τρώνε τις τρεις πρώτες μέρες του χρόνου μαύρα όσπρια.

Στην Αμερική μαγειρεύουν μαυρομάτικα φασόλια στην κατσαρόλα.

Τα φασόλια -επίσης λόγω πράσινου χρώματος- θυμίζουν τα χρήματα και πιο συγκεκριμένα, τα κέρματα. Είναι λίγο πιο φτηνά βέβαια, από τα μαρούλια και στην συγκεκριμένη περίπτωση, να θυμάστε ότι δεν μετράει το είδος του φασολιού. Μαύρο, άσπρο, πράσινο, σαλάτα ή μαγειρευτό, το σύνθημα είναι: «φασούλι φασούλι, γεμίζει το σακούλι».

**ΨΑΡΙΑ** - στις Βόρειες Ευρωπαϊκές χώρες δεν λείπουν από το Πρωτοχρονιάτικο τραπέζι τα ασημένια ψάρια (όπως η Ρέγγα, η Σαρδέλα, ο Μπακαλιάρος). Το χρώμα και η γυαλάδα της συμβολίζουν το χρήμα και την ευημερία. Στην Κίνα τρώνε ψάρι ολόκληρο, μαζί με το κεφάλι και την ουρά.

ΡΟΔΙΑ - στην Τουρκία το ρόδι συμβολίζει πλούτο, ευημερία, υγεία, και γονιμότητα. Το ανταλλάσσουν με γνωστούς και φίλους και το σκορπουν και το στύβουν πάνω στα φαγητά τους.

ΚΑΛΑΜΠΟΚΟΨΩΜΟ - τρώγεται στην Αμερική, καθώς το χρυσό του χρώμα συμβολίζει τον πλούτο.

ΓΛΥΚΑ - Συνηθίζονται παγκόσμια να προσφέρονται πολλά είδη γλυκισμάτων “κυκλικών”. Ο κύκλος συμβολίζει ολόκληρο το χρόνο

Πάντα είναι στολισμένα μέσα και έξω με ξηρούς καρπούς και αποξηραμένα φρούτα και χυμούς, με μπαχαρικά και αρώματα... Όλα τα υλικά και κάθε ένα ξεχωριστά έχει έναν ειδικό συμβολισμό καλοτυχίας.

Απαγορεύεται ο αστακός γιατί κινείται με την “όπισθεν” και, οποίος δοκιμάσει, θα του πάνε όλα “ανάποδα” .

Απαγορεύεται ό,τι έχει φτερά γιατί η τύχη θα “πετάξει”<sup>20</sup>.

ΜΑΡΟΥΛΙ- Μπορεί να ακούγεται περίεργο αλλά η αιτιολογία έγκειται στο πράσινο χρώμα του, που «αντιπροσωπεύει» -για τους προληπτικούς πάντα- το χρήμα. Άρα όσο περισσότερο μαρούλι καταναλώστε την παραμονή της πρωτοχρονιάς τόσο περισσότερα χρήματα θα βγάλετε τον χρόνο που έρχεται. Αν πάλι κατά τη διάρκεια του χρόνου, διαπιστώσετε ότι όλο αυτό ήταν μύθος, τουλάχιστον θα έχετε «γεμίσει» τον οργανισμό σας με βιταμίνες.

NOODLES ΚΑΙ ΣΙΤΗΡΑ- συμβολίζουν την αφθονία και τη μακροζωία αντίστοιχα και όχι άδικα καθώς η συγκεκριμένη «πληροφορία» έρχεται από την Ασία. Οι Ιάπωνες μάλιστα, πιστεύουν ότι αν «ρουφήξει» όλα τα noodles από το πιάτο του, τότε η τύχη θα είναι με το μέρος του.

