



Αφιέρωμα:
Ευρωπαϊκή
και Εθνική Επικοινωνιακή Πολιτική

- » Βασίλης Καπετανγιάννης
- » Ιουλία Ελματζόγλου
- » Εύα Κωνσταντινίδου
- » Νίκος Νενεδάκης
- » Πάνος Λειβαδάς

Επιμέλεια: Βασίλης Καπετανγιάννης

Ευρωπαϊκή και Εθνική Επικοινωνιακή Πολιτική

- σελ. 127 Ευρωπαϊκή και Εθνική Επικοινωνιακή Πολιτική
Βασίλης Καπετανγιάννης
- σελ. 130 Ευρωπαϊκή Πολιτική Επικοινωνίας.
«Δημιουργώντας» την ευρωπαϊκή δημόσια σφαίρα
Ιουλία Ελματζόγλου
- σελ. 140 Η «Υπόθεση Ιράκ» ως διακύβευμα στο Ευρωπαϊκό Πολιτικό
Επικοινωνιακό Πεδίο
Εύα Κωνσταντινίδου
- σελ. 152 Πολιτικές Διεθνούς Επικοινωνίας. Νέοι Προβληματισμοί
Νίκος Νενεδάκης
- σελ. 160 Η Εξωστρέφεια αποδίδει καρπούς στην Ελληνική κοινωνία.
Προσλαμβάνουσες της Διεθνούς Κοινότητας πριν και μετά
τους Ολυμπιακούς Αγώνες
Πάνος Λειβαδάς

Ευρωπαϊκή και Εθνική Πολιτική Επικοινωνίας

Στις 25 Μαρτίου γιορτάστηκαν τα 50 χρόνια από την υπογραφή των Συνθηκών της Ρώμης του 1957, τη γενέθλιο πράξη της σημερινής Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ). Η λιτή και σύντομη Δήλωση του Βερολίνου είναι εύγλωττη τόσο για τα αυτονόητα που περιέχει όσο για τις σιωπές της.

Το να μιλά κανείς για κρίση της ΕΕ σήμερα είναι μάλλον κοινότοπο. Η συζήτηση που διεξάγεται θίγει πάρα πολλές και κρίσιμες πτυχές της, όπως επί παραδείγματι το χρόνιο δημοκρατικό έλλειμμα, τον παγκόσμιο ρόλο της, το μελλοντικό προσανατολισμό της, λιγότερη ή περισσότερη Ευρώπη, το θέμα της ταυτότητας και των συνόρων και το συναφές, άμεσα ή έμμεσα, θέμα της ένταξης της Τουρκίας, με τις βαρύνουσες πολιτικές και στρατηγικές διαστάσεις που κατ' εξοχήν έχει. Χωρίς να επεκταθεί κανείς, είναι φανερό πως οι διάφορες συνταγές εξόδου από την κρίση που προτείνονται έχουν έντονο πολιτικό χαρακτήρα: το «κοινό μέλλον» της Ένωσης εννοείται μάλλον ως ένα ευρύτατο φάσμα, τα άκρα του οποίου παραμένουν μάλ-

Γράφει

ο ΒΑΣΙΛΗΣ ΚΑΠΕΤΑΝΓΙΑΝΝΗΣ

Πολιτικός Επιστήμων,
Διδάκτωρ Πανεπιστημίου του Λονδίνου

λον ασυμφιλίωτα ως προς την προώθηση της πολιτικής Ένωσης. Γι αυτό και οι συνταγές θεραπείας είναι απόλυτα συνυφασμένες με τις διαγνωστικές μεθόδους που επιλέγονται με κριτήριο την πολιτική βαρύτητα που αποδίδει κανείς στις διάφορες παραμέτρους της κρίσης.

Στα στοιχεία του προβληματισμού κατά την «περίοδο στοχασμού», που αναγκαστικά ακολούθησε την απόρριψη της Συνταγματικής Συνθήκης στη Γαλλία και Ολλανδία με σχετικά δημοψηφίσματα αναδείχτηκε και το πρόβλημα της επικοινωνίας. Ήδη, μετά την απογοητευτική συμμετοχή των πολιτών στις Ευρωπαϊκές εκλογές του 2004 (κάτω από 40%) η νέα Ευρωπαϊκή Επιτροπή, έχοντας επίγνωση του επικοινωνιακού προβλήματος, που κι αυτό χρόνιζε στους γραφειοκρατικούς

δαιδάλους, αναβάθμισε το θέμα αναθέτοντας την αρμοδιότητα στην Επιτροπο, Αντιπρόεδρο της Επιτροπής και υπεύθυνη για τις σχέσεις με τα θεσμικά όργανα της Ένωσης Margot Wallstrom.

Τρία χρόνια αργότερα, παρά τις συζητήσεις και διαβουλεύσεις στα θεσμικά όργανα, την εμπλοκή διάφορων οργανώσεων και την ποικιλία των απόψεων που εκφράστηκαν, οι δυστοκίες παραγωγής μιας αξιολογής ευρωπαϊκής επικοινωνιακής πολιτικής είναι εμφανείς. Διότι, το πρόβλημα, εκτός των τεχνικών διαστάσεών του, που ήδη αντιμετωπίζονται από την Επιτροπή στη βάση συγκεκριμένου Προγράμματος Δράσης και Χρονοδιαγράμματος, είναι κατ' εξοχήν πολιτικό, αφορά δηλαδή στη βούληση των κρατών-μελών να συναινέσουν σε κοινές πολιτικές επικοινωνίας.

