



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ &

ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΓΩΓΗ

**«Το φαγητό ως εργαλείο ήπιας ισχύος στην Πολιτιστική διπλωματία:
Ερευνητική προσέγγιση των στάσεων Ελλήνων μαγείρων για τη Μαγειρική και
τη Γαστρονομική διπλωματία»**

Διπλωματική εργασία

Σαρρή Αικατερίνη



Αθήνα, 2021



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ &

ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΓΩΓΗ

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Κωσταρέλλη Βασιλική (επιβλέπουσα καθηγήτρια)

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας,

Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Μπόσκου Γεώργιος

Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Επιστήμης Διαιτολογίας-Διατροφής,

Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Σδράλη Δέσποινα

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας,

Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Η Αικατερίνη Σαρρή

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- 1)** Είμαι η κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δεν συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.
- 2)** Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από την ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

Στον παππού μου
για τις νόστιμες μέρες που μου χάρισε

Συχνά, ένας καλός μάγειρας είναι ένας εξαιρετικός συμφιλιωτής

François de Callières

Γάλλος διπλωμάτης και συγγραφέας (1645 - 1717)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η συγγραφή μίας διπλωματικής εργασίας είναι χρονοβόρα και γόνιμη ακαδημαϊκή διαδικασία που απαιτεί την αφοσίωση του ερευνητή. Αν και κατά βάση πρόκειται για μία μοναχική εμπειρία, είναι πολλοί οι παράγοντες που συντελούν στην ολοκλήρωσή της.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα μέλη της εξεταστικής επιτροπής. Θερμές ευχαριστίες στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κα Βασιλική Κωσταρέλλη, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε εξαρχής για ένα θέμα που δεν εμπίπτει άμεσα στο πεδίο των πρότερων γνώσεών μου. Ως επιστήμονας, αλλά πρωτίστως ως άνθρωπος με ευγένεια και βαθιά κατανόηση, συνέβαλε καθοριστικά στο αποτέλεσμα του ερευνητικού πονήματος. Εξίσου, ευχαριστώ την κα Σδράλη, καθώς η συμμετοχή της στην τριμελή επιτροπή μου έδωσε κίνητρο να συνδέσω το αντικείμενο της έρευνας με τον τουρισμό και τον κο Γεώργιο Μπόσκου για τις καίριες επισημάνσεις του, τόσο στη θεωρητική, όσο και στην ερευνητική προσέγγιση του θέματος.

Επίσης, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στους Έλληνες μάγειρες που συμμετείχαν στην έρευνα, αφού χωρίς τη συμβολή τους δεν θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω στον Γιάννη που με παρότρυνε να προχωρήσω σε μεταπτυχιακές σπουδές και τον φίλο μου Αλέκο που είναι πάντα παρών με την ορθολογική του σκέψη. Επίσης, νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω τους καινούριους φίλους που έφερε στη ζωή μου το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών, τη Βάσω και τον Διονύση, για τις χαρές και τις αγωνίες που μοιραστήκαμε.

Τέλος, εκφράζω ένα μεγάλο ευχαριστώ στην αγαπημένη μου οικογένεια, τους γονείς μου, Δέσποινα και Αριστοτέλη και την αδερφή μου Γιάννα, που βρίσκουν πάντα τον τρόπο να συμπορεύονται στα όνειρά μου, με ενθαρρύνουν και με βοηθούν να τα πραγματοποιώ.

Αθήνα, Φεβρουάριος 2021

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	6
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	7
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	11
ABSTRACT.....	12
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	13
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	14

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΚΕΦ. 1 ^ο ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΔΙΑΣΑΦΗΣΕΙΣ.....	16
1.1 Φαγητό και Γαστρονομία.....	16
1.2 Δημόσια και Πολιτιστική Διπλωματία.....	18
1.3 Ήπια ισχύς.....	20
1.4 Εθνικό Σήμα (Nation Branding) και Γαστροεθνισμός	22
1.5 Γαστρονομική διπλωματία.....	24
1.6 Μαγειρική διπλωματία.....	25
ΚΕΦ. 2 ^ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΤΡΟΦΗΣ.....	29
2.1 Η ανθρωπολογική προσέγγιση της τροφής.....	29
2.1.1 Η τροφή ως δείκτης κοινωνικής διάδρασης.....	30
2.1.2 Το Δείπνο της <i>Babette</i> : στοιχεία δομισμού στη μεγάλη οθόνη.....	35
2.1.3 Τα σχήματα κοινωνικότητας στο Δείπνο της <i>Babette</i>	37
2.2 Η ιστορική προσέγγιση της τροφής.....	39
2.3 Η δυναμική της συνεστίασης.....	41

2.3.1 Βασικά χαρακτηριστικά και λειτουργίες της συνεστίασης.....	43
2.3.1.1 Χώρος και τραπέζι	45
2.3.1.2 Το σερβίρισμα του φαγητού: αποδοχή και απόρριψη.....	45
2.3.1.3 Οι καλοί τρόποι στο τραπέζι.....	46
2.3.1.4 Ιδιωτικά και δημόσια γεύματα.....	48
2.4 Ο θεσμός της φιλοξενίας.....	49
2.4.1 Δωρισμοί φαγητού.....	51
ΚΕΦ 3° Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΤΡΟΦΗΣ.....	55
3.1 Η γαστρονομική διπλωματία στην αρχαιότητα και τον Μεσαίωνα.....	55
3.2 Βιβλικές αναφορές γαστρονομικής διπλωματίας.....	57
3.3 Η γαστρονομική διπλωματία στη νεότερη και σύγχρονη ιστορία.....	58
3.4 Η σημασία φαγητού και ποτού στα πολιτικά δρώμενα.....	60
3.5 Ο ρόλος της τροφής στη λήψη αποφάσεων.....	64
3.6 Ιστορικά παραδείγματα μαγειρικής διπλωματίας.....	66
3.6.1 Η μαγειρική διπλωματία του Ιακώβου Α΄ της Αραγονίας (13 ^{ος} αιώνας)....	67
3.6.2 Η μαγειρική διπλωματία των Βενετών (14 ^{ος} -16 ^{ος} αιώνας).....	68
3.6.3 Η μαγειρική διπλωματία των Γάλλων στο Συνέδριο της Βιέννης (1814 - 1815).....	70
3.6.4 Η μαγειρική διπλωματία του βασιλιά της Χαβάης (1890).....	71
3.6.5 Η αμερικανική μαγειρική διπλωματία (20 ^{ος} αιώνας).....	73
3.7 Πρακτικές εφαρμογές της μαγειρικής διπλωματίας	77
ΚΕΦ. 4° ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	80
4.1 Πολιτιστικός τουρισμός	80

4.1.1 Γαστρονομικός τουρισμός	81
4.2 Γαστρονομική διπλωματία και τουρισμός	82
4.2.1 Η στρατηγική της γαστρονομικής διπλωματίας	84
4.2.2 Εθνικές εκστρατείες γαστρονομικής διπλωματίας	85
4.3 Γαστρονομική διπλωματία και τουρισμός: Η περίπτωση της Ελλάδας	90
4.3.1 Πρότυπα πιστοποίησης ποιότητας	94
4.3.2 Δράσεις για τη διάδοση της ελληνικής γαστρονομικής κληρονομιάς	98
4.3.3 Ψηφιακή δημόσια διπλωματία - Το παράδειγμα της <i>Greece From Home</i> στην εποχή της COVID-19	105

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΚΕΦ.5° ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	107
5.1 Σκοπός και στόχοι της έρευνας.....	107
5.2 Ερευνητικά ερωτήματα.....	107
5.3 Το ερευνητικό εργαλείο	108
5.4 Ο ερευνητικός σχεδιασμός.....	109
5.4.1 Βιβλιογραφική ανασκόπηση.....	109
5.4.2 Ποσοτική έρευνα.....	109
5.5 Στατιστική επεξεργασία.....	110
5.6 Περιορισμοί της έρευνας.....	110
ΚΕΦ.6° ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	111
6.1 Τρόπος παρουσίασης των αποτελεσμάτων.....	111
6.1.1 Τα αποτελέσματα για το σύνολο των συμμετεχόντων.....	112
6.1.2 Τα αποτελέσματα ανάλογα με το φύλο των συμμετεχόντων	123

ΚΕΦ. 7 ^ο ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	126
7.1 Συμπεράσματα έρευνας	126
7.2 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα	130
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	132
Α. Ξενόγλωσση.....	132
Β. Ξενόγλωσση μεταφρασμένη.....	136
Γ. Ελληνική.....	137
Δ. Ξενόγλωσση δικτυογραφία.....	138
Ε. Ελληνική δικτυογραφία.....	142
ΣΤ. Διαδικτυακές προβολές.....	143
Ζ. Νομοθεσία.....	144

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄: Ερωτηματολόγιο έρευνας	145
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β΄: Πίνακες αποτελεσμάτων της έρευνας.....	151

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία βασίζεται σε θεωρητικές και εμπειρικές αναλύσεις στα πεδία της Γαστρονομικής και της Μαγειρικής διπλωματίας που εμπίπτουν στο φάσμα της Πολιτιστικής διπλωματίας. Αντικείμενο έρευνας αποτελεί ο συγκερασμός της πολιτιστικής και πολιτικής θεώρησης της τροφής. Σκοπός της έρευνας είναι η εξέταση και ανάδειξη της ήπιας ισχύος του φαγητού στην Πολιτιστική διπλωματία μέσω της αξιοποίησης ιστορικών παραδειγμάτων Μαγειρικής διπλωματίας στο πέρασμα του χρόνου και της καταγραφής πρακτικών εφαρμογών της Γαστρονομικής διπλωματίας σε χώρες που επεδίωξαν την ενίσχυση της οικονομίας τους, και κυρίως τα τελευταία χρόνια, του τουρισμού με αρωγό τη διατροφική πολιτιστική κληρονομιά τους. Στο ερευνητικό μέρος αξιοποιείται η ποσοτική μέθοδος με εργαλείο ένα ερωτηματολόγιο κλειστού τύπου που διανεμήθηκε ηλεκτρονικά σε Έλληνες μάγειρες, προκειμένου να αναδειχθούν οι στάσεις τους για τη συμβολή της Μαγειρικής και της Γαστρονομικής διπλωματίας στη βελτίωση των διακρατικών σχέσεων και την ενίσχυση του τουρισμού. Το ερευνητικό δείγμα αποτελούν 110 συμμετέχοντες, 81 άντρες (73,6%) και 29 γυναίκες (26,4%). Ειδικότερα, εξετάζονται η θέση της ελληνικής γαστρονομίας στην Πολιτιστική διπλωματία, οι βασικοί πυλώνες της εθνικής κουζίνας και η συμβολή της Γαστρονομικής διπλωματίας στον ελληνικό τουρισμό. Τα αποτελέσματα της έρευνας αποκαλύπτουν τη δυσκολία του εννοιολογικού διαχωρισμού μεταξύ Μαγειρικής και Γαστρονομικής διπλωματίας. Ωστόσο, οι Έλληνες μάγειρες αναγνωρίζουν τα οικονομικοκοινωνικά και τα πολιτιστικά οφέλη που προκύπτουν από την ανάδειξη της διατροφικής κληρονομιάς. Επιπλέον, αν και εντοπίζεται από την έρευνα η απουσία ενός στρατηγικού σχεδίου γαστρονομικής διπλωματίας στην Ελλάδα, πιστοποιείται ο σημαντικός ρόλος της γαστρονομίας στην Πολιτιστική διπλωματία για τη βελτίωση διακρατικών σχέσεων και την ενίσχυση του τουρισμού. Τέλος, οι τοπικές κουζίνες και η μεσογειακή μαγειρική παράδοση προβάλλονται από τους συμμετέχοντες στην έρευνα ως οι διαμορφωτικοί πυλώνες της εθνικής μας κουζίνας.

Λέξεις κλειδιά: γαστρονομία, διπλωματία, τουρισμός, μαγειρική, διατροφή, επίσημα γεύματα

Abstract

The study in question was based upon theoretical and experiential analyses in the fields of Gastronomy and Culinary diplomacy that fall within the scope of Cultural diplomacy. The object of the research is the combination of cultural and political views of food. The purpose of the research is to examine and highlight the *soft power* of food in Cultural diplomacy through the use of historical examples of Culinary diplomacy throughout time and to record practical applications of Gastronomy diplomacy in countries that have sought, mainly in the last years, to enhance tourism through their food cultural heritage. In the research part, the quantitative method is utilized by means of a closed type questionnaire distributed electronically to Greek chefs, in order to highlight their attitudes for the contribution of Culinary and Gastronomy diplomacy in the improvement of transnational relations and the strengthening of tourism. The research sample consists of 110 participants, 81 men (73,6%) and 29 women (26,4%). In particular, the position of Greek gastronomy in Cultural diplomacy, the main pillars of the national cuisine and the contribution of Gastronomy diplomacy to Greek tourism are examined. The results of the survey reveal the difficulty of the conceptual separation between Culinary and Gastronomy diplomacy. However, Greek chefs recognize the socio-economic and cultural benefits that arise from highlighting the food heritage. In addition, although they identify the absence of a strategic plan for gastronomy in Greece, they certify the important role of gastronomy in Cultural diplomacy towards the enhancement of transnational relations and the empowering of tourism. Finally, the local cuisines and the Mediterranean culinary tradition are projected as pillars of our national cuisine.

Keywords: gastronomy, diplomacy, tourism, cooking, nutrition, formal dining

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

AFQ	Activity FoodOxys Quality
βλ.	βλέπε
Ε.Ι.Π.Δ.	Ελληνικό Ινστιτούτο Πολιτιστικής Διπλωματίας
ΕΛ.ΤΑ.	Ελληνικά Ταχυδρομεία
Ε.Ο.Τ.	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Ε.ΠΙ.Π.	Εγγυημένο(-α) Παραδοσιακό(-ά) Ιδιότυπο(-α) Προϊόν(-τα)
GTBB	Greek Taste Beyond Borders
Η.Π.Α.	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ICOMOS	International Council on Monuments and Sites
κ.ά.	και άλλα
κ.α.	και αλλού
κ.ο.κ.	και ούτω καθεξής
Μ.Δ.	Μεσογειακή Διατροφή
Ξ.Ε.Ε.	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
ό.π.	όπου παραπάνω
Ο.Π.Α.Π.	Ονομασία Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας
Παρ.	Παράρτημα
Πιν.	Πίνακας
Π.Γ.Ε.	Προστατευόμενη(-ες) γεωγραφική(-ές) ένδειξη(-εις)
Π.Ο.Π.	Προστατευόμενη(-ες) ονομασία(-ες) προέλευσης
π. Χ.	προ Χριστού
ΣΕΤΕ	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
Τ.Π.Ε	Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
ΥΠ. ΕΞ.	Υπουργείο Εξωτερικών
ΥΠ. ΠΟ. Α.	Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Βασικός σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να εξετάσει και να αναδείξει το φαγητό ως εργαλείο ήπιας ισχύος στην Πολιτιστική διπλωματία. Το αντικείμενο της έρευνας προέκυψε από προσωπικό ενδιαφέρον της γράφουσας για τα πεδία της Μαγειρικής και Γαστρονομικής διπλωματίας που αποτελούν διαύλους επικοινωνίας του πολιτισμού με την πολιτική. Προς επίρρωση αυτού του ενδιαφέροντος, διαπιστώθηκε η απουσία μίας ερευνητικής προσέγγισης σε επαγγελματίες από τον χώρο της ελληνικής γαστρονομίας για αυτό το θέμα.

Η μελέτη διαρθρώνεται σε τρία μέρη. Το πρώτο μέρος συνιστά τη θεωρητική βάση και ολοκληρώνεται σε τέσσερα κεφάλαια. Το δεύτερο μέρος αφορά την εμπειρική έρευνα και αποτελείται από τρία κεφάλαια. Το τρίτο μέρος περιλαμβάνει δύο παραρτήματα.

Ειδικότερα, στο πρώτο μέρος της εργασίας, αναπτύσσεται η θεωρητική τεκμηρίωση του θέματος. Στο πρώτο κεφάλαιο επιχειρείται η αποσαφήνιση όρων που αφορούν σε θεωρητικές τοποθετήσεις σχετικά με τη γαστρονομία, τη διπλωματία και τη χρήση της ήπιας ισχύος. Ορόσημο για την διερεύνηση του θέματος αποτελεί ο ακαδημαϊκός *διάλογος* που αναπτύχθηκε μέσω επιστημονικών δημοσιεύσεων των Paul Rockower και Sam Chapple Sokol στις αρχές της προηγούμενης δεκαετίας και οδήγησε σε εννοιολογική οροθέτηση της Μαγειρικής και της Γαστρονομικής διπλωματίας.

Το δεύτερο κεφάλαιο πραγματεύεται την πολιτισμική διάσταση της τροφής μέσα από μία ανθρωπολογική και ιστορική προσέγγιση. Η κοινωνική λειτουργία της τροφής και η συμβολική σημασία της στις ανθρώπινες σχέσεις ελέγχονται με αφετηρία τις θεωρίες του Λειτουργισμού, του Δομισμού και της Σημειωτικής επιστήμης. Τονίζεται ο ρόλος του φαγητού στην εδραίωση της ατομικής και εθνικής ταυτότητας, στην ανάπτυξη δεσμών μεταξύ των ανθρώπων και στο αίσθημα του *ανήκειν*. Επίσης, γίνεται αναφορά στη συμπερίληψη της διατροφής στο πεδίο της ιστοριογραφικής έρευνας ως διαμορφωτικού παράγοντα της κοινωνικής διαστρωμάτωσης και της εθνικότητας. Κατόπιν, αναλύονται η δυναμική της συνεστίας, ο θεσμός της φιλοξενίας και οι δωρισμοί φαγητού.

Το τρίτο κεφάλαιο πραγματεύεται την πολιτική διάσταση της τροφής. Αρχικά, γίνονται ιστορικές αναφορές γαστρονομικής διπλωματίας από την αρχαιότητα έως τη νεότερη και σύγχρονη εποχή, καθώς και Βιβλικές. Έπειτα, προβάλλεται η σημασία φαγητού και ποτού στα πολιτικά δρώμενα και καταγράφονται ιστορικά παραδείγματα Μαγειρικής διπλωματίας σε

διάφορα σημεία του κόσμου από τον 13^ο έως τον 20^ο αιώνα. Τέλος, δίνονται πληροφορίες για τη διεθνή μαγειρική οργάνωση *Club des Chefs des Chefs*.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, η μελέτη εστιάζει στη σύνδεση της Γαστρονομικής διπλωματίας με τον τουρισμό. Διασαφηνίζονται χρήσιμοι όροι και περιγράφονται στρατηγικές Γαστρονομικής διπλωματίας με έμφαση στην ανάλυση εθνικών εκστρατειών που έχουν υλοποιηθεί από διάφορες χώρες. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την εξέταση της ελληνικής περίπτωσης, οπότε παρουσιάζονται οι προσπάθειες για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων και τη διάδοση της ελληνικής γαστρονομικής κληρονομιάς εν γένει.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας παρουσιάζεται διεξοδικά η μεθοδολογία της έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρονται ο σκοπός και οι στόχοι της έρευνας καθώς και τα ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν από τους τελευταίους.