---

<sup>20</sup> <http://www.epicurious.com/>

ΤΑ ΓΟΥΡΟΥΝΙΑ- Θεωρούνται τυχερά ζώα, λόγο της ολοσφαιρικής μορφής τους. Εξ' ου και οι κουμπάρδες – γουρουνάκια της παιδικής ηλικίας. Ωστόσο, υπάρχει και ένα πιάτο ειδικά για την ημέρα της Πρωτοχρονιάς, το οποίο θεωρείται σήμα κατατεθέν της καλής τύχης. Πρόκειται για το Hoppin' John που περιέχει την «τριλογία» των καλότυχων συστατικών: χοιρινό, φασόλια και μαρούλι. Η συγκεκριμένη παράδοση έρχεται από τη Δυτική Αφρική αλλά έχει πλέον υιοθετηθεί σε ολόκληρες τις ΗΠΑ και κυρίως στο Νότο.<sup>21</sup>

Υπάρχουν 10 τρόφιμα που αντικατοπτρίζουν τα μέρη του σώματος που ωφελούν. Για παράδειγμα τα καρύδια, που ωφελούν τον εγκέφαλο, μοιάζουν πραγματικά με αυτόν. Αν και οι παρακάτω υγιεινές τροφές είναι ευεργετικές για ολόκληρο το σώμα, ο κατάλογος που ακολουθεί είναι μια διασκεδαστική υπενθύμιση του τι πρέπει να τρώμε για να ωφελούμε συγκεκριμένες περιοχές.

---

<sup>21</sup> <http://www.clickatlife.gr/diatrofi/story/7452>

## **Καρύδι-εγκέφαλος**

---



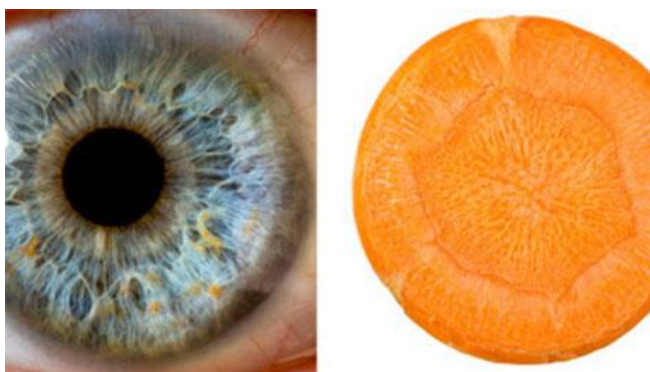
Οι πτυχώσεις και οι γραμμές ενός καρυδιού, μοιάζουν πολύ με αυτές του ανθρώπινου εγκεφάλου. Το σχήμα του καρυδιού, επίσης θυμίζει τον εγκέφαλο και μοιάζει να έχει αριστερό και δεξί ημισφαίριο. Και έτσι δεν αποτελεί έκπληξη ότι το καρύδι λέγεται και «τροφή του εγκεφάλου», καθώς περιέχει μεγάλες ποσότητες σε ωμέγα-3 λιπαρά οξέα, τα οποία βοηθούν την υποστήριξη της λειτουργίας του εγκεφάλου.

## **Μύδια-όρχεις**

Οι έρευνες έχουν αποκαλύψει στοιχεία ότι τα μύδια, τα οποία έχουν μια ομοιότητα με τους όρχεις, είναι πραγματικά ωφέλιμα για τα αρσενικά γεννητικά όργανα. Έρευνα από την Ολλανδία προτείνει για τους άνδρες, να ενισχύουν τη διατροφή τους με φολικό οξύ και ψευδάργυρο –και τα δύο υπάρχουν στα μύδια- καθώς αυτά τα συστατικά μπορεί να βελτιώσουν την ποιότητα του σπέρματος.

## **Καρότο-μάτι**

Αν κόψετε ένα καρότο σε στρογγυλές φέτες, θα δείτε την ομοιότητά του με το μάτι και ακόμη θα παρατηρήσετε τις ακτινωτές γραμμές που μιμούνται την κόρη και την ίριδα. Όσα σας έλεγαν οι γιαγιάδες σας είναι τελικά αλήθεια: τα καρότα κάνουν καλό στα μάτια. Είναι γεμάτα βιταμίνες και αντιοξειδωτικά, όπως το β-καροτένιο, που μειώνουν την πιθανότητα εκφύλισης της ωχράς κηλίδας, της κύριας αιτίας απώλειας της όρασης σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.