Το πολιτικό σύστημα της ΕΕ είναι άραγε σε θέση να δημιουργήσει αυτό που ο Karl Deutsch αποκαλούσε «το νευρικό σύστημα» των πολιτικών συστημάτων και κοινωνιών, ήτοι μια «κοινότητα επικοινωνίας»; Εάν θεωρήσουμε την ΕΕ ως μια αναδυόμενη δημοκρατική πολιτεία, είναι επιθυμητή και εφικτή η δημιουργία έστω μιας παράλληλης δημόσιας πολιτικής σφαίρας, ενός ευρωπαϊκού δήμου, ενός ανοιχτού και πλουραλιστικού κριτικού δημόσιου λόγου εδραιωμένου σε ανεξάρτητα ΜΜΕ που τόσο κρίσιμη σημασία έχει για την αλληλόδραση μεταξύ κράτους (θεσμών εξουσίας) και κοινωνίας (συλ-

λογικών και ατομικών φορέων δράσης) σε μια δημοκρατική κοινωνία;

Πτυχές των ερωτημάτων αυτών προσπαθεί να θίξει το *Α' μέρος* του Φακέλου αυτού: α) το κριτικό Σημείωμα της *Ιουλίας Ελματζόγλου* αναφέρεται στην επικοινωνιακή πολιτική της Επιτροπής και εξετάζει τις διαστάσεις και τις προοπτικές της. Η συνάρτηση με το δημοκρατικό έλλειμμα αποτελεί συστατικό στοιχείο της ανάλυσής της. β) το *Δοκίμιο της Εύας Κωνσταντινίδου* εξετάζει τη μοναδική ίσως μέχρι σήμερα απόπειρα δημιουργίας ευρωπαϊκής δημόσιας σφαίρας «εκ των κάτω» - με τη συνδρομή φυσικά άλλων παραγόντων - το «επεισόδιο Ιράκ», την πολιτική δηλαδή κινητοποίηση των Ευρωπαίων πολιτών κατά του πολέμου, της αμερικανικής εισβολής στο Ιράκ σε συνάφεια με το ρόλο των ΜΜΕ (αμερικανικών και ευρωπαϊκών).

Πέρα από τις επικοινωνιακές δράσεις με ευρωπαϊκή διάσταση που αναπτύσσουν τα κράτη-μέλη από μόνα τους ή σε συνεργασία με τα θεσμικά όργανα της ΕΕ (τα οποία αναπτύσσουν τις δικές τους δράσεις) κατά πόσο είναι διατεθειμένα να συναινέσουν σε μια αναβαθμισμένη και βαθύτερη ευρωπαϊκή επικοινωνιακή πολιτική με σαφείς κοινούς πολιτικούς προσανατολισμούς και στόχους που να υπερβαίνουν στην ουσία το σημερινό ελάχιστο κοινό παρανομαστή; Η πολιτική βούληση μάλλον ελλείπει, όπως αναφέραμε πιο πάνω.

Παράλληλα, η ΕΕ έχει πολλά να διδαχθεί από τις δράσεις Δημόσιας

Διπλωματίας, προβολής και διαχείρισης του εθνικού «brand» πολλών κρατών-μελών. Οι δυνατότητες της ΕΕ στο πεδίο αυτό είναι τεράστιες. Είναι επίσης φανερό πως δεν έχουν αξιοποιηθεί. Δεν είναι καθόλου τυχαίο ότι η Επιτροπή έχει προσλάβει ως σύμβουλο τον θεωρούμενο σήμερα ως κορυφαίο επαγγελματία στον τομέα αυτό Simon Anholt για την προβολή και διαχείριση μιας ενιαίας εικόνας της. Το Β΄ μέρος του Φακέλου θίγει ακριβώς το πρόβλημα αυτό στην εθνική του διάσταση: α) το Σημείωμα του Νίκου Νενεδάκη αναφέρεται σε σύγχρονους προβληματισμούς και πρακτικές στον τομέα της διεθνούς επικοινωνίας με επίκεντρο τη Δημόσια Διπλωματία, το εθνικό «brand» –που έχει μεγάλη οικονομική και συμβολική σημασία– και τη χρή-

ση του Διαδικτύου, παραθέτοντας παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών και αναφερόμενος στην ελληνική περίπτωση β) το άρθρο του Πάνου Λειβαδά αναφέρεται στον εξωστρεφή προσανατολισμό της Ελλάδος με έμφαση στο δικό της ενιαίο μήνυμα, στη δική της ταυτότητα, στο δικό της «brand», απότοκο προβληματισμού και επεξεργασίας μετά το σημείο καμπής που αποτέλεσε η εξαιρετική οργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και της εμπλουτισμένης με νέα θετικά, σύγχρονα στοιχεία διεθνούς εικόνας της χώρας που επέφερε. Η εμπειρική θεμελίωση της επιχειρηματολογίας που αναπτύσσεται αξίζει προσοχής, ιδιαίτερα από τους μονίμως ή καθ' έξιιν μεμφιμοιρούντες.