Στο έκτο κεφάλαιο περιγράφονται τα αποτελέσματα της έρευνας που προέκυψαν από τη διαδικασία ηλεκτρονικής συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου και στο έβδομο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας, όπως αυτά προκύπτουν τόσο από τα ευρήματα της ποσοτικής ανάλυσης και της ερμηνείας τους, όσο και τη βιβλιογραφική αναδίφηση. Τέλος, περιλαμβάνονται προτάσεις για περαιτέρω έρευνα στο πεδίο της Γαστρονομικής και της Μαγειρικής διπλωματίας.

Το ερευνητικό πόνημα ολοκληρώνεται στο τρίτο μέρος με δύο Παραρτήματα. Το πρώτο Παράρτημα, περιλαμβάνει το ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε ηλεκτρονικά στους Έλληνες μάγειρες. Στο δεύτερο, παρατίθενται δύο συγκεντρωτικοί πίνακες των αποτελεσμάτων της έρευνας.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΔΙΑΣΑΦΗΣΕΙΣ

1.1 Φαγητό και Γαστρονομία

Σύμφωνα με την παραδοχή του J. Z. Young, κανένας οργανισμός δεν μπορεί να ζήσει χωρίς φαγητό. Η τροφή καθορίζει την οργάνωση της σκέψης και τη συμπεριφορά που αυτή υπαγορεύει. Το κυνήγι της συλλογής πρώτων υλών και η χρήση της φωτιάς από τον άνθρωπο για την επεξεργασία τους, εξέλιξε τον εγκέφαλό του, σήμανε τη μετάβαση από την ωμή στη μαγειρεμένη τροφή και τον διαφοροποίησε από τα άλλα ζώα (Young, 1968, 21).

Το φαγητό συνιστά για τον άνθρωπο το μέσο για την ικανοποίηση της πείνας, είναι απόλαυση όμως συγχρόνως μία *βαθιά κοινωνική παρόρμηση*. Εκλαμβάνεται ως σύμβολο στην κοινωνική διάδραση και την ιεραρχία αλλά πρωτίστως ως πολιτιστική δήλωση (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2014, 84).

Προϊόντος του χρόνου, το μαγείρεμα γίνεται συνειδητή πράξη και δεν επιδιώκει μόνο την επιβίωση νοσηματοδοτώντας έτσι τη λεγόμενη *κουζίνα* (Civitello, 2008, 9). Σύμφωνα με τη Ferguson, η έννοια της *κουζίνας* συστηματοποίησε τις μαγειρικές πρακτικές, μετασχημάτισε το φαγητό σε πολιτισμικό αγαθό και έθεσε τη βάση για την οικοδόμηση της πολιτιστικής ταυτότητας (Ferguson, 2004, 3). Ως εκ τούτου, οι κοινωνικές πρακτικές, οι συνήθειες και οι συμπεριφορές του ανθρώπου γύρω από το φαγητό συχνά υπερβαίνουν την αξία της θρέψης καθορίζοντας ποιοι είμαστε και πού ανήκουμε (Bogoliubova & Nikolaeva, 2017, 19, Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2014, 84). Σε αυτό συνέβαλε ο Γάλλος νομικός Brillat - Savarin με το κλασικό έργο του *Η φυσιολογία της γεύσης* (1826). Ο συγγραφέας, αναγνωρίζει την επιστημοσύνη της γαστρονομίας με τον ορισμό ότι *είναι η επιστημονική γνώση όλων όσων σχετίζονται με τον άνθρωπο ως τρώγοντα*. Με αφετηρία την πεποίθηση ότι *μόνον ο άνθρωπος με αίσθηση και παιδεία αντιλαμβάνεται το φαγητό*, προφητεύει ότι *σε λίγα χρόνια η γαστρονομία πρέπει να διαθέτει τους ακαδημαϊκούς της, τα τμήματα σπουδών της, τους καθηγητές και τα βραβεία της* (Savarin, 2008, 39, 77, 82). Οι Zahari, Jalis κ.ά. αναφέρουν για τη Santich ότι αρχικά πρότεινε τη διαθεματική μελέτη της γαστρονομίας με εστίαση στην *παραγωγή και την προετοιμασία του φαγητού και πώς, πού, πότε, γιατί και με ποιους καταναλώνεται*. Επιπλέον, υποστήριξε ότι η μελέτη της γαστρονομίας ενέχει την διαπολιτισμική κατανόηση με κύριο άξονα το φαγητό και

συνιστώσες την ιστορία, τη θρησκεία, τη φιλοσοφία, την οικονομία και άλλες επιστήμες (Zahari, 2009, 67).

Κατά αυτόν τον τρόπο, η πολυδιάστατη φύση του φαγητού συνδέεται αναπόσπαστα με τη γαστρονομία που επίσης διέπεται από αρχές και πρακτικές της διεπιστημονικότητας (Kivela & Crotts, 2006, 354 - 355). Ο όρος *γαστρονομία* προκύπτει ετυμολογικά από τη σύνθεση των λέξεων *γαστήρ* (<κοιλιά, στομάχι) και *νομία* (<γνώση, νόμος) και ουσιαστικά παραπέμπει στην καλή γνώση του φαγητού (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2014, 86).

Αναφορικά με την ιστορία, πατέρας της γαστρονομίας θεωρείται ο αρχαίος Έλληνας ποιητής Αρχέστρατος που έζησε τον 4^ο αιώνα π. Χ.. Στο πιο σημαντικό έργο του, την *Ηδυπάθεια*, συμπεριέλαβε μαγειρικές συνταγές και τεχνικές παρασκευής, ώστε αποτελεί το αρχαιότερο βιβλίο μαγειρικής στον κόσμο. Διασώζεται στο κείμενο των *Δειπνοσοφιστών* του Αθηναίου (τέλος του 2ου αιώνα μ. Χ., αρχές 3^{ου} αιώνα μ. Χ.), ένα εξίσου αξιόλογο βιβλίο γαστρονομίας. Άλλα πρόσωπα που συνέδεσαν το όνομά τους με τη γαστρονομία ήταν ο ακόλαστος αυτοκράτορας Καλιγούλας με τα μνημειώδη συμπόσια και ο Ρωμαίος στρατηγός Λούκουλλος. Η γαστρονομία συνέχισε την εξελικτική πορεία της κατά τις περιόδους του Μεσαίωνα και της ιταλικής Αναγέννησης φτάνοντας στην ακμή της με τους Γάλλους μάγειρες που την ανέδειξαν σε υψηλή τέχνη (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2014, 86 - 87).

Το 1835 η Γαλλική Ακαδημία συμπεριέλαβε αυτήν την ελληνική λέξη στο επίσημο λεξικό της (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2014, 86). Στην εγκυκλοπαίδεια *Πάπυρος Larousse Britannica* έχει καταχωρηθεί ως *η τέχνη της επιλογής, της παρασκευής, του σερβιρίσματος και της απόλαυσης της εκλεκτής τροφής* (Πάπυρος Larousse Britannica, 214). Ο Μπαμπινιώτης κάνει λόγο για *δραστηριότητα σχετική με τη μαγειρική και την γευστική και οπτική απόλαυση* (Μπαμπινιώτης, 2002, 401).

Με αφορμή τη σύγχυση που προκαλείται γύρω από την εκλεπτυσμένη αντίληψη του όρου της γαστρονομίας, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων επισημαίνει στη μελέτη του ότι *η γαστρονομία περιλαμβάνει τον συνδυασμό καλού φαγητού με καλό κρασί ή άλλα ποτά και δεν περιορίζεται στη μαγειρική, αλλά επεκτείνεται σε μία σειρά προϊόντων και υπηρεσιών* (ΣΕΤΕ, 2009, 11).

1.2 Δημόσια και Πολιτιστική Διπλωματία

Ο όρος *διπλωματία* δεν είναι καινούριος. Ετυμολογικά προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη *δίπλωμα*, καθώς περιέγραφε ένα σημαντικό έγγραφο του απεσταλμένου, διπλωμένο στα δύο. Στο σύστημα των αρχαίων πόλεων - κρατών αποτελούσε το όργανο της εξωτερικής τους πολιτικής με φορείς τους πρόξενους και τους πρέσβεις. Σύμφωνα με τον Βαρβαρούση, *διπλωματία είναι η διαχείριση των διεθνών υποθέσεων, η μέθοδος με την οποία ρυθμίζονται οι υποθέσεις αυτές κυρίως από διπλωμάτες, καθώς και η τέχνη της διαπραγμάτευσης. Εξυπηρετεί όχι μόνο εθνικά συμφέροντα, αλλά παίζει σημαντικό ρόλο για τη διασφάλιση της παγκόσμιας ειρήνης. Όροι όπως συνδιαλλαγή, συμφωνία, εκεχειρία, ασυλία, διαιτησία, έχουν κληροδοτηθεί από την αρχαιότητα στο σύγχρονο διπλωματικό λεξιλόγιο (Βαρβαρούσης, 1999, 284, 286 - 290, 299 - 302).*

Η μελέτη της διπλωματικής ιστορίας πείθει για τη συνεχή εξέλιξή της. Ο Ηρόδοτος και ο Θουκυδίδης περιγράφουν διπλωματικές αποστολές στα έργα τους. Έπειτα από το υποδειγματικό διπλωματικό σύστημα των Ρωμαίων δημιουργείται την εποχή του Βυζαντίου, για πρώτη φορά, επίσημο διπλωματικό σώμα υπαγόμενο στις μυστικές υπηρεσίες του νεοϊδρυθέντος Υπουργείου Εξωτερικών (Κοσμίδου, 2000, 74). Το διπλωματικό σκηνικό διαφοροποιείται κατά την Ιταλική Αναγέννηση, οπότε οργανώνεται σώμα από επαγγελματίες διπλωμάτες και καθιερώνονται οι διπλωματικές συσκέψεις. Ωστόσο, η Γαλλία ήταν η χώρα που ανέλαβε να διορθώσει τα κακώς κείμενα της ιταλικής προσπάθειας και κατάφερε να καινοτομήσει χάρη σε δύο χαρισματικούς άνδρες, τον Hugo Grotious και τον σύμβουλο του Λουδοβίκου ΙΓ', Καρδινάλιο Ρισελιέ. Ο τελευταίος, ίδρυσε το 1626 ένα Υπουργείο Εξωτερικών υποθέσεων υπεύθυνο για όλα τα εξωτερικά ζητήματα. Όρισε και εγκατέστησε πρέσβεις ως επίσημους εκπροσώπους του σε σημαντικές μητροπόλεις του κόσμου. Το σύστημα αυτό υιοθετήθηκε από όλη την Ευρώπη. Με το Συνέδριο της Βιέννης (1815) έγινε ακόμη ένα μεγάλο βήμα στη διπλωματική διαδικασία, καθώς τότε προέκυψε η έννοια του πρωτοκόλλου και επισημοποιήθηκαν οι συμφωνίες και οι συνθήκες. Παρά τον πολυμερή χαρακτήρα αυτού του Συνεδρίου η πιο συνήθης διπλωματική πρακτική ήταν οι διμερείς σχέσεις. Μετά τον Α' παγκόσμιο πόλεμο κυριαρχεί το αίτημα για *ανοιχτή διπλωματία* που θα υπόκειται σε δημόσιο έλεγχο. Επιπλέον, η ίδρυση της Κοινωνίας των Εθνών σηματοδοτεί την άνοδο της πολυμερούς διπλωματίας. Σύμφωνα με τον Tariquei, *η μεταψυχροπολεμική διπλωματία είναι παγκόσμιας εμβέλειας και χαρακτηρίζεται ως πολύπλοκη και πολυσχιδής (Tariquei, 2005, 59 - 69).*

Ο Βαρβαρούσης παρατηρεί ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας, η ανάληψη διπλωματικών πρωτοβουλιών από πολιτικούς, και η γραφειοκρατία σε θέματα εξωτερικής πολιτικής έχουν αποδυναμώσει το ρόλο των διπλωματών στις διεθνείς σχέσεις. Παρά ταύτα, η διπλωματία εξακολουθεί να είναι απαραίτητη στις διεργασίες της διεθνούς κοινωνίας και να στηρίζει τις διμερείς διακρατικές σχέσεις. Το σίγουρο είναι ότι η εποχή της πληροφορίας και της παγκοσμιοποίησης επιτάσσει την ανάγκη για εναλλακτικές μορφές διπλωματίας (Βαρβαρούσης, 1999, 284 - 285).

Έτσι, σύμφωνα με τον ιστορικό Cull, το 1965 ο Edmund Gullion συστήνει τον όρο *Δημόσια Διπλωματία* (Public Diplomacy) που αποκτά διεθνή υπόσταση μετά το τέλος του Ψυχρού πολέμου. Η κύρια αποστολή της συνίσταται στην επίτευξη των στόχων της εξωτερικής πολιτικής των χωρών με τη συνεπικουρία των ξένων πολιτών¹.

Ο ίδιος αναφέρει ως βασικό στοιχείο της Δημόσιας διπλωματίας την *Πολιτιστική διπλωματία* (Cultural diplomacy) την οποία ορίζει ως *την προσπάθεια ενός δρώντος να διαχειριστεί το διεθνές περιβάλλον κάνοντας γνωστούς τους πολιτιστικούς πόρους και τα επιτεύγματά του στο εξωτερικό ή / και διευκολύνοντας την πολιτιστική μετάδοση στο εξωτερικό*. Θεωρεί ότι με τους σωστούς χειρισμούς η Δημόσια Πολιτιστική διπλωματία μπορεί να επιφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα στην εξωτερική πολιτική. Η Γαλλία είναι μία από τις χώρες που επενδύουν συστηματικά στην Πολιτιστική διπλωματία προωθώντας εκτός από τη γαλλική γλώσσα και το φαγητό της (Cull, 2008, 31, 33, 37).

Στη χώρα μας, ο Βασιλειάδης (2015) διατείνεται ότι *η πολιτιστική διπλωματία δεν είναι τίποτα άλλο από την άσκηση θεμιτής επιρροής μέσα από την οδό του πολιτισμού. Είναι η κυβερνητική πολιτική που χρησιμοποιεί στοιχεία από τον πολιτισμό της για τον σχεδιασμό και την άσκηση εξωτερικής πολιτικής με σκοπό την προβολή της στο εξωτερικό. Τα στοιχεία αυτά μπορεί να είναι η γλώσσα, οι τέχνες, τα έθιμα και οι παραδόσεις, οι πολιτιστικές αξίες και τα αγαθά [...]. Ουσιαστικά, με τη χρήση του πολιτισμού προβάλλεται η χώρα και βελτιώνει την εικόνα της καθώς οι πολιτιστικές ανταλλαγές εδραιώνουν κλίμα εμπιστοσύνης αποβλέποντας μακροπρόθεσμα στην αλληλοκατανόηση και την αποφυγή πολιτικών κρίσεων και συγκρούσεων. Η Ελλάδα μέσω αυτής της προσέγγισης θα μπορούσε να προβληθεί στο διεθνές γίνεσθαι με τον καλύτερο τρόπο ισοσκελίζοντας τις αδυναμίες της σε οικονομικό ή στρατιωτικό επίπεδο* (Βασιλειάδης, 2015, 15).

¹ Ο ακριβής ορισμός του Gullion στο: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> (Ανακτήθηκε στις 13 Φεβρουαρίου 2020).

Η Δημόσια διπλωματία συνδέεται άμεσα με την ήπια ισχύ. Οι πηγές της ήπιας ισχύος, χρησιμοποιούνται στην άσκηση της Δημόσιας διπλωματίας, ώστε μία χώρα μέσω των πολιτιστικών αξιών και αγαθών της να επιτυγχάνει με ελκυστικό τρόπο θετικά αποτελέσματα στη διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς της στο κοινό άλλων χωρών. Με αυτό το σκεπτικό, η εθνική κουζίνα μπορεί να αποτελέσει την εργαλειακή έκφραση της Δημόσιας διπλωματίας (Luša & Jakešević, 2017, 101).

1.3 Ήπια Ισχύς

Η επιδίωξη της ισχύος και η ικανοποίηση του συμφέροντος συνυφαίνονται με την ανθρώπινη φύση και καθορίζουν την πολιτική συμπεριφορά. Η ισχύς είναι για τα κράτη ένα μέσο για την επίλυση των εθνικών ή διακρατικών διαφορών τους και την επίτευξη των στόχων τους που αποτελούν και τη βάση της εξωτερικής τους πολιτικής. Για τον βαρύνοντα ρόλο της ισχύος και του συμφέροντος αρκεί να ανατρέξει κανείς στα κείμενα της αρχαίας ελληνικής γραμματείας, από όπου έχουν αντλήσει συμβουλές για την εξωτερική τους πολιτική μεγάλες δυνάμεις του σύγχρονου κόσμου, όπως οι Η.Π.Α.²

Ενδεικτικά, ο Αριστοτέλης θεωρεί ότι η ισχύς (*δύναμις*) είναι ένα εργαλείο για ικανούς χρήστες³ σε πλαίσια έννομης τάξης που θα αποτρέπουν την αυθαίρετη χρήση της. Ο Θουκυδίδης στην Ιστορία του αναφέρει: *ο ισχυρός επιβάλλει ό,τι του επιτρέπει η δύναμή του και ο αδύνατος υποχωρεί όσο του το επιβάλλει η αδυναμία του* και παρακάτω για την έννοια του *συμφέροντος*⁴: *Δεν νομίζετε ότι, όταν επιδιώκει κανείς το συμφέρον του αποφεύγει τους κινδύνους [...]*;⁵ (Βαρβαρούσης, 1999, 62 - 63, 96 - 97, 252).

Στη σύγχρονη εκδοχή της η έννοια της ισχύος συνεχίζει να διερευνάται από αναλυτές των διεθνών σχέσεων που διατυπώνουν απόψεις για την αξιοποίηση και μέτρησή της, τις αλλαγές που μπορεί να επιφέρει και εν τέλει για την πολύπλοκη και πολύπλευρη φύση της (Λιαρόπουλος, 2014, 93 - 95).

² Σύμφωνα με τον Βαρβαρούση, ο Αμερικανός καθηγητής Louis Halle και ανώτερο στέλεχος του Υπουργείου Εξωτερικών των Η.Π.Α. δημοσίευσε στις αρχές της δεκαετίας του '50 άρθρο στο περιοδικό "Foreign Service Journal" με τίτλο «Το μήνυμα του Θουκυδίδη» (Βαρβαρούσης, 1999, 252).

³ Κατά τον Newmann, ο Αριστοτέλης ορίζει την ισχύ *as a reward rather than as a burden, while from the other point of view power is given, like a tool to him who can use it best* [Newmann, W.L. (1950). *The politics of Aristoteles*, vol. 1, Oxford: Clarendon Press, σελ. 250].