### **Γκρέιπφρουτ-μαστός**

Η ομοιότητα ανάμεσα σε αυτό το στρογγυλό εσπεριδοειδές και το γυναικείο στήθος, μπορεί να είναι κάτι περισσότερο από σύμπτωση. Το γκρέιπφρουτ περιέχει ουσίες που ονομάζονται λιμονοειδή και έχει αποδειχθεί ότι αναστέλλουν την ανάπτυξη του καρκίνου σε ανθρώπινα κύτταρα του μαστού.

### **Σέλινο-οστά**

Οι μακρείς, λεπτοί μίσχοι του σέλινου, μοιάζουν αρκετά με τα οστά και μάλιστα τα ωφελούν πολύ. Το σέλινο είναι μια πλούσια πηγή πυριτίου, το οποίο αποτελεί μέρος της μοριακής δομής που δίνει στα οστά δύναμη. Μια άλλη σύμπτωση είναι ότι τα οστά περιέχουν κατά 23% νάτριο, όπως και το σέλινο!

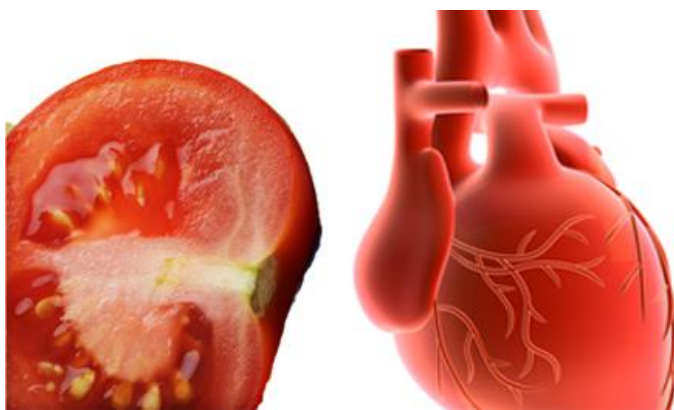


### **Κόκκινο κρασί-αίμα**

Το κόκκινο κρασί, που είναι πλούσιο σε αντιοξειδωτικά και πολυφαινόλες, συμπεριλαμβανομένης της σημαντικής ρεσβερατρόλης, μοιάζει με το αίμα. Πίνοντάς το, προστατεύουμε επίσης το αίμα από την LDL χοληστερόλη, η οποία μπορεί να προκαλέσει καρδιακές παθήσεις. Υπάρχει επίσης μια ένωση που αραιώνει το αίμα, στο κόκκινο κρασί κι έτσι μειώνονται οι θρόμβοι του αίματος, που συνδέονται με τα εγκεφαλικά επεισόδια και την καρδιακή νόσο.

### **Ντομάτα-καρδιά**

Αν ανοίξετε στα δύο μια ντομάτα, θα παρατηρήσετε ότι αυτό το κόκκινο λαχανικό έχει πολλά σημεία που το κάνουν να μοιάζει με την καρδιά. Μελέτες έχουν δείξει ότι εξαιτίας του λυκοπένιου στις ντομάτες, αυτό το λαχανικό επιτυγχάνει μείωση του κινδύνου για καρδιακή νόσο σε άνδρες και γυναίκες που τις συμπεριλαμβάνουν στη διατροφή τους. Αν προσθέσετε και λίγο ελαιόλαδο στη ντομάτα, θα βοηθήσετε στην απορρόφηση του λυκοπενίου από τον οργανισμό σας, σχεδόν κατά το δεκαπλάσιο.