⁴ Θουκ. Ε', [5.89.1].

⁵ Θουκ. Ε', [5.107.1]

Ο καθηγητής Joseph S. Nye ορίζει την ισχύ ως την *ικανότητα να επηρεάζεις τους άλλους, να έχεις τα αποτελέσματα που θέλεις με τρεις τρόπους: με απειλές (ραβδί), με χρηματοδότηση (καρότο), ή κάνοντας τους άλλους να θέλουν αυτό που θες εσύ*⁶ (Nye, 2008, 94). Αποκαλεί δε το τελευταίο, *ήπια ισχύ* (soft power), όρο που εισηγήθηκε ήδη από το 1990 στο βιβλίο του *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. Το 2004, επανήλθε στο *Soft Power: The means to success in world politics*, για να ενισχύσει τη θέση του που όμως, αποδεικνύεται εύκολα ότι προϋπήρχε ως σύλληψη και ως πρακτική ήδη από τους αρχαίους χρόνους. Για παράδειγμα, η ισχύς της αρχαίας Αθήνας είχε όχι μόνο στρατιωτικά, αλλά και πολιτισμικά ερείσματα, τα γράμματα και τις τέχνες (Βαρβαρούσης, 1999, 97).

Σύμφωνα με τον Nye, η ισχύς εκτός από στρατιωτική, δύναται να έχει και πολιτιστική έκφραση. Κοινό σημείο της σκληρής και της ήπιας ισχύος είναι ότι *αποτελούν στοιχεία της ικανότητας να επιτύχει κάποιος το σκοπό του επηρεάζοντας τη συμπεριφορά άλλων*. Η διαφορά τους εντοπίζεται στα μέσα και τις συμπεριφορές που χρησιμοποιούν. Για τη σκληρή ισχύ (hard power) είναι ξεκάθαρη η εξουσιαστική διάθεση μέσω στρατιωτικών επιχειρήσεων, ενώ για την ήπια, υπερτερούν η δύναμη της έλξης και το στοιχείο της γοητείας, οι αξίες και η κουλτούρα μιας χώρας - ανώτερη ή λαϊκή. Τόσο ευρωπαϊκές, όσο και ασιατικές χώρες, έχουν αξιοποιήσει πηγές της ήπιας ισχύος τους αντλώντας από τα πεδία της τέχνης (λογοτεχνία, μουσική, μόδα, κ.α.) και της διατροφής (εθνικές κουζίνες) (Nye, 2004, 37, 38, 153, 164 - 177). Σύμφωνα με στατιστική έρευνα του 2019, η Γαλλία κατατάσσεται παγκοσμίως στην πρώτη από τις τριάντα θέσεις όσον αφορά τη χρήση ήπιας ισχύος, ενώ η Ελλάδα αγγίζει μόλις την εικοστή πέμπτη⁷. Αν και η έννοια της ήπιας ισχύος έχει τους επικριτές της, παρά την μετεξέλιξή της σε *έξυπνη ή ευφυή* (smart power), δεν παύει να αποτελεί μία εναλλακτική πρόταση για την προσέγγιση των κρατών τόσο σε κυβερνητικό επίπεδο, όσο και σε επίπεδο πολιτών. Ο Λιαρόπουλος σε άρθρο του παραθέτει τον ορισμό του Nye για την *έξυπνη ισχύ* ως την *ικανότητα να συνδυάσουμε και τις δύο - σκληρή και ήπια - σε μία αποτελεσματική στρατηγική* (Λιαρόπουλος, 2014, 100). Ο Nye αναφέρει ότι *χρειαζόμαστε νέες αφηγήσεις για να κατανοήσουμε την ισχύ στον 21^ο αιώνα και [...] αυτό που απασχολεί τελικά περισσότερο είναι το ποιανού το αφήγημα θα είναι πιο αποτελεσματικό*⁸. Στην παρούσα εργασία ελέγχεται εάν η

⁶ Ομιλία του Nye στη διεθνή οργάνωση συνεδρίων TED Global 2010, με τίτλο *Global Power Shifts*. Ανακτήθηκε από: https://www.ted.com/talks/joseph_nye_global_power_shifts#t-375087. (07 Φεβρουαρίου 2020).

⁷ Portland Communications. (2019). *Countries with the most soft power in the world according to the Soft Power 30 index in 2019*. Statista. Statista Inc. (Τελευταία πρόσβαση στις 07 Φεβρουαρίου 2020).

⁸ Ομιλία του Nye στη διεθνή οργάνωση συνεδρίων TED Global 2010, με τίτλο *Global Power Shifts*. Ανακτήθηκε από: https://www.ted.com/talks/joseph_nye_global_power_shifts#t-375087. (07 Φεβρουαρίου 2020).

διατροφική κουλτούρα ενός έθνους μπορεί να εκφράσει την ήπια ισχύ του μέσα από την εδραίωση της εθνικής του κουζίνας.

1.4 Εθνικό Σήμα (Nation Branding) και Γαστροεθνισμός

Παράλληλα με τον τομέα της δημόσιας διπλωματίας αναπτύσσεται μία αντίληψη με όρους αγοράς που συναντάται στη διεθνή βιβλιογραφία ως *nation-branding* και αναφέρεται στη διαμόρφωση και διαχείριση της εικόνας ενός έθνους. Ο όρος προτάθηκε από τον Simon Anholt μετά από απλή παρατήρηση ομοιοτήτων ανάμεσα στις χώρες και τις εταιρίες που επιδίωκαν μια καλή φήμη και αρχικά αντιμετώπισε κυβερνητικές παρανοήσεις και διαστρεβλώσεις (Anholt, 2011, 1)⁹. Ο Anholt περιγράφει τη διαδικασία του *branding* ως *στρατηγική πολιτική που προτίθεται να βοηθήσει τα έθνη να προβάλλουν τα πλεονεκτήματα που θα τους εξασφαλίσουν ευρεία αναγνώριση*¹⁰. Διευκρινίζει δε, πως πέρα από τον εντοπισμό των μοναδικών εθνικών χαρακτηριστικών, είναι αναγκαία η συντονισμένη κυβερνητική προβολή της χώρας (Nirwandy & Awang, 2014, 328). Στο βιβλίο του *Competitive Identity*¹¹ αναφέρει ότι *το πώς θα προβληθεί μια χώρα, επηρεάζει ρητά τον τρόπο που σκέφτονται γηγενείς και ξένοι για αυτήν, τη συμπεριφορά απέναντί της και την ανταπόκρισή τους σε ό,τι προέρχεται από εκεί*¹² (Chapple-Sokol, 2013, 169).

Σε αρκετές περιπτώσεις κρατών ανά τον κόσμο οι διατροφικές συνήθειες και η τοπική μαγειρική παράδοσή τους αποδείχθηκαν χρήσιμα εργαλεία για την ενίσχυση της εθνικής εικόνας τους. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η Μαλαισία. Οι κυβερνητικές ή μη κυβερνητικές δράσεις που οργανώθηκαν με επίκεντρο το φαγητό κατέστησαν τη χώρα γαστρονομικό τουριστικό προορισμό με προστιθέμενα οφέλη στην οικονομία (Solleh, 2018, 133 - 134).

Γίνεται σαφές ότι στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και του διεθνούς ανταγωνισμού, τα θέματα φήμης και επιρροής ωθούν τα έθνη στη διαχείριση της εικόνας τους με όρους

⁹ Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2(1), 6–12. Ανακτήθηκε από: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1> (15 Φεβρουαρίου 2020).

¹⁰ Πρωτότυπη διατύπωση: *a strategic, policy-making approach, intended to assist nations to construct on the strengths that later will benefit them a grander reputation*

¹¹ Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, London: Palgrave Macmillan.

¹² Πρωτότυπη διατύπωση: *a country's representation powerfully affects the way people inside and outside the place think about it, the way they behave towards it, and the way they respond to everything that's made or done there.*

εμπορικής μάρκας (Dinnie, 2014, 41). Οι κυβερνήσεις των χωρών αναζητούν νέους τρόπους αξιοποίησης και διάδοσης των πολιτιστικών αγαθών, που θα αποτελούν τα εχέγγυα για τη βελτίωση της εξωτερικής πολιτικής τους και την αύξηση της επιρροής τους μέσω της ελκυστικότητας και όχι της στρατιωτικής επιβολής (Κοσμίδου, 2000, 77 - 78).

Επιπλέον, αρκετές μελέτες ακαδημαϊκών παρουσιάζουν το φαγητό ως όχημα του εθνισμού χρησιμοποιώντας τον όρο *Gastronationalism* - στην ελληνική μπορεί να αποδοθεί ως *Γαστροεθνισμός*¹³. Ως όρος, εμφανίστηκε σχετικά πρόσφατα και απασχόλησε αρχικά την ερευνήτρια Michaela DeSousey, αλλά ως θεματική που περιλαμβάνει τη σχέση τροφής και εθνισμού είχε προβληματίσει δεκαετίες πριν, τους Barthes ([1957] 2002), Appadurai (1981) και Mennell (1985)¹⁴ (Leer, 2018, 820).

Η DeSousey το 2010, περιέγραψε με ποιον τρόπο το φαγητό ως στοιχείο του υλικού πολιτισμού επηρεάζει τα πολιτικά σχέδια. Συγκεκριμένα, αναφέρθηκε στην έννοια '*Gastronationalism*' ως μία μορφή διεκδίκησης αξιώσεων και ένα σχέδιο διατήρησης της συλλογικής ταυτότητας [...] που ξεκινάει από τη σύνδεση εθνικών προγραμμάτων με τις τοπικές διατροφικές κουλτούρες και έχει πολιτικές συνέπειες. Θεωρεί ότι οι επικρίσεις (συμβολικές ή άλλες) στους τρόπους διατροφής ενός έθνους αποτελούν προσβολή όχι μόνο στο φαγητό, αλλά στην πολιτιστική κληρονομιά εν γένει (DeSousey, 2010, 433).

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα γαστροεθνισμού είναι το αμφιλεγόμενο ζήτημα του *foie gras* που έχει διχάσει τους συμμετέχοντες στον διεθνή διάλογο. Αφενός, η Γαλλία έχει δεχτεί πολεμική για τον ανήθικο τρόπο παραγωγής του *foie gras*, καθώς οι αρσενικές χήνες ταΐζονται με τη βία με στόχο την πάχυνση του συκωτιού τους, αφετέρου το *foie gras* αντανakλά την ιστορία της γαλλικής διατροφής, είναι στοιχείο της εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς της και η βιομηχανία του στηρίζει την οικονομική ανάπτυξη (DeSousey, 2010, 433). Στο βιβλίο της *Contested Tastes: Foie Gras and the Politics of Food* (2016)¹⁵, δίνει τη σημαντική πληροφορία

¹³ Η απόδοση είναι της γράφουσας. Εδώ, προτιμάται από τον όρο *Γαστροεθνικισμός*, επειδή η λέξη *εθνισμός* ενέχει την προσπάθεια για τη διατήρηση της εθνικής και πολιτιστικής ταυτότητας ενάντια σε κάθε κίνδυνο για συγχώνευση των εθνών και των πολιτισμών τους, χωρίς διάθεση υποτίμησης ή περιφρόνησης στα ιδεώδη των άλλων εθνών (Γκίκας, 1995, 149). Ωστόσο για θέματα πολεμικής αναφοράς με την πατρότητα συνταγών θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και ο όρος *Γαστροεθνικισμός*.

¹⁴ Mennell, S. (1985). *All Manners of Food*. Oxford: Blackwell.

Barthes, R. ([1957] 2002). *Mythologies (Oeuvres Complètes, t. I)*. Paris: Editions du Seuil.

Appadurai, A. (1981). Gastro-politics in Hindu South Asia. *American Ethnologist* 8(3): 494 – 511.

¹⁵ DeSousey, M. (2016). *Contested Tastes: Foie Gras and the Politics of Food*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

ότι η συνέντευξή της σε Γάλλο σεφ πήρε θετική τροπή μόνο όταν η Αμερικανίδα ερευνήτρια έφαγε foie gras και άλλα γαλλικά εδέσματα (Leer, 2018, 820).

Μια άλλη πτυχή του γαστροεθνισμού αποτελεί η πολεμική που αναδύεται κατά καιρούς για την προέλευση διατροφικών προϊόντων και εθνικών πιάτων. Το *hummus* αναζητά την ταυτότητά του μεταξύ Ισραήλ, Λιβάνου και Παλαιστίνης. Κάτι ανάλογο συμβαίνει μεταξύ Αρμενίας και Αζερμπαϊτζάν που διεκδικούν τον *dolma* (Osipova, 2014, 18). Τέτοιου είδους πολεμικές αποκτούν πολιτική υπόσταση και δείχνουν την προσπάθεια ενός έθνους να παραμείνει συνδεδεμένο με τις πολιτιστικές του καταβολές. Ωστόσο, μία πιο μετριοπαθής δήλωση ανήκει στον διακεκριμένο σεφ Habib Daoud που υποστήριξε ότι *το φαγητό ανήκει [...] σε αυτούς που το μαγειρεύουν και σε αυτούς που το τρώνε* (Ranta, 2015, 40).

1.5 Γαστρονομική διπλωματία

Το φαγητό και η τέχνη της διπλωματίας διατηρούν δεσμούς από τα αρχαία χρόνια. Τις τελευταίες δεκαετίες είναι έντονο το ενδιαφέρον της ακαδημαϊκής κοινότητας για την έρευνα γύρω από αυτή τη σχέση που φαίνεται να έχει προεκτάσεις στην πολιτική, τις διεθνείς σχέσεις και την εδραίωση της παγκόσμιας ειρήνης μέσω της γνωριμίας και της διαπολιτισμικής κατανόησης των λαών (Reynolds, 2012, 52).

Στη διεθνή βιβλιογραφία απαντάται πλήθος σχετικών όρων. Πιο συγκεκριμένα, ο όρος *gastrodiplomacy*¹⁶ αναφέρθηκε για πρώτη φορά το 2002 σε άρθρο του περιοδικού *Economist*, όταν η Ταϊλάνδη, με επίγνωση της ιδιαίτερης προτίμησης των ξένων στο φαγητό της, έκανε γνωστή την πρόθεσή της να αυξήσει τον αριθμό των εστιατορίων της παγκοσμίως με σκοπό την *ενίσχυση των σχέσεων με τις άλλες χώρες*¹⁷ (Nye, 2004, 177).

Αν και ως όρος θεωρείται νεότοκος, οι σημειολογικές καταβολές του βρίσκονται στην αρχαιότητα. Αποτελεί μια δημοφιλή στρατηγική της Δημόσιας διπλωματίας, αφορά σε πολιτιστικές ανταλλαγές στο πεδίο της διατροφής των λαών και φιλοδοξεί να συμβάλλει στην ενδυνάμωση της εθνικής εικόνας (Luša & Jakešević, 2017, 102).

Σύμφωνα με τον εμπνευστή του όρου Paul Rockower, *η γαστρονομική διπλωματία επιδιώκει την πολιτισμική επικοινωνία αλλοεθνών πολιτών μέσω του φαγητού και τη βελτίωση*

¹⁶ Αναφέρεται και ως *Gastronationalism*. Στην ελληνική μπορεί να μεταφραστεί ως *διπλωματία της γαστρονομίας*, *γαστρονομική διπλωματία* ή *γαστροδιπλωματία*.

¹⁷ Thailand's Gastrodiplomacy. *The Economist*. 23 Φεβρουαρίου 2002, σ. 48.

των διαπροσωπικών σχέσεων μέσω της κοινής εμπειρίας του φαγητού¹⁸. Παρέχεται η δυνατότητα στο ξένο κοινό να μοιραστεί την ιστορία και την πολιτιστική κληρονομιά του μέσω της τροφής. Προς αυτήν την κατεύθυνση, συμβάλλουν οι χώροι εστίασης και οι τουριστικές καμπάνιες. Η έρευνα του Ruddy κατέδειξε ότι μεταξύ άλλων χωρών, η Αιθιοπία, η Τουρκία και ο Λίβανος αποτελούν αξιόλογα παραδείγματα ενδυνάμωσης της εθνικής εικόνας μέσω των εστιατορίων τους και των συντονισμένων εκστρατειών σε κυβερνητικό επίπεδο (Rockower, 2012, 238 - 244, Ruddy, 2014, 31).

Χώρες μέτριας ισχύος όπως η Ταϊλάνδη, η Ταϊβάν, το Περού, η Μαλαισία και η Νότια Κορέα εφάρμοσαν επί μακρόν την τακτική της γαστρονομικής διπλωματίας. Επιπλέον, πρόσφατα παρατηρείται η χρήση της, αν και διαφοροποιημένη ως προς τη μέθοδο, από κυρίαρχα κράτη όπως οι Η.Π.Α και η Γαλλία. Ας μην παραλειφθεί ότι οι μεταναστευτικές και προσφυγικές ροές ανθρώπων, αποτελούν ένα σώμα εθνικής διασποράς που μεταφέρει και διαδίδει τη διατροφική πολιτιστική κληρονομιά του στη χώρα εγκατάστασης. Απευθυνόμενο στις ομάδες γηγενών καλλιεργεί κλίμα εγγύτητας και εμπιστοσύνης μεταξύ πολιτών διαφορετικών εθνοτήτων (McBride, 2016, 10).

1.6 Μαγειρική διπλωματία

Το 2013, η δημοσίευση του άρθρου *Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds* από τον Sam Chapple-Sokol, έφερε στο προσκήνιο τον όρο *culinary diplomacy*¹⁹ - στην ελληνική, *Μαγειρική διπλωματία*. Σύμφωνα με τον μελετητή, πρόκειται για τη χρήση της τροφής και της κουζίνας ως μέσου που προάγει τη διαπολιτισμική κατανόηση με την προσδοκία να βελτιωθούν οι αλληλεπιδράσεις και η συνεργασία²⁰ (Chapple-Sokol, 2013, 162).

Σε αντιδιαστολή με τον Rockower, ο Spence²¹ (2016) θεωρεί συνώνυμες τις έννοιες *γαστρονομική* και *μαγειρική διπλωματία*. Ο Chapple-Sokol, συμφωνεί εν μέρει με τον Rockower και στηρίζει την αποτελεσματικότητα αυτού του μέσου στο διαχωρισμό ανάμεσα στη δημόσια και την ιδιωτική μαγειρική διπλωματία. Φέρνει ως παράδειγμα της δημόσιας

¹⁸ Πρωτότυπη διατύπωση: *Gastrodiplomacy seeks to communicate culture through food to the broader foreign public. Moreover, gastrodiplomacy seeks to engage people-to-people connections through the act of breaking bread.* Rockower, P. (2012). *Setting the Table for Diplomacy*. Ανακτήθηκε από : https://www.huffpost.com/entry/setting-the-table-for-dip_b_1904521 (20 Δεκεμβρίου 2019).

¹⁹ Αναφέρεται και ως *diplomatic gastronomy* (Morgan, 2012), *gastronomic diplomacy* & *gastro-logic diplomacy* (Constantinou 1996).

²⁰ Πρωτότυπη διατύπωση: *(culinary diplomacy is) the use of food and cuisine as an instrument to create cross-cultural understanding in the hope of improving interactions and cooperation* (Chapple-Sokol, 2013, 162).

²¹ Spence, Ch., (2016), *Gastrodiplomacy: Assessing the role of food in decision-making, Flavour*, 5(4), 1-16.

μαγειρικής διπλωματίας, τις κυβερνητικές εκστρατείες της Ταϊλάνδης και της Νότιας Κορέας, ενώ για την ιδιωτική, αναφέρει πρακτικές που ακολουθούνται για τη λήψη αποφάσεων γύρω από ένα τραπέζι φαγητού *κεκλεισμένων των θυρών*. Με άλλα λόγια, τοποθετεί τις ρίζες της ιδιωτικής μαγειρικής διπλωματίας στην τέχνη της διαπραγμάτευσης τονίζοντας έτσι την επίσημη μορφή διενέργειάς της σε διπλωματικό επίπεδο. Διευκρινίζει ότι δεν πρέπει να συγχέεται με την διπλωματία των τροφίμων - *Food diplomacy* - που έχει στόχο την παροχή επισιτιστικής βοήθειας και την ανακούφιση από την πείνα είτε μέσω κυβερνητικής ηγεσίας, από χώρα σε χώρα, είτε σε επίπεδο πολιτών (Chapple-Sokol, 2013, 162).

Σε συνέχεια των ακαδημαϊκών προβληματισμών του, ο Chapple-Sokol δημοσιοποίησε το 2016 στην προσωπική του ιστοσελίδα μια πιο δομημένη τοποθέτηση ορίζοντας *τρεις πυλώνες της Μαγειρικής διπλωματίας*²².

Ο πρώτος πυλώνας αφορά σε ένα πεδίο που βρίθει ιστορικών αφηγήσεων. Επικεντρώνεται στην ιδιωτική μαγειρική διπλωματία όπου και εμπίπτει η *ψυχαγωγία των διπλωματικών αποστολών, τα γεύματα εργασίας και τα κρατικά δείπνα*. Ο Chapple-Sokol κάνει αποδεκτή την προβολή τους στο κοινό, αφού παραδέχεται ότι είναι σύνηθες τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να ανακοινώνουν στους πολίτες όσα συμβαίνουν στην παράθεση επίσημων γευμάτων, από το εδεσματολόγιο μέχρι τον τρόπο που παρακάθονται οι προσκεκλημένοι²³.

Ο δεύτερος πυλώνας συντάσσεται με αυτό που ο Rockower αποκαλεί *gastrodiplomacy* και ανήκει στο πεδίο της Δημόσιας διπλωματίας. Η στοχοθεσία του στηρίζεται σε πολιτικές, οικονομικές και πολιτιστικές επιδιώξεις όπως η αξιοποίηση της εθνικής ήπιας ισχύος, η ενίσχυση της εικόνας ενός κράτους μέσω του εμπορίου, του τουρισμού και των πολιτιστικών ανταλλαγών. Εκτός από τις κυβερνητικές εκστρατείες χωρών που ήδη αναφέρθηκαν είναι διαρκείς οι κρατικές προσπάθειες, ώστε να συμπεριληφθούν οι εθνικές κουζίνες και οι διεθνείς γαστρονομικές εκδηλώσεις στη λίστα της παγκόσμιας άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO²⁴.

Ο τρίτος πυλώνας προωθείται από μη κρατικούς φορείς και για αυτό ο μελετητής τον κατονομάζει *Citizen Culinary Diplomacy*. Πρόκειται για έναν αναδυόμενο κλάδο που στηρίζεται σε ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Κατά τον Chapple-Sokol, περιλαμβάνει *τα διαπολιτισμικά προγράμματα απώλειας βάρους, τις διασυννοριακές συνεργασίες μαγειρικής, την οργάνωση*

²²Chapple-Sokol, S., (2016), *A New Structure for Culinary Diplomacy*. Ανακτήθηκε από: <http://culinarydiplomacy.com/blog/2016/08/28/a-new-structure-for-culinary-diplomacy/> (5 Φεβρουαρίου 2020).

²³ο.π. Chapple-Sokol, S. (2016).

²⁴ο.π. Chapple-Sokol, S. (2016).

εκπαιδευτικών pop-up δείπνων και τα 'conflict café' που σχετίζονται άμεσα με την κουζίνα των μεταναστών²⁵. Άλλωστε, συχνά η διάδοση εθνικών χαρακτηριστικών του φαγητού έχει στηριχθεί στην μετανάστευση, τους δρόμους του εμπορίου και την παγκοσμιοποίηση (Solleh, 2018, 131).

Καταληκτικά, ο μελετητής προβαίνει σε μία αναλυτική κατηγοριοποίηση των όρων που συσχετίζουν το φαγητό με τη διπλωματία από όποιον φορέα και αν ασκείται, κυβερνητικό ή μη κυβερνητικό. Φαίνεται να κρίνει σημαντική την καλή γνώση του θεωρητικού υπόβαθρου και τη σαφήνεια των στόχων κάθε κατηγορίας, ώστε να διευκολύνεται η ακαδημαϊκή μελέτη και έρευνα και να προσεγγίζονται επεξηγηματικά τα κοινωνικά φαινόμενα που ανακύπτουν από τις ακολουθούμενες πρακτικές του κάθε πυλώνα.

Το βασικό ερευνητικό ενδιαφέρον της παρούσας εργασίας στρέφεται γύρω από το περιεχόμενο του πρώτου πυλώνα του Chapple-Sokol. Ωστόσο, βάσει της πεποίθησης της γράφουσας ότι το φαγητό ως πολιτιστική εμπειρία αγγίζει και το πεδίο της γαστρονομικής διπλωματίας, θα γίνει σχετική ανάπτυξη στο τέταρτο κεφάλαιο.

Για την ελληνική περίπτωση αξίζει να αναφερθεί ότι στο πλαίσιο της Ελληνικής προεδρίας των Εθνικών Πολιτιστικών Ινστιτούτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUNIC-2015), το Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού στην Ουάσιγκτον, συνεργάστηκε με το Πανεπιστήμιο της Νέας Υόρκης για τη διοργάνωση ενός Συμποσίου για τη μαγειρική ως ειρηνοποιό παράγοντα στις σχέσεις των ανθρώπων. Η διοργανώτρια και εκπρόσωπος του Ελληνικού Ιδρύματος Πολιτισμού στην Ουάσιγκτον αλλά και Εκπρόσωπος της EUNIC, Ζωή Κοσμίδου, παρουσίασε στρατηγικές που ακολουθούνται για τη βελτίωση των διακρατικών σχέσεων, την προώθηση του τουρισμού, της εθνικής κουζίνας και των αυθεντικών προϊόντων. Επίσης, δόθηκε έμφαση στη σημασία της συνεστίασης και των διαπραγματεύσεων γύρω από ένα τραπέζι. Οι ομιλήτριες προέρχονταν από τον ακαδημαϊκό και πολιτικό χώρο, ενώ ιδιαίτερης σημασίας ήταν η παρουσία της Τζοχάννα Μέντελσον Φόρμαν, καθηγήτριας Διεθνών Σχέσεων στο Πανεπιστήμιο Αμέρικαν, όπου διδάσκει *Γαστρονομική διπλωματία* και έχει ιδρύσει την *Κουζίνα της Σύγκρουσης*²⁶.

Επίσης, η συμμετοχή σε διαγωνισμούς που διενεργούνται από πρεσβείες συμβάλλει στην ενίσχυση των διακρατικών δεσμών και παράλληλα στην διαμόρφωση της γνώμης του ξένου κοινού. Για παράδειγμα, στο πλαίσιο της 5^{ης} γαστρονομικής εκδήλωσης *Gout de France – Good*

²⁵ο.π. Chapple-Sokol, S. (2016).

²⁶ Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού (2015), *Η Κουζίνα της Ειρήνης: make food, not war - Ουάσιγκτον*. Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/peacecuisine> (10 Νοεμβρίου 2019).

France 2019, η γαλλική πρεσβεία διοργάνωσε διαγωνισμό για το καλύτερο ελληνικό εκλέρ. Η Ελισάβετ Μάτσα αναδείχθηκε νικήτρια για την Αθήνα με ένα εκλέρ γεύσης ρυζόγαλου, μαστίχας και μανταρινιού, ενώ όλες οι νικητρίες συμμετοχές διακρίθηκαν για την αυθεντικά ελληνική πρώτη ύλη (έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, αυγοτάραχο, φέτα, χωριάτικο φύλλο, μαυροδάφνη). Με την αφορμή της πολιτιστικής ανταπόδοσης θα είχε ενδιαφέρον να δρομολογηθεί μία ανάλογη δραστηριότητα από μέρους της ελληνικής πρεσβείας στο Παρίσι.

Τέλος, η ρωσική εβδομάδα γαστρονομίας το 2018, αναμενόταν να επηρεάσει σημαντικά τις σχέσεις μεταξύ της Ρωσίας και της Ελλάδας. Από τις 23 έως τις 27 Οκτωβρίου πραγματοποιήθηκαν δείπνα με αντιπροσωπευτικά γευστικά πιάτα και από τις δύο χώρες προβάλλοντας αμφότερες τον γαστρονομικό πλούτο τους. Η εβδομάδα ολοκληρώθηκε με μία αναμέτρηση ευγενούς άμιλλας δύο βραβευμένων αρχιμαγείρων του Αντρέι Ματιούχα και του Σάκη Τζανέτου. Ο καθένας κλήθηκε να ετοιμάσει ένα εθνικό πιάτο από τη χώρα του *αντιπάλου* του. Βασισμένοι στη δημιουργικότητα και την προσωπική τεχνική τους παρασκεύασαν δύο πιάτα με διαφορετικό γευστικό προσανατολισμό από τον αρχικό τους και απέσπασαν θετικές κριτικές. Η προσπάθεια είχε συμβολικό χαρακτήρα και η εύρεση κοινών στοιχείων στα φαγητά που ετοιμάστηκαν δημιούργησαν αίσθημα οικειότητας που κατέληξε σε *Συμφωνία για την προώθηση της ελληνικής κουζίνας στη Ρωσία*. Μάλιστα, ο πρόεδρος της *Greek Taste beyond the borders* Φ. Κούτρας, ανακήρυξε τον διοργανωτή της πρωτοβουλίας και Πρόεδρο του Διεθνούς Οινογαστρονομικού Κέντρου, Λ. Γκελίμπερμαν, πρέσβη της ελληνικής κουζίνας στο εξωτερικό²⁷.

²⁷ Η διπλωματία της γαστρονομίας στις σχέσεις Αθήνας-Μόσχας με φόντο το ναό του Ποσειδώνα (2018). Ανακτήθηκε από: iefimerida.gr <https://tinyurl.com/chefsummit> (10 Απριλίου 2020).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΤΡΟΦΗΣ

2.1 Η ανθρωπολογική προσέγγιση της τροφής

Σε αυτό το κεφάλαιο το ενδιαφέρον στρέφεται στις όψεις της κοινωνικής λειτουργίας της τροφής και της συμβολικής σημασίας της στις ανθρώπινες σχέσεις. Το φαγητό εντάσσεται σε ένα πολιτισμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο οι άνθρωποι ανακαλύπτουν την ταυτότητά τους και οικοδομούν τη σχέση τους με τους άλλους. Οι Greene και Cramer συμφωνούν ότι *το φαγητό είναι φορέας πολιτισμού ακριβώς επειδή το χρησιμοποιούμε ως μέσο επικοινωνίας* (Greene & Cramer, 2011, xi).

Η κοινωνική ανθρωπολογία βρήκε πρόσφορο έδαφος για να αναπτυχθεί την περίοδο του Διαφωτισμού του 19^{ου} αιώνα. Η ανθρωπολογική έρευνα για τα διατροφικά συστήματα στηρίχτηκε αρχικά σε εθνογραφικές μελέτες που ανέλυαν τις θεματικές της συγγένειας και της θρησκείας. Το φαγητό καθ' αυτό αναδείχθηκε ως αντικείμενο έρευνας αλλά και πεδίο αντιπαραθέσεων μετά το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα. Η βρώση ως φορέας σημασιών και αξιών, ως επικοινωνιακός κώδικας αρχικά, και ως δείκτης οικονομικών και πολιτικών συνθηκών από τη δεκαετία του '70 και έπειτα, αλλά και ο διαμορφωτικός ρόλος της στην εθνική ταυτότητα μέσω της προώθησης της εθνικής κουζίνας²⁸ αποτέλεσαν σταδιακά, πεδία έρευνας για τους μελετητές.

Η ανθρωπολογία της τροφής δεν εστιάζει στο φαγητό ως υλικό στοιχείο του πολιτισμού αλλά επικεντρώνεται στον τρόπο που η συμβολικότητά του μπορεί να διαφανεί στις κοινωνικές δομές, σε θέματα κοινωνικής θέσης, ιεραρχίας, φύλου, θρησκείας, ηλικίας. Σύμφωνα με τον Lim Chan Ing *η τροφή από μόνη της δεν έχει νόημα. Είναι ο άνθρωπος που της προσδίδει διαφορετικό νόημα κάθε φορά* (Lim Chan Ing, 2011, 84, 90). Η ανθρώπινη διατροφική συμπεριφορά διαμορφώνεται μέσα από τη διαντίδραση με τα μέλη της οικιακής ομάδας, τα μέλη της κοινότητας στην οποία ανήκει καθώς και τις αλληλεπιδράσεις του ατόμου με το φυσικό περιβάλλον. Είναι σαφές ότι λόγω της πολυπλοκότητάς της, ενέχει δυσκολίες στην αποκωδικοποίηση και την ερμηνεία της (Ματάλα, 2015, 137).

²⁸ Appadurai, A. (1998). «Πως Φτιάχνεται μια Εθνική Κουζίνα: Τα Βιβλία Μαγειρικής στη Σύγχρονη Ινδία». Στο Ματθαίου Α. (επιμ.). *Ιστορία της Διατροφής: Προσεγγίσεις της Σύγχρονης Ιστοριογραφίας*. Αθήνα: Εταιρεία Μελέτης Νέου Ελληνισμού - Μνήμων.

Ο άνθρωπος που επιλέγει να επιβιώσει, επιλέγει ταυτόχρονα να καλύψει την βιολογική ανάγκη του για θρέψη. Η επιλογή του πηγάζει από τις πολιτισμικές του προσλαμβάνουσες που ερμηνεύονται στο πέρασμα του χρόνου μέσα από κοινωνιολογικές ή περιβαλλοντικές προσεγγίσεις (Ματάλα, 2015, 137). Ο κοινωνικός ανθρωπολόγος Clifford Geertz, διατείνεται ότι *ο πολιτισμός επιδρά στη βιολογία μας [...], οι έμφυτες προδιαθέσεις έχουν μορφοποιηθεί από αυτόν και είναι προϊόντα της διαμεσολάβησης της κουλτούρας*. Ο εκάστοτε τύπος κοινωνίας σε διαφορετικές χρονικές περιόδους ορίζει ποιες τροφές είναι προς βρώση και ποιες δεν είναι, καθώς και τα κριτήρια κατανάλωσής της, όπως το αν θα είναι ωμή ή μαγειρεμένη και πώς θα σερβιριστεί, με ποια σειρά ανάλογα με το φύλο ή την κοινωνική θέση κ.ο.κ.. Ωστόσο, σημεία αναφοράς σε όλη αυτή τη διεργασία παραμένουν η προετοιμασία και η κατανάλωση της τροφής (Δημητρίου - Κοτσώνη, 2001, 97 - 100).

2.1.1 Η τροφή ως δείκτης κοινωνικής διάδρασης

Σύμφωνα με την Δημητρίου - Κοτσώνη, οι καθημερινές πρακτικές που ακολουθούνται από την προετοιμασία έως την κατανάλωση της τροφής, *διαπλέκονται με συμβολικά συστήματα, τα οποία προσδίδουν σ' αυτές συγκεκριμένο νόημα και επομένως, συνιστούν κώδικες επικοινωνίας*. Αυτές οι πρακτικές, συνυπάρχουν με ή συνοδεύονται από συμβολισμούς που επιδέχονται μεν πολιτισμικής ερμηνείας, υποβάλλονται δε σε διαδοχικές αλλαγές ως εκφάνσεις της κοινωνικής αλληλεπίδρασης (Δημητρίου - Κοτσώνη, 2001, 103, 104).

Η θεωρία του Λειτουργισμού (φονξιοναλισμός) υποστήριξε ότι από την εύρεση έως την κατανάλωση της τροφής λαμβάνει χώρα μία στερεοτυπική διαδικασία με κανόνες που εξασφαλίζουν τη σταθερότητα και τη διατήρηση των κοινωνικών δεσμών. Κατά αυτόν τον τρόπο, δημιουργείται *ένα αξιακό σύστημα που εξυπηρετεί κοινωνικές ανάγκες*. Ο Μαλινόφσκι υπήρξε ο θεμελιωτής του λειτουργισμού και κατ' επέκταση της θεωρίας των αναγκών, βασικών (π.χ. η διατροφή) ή πολιτιστικών. Προκειμένου να κατανοήσει τη λειτουργία των κοινωνιών αντιμετώπισε την συνολική εικόνα των γεγονότων στο πλαίσιο της βιολογίας, της οικονομίας και του πολιτισμού. Ο λειτουργισμός αποζητά την κοινωνική συνοχή και τη διατήρηση του όλου. Η κύρια εκπρόσωπός της A. Richards²⁹ ερεύνησε ολιστικά τη θέση της

²⁹ Richards, A. (1939). *Land, Labour and Diet in Northern Rhodesia Rhodesia: an Economic Study of the Bemba Tribe*. London: Oxford Univ. Press

τροφής σε φυλές της αποικιοκρατούμενης Αφρικής προσδίδοντας συμβολισμούς σε πρακτικές που εξυπηρετούν κοινωνικούς και πολιτικούς σκοπούς (Ματάλα, 2015, 138 - 139).

Μεταπολεμικά, ο στρουκτουραλισμός εμφανίστηκε ως μέθοδος έρευνας χωρίς το εθνοκεντρικό στοιχείο του φονξιοναλισμού. Εξετάζει τις σχέσεις μεταξύ των μελών μιας κοινωνίας και έπειτα τη σχέση αυτών με το όλο επιχειρώντας μία συνολική θεώρηση της πραγματικότητας. Τα στοιχεία της διατροφής που επιλέγει μία κοινωνία - τι προτιμά ή τι αποστρέφεται ως τροφή - συνάδουν με τα πολιτισμικά πρότυπα. Ο ανθρωπολόγος Claude Lévi-Strauss μελέτησε τον πολιτισμό διαφορετικών πρωτόγονων φυλών της Λατινικής Αμερικής τις οποίες θεωρούσε ισάξιες σε αντιδιαστολή με την εξελικτική αντίληψη, προκειμένου να αναδείξει τα *πρωταρχικά πρότυπα σκέψης*, ώστε έπειτα να κατανοήσει τις σύγχρονες κοινωνίες της Δύσης (Ματάλα, 2015, 139).