### **Τζίντζερ-στομάχι**

Αν έχετε πει τζίντζερ έιλ, όταν έχετε στομαχόπονο, γνωρίζετε πόσο καλό κάνει. Ίσως αυτό εξηγεί και ότι το τζίντζερ, αλλιώς πιπερόριζα, μοιάζει κάπως με το πεπτικό μας όργανο. Σύμφωνα με τους ειδικούς, η τζιντζερόλη, το συστατικό που ευθύνεται για την πικάντικη γεύση και το άρωμα του τζίντζερ, είναι ένα φυτοχημικό που έχει την ικανότητα να εμποδίζει τη ναυτία και τον έμετο.

### **Αβοκάντο-μήτρα**

Το σχήμα-λάμπα του αβοκάντο, μοιάζει με τη γυναικεία μήτρα και επίσης αυτό το φρούτο, υποστηρίζει την αναπαραγωγική υγεία. Τα αβοκάντο είναι μια καλή πηγή φολικού οξέος, που έχει βρεθεί ότι μειώνει τον κίνδυνο για δυσπλασία του τραχήλου της μήτρας, μια προκαρκινική κατάσταση.



### **Γλυκοπατάτες-πάγκρεας**

Το μακρόστενο σχήμα της γλυκοπατάτας, μοιάζει αρκετά με αυτό του παγκρέατος και επίσης, αυτό το φυτό, προωθεί την υγιή λειτουργία του συγκεκριμένου οργάνου. Οι γλυκοπατάτες έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε βήτα-καροτένιο, το οποίο είναι ένα ισχυρό αντιοξειδωτικό που προστατεύει όλους τους ιστούς του σώματος, συμπεριλαμβανομένου και του παγκρέατος, από ζημιά που σχετίζεται με τον καρκίνο ή τη γήρανση.<sup>22</sup>

Ο συμβολισμός των τροφίμων αυτών είναι ενδεικτικός και βοηθάει στην ενίσχυση του μηνύματος που θέλει κάποιος να περάσει. Αποτελεί, όμως, επιτακτική ανάγκη η δήλωση, η επεξήγηση και ο σκοπός παρασκευής και προσφοράς του συγκεκριμένου μενού ή τρόφιμου προς αποφυγή παρανοήσεων και παρεξηγήσεων.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι επικοινωνιακοί στόχοι της ελληνικής γαστροδιπλωματίας για την ανάδειξη των ελληνικών γαστρονομικών παραδόσεων, των ιδιαίτερων γεύσεων και της διατροφικής αξίας της τοπικής κουζίνας πρέπει να είναι:

Η μελέτη και συλλογή τεκμηρίων γύρω από την γαστρονομία κυρίως στην Ελλάδα από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Η παρουσίαση θεματικών εκθέσεων οι οποίες

---

<sup>22</sup> <http://www.clickatlife.gr/diatrofi/story/11504>

συνδυάζονται με αντίστοιχες δραστηριότητες για να δημιουργήσουν μια μοναδική εμπειρία . Η θεματολογία πρέπει να εκτείνεται από αφιερώματα στις τοπικές κουζίνες της Ελλάδας, την ιστορική εξέλιξη της διατροφής και παράλληλες θεματικές όπως Διατροφή και Τέχνη. Η εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση σε ζητήματα διατροφής, οικολογίας, βιωσιμότητας και ποιότητας της τροφής. Η ανάδειξη των ιδιαίτερων τοπικών προϊόντων μέσα από την σύνδεση τους με την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου.

Καθώς, δεν υπάρχει επίσημη πολιτική γαστροδιπλωματίας-διπλωματίας της κουζίνας στην Ελλάδα, θα ήταν χρήσιμο να ενταθούν οι προσπάθειες των αρμόδιων φορέων για τον σχηματισμό, την εξέλιξη και την καθιέρωσή της. Επιβάλλεται να ενταθούν οι προσπάθειες για ανταλλαγή και βελτίωση των πρακτικών μιας τέτοιας πολιτικής σε διεθνές επίπεδο, λαμβάνοντας υπόψη τα τεράστια οφέλη που είναι δυνατόν να προκύψουν στην επίλυση διαφορών και στην προώθηση των συμφερόντων, μέσω της σύσφιξης των διεθνών σχέσεων.

## Βιβλιογραφία

- Baecker, D. (2008) Επικοινωνία. Αθήνα: Σμίλη.
- Bourdieu, P. (1993) The field of cultural production. Cambridge: Polity Press.
- Bryman, A. (2016) Social research methods. Oxford: Oxford University Press.
- Creswell, J.W. (2014) Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Thousand Oaks: Sage.
- Denzin, N. and Lincoln, Y. (2011) The Sage handbook of qualitative research. Thousand Oaks: Sage.
- European Commission (2012) PDO, PGI and TSG schemes. Brussels: EU Publications.
- Fiske, J. (1992) Introduction to communication studies. London: Routledge.
- Fiske, John (1992) Εισαγωγή στην επικοινωνία. Αθήνα: Επικοινωνία και Κουλτούρα.
- Gudykunst, W.B. (2004) Bridging differences: effective intergroup communication. Thousand Oaks: Sage.
- Harvard Business Essentials (2011) Η τέχνη της διαπραγμάτευσης: οι δρόμοι για την επίτευξη μιας συμφωνίας. Αθήνα: Μοντέρνοι Καιροί Α.Ε.Ε.
- Jakob, L. (2011) Διαπολιτισμική οργανωτική επικοινωνία: η κοινωνική οργάνωση της αλληλεπίδρασης στις διεθνείς συναντήσεις. Αθήνα: Εφημερίδα των Επιχειρήσεων και της Επικοινωνίας.
- King, L. (1995) Τα μυστικά της σωστής επικοινωνίας. Αθήνα: Αναστασιάδη.
- Kotler, P. and Lee, N. (2008) Social marketing: influencing behaviors for good. Thousand Oaks: Sage.
- Kouskouvelis, I. (1997) Λήψη αποφάσεων – κρίση – διαπραγμάτευση. Αθήνα: Παπαζήσης.

- Kastoras, S. (2002) Πολιτιστική επικοινωνία: αρχές και μέθοδοι επικοινωνίας. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Lauring, J. (2011) Διαπολιτισμική οργανωτική επικοινωνία. Αθήνα: Journal of Business Communication.
- Leonard, M. (2002) Public diplomacy. London: Foreign Policy Centre.
- McQuail, D. (2003) McQuail's mass communication theory. London: Sage.
- Melissen, J. (2005) The new public diplomacy. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Montanari, M. (2006) Food is culture. New York: Columbia University Press.
- Nye, J.S. (2004) Soft power: the means to success in world politics. New York: PublicAffairs.
- Nye, J.S. (2008) Public diplomacy and soft power. Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616(1), pp. 94–109.
- Papatriantafyllou, G. (2008) Προγράμματα δημοσίων σχέσεων: στρατηγική και εκτέλεση. Αθήνα: Σταμούλης.
- Petrakis, K. (2011) Πολιτισμός, επικοινωνία, παγκοσμιοποίηση. Αθήνα: Κέρκυρα Α.Ε.
- UNESCO (2003) Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2010) Mediterranean diet inscription on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. Paris: UNESCO.
- Vagenas, C. (2012) Σύγχρονο εγχειρίδιο εθιμοτυπίας. Αθήνα: Ίδρυμα της Βουλής.
- Vagenatou, M. et al. (2003) Πολιτιστική πολιτική και διοίκηση. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Varvarousi, P. (1993) Ελληνική διπλωματία. Αθήνα–Κομοτηνή: Σάκκουλας.
- Xristogiannis, G. (2006) Ελληνική πολιτιστική διπλωματία. Αθήνα: Έλλην.

Yannaras, C. (2001) Πολιτιστική διπλωματία: προθεωρία ελληνικού σχεδιασμού. Αθήνα: Ίκαρος.