Ο Lévi-Strauss επηρεάστηκε από τη δομική γλωσσολογία του Ferdinand de Saussure και με τη δήλωσή του ότι *τα πράγματα δεν ήταν μόνο καλά για χρήση, αλλά και για σκέψη (bonnes a penser)*, προανήγγειλε μία γλωσσολογική προσέγγιση των στοιχείων του υλικού πολιτισμού. Θεώρησε τα διατροφικά συστήματα κώδικα επικοινωνίας μεταξύ των μελών του συνόλου, κάτι που κατέδειξε σε μελέτες όπου κυριαρχούν τα στοιχεία της αλληγορίας και του δυϊσμού των αντιθέσεων (Γιαλούρη, 2011, 22, Stajcic, 2013, 8).

Η γλωσσική επικοινωνία και οι διατροφικές πρακτικές είναι συνυφασμένα πεδία της ανθρώπινης ύπαρξης, πολλές φορές με έναν αδιόρατο τρόπο. Η κοινωνική λειτουργία της τροφής, η ικανότητά της να αποτελεί κωδικοποιημένο μήνυμα που μεταβιβάζεται σε όσους μετέχουν σε αυτήν είναι ένα σχετικά πρόσφατο αντικείμενο μελέτης του υλικού πολιτισμού που άπτεται της λειτουργίας της γλώσσας, καθώς μέσω αυτής επιτυγχάνεται η ανθρώπινη αλληλεπίδραση (Cavanaugh & Riley, 2017, 131).

Στο πρώτο μέρος της τετραλογίας του *Το Ωμό και το Μαγειρεμένο* (1964)³⁰ ο Lévi-Strauss προσέγγισε την μαγειρική ως διαπραγμάτευση ανάμεσα στη φύση και τον πολιτισμό. Η μελέτη του *Το τρίγωνο της μαγειρικής* απεικονίζεται σε ένα ισόπλευρο τρίγωνο με το *Ωμό* στην κορυφή, το *Μαγειρεμένο* κάτω αριστερά και το *Αποσυντεθειμένο* κάτω δεξιά. Οι σχέσεις τους καθορίζονται από τη χρήση της φωτιάς και ερμηνεύονται ως μετάβαση από τη φύση στον πολιτισμό. Η αντιθετική σχέση *φύση-πολιτισμός* είναι ανάλογη της σχέσης *ωμό-μαγειρεμένο*.

³⁰ Lévi-Strauss, C. (2001). *Το ωμό και το μαγειρεμένο*. (μτφρ: Λώμη Μ.). Αθήνα: Δ.Ι. Αρσενίδη.

Ο άνθρωπος σε αντίθεση με τα υπόλοιπα ζώα δεν φοβάται, αλλά χρησιμοποιεί τη φωτιά και έτσι, μέσω της μαγειρικής, μεταμορφώνει την τροφή σε στοιχείο του πολιτισμού. Το ωμό (φύση) ή το μαγειρεμένο (πολιτισμός) με την αποσύνθεση *επιστρέφουν* στη φύση (Δημητρίου-Κοτσώνη, 2001, 101 - 102).

Ο Lévi-Strauss επιχείρησε μέσω της γλώσσας και των αντιθέσεων της ανθρώπινης σκέψης να συνδέσει τη μαγειρική με την εσωτερική οργάνωση των κοινωνικών συστημάτων. Η μελέτη του για τις διαφορές της γαλλικής και αγγλικής κουζίνας παραπέμπει και σήμερα στο ζήτημα της δημιουργίας *εθνικής κουζίνας* από χώρες που επιδιώκουν την προβολή της διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς και την ενδυνάμωση της εθνικής τους ταυτότητας (Ματάλα, 2015, 139, Στεφανή, 2010, 13).

Η Mary Douglas εμπλουτίζοντας με νέα αντιθετικά ζεύγη (*καθαρό - μολυσμένο, καθημερινό - τελετουργικό*) το μοντέλο του δυϊσμού και μέσω της εθνογραφικής παρατήρησης ερεύνησε τη διαχρονική αντίληψη των ανθρώπων για την κοινωνική και πολιτική διάσταση της τροφής (Στεφανή, 2010, 13). Η θιασώτρια του Durkheim ταυτίστηκε με την άποψη του Lévi-Strauss όσον αφορά τα πολιτιστικά μηνύματα που μεταφέρουν η τροφή και η μαγειρική, αλλά επιπλέον, τόνισε τη σημασία των διατροφικών απαγορεύσεων που απορρέουν από τη θρησκεία και ακολουθούνται από την κοινότητα των πιστών εκπληρώνοντας την *αίσθηση του ανήκειν*. Εξέτασε τις απαγορεύσεις στον Ιουδαϊσμό και απέρριψε την τυχαιότητα της ύπαρξής τους. Μελετώντας το ιερό βιβλίο *Λευιτικό*, κατέληξε ότι αυτές οι απαγορεύσεις δεν συνδέονται τόσο με τη διαφύλαξη της δημόσιας υγείας, όσο με ένα σύστημα συμβόλων που θέτει περιορισμούς και κανόνες (Smith, 2006, 141 - 142).

Για την ανθρωπολόγο, η τροφή είναι ένας κώδικας [...] όπου το κωδικοποιημένο μήνυμα αναζητείται στα μοτίβα των κοινωνικών σχέσεων και [...] αφορά θέματα ιεραρχίας, συμπερίληψης και αποκλεισμού, ορίων και διεθνών συναλλαγών (Douglas, 1972, 61)³¹. Με τις δηλώσεις της ότι *τα ποτά είναι για τους ξένους, τους γνωστούς, τους εργαζομένους και την οικογένεια* και ότι *τα γεύματα είναι για την οικογένεια, τους στενούς φίλους, τους επίτιμους καλεσμένους* κάνει σαφή την σπουδαιότητα της διαχωριστικής γραμμής *μεταξύ οικειότητας και απόστασης* (Douglas, 1972, 66, Flitsch, 2011, 971).

Επιπλέον, για την Douglas η διάκριση του χρόνου σε *καθημερινό* και *τελετουργικό* νοηματοδοτεί συμβάντα της κοινωνικής ζωής στον ιδιωτικό και το δημόσιο βίο. Τα ιδιαίτερα

³¹Douglas, M. (1972). Deciphering a Meal. *Daedalus*, 101(1), 61-81. Ανακτήθηκε από: www.jstor.org/stable/20024058. (15 Ιανουαρίου 2020).

γεύματα που προσφέρονται είτε για τη διάκριση των σταδίων μιας μέρας, είτε για τον εορτασμό εξεχουσών περιστάσεων, δομούν την ανθρώπινη εμπειρία και βοηθούν στην σαφέστερη αντίληψη του κοσμικού χρόνου. Συγκεκριμένα αναφέρει: *Ανάμεσα στο πρόγευμα και το τελευταίο ζεστό ποτήρι γάλα πριν τον ύπνο, η ημερήσια πρόσληψη φαγητού αποδεικνύεται ένα διατεταγμένο μοτίβο. Το ίδιο παρατηρείται στο φαγητό της εβδομάδας από τη Δευτέρα έως την Κυριακή*³² (Douglas, 1972, 62). Οι τροφές που επιλέγονται σε διαβατήρια έθιμα, τελετές, εορτασμούς, εκτός της συμβολικότητάς τους, παρέχουν ευκαιρίες κοινωνικής συναναστροφής και ενδυνάμωσης των δεσμών της κοινότητας (Δημητρίου - Κοτσώνη, 2001, 113).

Στην Ελλάδα, η λαογράφος Άλκη Κυριακίδου - Νέστορος κινήθηκε στα χνάρια του δομισμού και της συμβολικής σημασίας των τροφών. Στο πολυσήμαντο έργο της *Λαογραφικά Μελετήματα* (1975) κάνει λόγο για τους συμβολισμούς φαγητών και γλυκών της χριστουγεννιάτικης περιόδου και τονίζει τη σημασία τους για την ανάπτυξη δεσμών ανάμεσα στα μέλη της κοινότητας: *Γιατί σε όλες τις μεγάλες γιορτές η οικογένεια δεν στρέφεται μονάχα προς τον εαυτό της αλλά και προς τα έξω, προς την κοινότητα. Ενδιαφέρεται για την ευημερία της κοινότητας ως συνόλου [...].* Κατά τη δεκαετία του 1980, διδάσκει στη Φιλοσοφική Σχολή του Α.Π.Θ το μάθημα *Τροφές: Η Οργάνωση της παραδοσιακής δίαιτας των Νεοελλήνων*, οπότε της δίνεται το βήμα να μιλήσει, μεταξύ άλλων, για τη λειτουργία και τη συμβολικότητα της τροφής³³ (Κράββα, 2018, 248 - 249).

Στο Παρίσι της δεκαετίας του 1950 ο Roland Barthes προσάρμοσε στον πολιτισμένο δυτικό κόσμο τη θεωρία του Lévi-Strauss που υπαγόρευε ότι τα άτομα αποκτούν νόημα μόνο ως στοιχεία μιας συνολικής κοινωνικής δομής. Με το βιβλίο του *Στοιχεία σημειολογίας* (1964) καθιερώνεται ως σημειωτιστής (Μπόκλουντ-Λαγοπούλου, 2016, 92), ενώ την επόμενη δεκαετία, το ενδιαφέρον του στρέφεται στη *σημειολογία*³⁴ του φαγητού ως βασικού κώδικα της ανθρώπινης επικοινωνίας (Ματάλα, 2015, 140).

³² ό.π. Douglas, M. (1972). *Deciphering a Meal*.

³³ Η Βασιλική Κράββα (2018, 249) αναφέρει: *Στην εισαγωγή των σημειώσεων του μαθήματος γίνεται λόγος για τη διαφοροποιητική και ταξινομική λειτουργία της τροφής, καθώς και για την οικονομική, βιολογική και συμβολική διάστασή της. Επίσης, γίνεται λόγος για εθνικά και τοπικά φαγητά και αναφέρεται το γεγονός ότι η τροφή λειτουργεί συχνά ως ταξικό χαρακτηριστικό. Το θέμα των ταυτοτήτων (εθνικών ή θρησκευτικών) και των διατροφικών ταμπού και απαγορεύσεων που αυτές συνεπάγονται αποτελεί μια ακόμη σημαντική θεωρητική παράμετρο.*

³⁴ Chandler, D.(1999). Σημειωτική για Αρχάριους. (μτφρ. Μ. Κωνσταντοπούλου). Ανακτήθηκε από: <https://www.ellopos.gr/semiotics/sem02.asp> (15 Ιανουαρίου 2020).

Το φαγητό ως συστατικό στοιχείο της κουλτούρας με κοινωνικά και σημειολογικά χαρακτηριστικά καθίσταται φορέας μηνυμάτων και νοημάτων με έναν υποσυνείδητο τρόπο. Αυτό συμβαίνει αβίαστα, καθώς η λήψη τροφής καλύπτει όχι μόνο τη βιολογική ανάγκη αλλά και την ανάγκη για επικοινωνία. Ο Barthes δηλώνει ευθαρσώς ότι *η τροφή είναι δίχως άλλο[...] η πρώτη των αναγκών. Από τη στιγμή όμως που ο άνθρωπος δεν τρέφεται πια με άγριους καρπούς, η ανάγκη αυτή υπήρξε πάντοτε δομημένη: ουσίες, τεχνικές και χρήσεις εισέρχονται όλες σε ένα σύστημα χαρακτηριστικών διαφορών, και από τούτη τη στιγμή έχει πλέον συγκροτηθεί η επικοινωνία της διατροφής*. Για τον Barthes προέχει να ερμηνευθεί το σύστημα σημασιών που διατρέχει την επικοινωνία χωρίς ο ίδιος να εμμένει σε εθνογραφικές λεπτομέρειες. Οι άνθρωποι μέσω του φαγητού μπορούν να συνδεθούν με το διατροφικό παρελθόν τους αναπαράγοντας καθημερινά πρακτικές προετοιμασίας και μαγειρέματος. Συγκεκριμένα, αναφέρει ότι *ο Γάλλος βιώνει μια ορισμένη συνέχεια του έθνους: μέσα από χίλιους δρόμους, η διατροφή του επιτρέπει να ριζώνει καθημερινά στο δικό του παρελθόν, να πιστεύει σε ένα ορισμένο διατροφικό Είναι της Γαλλίας*. Για τον μελετητή η τροφή συνδέει το άτομο με το πολιτισμικό του παρελθόν, η ενεργοποίηση της μνήμης αναδεικνύει το αίσθημα της εθνικής συνέχειας και υπογραμμίζει τη δύναμη των τροφών στο αίσθημα του ανήκειν. Και αυτό σημαίνει όχι μόνο την ένταξη του ατόμου σε μια ομάδα αλλά και τη σύνθεση της δικής του ταυτότητας (Barthes, 1998, 146, 150 - 152).

Ακόμα και στις καθημερινές δραστηριότητές τους τα άτομα ενίοτε επιλέγουν συγκεκριμένες τροφές. Η παρακολούθηση ενός ποδοσφαιρικού αγώνα στην τηλεόραση γίνεται με την μπύρα ανά χείρας, τα ποπ κόρν και πρόσφατα τα nachos με το λιωμένο τυρί, δεν λείπουν από την προβολή κινηματογραφικής ταινίας, τα *βρώμικα σάντουιτς* στις υπαίθριες καντίνες έπονται της νυχτερινής διασκέδασης. Μέσω των διατροφικών επιλογών ο καθένας δηλώνει ποιος θέλει να είναι και ποιος θεωρεί ότι είναι. Ορίζει την ατομική του ταυτότητα και διαχωρίζεται από τους άλλους, αλλά ταυτόχρονα αναζητά τη θέση του σε ομάδες με ίδιες προτιμήσεις (Ματάλα, 2015, 140 - 141).

Σύμφωνα με τον Barthes *η τροφή διακηρύσσει και έναν τρόπο ζωής*. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που χρησιμοποιεί για τη διατροφή στο χώρο εργασίας. Τα σνακ εν ώρα εργασίας και τα γεύματα εργασίας υποδηλώνουν παρόμοιες καταστάσεις, ωστόσο με διαφορετικές ποιοτικές παραμέτρους. Από τη μία, τα σνακ συνδέονται με σύγχρονους ρυθμούς της ζωής που απαιτούν ταχύτητα και δείχνουν προσωπικότητες που τους έχουν υπό έλεγχο, από την άλλη, τα γεύματα εργασίας διατηρούν έναν τελετουργικό χαρακτήρα που

προάγει τις κοινωνικές επαφές. Η τροφή μπορεί να συνδεθεί με πολλές πτυχές του πολιτισμού. Ο μελετητής προτιμά να την αντιμετωπίζει κυρίως ως κατάσταση, όπως κάνει με το θέμα του καφέ καθώς τον συνδέει με μία κατάσταση (*διάλειμμα, ανάπαυση, χαλάρωση*) και όχι με μία διεγερτική ουσία³⁵. Κατά τον ίδιο, η τροφή αποκτά νόημα ως λειτουργία, όπως αυτή υπαγορεύεται από την εκάστοτε χρήση της (Barthes, 1998, 154 - 156).

Προς την ίδια κατεύθυνση κινείται και ο Gunkel, ο οποίος αναφέρεται στην *πολυσημία της τροφής* αναγνωρίζοντάς της την *ικανότητα να έχει πολλαπλές και διαφορετικές έννοιες σε διάφορα περιβάλλοντα*. Την ορίζει δε, ως *ένα σύστημα επικοινωνίας, έναν τύπο γλώσσας, μέσω του οποίου εκφράζουμε ταυτότητες και σχέσεις [...]* (Gunkel, 2016, 246).

Οι δομιστές άγγιξαν σημαντικές πτυχές του διατροφικού γίνεσθαι μέσα από τις εθνογραφικές μελέτες τους. Επιχείρησαν να κατανοήσουν την οργάνωση της κοινωνικής δομής με βάση τις μαγειρικές πρακτικές των μελών της και τα κοινωνικά μηνύματα που φέρει η βρώση. Οι μελέτες τους είχαν επίκεντρο μάλλον την κοινωνική πραγματικότητα και λιγότερο τις ανθρώπινες σχέσεις και τη σημασία που αποδίδει το ίδιο το υποκείμενο σε ένα διατροφικό μήνυμα. Οι δομιστικές αναλύσεις δέχτηκαν κριτική για τον αποσπασματικό, στατικό και αποκομμένο από ένα ιστορικό πλαίσιο χαρακτήρα τους. Ωστόσο, η σπουδαιότητα της συνεισφοράς τους έγκειται στο ότι προώθησαν την εμπλοκή της κοινωνικής επιστήμης στη μελέτη της σχέσης τροφής - πολιτισμού (Στεφανή & Σολομών, 2010, 13).

2.1.2 Το Δείπνο της *Babette*: στοιχεία δομισμού στη μεγάλη οθόνη

Το φαγητό αποτελεί ένα εν δυνάμει μέσο συμφιλίωσης. Οι διαδικασίες που ακολουθούνται ως την τελική κατανάλωση της τροφής διέπονται από πλήθος συνειδητών και ασυνειδητών στοιχείων. Κατά τον C. Jung, η συμφιλίωσή τους είναι μια δυναμική διαδικασία την οποία χαρακτηρίζει *υπερβατική λειτουργία* ³⁶. Η Mi-young Lee υποστηρίζει ότι οι γαστρονομικές μας εμπειρίες *ενέχουν την παρουσία των αντιθέτων*, πράγμα που ενίοτε οδηγεί σε *ένα συναίσθημα που ξεπερνά το εγκόσμιο* (Lee, 2011, 11, 20).

Μία τέτοια περίπτωση συμφιλίωσης των αντιθέτων επιτυγχάνεται στην οσκαρική ταινία *Το δείπνο της Babette*, κινηματογραφική μεταφορά (1987) του βιβλίου της Κάρεν Μπλίξεν από

³⁵ Σε αυτό συνέβαλε και η γαλλική νοοτροπία, ότι η ενεργητική διάθεση μπορεί να προέλθει από τη χρήση ζάχαρης (Barthes, 1998, 156).

³⁶ Jung, C. (1968). Archetypes and the Collective Unconscious, In *Collected Works of C. G. Jung, 9, Part 1. I have therefore called the union of opposites the transcendent function* (p. 269).

τον σκηνοθέτη Γκάμπριελ Άξελ. Το φαγητό έχει κυρίαρχο ρόλο στην ταινία. Η ιστορία εκτυλίσσεται τον 19^ο αιώνα σε ένα απομακρυσμένο χωριό της Δανίας, το Νόρε Βόσμποργκ της Γιουτλάνδης, όπου δύο ανύπανδρες αδελφές, κόρες ενός πάστορα, τιμούν τη μνήμη και το ενάρετο έργο του πατέρα τους κάνοντας αγαθοεργίες και προσφέροντας φαγητό σε μέλη της μικρής τους κοινότητας που το έχουν ανάγκη.