Zoumaka, E. (2005) Πολιτιστική διπλωματία: διεθνή δεδομένα και ελληνικές προοπτικές. Αθήνα: Σιδέρης.

### **Διαδικτυακές πηγές:**

Clickatlife (n.d.) Διατροφή. Available at: <http://www.clickatlife.gr/diatrofi/story/11504> (Accessed: 31 May 2026).

Epicurious (n.d.) Available at: <http://www.epicurious.com/> (Accessed: 31 May 2026).

Food Field Notes (n.d.) Gastrodiplomacy: eating for understanding. Available at: <http://foodfieldnotes.uoregon.edu/article/gastrodiplomacy-eating-for-understanding/> (Accessed: 31 May 2026).

Gastronomy Museum (n.d.) Available at: <http://www.gastronomymuseum.gr> (Accessed: 31 May 2026).

Ministry of Rural Development and Food (n.d.) Μεσογειακή διατροφή. Available at: <http://www.minagric.gr/index.php/el/xrisimewplirofories-2/events/2824-mesogiakh-diatrofh> (Accessed: 31 May 2026).

UNESCO Hellas (n.d.) Available at: [http://www.unesco-hellas.gr/gr/3\\_5\\_2.htm](http://www.unesco-hellas.gr/gr/3_5_2.htm) (Accessed: 31 May 2026).

UNESCO Cyprus (n.d.) Άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Available at: [http://www.unesco.org.cy/Programmes-Ayli\\_Politistiki\\_Klironomia](http://www.unesco.org.cy/Programmes-Ayli_Politistiki_Klironomia) (Accessed: 31 May 2026).

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΩΝ ΠΙΑΤΩΝ  
ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ**



Ντάκος Παραδοσιακή Κρητική σαλάτα



Τζατζίκι

**Ορεκτικά**

**Ντάκος**, μια κρητική σαλάτα που αποτελείται από αποξηραμένο ή κρίθινο παξιμάδι, που ολοκληρώνεται με ψιλοκομμένες ντομάτες και θρυμματισμένη φέτα ή μυζήθρα.