Το Σεπτέμβριο του 1871 εμφανίζεται στο σπίτι των δύο αδελφών ζητώντας καταφύγιο η Babette, καθολική στο θρήσκευμα και πρόσφυγας του εμφυλίου πολέμου στη Γαλλία. Την συνοδεύει μία επιστολή του Ασίλ Παπέν, παλιού γνώριμου της οικογένειας, με την επισήμανση ότι η Babette *ξέρει να μαγειρεύει*. Η γυναίκα έρχεται σε επαφή με τη γλώσσα της νέας της πατρίδας, μέσω της μαγειρικής, αφού οι δύο αδελφές της μαθαίνουν τις διαδικασίες που απαιτούνται για την παρασκευή ζυθόψωμου και ψαρόσουπας και ο μπακάλης τα κρεμμύδια και την ζάχαρη. Με τον καιρό βελτιώνει τη γεύση του άνοστου έως τότε φαγητού που προσέφεραν οι αδελφές στους άπορους *υπογράφοντας* πλέον στην δική της μαγειρική γλώσσα και περνώντας ακούσια το μήνυμα της νέας γεύσης που συνεπάγεται μια νέα θέαση της ζωής. Έπειτα από δεκατέσσερα χρόνια ως οικονόμος των δύο αδελφών ανακοινώνει ότι κέρδισε το εθνικό λαχείο και ότι επιθυμεί να προσφέρει ένα *αληθινό γαλλικό δείπνο*, ως έκφραση ευγνωμοσύνης, σε εκείνες και τα μέλη της εκκλησίας με αφορμή τα εκατό χρόνια από τη γέννηση του πάστορα.

Οι δύο αδελφές αρχικά διστάζουν με την πρότασή της, καθώς σύμφωνα με τις βαθιές προτεσταντικές τους πεποιθήσεις, η πολυτέλεια και η αφθονία των υλικών αγαθών θα τους θέσουν σε πειρασμό και θα τους απομακρύνουν από το δρόμο του Θεού. Μοιράζονται την ανησυχία τους με τους συγχωριανούς τους και συμφωνούν να αντιμετωπίσουν το *κακό* που πρόκειται να τους συμβεί δείχνοντας απάθεια στο φαγητό που θα τους προσφερθεί.

Η Babette ξοδεύει όλα της τα κέρδη προκειμένου να φέρει από τη Γαλλία τα εκλεπτυσμένα σερβίτσια και τα διαλεχτά τρόφιμα και κρασιά. Η γαστρονομική κουλτούρα της Γαλλίας διαθλάται μέσω της Babette και του στρατηγού Lorenz Lowenhielm στην υλική και την πνευματική της έκφανση αντίστοιχα. Την ώρα του δείπνου τα φαγητά της Babette μεταφέρουν στον στρατηγό μηνύματα μέσω μιας γνώριμης - μαγειρικής - γλώσσας με την οποία έχει έρθει σε επαφή στο διάσημο *Καφέ Ανγκλαί* του Παρισιού, όπου η Babette ήταν κάποτε η κύρια σεφ.

Είναι προφανές ότι ο ρόλος της τροφής στην ταινία δεν εξαντλείται στην κάλυψη της βιολογικής ανάγκης. Στο έργο της Κ. Μπλίζεν, οι εγκόσμιες καταστάσεις που αφορούν στην

υλική υπόσταση του φαγητού και τις καθημερινές σχέσεις μεταξύ των δύο αδελφών, των επίδοξων εραστών τους, των φίλων και των συγχωριανών έχουν να κάνουν ταυτόχρονα με το απόκοσμο και τα βαθιά συναισθήματα. Με το δείπνο που παρέχεται στους δώδεκα προσκαλεσμένους, συμβολισμός που θα μπορούσε να παραπέμπει στο *Τελευταίο δείπνο*, ανυψώνονται στη σφαίρα του υπερβατικού επιτυγχάνοντας τελικά την συμφιλίωση της απόλαυσης με την πληρότητα του πνεύματος (Beck, 1998, 212)³⁷.

Το δείπνο τελείται με μεγάλη επιτυχία, η απόλαυση των πολυτελών εδεσμάτων διαλύει τα *πρέπει* των χωρικών, η χαρά και η αρμονία επανέρχονται στη ζωή τους, αφού συμφιλιώνονται με τον εαυτό τους και μεταξύ τους.

2.1.3 Τα σχήματα κοινωνικότητας στο *Δείπνο της Babette*

Σύμφωνα με την Raphaëlle Moine, στο *Δείπνο της Babette* το φαγητό που προσφέρεται ή καταναλώνεται εκφράζει δύο ειδών *σχήματα διατροφικής κοινωνικότητας*. Από τη μία μεριά, η τροφή παρουσιάζεται ως προσφορά ελεημοσύνης στα πιστά μέλη με εμφανή τα στοιχεία της εγκράτειας και της λιτότητας, με εμμονική προσήλωση στα ξερά, στρογγυλά, νηστίσιμα μπισκότα. Από την άλλη, τα εκλεκτά αγαθά παρέχονται στο δείπνο της γαλλίδας οικονόμου σε αφθονία και με υποδειγματική οργάνωση. Οι σκυθρωπές φιγούρες των χωρικών και η συντηρητική τους ενδυμασία παραπέμπουν σε θρησκόληπτους ανθρώπους που με την πάροδο του χρόνου συνέδεσαν τη χαρά και την ηδονή της γεύσης με τον πειρασμό του διαβόλου. Παρά την αφοσίωση στα θρησκευτικά τους καθήκοντα, οι μεταξύ τους σχέσεις είναι τεταμένες. Συχνά επιδεικνύουν εγωιστική συμπεριφορά και αλληλοκατηγορούνται για κλεψιές, ζήλιες και απιστίες (Moine, 1998, 85, 86).

Το ζήτημα που αναδύεται εδώ είναι η αποκατάσταση της κενότητας στη συμπεριφορά και στην λεκτική έκφραση που έχει προκύψει από τη στείρα επανάληψη προσφοράς χωρίς πνευματικό έρεισμα. Η σύνδεση του λόγου με το φαγητό κρίνεται αναγκαία, ώστε οι λέξεις και οι πράξεις να επανακτήσουν το πραγματικό τους νόημα και να λειτουργήσουν ως σύστημα επικοινωνίας με νόημα. Για την Moine το *σύστημα της τροφής παραπέμπει αναγκαστικά στο*

³⁷ Ωστόσο, η Ruch διαφωνεί με τη θέση του Beck και συντάσσεται με την άποψη ότι ένα γεύμα δεν χρειάζεται να είναι αμιγώς σχετιζόμενο με τη θρησκεία για να είναι μυστηριακό. Ruch, M. (2017). *Babette's Feast as Sacramental: The Eternal and the Mundane Meet*, Humanities and Theological Studies. *Wheaton Writing: A Journal of Academic Essays*, Vol. 2, 27-32.

σύστημα του λόγου από το οποίο θα προέλθει η μεταβολή. Αυτό συμβαίνει στην τραπεζαρία και απαιτεί σταθερή διάρκεια στο χρόνο, το χώρο και τα μέλη της (Moine, 1998, 88, 91).

Η επικείμενη επαφή τους με την υλική πραγματικότητα, το απαγορευμένο, τους προκαλεί τρόμο. Μέχρι τη στιγμή του δείπνου το λόγο κατέχει η αφηγήτρια, ενώ οι χωρικοί αρέσκονται σε προσευχές και βιβλικά χωρία. Μιλούν με παραβολές, αλληγορίες, χωρίς σαφές αντικείμενο αναφοράς. Το μοναδικό στοιχείο που τους συνδέει με τον πραγματικό κόσμο είναι οι κατηγορίες που ανταλλάσσουν σποραδικά.

Τα πρώτα στοιχεία συμπόρευσης ανάμεσα στα μέλη της κοινότητας διαφαίνονται από την κοινή αντίδρασή τους στο λουκούλλειο γεύμα. Οι αποκοιμισμένες αισθήσεις των χωρικών ταρασσονται στη θέα του και η μεταβολή εκφράζεται με τον ύμνο *Ιερουσαλήμ, πατρίς ευλογημένη* κρατώντας ο ένας το χέρι του άλλου. Έχουν αποφασίσει να αρνηθούν ότι τρώνε αυτά που τρώνε, όμως ο κοσμοπολίτης καλεσμένος στρατηγός Lorenz Lowenhielm, αναλαμβάνει να τους μυήσει στις γεύσεις και να λειτουργήσει ως καθρέφτης τους σε τρόπους και χειρονομίες. Καθώς η απόλαυση των γεύσεων συνεπαίρνει τους συνδαιτυμόνες, η αφήγηση αντικαθίσταται από τον λόγο τους. Ο στρατηγός εκφέρει με λόγια ό,τι δεν μπορούσαν να πουν οι ίδιοι μέχρι τότε: *Έρχεται μια στιγμή που τα μάτια ανοίγουν και αντιλαμβανόμαστε ότι το έλεος είναι απέραντο. Πρέπει να το περιμένουμε με εμπιστοσύνη και το δεχθούμε με ευγνωμοσύνη. Το έλεος δεν επιβάλλει όρους. Και ιδού! Ό,τι επιλέξαμε μας δόθηκε. Ό,τι απορρίψαμε επίσης μας δόθηκε. Ναι, θα πάρουμε πίσω και ό,τι πετάξαμε. Η δικαιοσύνη και η μακαριότητα άγγιξαν η μία την άλλη. Έλεος και αλήθεια πάνε μαζί*³⁸.

Μέσα από διαδοχικές σκηνές η υλική και πνευματική διάσταση δείχνουν να ανακτούν την αλληλοσυμπλήρωσή τους. Οι ομοτράπεζοι βιώνουν τελικά την κοινή εμπειρία των αισθήσεων με επιτυχία και το σύστημα επικοινωνίας αποκαθίσταται. Η Moine ολοκληρώνει την ανάλυσή της ως εξής: *Η πραγματική θρησκευτική πρακτική πρέπει να θεμελιώνεται πάνω στην αληθινή μέθεξη, πάνω στο τελετουργικό της διατροφικής κοινωνικότητας (έτσι φτάνουμε στον άρτο, τον οίνο, τα ψάρια, την αληθινή παρουσία...), και κυρίως φτάνει μέσα από τη χρήση των ηδονών στην πνευματική μεταστροφή* (Moine, 1998, 95-97, 100 - 102).

³⁸ Axel, G. (1987). *Babette's Feast*. Denmark: Nordisk Film. (31:50', 3ο μέρος).

Ανακτήθηκε από: <https://www.dailymotion.com/video/x3m1gir> (10 Ιανουαρίου 2020).

2.2 Η ιστορική προσέγγιση της τροφής

Η προσέγγιση της Ανθρωπολογίας και της Ιστορίας που συντελέστηκε στην δεκαετία του 1980 έδωσε την ευκαιρία για διεπιστημονικές προσεγγίσεις σε μείζονα θέματα κοινωνικού ενδιαφέροντος. Οι διαστάσεις της ιστορίας και της πολιτικής προσέφεραν νέα πεδία έρευνας και προβληματισμούς σε ακαδημαϊκούς μελετητές.

Η διατροφή ως συστατικό στοιχείο της καθημερινότητας αποτέλεσε αντικείμενο ιστοριογραφικής μελέτης από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Εν τούτοις, τα θέματα της ιστορίας της διατροφής και της κατανάλωσης αναδείχθηκαν ως καίρια στις δεκαετίες του '60 και του '70. Αξίζει να αναφερθεί η συνεισφορά του Fernand Braudel στο έργο του για τον υλικό πολιτισμό, όπου συστήνει τα στοιχεία της καθημερινότητας, ένα εκ των οποίων και τη διατροφή, στην επιστήμη της Ιστορίας. Η διατροφή εφεξής λογίζεται πλέον ως πεδίο έρευνας και της ιστορικής επιστήμης. Τα αφιερώματα του ιστορικού περιοδικού *Annales*, το 1970 για την *ιστορία της διατροφής* και το 1975 για την *κατανάλωση* αποδείχθηκαν ιδιαίτερης μελλοντικής απήχησης στους μελετητές, όσον αφορά την προσέγγιση και τη θεματική τους. Αρχικά, τονίστηκε η οικονομική διάσταση της διατροφής με συνακόλουθη την βιολογική (Ματθαίου, 1998 [1975], 7 - 8).

Ο Braudel αναγνωρίζει τα φυτά, τα ζώα, τις συνταγές μαγειρικής ως πολιτισμικά αγαθά που υπόκεινται σε συνεχή μετακίνηση και ανταλλαγή. Και πράγματι, το ταξίδι της ζάχαρης ή του καφέ ανά τον κόσμο και η κοινωνική αλλαγή που επέφεραν τόσο στις χώρες παραγωγής, όσο και στους αποδέκτες - προορισμούς, επιδέχονται όχι μόνο ανθρωπολογικής αλλά και ιστορικής ανάλυσης με οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις (Braudel, 1998 [1975], 15 - 16).

Ο Marc Bloch, ο Stephen Menell και άλλοι που αναζήτησαν την ιστορικότητα της διατροφής σε διαφορετικούς χρόνους και τόπους τόνισαν πως οι διατροφικές επιλογές καταδείκνυαν την ταξική διάρθρωση και τη δημιουργία εν τέλει της ευρωπαϊκής αστικής τάξης του 19^{ου} αιώνα. Για τον Bloch *η διαφοροποίηση του χρόνου και των καθεστώτων υποκρύπτει τη διαφοροποίηση των τάξεων*, ενώ ένα από τα κύρια γεγονότα του 19^{ου} αιώνα ήταν η *σχετική εξομοίωση της τροφής* από τις ανώτερες μέχρι τις κατώτερες κοινωνικές τάξεις. Αναφέρει συγκεκριμένα: *Είναι αδύνατο να αναπαρασταθούν οι παλιότερες κοινωνίες χωρίς αυτή την αντίθεση: ο φτωχός λαός της υπαίθρου σε κατάσταση μόνιμου υποσιτισμού, ενώ οι πλούσιοι σε κατάσταση υπερτροφίας. Πόσοι βασιλείς και πρίγκιπες ευτραφείς στα γηρατειά τους! Πόση*

ενεργητικότητα για τους πιο προικισμένους! Τα γνήσια φαγοπότια του παλιού καλού καιρού έγιναν παροιμιώδη μόνο και μόνο λόγω της αντίθεσής τους με το καθημερινό διαιτολόγιο (Bloch, 1998 [1975], 35).

Ο Stephen Menell υποστήριξε ότι μια ανθρωπολογία ή κοινωνιολογία της διατροφής πρέπει να είναι ταυτόχρονα και ιστορία της διατροφής. Αναζήτησε την ιστορικότητα της διατροφής στη διαφοροποίηση της αγγλικής και γαλλικής μαγειρικής κουλτούρας μεταξύ 14^{ου} και 18^{ου} αιώνα παρά τις ομοιότητες των δύο χωρών. Για την περίπτωση τους ο Menell καταλήγει ότι οι διατροφικές επιλογές σχετίστηκαν με την κοινωνική διαστρωμάτωση και την εθνικότητα. Ήταν ο κοινωνικός ανταγωνισμός που έδωσε ώθηση για αλλαγές στη μαγειρική κουλτούρα και παράδοση. Σε αυτήν τη βάση, η υψηλή μαγειρική προέκυψε από τις αυλικές κοινωνίες. Ωστόσο, με την άνοδο της βιομηχανίας των τροφίμων, τα διατροφικά αγαθά κατέληξαν να μην αποκλίνουν έντονα στα κοινωνικά στρώματα (Menell, 1998 [1975], 113, 116, 129).

Κατά τη δεκαετία του '80, οι ανθρωπολόγοι Goody και Mintz χωρίς να απορρίπτουν τις συμβολιστικές προσεγγίσεις πλαισίωσαν ιστορικά τις εξηγήσεις τους για τις μεταβολές στη διατροφή. Ο Goody στο βιβλίο του *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology*, συγκρίνει την ευρωπαϊκή με την αφρικανική κουζίνα φτάνοντας στο συμπέρασμα ότι οι *hautes cuisines* προκύπτουν από κοινωνίες με έντονη ταξική διαφοροποίηση σε αντίθεση με τις *low cuisines* που χαρακτηρίζουν τις μη ιεραρχικές κοινωνίες (Menell, 1998 [1975], 116). Πραγματεύεται θέματα της παραγωγής, της διατήρησης, διάθεσης και κατανάλωσης της τροφής αγγίζοντας έτσι την πολιτική της διάσταση (Goody, 2013 [1982], 72 - 88).

Προς επίρρωση των θέσεων του Goody, ο S. Mintz στο έργο του *Sweetness and Power: The place of sugar in modern history*, έκανε την ασυνήθιστη επιλογή για έναν ανθρωπολόγο να ασχοληθεί με ένα μεμονωμένο τρόφιμο, τη ζάχαρη. Η ιστορία της ζάχαρης αποδείχθηκε ένα αφήγημα δύναμης, πολιτικών πράξεων, εμπορικής ανάπτυξης, κοινωνικού status και διαμόρφωσης του ιστορικού γίνεσθαι. Κατέδειξε πώς οι ιδέες γίνονται δάνειο από διάφορες κουλτούρες και πώς η διατροφική κουλτούρα αποκτά συμβολικό νόημα. Η χρήση της, από προνόμιο της ανώτερης τάξης, διαδόθηκε σταδιακά στα μεσαία και εν τέλει στα κατώτερα κοινωνικά στρώματα (Dirks & Hunter, 2013, 4, 5 Ματάλα, 2015, 44 - 46). Ο Mintz αναφέρει σχετικά: Αρχικά ήταν μία εξωτική απόλαυση η οποία μετεξελίχθηκε σε ανάγκη των μαζών, η εισαγωγή ζάχαρης δηλαδή γεννούσε νέες πολιτικές και στρατιωτικές ανάγκες με σκοπό την ευημερία των καπιταλιστών στα αποικιακά κέντρα (Mintz, 1986, 180).

2.3 Η δυναμική της συνεστίας

Ο Έλληνας φιλόσοφος Επίκουρος (341 - 270 π. Χ.) που τιμούσε τη φιλία ως βασικό πυλώνα της ευτυχίας, συνιστούσε: *«Προτού φας ή πεις οτιδήποτε, σκέψου προσεκτικά με ποιον τρως ή πίνεις, παρά τι τρως και τι πίνεις· το να τρέφεσαι χωρίς κάποιον φίλο θυμίζει τη ζωή λέοντα ή λύκου»*. Σύγχρονη ανακάλυψη ταφικού σπηλαίου 12.000 ετών στο Ισραήλ, επιβεβαιώνει τη μακραίωνη κοινωνική πρακτική της κοινής εμπειρίας του φαγητού. Ο εξελικτικός ψυχολόγος R. Dunbar έχει δηλώσει ότι *η πράξη του να τρώμε μαζί με άλλους πυροδοτεί το σύστημα ενδορφίνων στον εγκέφαλο και οι ενδορφίνες επιτελούν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη κοινωνικών δεσμών [...] τα κοινωνικά δίκτυα που δημιουργούνται, συμβάλλουν στη φυσική μας κατάσταση, την ψυχική υγεία, την ευτυχία, ακόμα και τη στοχοθεσία μας στη ζωή* (Spence, 2016, 1).