**Ντολμαδάκια**, αμπελόφυλλα γεμιστά με ρύζι και λαχανικά που συχνά περιλαμβάνει κρέας.

**Χωριάτικη σαλάτα**, είναι ουσιαστικά μια σαλάτα με ντομάτα, αγγούρι, κρεμμύδι, φέτα, ελιές και ελαιόλαδο.

**Χόρτα, άγρια ή καλλιεργούμενα χόρτα**, στον ατμό ή καθαρισμένα με ελαιόλαδο.

**Καλαμαράκια**, συνήθως τηγανιτά αλλά και κοκκινιστά.

**Κατσούνι**, αγγούρι από το νησί της Σαντορίνης.

**Κολοκυθάκια**

**Κολοκυθολούλουδα**, γεμιστά με ρύζι ή τυρί και μυρωδικά.

**Λάχανοσαλάτα**, πολύ λεπτοαλεσμένο λάχανο με αλάτι, ελαιόλαδο και χυμό λεμονιού ή ξιδιού.

**Μαρίδες τηγανητές**, συνήθως σερβίρονται με φέτες λεμονιού.

**Μελιτζάνες**, Αξιοσημείωτη είναι η λευκή μελιτζάνα Σαντορίνης.

**Μελιτζανοσαλάτα**

**Παντζάροσαλάτα**, με ελαιόλαδο και ξίδι.

**Πατατοσαλάτα**, με ελαιόλαδο, ψιλοκομμένο κρεμμύδι, μαγιονέζα και χυμό λεμονιού ή ξυδιού.

**Σαγανάκι**, τηγανητό κίτρινο τυρί (συνήθως γραβιέρα).

**Σκορδαλιά**, παχύ σκόρδο και πουρέ πατάτας, συνήθως συνοδεύεται με τηγανιτά ψάρια.

**Σπανακόπιτα**, με σπανάκι, τυρί φέτα, κρεμμύδια, αυγό και καρυκεύματα τυλιγμένα σε φύλλο κρούστας σε μορφή πίτας.

**Ταραμοσαλάτα**

**Τζατζίκι**, γιαούρτι με αγγούρι και σκόρδο πουρέ, που χρησιμοποιείται ως μια βουτιά. Σερβίρεται και ζεστό με πίτα.

**Τυρόπιτα**, λευκό τυρί κρέμα (συνήθως μυζήθρα) τυλιγμένο σε πίτα με φύλλο κρούστας.



Φασολάδα

### Σούπες

Φακές, σούπα με φακές, συνήθως σερβίρεται με ξύδι και το ελαιόλαδο.

Φασολάδα, ορίζεται σε πολλά βιβλία μαγειρικής, σαν το παραδοσιακό ελληνικό πιάτο, μερικές φορές ακόμη ονομάζεται και "το εθνικό φαγητό των Ελλήνων".

Κοτόσουπα

Κρεμμυδόσουπα, σερβίρεται με τριμμένο τυρί.

Μαγειρίτσα, η παραδοσιακή σούπα του Πάσχα που γίνεται με εντόσθια αρνιού, πυκνώνει με αυγολέμονο.

Πάτσας (Πατσά)

Ψαρόσουπα, μπορεί να γίνει με μια ποικιλία ψαριών, καθώς και διάφορα είδη λαχανικών, διάφορες ποικιλίες περιλαμβάνουν την κλασική κακαβιά με ελαιόλαδο.

Σούπα τραχανά



Ένα πιάτο γεμιστά

### **Χορτοφαγικά πιάτα**

Αγκινάρες, με ελαιόλαδο.

Αρακάς

Μπάμιες, με σάλτσα ντομάτας.

Μπριάμ, συνήθως περιλαμβάνει μελιτζάνες, ντομάτες, κολοκυθάκια, κρεμμύδια, και άφθονα αρωματικά βότανα και καρυκεύματα.

Ντοματοκεφτέδες, με δυόσμο, τηγανισμένοι σε ελαιόλαδο και συνήθως σερβίρονται με φάβα. Είναι κυρίως ένα κυκλαδίτικο πιάτο.

Φασολάκια, φρέσκα πράσινα φασόλια βρασμένο με πατάτες, κολοκυθάκια και σάλτσα ντομάτας.

Γεμιστά, ντομάτες, πιπεριές, κολοκυθάκια και άλλα λαχανικά κούφια με γέμιση ρύζι ή κιμά.

Γαρίδες πλακί

Χόρτα (έχει ήδη αναφερθεί στην ενότητα ορεκτικά), αρκετά συχνά καταναλώνονται ως ένα ελαφρύ κύριο γεύμα, με βραστές πατάτες και ψωμί.

Λαχανοντολμάδες, γεμιστοί με ρύζι και μερικές φορές κρέας, καρυκευμένοι με διάφορα βότανα.

Λαχανόρυζο

Πρασόρυζο

Σπανακόρυζο, σπανάκι και ρύζι, μαγειρεύεται στιφάδο με λεμόνι και ελαιόλαδο.