Ο Σαβαρέν παρουσιάζει γλαφυρά την κατάσταση που έπεται της απόλαυσης ενός γεύματος, όταν πλέον ο λόγος παίρνει προβάδισμα έναντι της ζωώδους ικανοποίησης της πείνας: *Από φυσικής απόψεως, ενώ το πνεύμα ζωντανεύει, το πρόσωπο λάμπει, το χρώμα του ζωηρεύει, τα μάτια σπινθηροβολούν και μια ευχάριστη θερμότητα διαχέεται σ' όλο το σώμα. Από ψυχικής απόψεως, το πνεύμα οξύνεται, η φαντασία ζωηρεύει και η συνομιλία γίνεται εύθυμη και κεφάτη [...]. Γύρω από το τραπέζι έχουν μπει ως θέμα συζήτησης όλα τα ζητήματα που προκύπτουν από μία άκρως αναπτυγμένη κοινωνικότητα: όπως ο έρωτας, η φιλία, οι επιχειρήσεις, οι θεωρίες, οι επιρροές, τα ρουσφέτια, το πατρωνάρισμα, οι φιλοδοξίες και οι ίντριγκες* (Σαβαρέν, 2008, 197 - 198).

Η πράξη του *συντρώνγειν* είναι ένας απλός και ευθύς τρόπος να πλησιάσει ο ένας τον άλλον και συνιστά για τον άνθρωπο μια διαδικασία που τον διαχωρίζει από τα άλλα είδη ακόμα και από κάποια πρωτεύοντα που στοιχειωδώς μοιράζονται την τροφή. *Δεν προσκαλούμε κάποιον μόνο για να φάμε και να πιούμε, αλλά για να φάμε και να πιούμε μαζί*, γράφει ο Πλούταρχος, τονίζοντας την αξία της μέθεξης (Montanari, 2006, 93). Η επιλογή του ανθρώπου να μοιράζεται με άλλους την τροφή που ετοιμάζει είναι έκφραση κοινωνικότητας, διέπεται από κοινωνικούς κανόνες και σχετίζεται με μια καθημερινή *τελετουργία*. Πράγματι, ο άνθρωπος συνηθίζει να δράττεται της ευκαιρίας να διοργανώνει ή να συμμετέχει σε κοινά γεύματα με θρησκευτικό ή παραδοσιακό πρόσημο. Άλλωστε, οι διατροφικές πρακτικές και συνήθειες είναι απόρροια κοινωνικών και πολιτισμικών προτύπων και όχι μόνο της ικανοποίησης της πείνας. Πέρα

λοιπόν από την αδιαμφισβήτητη αναγκαιότητα για διατήρηση στη ζωή, η ποιότητα της διαβίωσης σχετίζεται με το τι τρώμε και με ποιους το τρώμε (Stajcic, 2013, 5).

O Simmel³⁹ στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, υποστήριξε ότι δεν υπάρχει πιο *εγωκεντρική πράξη* από την βρώση και την πόση. Ό,τι τρώει και πίνει κανείς δεν μπορεί να το μοιραστεί με κανέναν. Ωστόσο, κάτι αξιοσημείωτο συμβαίνει, όταν το *συντρώγειν* υπερβαίνει το *τρώγειν* κάθε φορά που κάθεται στο ίδιο *τραπέζι*⁴⁰ με άλλους βιώνοντας μια κοινή εμπειρία (Fischler, 2011, 531). Έναν αιώνα μετά, η Ferguson υποστήριξε την ίδια θέση: *Στην πραγματικότητα δεν μπορούμε να μοιραστούμε το φαγητό που τρώμε, αλλά το φαγητό ως επιτέλεση δημιουργεί μια συλλογική εμπειρία την οποία ασφαλώς μπορούμε και πρέπει να μοιραζόμαστε* (Ferguson, 2004, 3).

Για τη συγκεκριμένη θεματική στη διεθνή βιβλιογραφία απαντάται ο όρος *commensality* που προέρχεται από τη λατινική λέξη *commensalism* < *com* (μαζί) και *mensa* (τραπέζι). Υπονοεί ότι όσα συμβαίνουν γύρω από ένα τραπέζι φαγητού αφορούν όχι μόνο στο είδος και την ποιότητα της τροφής, αλλά συνάμα την κοινωνική και κοινωνικοποιητική της δυναμική. Το ίδιο προκύπτει και από τη λέξη *companion* < *com* (μαζί) και *pane* (ψωμί) από την λατινική έκφραση *cum pane* που δείχνει αυτόν με τον οποίο μοιράζεσαι το ψωμί. Σύμφωνα με τον Roulain⁴¹, μέσω της κουζίνας και των διατροφικών συνηθειών παράγεται η πιο θεμελιώδης κοινωνική μάθηση και η κοινωνία μεταδίδει και επιτρέπει την εσωτερίκευση των αξιών της. Το φαγητό είναι ένας από τους τρόπους ύφανσης και διατήρησης των κοινωνικών δεσμών (Lima et al., 2015, 509, Spence, 2016, 1).

Πολλοί μελετητές διαφοροποιούν την τροφή από τη θρέψη⁴², με το επιχείρημα του μητρικού θηλασμού ως πράξης που σχετίζεται ταυτόχρονα με την επιβίωση, αυτό που υπαγορεύει η φύση και την κουλτούρα, ένα συνονθύλευμα συναισθημάτων απόλαυσης, θαλπωρής και ασφάλειας (Lima et al., 2015, 511).

³⁹ Ο George Simmel παρέθεσε την ανάλυσή του στο βιβλίο του *Sociology of the Meal* (1910).

⁴⁰ Με τη λέξη *τραπέζι* δεν νοείται αποκλειστικά το έπιπλο της τραπεζαρίας ή της κουζίνας, αλλά οποιαδήποτε συγκέντρωση γύρω από φαγητό που διέπεται από επικοινωνία.

⁴¹ Roulain, J.P. (2013). *Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: Ed., UFSC (σελ. 182).

⁴² βλ. Cascudo, Maciel : Câmara Cascudo L. *História da alimentação no Brasil*. São Paulo: Global; 2004. 954 p. ,Maciel ME. *Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin?* Horiz. Antropol. 2001; 7(16):145-156.

Διακεκριμένοι εκπρόσωποι των Κοινωνικών Επιστημών⁴³ συνηγορούν υπέρ της άποψης ότι η πολιτισμική και βιολογική σημασία της τροφής και της θρέψης τονίστηκαν από τη στιγμή που ο άνθρωπος στάθηκε μπροστά στη φωτιά και τη χρησιμοποίησε για να μαγειρέψει τα φυσικά υλικά που συνέλεγε. Οι Fladrin και Montanari υποστήριξαν ότι η εμπειρία της συνεστίασης θεωρείται θεμελιώδες στοιχείο για την εξέλιξη του ανθρώπινου πολιτισμού⁴⁴. Γύρω από τη φωτιά, αρχικά ως μέσο μετατροπής των ωμών υλών σε φαγητό, θεμελιώθηκε σταδιακά ένας κοινωνικός χωροχρόνος για τη συνεύρεση, το μοίρασμα και την ανταλλαγή υλικής και πνευματικής τροφής. Θα μπορούσε να πει κανείς, ότι πρόκειται για διαδικασία που συμπορεύεται με την αντίληψη του ολικού ανθρώπου που εισηγήθηκε ο M. Mauss (1935) θεωρώντας ότι αυτός προκύπτει από τη διαπλοκή σωματικού, ψυχικού και κοινωνικού⁴⁵ (Lima et al., 2015, 514).

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, τρεις διαπρεπείς ακαδημαϊκοί (Mennell et al., 1992), αναγνώρισαν την κοινωνική σημασία της συνεστίασης και με γνώμονα τις αλλαγές που επιφέρει η σύγχρονη πραγματικότητα στον κοινωνικό ιστό, κατέθεσαν τον προβληματισμό τους για την τάση εξατομίκευσης στην απόλαυση ενός γεύματος. Αυτό ευθύνεται σε αντιδιαστολή με τα λεγόμενα του Πλουτάρχου πως το να φάει κανείς μόνος του δεν σημαίνει να γευματίσει αλλά να γεμίσει το στομάχι του σαν τα ζώα.⁴⁶ Είκοσι χρόνια μετά, ο Claude Fischler στο άρθρο του *Commensality, society and culture* (2011) απέδωσε την τάση της μοναχικής κατανάλωσης της τροφής στα νέα δεδομένα της οικονομικής κρίσης. Ωστόσο, σχετική έρευνά του κατέληξε στο συμπέρασμα ότι τα οφέλη που προκύπτουν για την υγεία, όταν γευματίζει κανείς με παρέα, είναι περισσότερα (Fischler, 2011, 529, 545).

2.3.1 Βασικά χαρακτηριστικά και λειτουργίες της συνεστίασης

Η εμπειρία της συνεστίασης φέρει χαρακτηριστικά και λειτουργίες που υπερκερνούν την ιδέα ότι απλά σιτίζομαι μαζί με άλλους. Η συγκέντρωση γύρω από ένα τραπέζι συνιστά πράξη επικοινωνίας κατά την οποία τα μέλη αλληλεπιδρούν βάσει κανόνων και συμβολισμών όπως αυτοί διαμορφώνονται από διαφορετικά πολιτιστικά περιβάλλοντα. Η Δημητρίου - Κοτσώνη

⁴³ Όπως προαναφέρθηκε, ο Lévi Strauss πραγματεύεται αυτό το θέμα στο μνημειώδες έργο του *Το ωμό και το μαγειρεμένο*. Ο Massimo Montanari στο βιβλίο του *Food is culture* (2006), υποστηρίζει ότι όλα όσα αφορούν το φαγητό συνιστούν στοιχεία πολιτισμού. Οι επιλογές και οι τεχνικές των πρωτόγονων κυνηγών και τροφοσυλλεκτών από την παραγωγή ως την κατανάλωση, συνετέλεσαν στην ανάπτυξη κοινωνικής οργάνωσης και παραδόσεων (Lima, et al., 2015, 512).

⁴⁴ Ελεύθερη μετάφραση της γράφουσας.

⁴⁵ Σχετική αναφορά για τον Mauss κάνει η Δημητρίου-Κοτσώνη στο *Ανθρωπολογία των φύλων* (2001, 105).

⁴⁶ Μότσιας, Χ. (1982). *Τι έτρωγαν οι αρχαίοι Έλληνες*. Αθήνα: Κάκτος (σελ. 112).

υποστηρίζει ότι ο διαφορετικός τρόπος της συνεστίασης σε κάθε κοινωνία δεν είναι τυχαίος, αλλά συνάρτηση και - ένδειξη - διαφορών στη συνολική και πολιτισμική δομή⁴⁷. Οι συνδαιτυμόνες ενός καθημερινού ή εορταστικού κοινού γεύματος μπορεί να ανήκουν σε οικιακή, φιλική ή επαγγελματική ομάδα. Η συχνότητα που οι παρακαθήμενοι μοιράζονται ένα γεύμα, το είδος και ο βαθμός εμπλοκής μεταξύ τους καθορίζουν τη συγκέντρωση γύρω από το τραπέζι. Η συμπερίληψη ή ο αποκλεισμός, η ιεραρχία ή η ισότητα, οι σχέσεις εξουσίας εν γένει στην κοινή εμπειρία του φαγητού, είναι έννοιες που επίσης συνδέονται στενά με την αρχική. Γύρω από ένα τραπέζι παρέχονται ευκαιρίες σύσφιξης δεσμών, επίλυσης διενέξεων, ενίσχυση αμοιβαιότητας και οικειότητας. Δίνεται η ευκαιρία να συγκεραστούν αντιλήψεις και διαφορετικές οπτικές μέσα από την ενεργοποίηση του αισθήματος του ανήκειν (Fischler, 2011, 533, Giacomani, 2016, 461, Maronelli, 2019, 192). Ωστόσο, αν και το τραπέζι φαγητού αποτελεί πόλο συσπείρωσης των μελών της οικιακής ομάδας και εκφράζει τη συλλογικότητα της ομάδας αυτής (Δημητρίου - Κοτσώνη, 2001, 117), σε ένα τραπέζι η ισορροπία των σχέσεων μπορεί εύκολα να διαταραχθεί ως αντικατοπτρισμός των προβληματικών σχέσεων ανάμεσα στους συνδαιτυμόνες (Montanari, 2006, 95).

Ιδιαίτερα είναι τα ευρήματα από πρόσφατες έρευνες των Woolley και Fishbach (2017, 2019). Εξέτασαν τις επιπτώσεις που έχει η κατανάλωση παρόμοιας τροφής από ανθρώπους άγνωστους μεταξύ τους και κατέληξαν ότι έστω και ασυνείδητα αναπτύσσονται σχέσεις εμπιστοσύνης και οικειότητας που μπορούν να οδηγήσουν σε γόνιμη συνεργασία. Αποτίμησαν ότι το φαγητό σε μια τέτοια περίπτωση λειαίνει πιθανές αποκλίσεις απόψεων και συντομεύει την ανάπτυξη σχέσεων εγγύτητας (Woolley & Fishbach, 2017, 9). Έπειτα, θεωρώντας δεδομένα τα οφέλη της συνεστίασης στις κοινωνικές σχέσεις, έλεγξαν την υπόθεση αν μπορεί να βελτιωθεί η συνεργασία μεταξύ ανθρώπων που τρώνε από το ίδιο πιάτο (κινέζικη κουλτούρα). Από την έρευνα προέκυψε ότι άνθρωποι που μοιράζονται φαγητό από το ίδιο πιάτο μπορούν σε περίπτωση ανάγκης να συνεργαστούν και να αντιμετωπίσουν από κοινού αναδυόμενα κοινωνικά διλήμματα. Το ενδιαφέρον είναι ότι αυτό ισχύει τόσο για γνωστούς όσο και άγνωστους ανθρώπους μεταξύ τους (Woolley & Fishbach, 2019, 541 - 542).

⁴⁷ Δημητρίου - Κοτσώνη, Σ. (2001). «Το τραπέζι του φαγητού, συμβολικός διάλογος. Πρακτική και επιτέλεση». Στο Δημητρίου Σ. (επιμ.). *Ανθρωπολογία των φύλων*. Αθήνα: Σαββάλας (σελ.127).

2.3.1.1 Χώρος και τραπέζι

Το τραπέζι είναι περισσότερο ένας συμβολικός τόπος που εξυπηρετεί την κατανάλωση φαγητού σε διαφορετικές κοινωνικές περιστάσεις. Παρά το γεγονός λοιπόν ότι σε ορισμένες κοινωνίες η συγκέντρωση γύρω από ένα τραπέζι δεν είναι δεδομένη, η εμπειρία και μόνο να τρως με άλλους διέπεται από κανόνες που διαμορφώνονται σταδιακά στο χρόνο (Fischler, 2011, 534 - 535).

Ο χώρος επιλέγεται ανάλογα με την περίπτωση ή τις συνήθειες. Η τραπεζαρία είναι συνήθης επιλογή και μάλιστα λέγεται ότι τα ψηλοτάβανα δωμάτια μπορούν να επηρεάσουν αποφάσεις, αν χρειαστεί να ληφθούν, καθώς η ευρύτητα του χώρου παραπέμπει σε ευρύτητα πνεύματος⁴⁸. Για τον νομοθέτη Σόλωνα υπήρχε έντονος συμβολισμός ισοτιμίας στο να σιτίζονται οι πενήντα πρυτάνεις στο Θόλο, το μόνο δημόσιο κυκλικό οικοδόμημα στην Αθήνα⁴⁹.

Το σχήμα και το μέγεθος του τραπεζιού ως έπιπλο γύρω από το οποίο συγκεντρώνονται οι συνδαιτυμόνες είναι μία σημαντική παράμετρος στη δήλωση του είδους των σχέσεων μεταξύ τους. Ένα μακρύ, παραλληλόγραμμο τραπέζι⁵⁰ προϋποθέτει για σχέσεις υπεροχής μεταξύ των μελών λόγω προκαταλήψεων ή κοινωνικής κατάστασης. Αντίθετα, μία ροτόντα⁵¹ διευκολύνει τα μέλη να συμμετέχουν σε ένα κοινό γεύμα με μια αίσθηση ισοτιμίας. Σε διαφορετικές κοινωνίες η θέση που κατέχουν τα μέλη, ιδιαίτερα σε μακριά τραπέζια, ενδέχεται να καθορίζεται από το φύλο, την ηλικία, τη συγγένεια, τον βαθμό οικειότητας και την ιεραρχία (Fischler, 2011, 534 - 535).

2.3.1.2 Το σερβίρισμα του φαγητού: αποδοχή και απόρριψη

Το σερβίρισμα του φαγητού είναι μια πολύπλοκη διαδικασία την οποία διέρχονται συμβολισμοί προς τα πρόσωπα τα οποία προκαλούν την επιδοκιμασία ή την αποδοκιμασία της οικοδέσποινας ή του οικοδεσπότη. Η ποιότητα και η ποσότητα του σερβιρισμένου

⁴⁸ Spence, C. (2016). Gastrodiplomacy: Assessing the role of food in decision-making. *Flavour*, 5(4), 1–16. (p. 9)

⁴⁹ Θόλος αρχαίας Αγοράς. Ανακτήθηκε από: http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=10301 (10 Φεβρουαρίου 2020).

⁵⁰ Ο Fischler, παραπέμπει στην εικόνα που έχει αποδοθεί στο Τελευταίο Δείπνο του Χριστού με τους μαθητές του (2011, 534).

⁵¹ Ο ίδιος αναφέρει το παράδειγμα των ιπποτών της Στρογγυλής Τραπέζης, όπου κανένα από τα άτομα δεν κατείχε προνομιούχο θέση. Επρόκειτο για καινοτομία, αφού κάτι τέτοιο δεν ήταν σύνηθες στον Μεσαίωνα (2011, 534).

φαγητού, ο τρόπος εναπόθεσής του μπροστά από τον παρακαθήμενο, οι προτροπές, οι εκφράσεις του προσώπου, οι χειρονομίες, η στάση του σώματος, όλα μεταφέρουν μηνύματα σε απόλυτη συνάφεια με τα συναισθήματα του οικοδεσπότη προς τους συνδαιτυμόνες του. Παράλληλα, η θετική ή αρνητική αντίδραση στην προσφορά φαγητού καταδεικνύει τη δυναμική σχέση των συμμετεχόντων ή κατά την αναφορά της Δημητρίου-Κοτσώνη στον Bourdieu, τη διαλεκτική *πρόκλησης και ανταπάντησης* (Δημητρίου-Κοτσώνη, 2001, 119 - 120, 123 - 124).