Παστίτσιο



Μία μερίδα σπετζοφάι



Χταπόδια που λιάζονται πριν το ψήσιμο

## Κρέας & θαλασσινά πιάτα

- Παστίτσιο, ένα παράδειγμα της μαγειρικής επιρροής από την Ιταλία (βενετσιάνικη κουζίνα).
- Απάκι, άπαχο χοιρινό μαριναρισμένο σε ξύδι, τότε καπνιστό με αρωματικά βότανα.
- Αστακομακαρονάδα
- Αθερίνα
- Χταπόδι στη σχάρα, ψητό χταπόδι σε ξίδι, λάδι και ρίγανη.
- Φαγκρί στη σχάρα
- Γαύρος τηγανιτός.
- Γιουβέτσι, αρνί ή μοσχάρι ψημένο σε πήλινο δοχείο με κριθαράκι και ντομάτες.
- Γόπες τηγανίτες
- Γύρος, χοιρινό κρέας που ψήνεται σε κάθετη σούβλα και σερβίρεται συχνά με πίτα.
- Χυλοπίτες με κοτόπουλο
- Καλαμαράκια πιο συχνά τηγανητά.
- Κλέφτικο, είναι αρνί ψημένο, πρώτα μαριναρισμένο σε σκόρδο και το χυμό λεμονιού.
- Κεφτεδάκια
- Λουκάνικο
- Μακαρονάδα, συνήθως με κιμά.
- Μουσακάς
- Μπαρμπούνια
- Μύδια
- Αρνάκι φούρνου με πατάτες, Ένα από τα πιο κοινά πιάτα της "Κυριακής". Υπάρχουν πολλές παραλλαγές με πρόσθετα συστατικά.
- Παϊδάκια, ψητά παϊδάκια με λεμόνι, ρίγανη, αλάτι και πιπέρι.
- Χοιρινό με σέλινο
- Σουπιές στο μελάνι τους
- Σουτζουκάκια Σμυρνέικα, (Σμυρνέικοι κεφτέδες).
- Σουβλάκι

- Σπετσοφάι ένα στιφάδο από χωριάτικο λουκάνικο, πράσινες πιπεριές, κρεμμύδια και κρασί. Προέρχεται από το Πήλιο.
- Στιφάδο, κουνέλι στιφάδο ή λαγός.
- Ξιφίας
- Γιουβαρλάκια, κεφτεδάκια σούπα με σάλτσα αυγολέμονου.



Μελομακάρονα

### Επιδόρπια και γλυκά

- Γιαούρτι με μέλι
- Παστέλι
- Φοινικιά, μπισκότο ολοκληρώνεται με τεμαχισμένα καρύδια.
- Μπακλαβάς
- Δίπλες
- Γαλακτομπούρεκο, κρέμα που ψήνεται μεταξύ των στρωμάτων της φύλλο, και στη συνέχεια, εμποτισμένο με άρωμα λεμόνι σιρόπι μελιού.
- Καρυδόπιτα, ένα κέικ από θρυμματισμένα καρύδια, εμποτισμένο ή όχι σε σιρόπι.
- Κουλουράκια
- Κουραμπιέδες
- Λουκουμάδες, είναι ουσιαστικά τηγανητές μπάλες από ζυμάρι βουτηγμένες σε μέλι και πασπαλίζονται με κανέλα.
- Λουκούμι είναι ένα σοκολατάκι που κατασκευάζεται από άμυλο και ζάχαρη. Μια παραλλαγή από τις Σέρρες ονομάζεται "Ακανές".
- Μελομακάρονα
- Μηλόπιτα

- Μουστοκούλουρα, μπισκότα από αλεύρι ζυμωμένα με φρέσκο χυμό σταφυλιών (μούστος) αντί για νερό.
- Ρυζόγαλο
- Γλυκά του κουταλιού από διάφορα φρούτα, ώριμα ή άγουρα αλλά και καρύδια.
- Τσουρέκι, ένα παραδοσιακό γλυκό ψωμί των Χριστουγέννων και του Πάσχα.
- Βασιλόπιτα, παραδοσιακό γλυκό που παρασκευάζεται τις παραμονές της Πρωτοχρονιάς και κόβεται λίγο αφότου αλλάξει ο χρόνος.
- Γιαούρτι με μέλι και καρύδια

### **Τοπικές κουζίνες**

Οι κύριες περιφερειακές κουζίνες είναι οι εξής:

- Κρητική κουζίνα
- Ηπειρωτική κουζίνα
- Κουζίνα του Αιγαίου
- Θρακική κουζίνα
- Κυπριακή κουζίνα
- Επτανησιακή κουζίνα
- Μακεδονική κουζίνα
- Μικρασιατική κουζίνα (συμπεριλαμβάνει και την Πολίτικη κουζίνα)
- Ποντιακή κουζίνα