2.3.1.3 Οι καλοί τρόποι στο τραπέζι

Το ζήτημα της *καλής συμπεριφοράς* είναι διαχρονικό στην εξέλιξη του πολιτισμού αφού απασχόλησε ήδη από την περίοδο της ελληνορωμαϊκής αρχαιότητας. Η εμφάνιση εγχειριδίων για τους *καλούς τρόπους* στο τραπέζι ήδη από τον 12^ο αιώνα οδήγησε στον διαχωρισμό των αριστοκρατών από τους χωρικούς (Montanari, 2004, 97).

*Κανέννας ευγενής άνδρας, όταν είναι με άλλον,
δεν πρέπει να ρουφάει απ' το κουτάλι ·
σε ωραίους ανθρώπους ετούτο δεν ταιριάζει,
παρά μόνο σε όσους είναι πολύ αγροίκοι*⁵².

*Μερικοί δαγκώνουν μια φέτα
και τη βουτούν πάλι στη γαβάθα
καταπώς συνηθίζουν οι χωρικοί ·
τέτοιες κακές συνήθειες οι ευγενείς τις απορρίπτουν*⁵³.

Ο Norbert Elias στο θεμελιώδες έργο του *Η εξέλιξη του πολιτισμού* διερευνά τα ήθη και την ανθρώπινη κοινωνική συμπεριφορά μέσα από λογοτεχνικά κείμενα του Μεσαίωνα και της Αναγέννησης. Οι πηγές του αφορούν κυρίως σε κείμενα της αυλικής κοινωνίας ή του κλήρου και δείχνουν ότι η κοινωνική μεταβολή και η κατάκτηση κοινωνικών δεξιοτήτων μέσω της συμφαγίας είχε φορά από πάνω προς τα κάτω στην κοινωνική διαστρωμάτωση. Χρησιμοποιεί συχνά το έργο του Εράσμου *De civilitate morum puerilium*⁵⁴, μιας και ο τελευταίος έδωσε έμφαση σε θέματα κοινωνικής συναναστροφής ανάγοντας την έννοια της *κοινωνικής*

⁵² Από την *Hofzucht* του Tannhauser, 13^{ος} αιώνας (Elias, 1997, 168).

⁵³ ό.π. Elias, (1997, 169).

⁵⁴ *Περί των καλών τρόπων των παιδιών* (1530). Ένα πρωτοποριακό έργο της Δύσης για την ηθική και πρακτική ανατροφή των παιδιών. Ανακτήθηκε από: https://en.wikipedia.org/wiki/On_Civility_in_Children (2 Φεβρουαρίου 2020).

κοσμιότητας στη νέα της διάσταση, αυτή της *civilitas*. Οι χαρακτηρισμοί *απολίτιστο* και *πολιτισμένο* αφορούν την εξελικτική ακολουθία της ανθρώπινης κοινωνικής συναναστροφής που έχει νόημα να την αναγνωρίσουμε συνειδητά σε έναν ικανοποιητικό βαθμό (Elias, 1997, 133 - 135, 137, 141, 149).

Ο Elias από όλες τις εκφάνσεις της κοινωνικής ζωής θεωρεί το φαγητό, έναυσμα για την εξέταση της κοινωνικής συναναστροφής. Γράφει emphatically ότι *οι τρόποι συμπεριφοράς στο φαγητό είναι ένα πολύ χαρακτηριστικό κλάσμα του συνόλου των κοινωνικώς καλλιεργημένων μορφών συμπεριφοράς* (Elias, 1997, 137, 147).

Διατρέχοντας τις περιόδους από τον Μεσαίωνα έως τους Νεώτερους χρόνους κάνει σαφές, ότι οι συνήθειες - ακόμα και οι πιο αυτονόητες σήμερα, όπως η χρήση κουταλιού για τη σούπα - υιοθετήθηκαν σε βάθος χρόνου. Πραγματικά, χρειάστηκε να περάσουν πέντε αιώνες από την πρώτη εμφάνιση του πιρουνιού στα χέρια μιας ελληνίδας πριγκίπισσας τον 11^ο αιώνα, για να θεωρηθεί στη Δύση πολυτελές *εργαλείο φαγητού* - χρυσό ή ασημένιο - σύνηθες στους ελιτίστικους κύκλους. Αυτό που χαρακτηρίστηκε αρχικά ως *σημάδι εξεζητημένης εκλέπτυνσης* και προκάλεσε την οργή των κληρικών, ανήκει πλέον στη σύγχρονη καθημερινότητα. Ο Elias το αποδίδει σε μια τέτοια *αλλαγή της δομής των ανθρώπινων σχέσεων*, ώστε η χρήση του εργαλείου να αντιστοιχεί σε μια καθολική ανάγκη. Ανάλογες είναι και οι περιπτώσεις της χρήσης του μαχαιριού και της πετσέτας. Επιπλέον, καταργήθηκε με τον καιρό η μεσαιωνική συνήθεια να λαμβάνεται η τροφή με τα δάκτυλα από κοινή πιατέλα, ενώ στο διάστημα 16^{ου} και 18^{ου} αιώνα ασκήθηκαν πιέσεις που οδήγησαν σε ένα *νέο πρότυπο συμπεριφοράς στο τραπέζι*. Στις βόρειες χώρες της Δύσης συνηθίζεται μετά την πρόποση του ηγεμόνα προς τα τιμώμενα πρόσωπα να πίνουν όλοι από το ίδιο ποτήρι σε ένδειξη *ειλικρίνειας και φιλίας*. Σε ένα σκηνικό περίτεχνου επιτραπέζιου διακόσμου - δείγμα πλούτου και υψηλού κοινωνικού status - τα πολυτελή σκεύη εναλλάσσονται από το ένα φαγητό στο άλλο, διαφορετικά για τη σούπα, το ψάρι, το κρέας, το γλυκό. Είναι έκδηλη η ανάδυση νέων εθιμοτυπικών κανόνων και απαγορεύσεων. Ήταν μια μετάβαση στον κόσμο της αφθονίας, όπου το χρήμα θα ενέτεινε σταδιακά το κοινωνικό χάσμα (Elias, 1997, 137, 146 - 148, 179, 195 - 199).

Στη δύση του 18^{ου} αιώνα, στις επιτραπέζιες συνήθειες της γαλλικής αυλικής κοινωνίας αντανakλάται το πρότυπο της *πολιτισμένης* κοινωνίας. Η χρήση της πετσέτας φαγητού, ο τρόπος για το κόψιμο του ψωμιού - με το χέρι και όχι με μαχαίρι - και την πόση του καφέ, συνιστούν παραδείγματα διαμόρφωσης της καθημερινής τελετουργίας που συχνά φέρουν εθνική και κοινωνική σφραγίδα (Elias, 1997, 195).

2.3.1.4 Ιδιωτικά και δημόσια γεύματα

Ακόμη ένα σημείο που αξίζει να επισημανθεί είναι ο διαχωρισμός μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων συνεστιάσεων. Τα οικιακά γεύματα - καθημερινά ή εορταστικά - διαφοροποιούνται από τα επίσημα. Σε γενικές γραμμές, τα πρώτα εμφορούνται την εύθυμη διάθεση, την οικειότητα των μελών, την ελεύθερη έκφραση, ενώ τα δεύτερα διέπονται από επισημότητα, συναισθηματική εγκράτεια και ρυθμιστικούς κανόνες ενός πιο περιοριστικού πρωτοκόλλου (Fischler, 2011, 535).

Στην αρχαιότητα, οι θυσίες προς τους Θεούς και τα διονυσιακά συμπόσια δεν ήταν μόνο ευχάριστες συνεστιάσεις, αλλά ακολουθούσαν μία θρησκευτική τελετουργία. Τα συμπόσια πέραν του εθιμοτυπικού είχαν σημαίνοντα κοινωνικό ρόλο και συμβολή στην πολιτιστική και πολιτική ζωή των Ελλήνων. Χαρακτηριστικό γνώρισμά τους ήταν η *συζήτηση* - εξ ου και οι μνημειώδεις συμποσιακοί διάλογοι - είτε επρόκειτο για *πολυτελή συμπόσια* εύπορων πολιτών με στόχο την ψυχαγωγία, είτε για *συλλογικά συμπόσια* με σκοπό τη συγκέντρωση υλικών αγαθών. Δεν είναι τυχαίος ο σύγχρονος χαρακτηρισμός *Συμπόσιο* που αποδίδεται σε επιστημονικά συνέδρια, όπου ο λόγος αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της διαδικασίας τους (Ματάλα, 2015, 111).

Ο Πλάτωνας στο ΣΤ' βιβλίο των *Νόμων* του αναφέρει την αυστηρά θεσμοθετημένη συμμετοχή όλων των πολιτών ως μια οικογένεια στα κοινά συσσίτια ανεξάρτητα από το φύλο ή την κοινωνική τάξη θεωρώντας προδοσία προς το πολίτευμα την αδικαιολόγητη αποχή, η οποία θα τιμωρείται με ατίμωση⁵⁵. Στο δε Η' βιβλίο του προτείνει την κοινή συμμετοχή του συνόλου των πολιτών σε δημόσιες γιορτές βάσει ενός ετήσιου εορτολόγιου με θυσίες προς το δωδεκάθεο και πλήθος ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων που θα συμβάλλουν στην σωματική και ηθική βελτίωση των πολιτών⁵⁶.

⁵⁵ Πλάτων. (2011). *Νόμοι*, τομ. Γ'. Βιβλία Ε' και ΣΤ' (μτφρ. Νικολούδης Η. Π.). Αθήνα: Δαίδαλος, Ι. Ζαχαρόπουλος (σελ. 417-419, 762 c-d): *έν πρώτοις, σε καθέναν από τους διάφορους τόπους της χώρας υπάρχουν συσσίτια, στα οποία πρέπει όλοι από κοινού να διαιτώνται· όποιος, εξ άλλου, απέχει από τα συσσίτια έστω και για μία μόνο μέρα, ή κοιμήθηκε έξω μία νύκτα, χωρίς να έχουν διατάξει οι άρχοντες ή χωρίς να παρουσιασθεί ξαφνικά μία οποιαδήποτε κατεπείγουσα ανάγκη, αν οι πέντε άρχοντες συμβεί να τον επισημάνουν, και αφού γράψουν το όνομα του το εκθέσουν στην αγορά ως εκείνου που εγκατέλειψε την φρουρά, θα δυσφημισθεί ότι πρόδωσε από τη μεριά του το πολίτευμα, και θα μπορεί να τον ξυλοκοπάει ατιμώρητα όποιος τον συναντά και θέλει να τον τιμωρεί.*

⁵⁶ ο. π., Πλάτων, *Νόμοι*, 828a-834b.

Σύμφωνα με τον Fischler (2011, 536), η Schmitt Pantel⁵⁷ διατείνεται ότι η ανάδυση της αθηναϊκής δημοκρατίας οφείλεται εν μέρει στη διενέργεια των δημόσιων γευμάτων. Ο Costas Constantinou στο βιβλίο του *On the way to diplomacy*⁵⁸ δανείζεται παραδείγματα από την αρχαία Ελλάδα για να τονίσει τη σημασία των γευμάτων μεταξύ αρχαίων Ελλήνων πολιτών στη δημιουργία και διατήρηση της κοινωνικής συνοχής. Επεκτείνει μάλιστα το ενδιαφέρον του στα δημόσια γεύματα που παρέθετε η πόλις σε ξένους και εχθρούς στα πλαίσια διπλωματικών διεργασιών. Το συγκεκριμένο θέμα εξετάζεται αναλυτικά στο τρίτο κεφάλαιο (Constantinou, 1996, 128 - 135).

2.4 Ο θεσμός της φιλοξενίας

Για τον Γάλλο φιλόσοφο Ζακ Ντερριντά δεν υπάρχει ούτε πολιτισμός ούτε κοινωνικός δεσμός χωρίς μια αρχή φιλοξενίας⁵⁹. Ο Γ. Μπαμπινιώτης επισημαίνει τη διττή σημασία που είχε το ρήμα ξενίζω στην αρχαιότητα: *φιλοξενώ* αλλά και *θεωρώ κάτι μη οικείο, ύποπτο, που με παραξενεύει*. Οι αρχαίοι Έλληνες τιμούσαν την φιλοξενία είτε επρόκειτο για τον οικιακό, είτε για τον δημόσιο βίο. Ο θεσμός του προξένου μάλιστα δημιουργήθηκε με σκοπό να προστατεύονται οι συμπατριώτες του που διαβιούσαν ως ξένοι σε μία πόλη⁶⁰.

Η φιλοξενία ήταν από τους αρχαίους χρόνους μία κοινωνικά και πολιτισμικά κωδικοποιημένη πρακτική με συμβολισμούς και οριοθετήσεις που όφειλαν να ακολουθούνται και από τις δύο πλευρές, του *φιλοξενούμενου* και του *οικοδεσπότη*. Τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις που είχε ο καθένας ήταν προστατευτικές σταθερές από πιθανές παρεκτροπές αμφοτέρων. Αν και η φιλοξενία είναι γένους θηλυκού και σύμφωνα με την Judith Still θεωρείται *αρετή*, είναι έκδηλες οι έμφυλες διαφορές που παρατηρούνται στην τελετουργία της. Αυτήν την άποψη στηρίζουν πολλά παραδείγματα από την Βίβλο και την Οδύσσεια, όπου οι γυναίκες δρουν μόνο επικουρικά προς τους άνδρες, καθώς παρουσιάζονται ως το *υλικό θεμέλιο της φιλοξενίας*: *αυτές που εκτελούν ένα μεγάλο μέρος του φυσικού έργου της*

⁵⁷ Schmitt Pantel, P. (1992). *La Cité au Banquet: Histoire des repas publics dans les cités grecques*. Rome: Ecole Française de Rome.

⁵⁸ Constantinou, C. M., (1996), *On the way to diplomacy*, Minneapolis: Minnesota University Press

⁵⁹ Δήλωσή του στην εφημερίδα *Le Monde* (2 Δεκεμβρίου 1997), *Η αρχή της φιλοξενίας*, μτφρ. Γεράσιμος Κακολύρης, *Ένεκεν*, τεύχ.42, Οκτ-Δεκ. 2016, σ.σ. 78-79.

⁶⁰ Μπαμπινιώτης, Γ. Η ετυμολογία των λέξεων *ξένος*, *ξενοδόχος* [...]. Ανακτήθηκε από: https://e-didaskalia.blogspot.com/2016/08/blog-post_152.html (18 Φεβρουαρίου 2020).

φιλοξενίας (μαγειρεύουν και σερβίρουν το φαγητό, καθαρίζουν το σπίτι, κ.ο.κ.), και επίσης παρέχουν ψυχαγωγία [...]⁶¹ (Κακολύρης, 2016, 8 - 10).

Η ιδέα της φιλοξενίας συνδέεται στενά με την γενναιοδωρία, την αποδοχή, την αμοιβαιότητα, την ανιδιοτέλεια, τη φροντίδα, την περίθαλψη ακόμα και τη φιλανθρωπία. Στην Οδύσσεια, που έχει χαρακτηριστεί ως *Βίβλος της φιλοξενίας*, ενάρετοι και συνετοί άνθρωποι είναι όσοι ακολουθούν τον κοινωνικό και ηθικό κώδικα της φιλοξενίας. Η τελευταία, τόσο στην Οδύσσεια όσο και στην Παλαιά Διαθήκη, χαρακτηρίζεται από το απροϋπόθετο και την υπεραναπλήρωση από τη μεριά του οικοδεσπότη όσον αφορά τις παροχές του προς τον φιλοξενούμενο. Η περιποίηση σήμαινε παροχή λουτρού, ύπνου και πλουσιοπάροχων γευμάτων. Όμως, ας μην παραλειφθεί ότι στον αντίποδα της προσφερόμενης φιλοξενίας ελέγχεται η υπερβολική της έκφραση, όταν για παράδειγμα στο όνομα αυτής κινδυνεύουν μέλη της οικογένειας⁶² (Κακολύρης, 2016, 10 - 13).

Η φιλοξενία έχει σχετισθεί με την προσφορά της τροφής προς τον φιλοξενούμενο σε τέτοιο βαθμό, ώστε να προκύπτει σύγχυση μεταξύ των δύο φαινομένων. Ένα γεύμα ή δείπνο, δύναται να ικανοποιήσει την πείνα του ξένου και να προάγει τους φιλικούς δεσμούς με τον ξενιστή. Η Δημητρίου - Κοτσώνη αναφέρει ότι *η φιλοξενία έχει 'πολιτικό' χαρακτήρα, διότι εντάσσεται στις πρακτικές γενναιόδωρης παροχής αγαθών που αποδίδουν γόητρο ή αποβλέπουν στη σύναψη σχέσεων με ισχυρότερους* (Δημητρίου - Κοτσώνη, 2001, 114). Ωστόσο, ο Β. Boudou εκφράζει τον προβληματισμό του για το ρόλο του *συντρώνγειν* στο τελετουργικό της φιλοξενίας και επισημαίνει τη διαφορά ανάμεσα στη φιλοξενία ως πολιτική έκφραση και στη φιλοξενία ως *απλή ανταλλαγή αγαθών*. Η συμφαγία εντάσσεται σε ένα πλαίσιο λογικής ακολουθίας της φιλοξενίας, αφού προϋποθέτει την ανάπτυξη οικειότητας και εμπιστοσύνης. Με αυτόν τον τρόπο, επισφραγίζεται η πράξη της φιλοξενίας (Boudou, 2012, 9, 11).

Ο θεσμός της φιλοξενίας μπορεί είτε να αφορά την πρόσκληση και την υποδοχή ανθρώπων από το συγγενικό, φιλικό ή γνώριμο περιβάλλον, είτε να αναφέρεται σε διακρατικές επαφές ή σχέσεις πολιτών με το κράτος που τους φιλοξενεί. Στη σύγχρονη εποχή το φαινόμενο εξετάζεται διαθεματικά λόγω των καινούριων κοινωνικοοικονομικών συγκυριών της μετανάστευσης και της τουριστικής ανάπτυξης. Το βαθύτερο νόημα της φιλοξενίας φαίνεται

⁶¹ Still, J. (2010). *Derrida and Hospitality, Theory and Practice*. Edinburg: University Press, p. 122.

⁶² Ο βιβλικός Λωτ τιμώντας το θεσμό της φιλοξενίας, αρνήθηκε να παραδώσει τους δύο φιλοξενούμενους του στους Σοδομίτες που επιθυμούσαν τη συνουσία μαζί τους και πρότεινε να τους ανταλλάξει με τις δύο παρθένες κόρες του. βλ. *Γένεσις*, 19: 1-9.

να έχει υποστεί αλλοιώσεις, αφενός από την φιλόξενη στάση των κυρίαρχων κρατών απέναντι στις ορδές των μεταναστών προερχόμενων από εμπόλεμες ζώνες της Ανατολής, αφετέρου από τη στοχοθεσία της τουριστικής βιομηχανίας για οικονομικά οφέλη (Κακολύρης, 2016, 18 - 19).

Η ηθική της φιλοξενίας στηρίζεται κατά βάση στην άνευ όρων αποδοχή του Άλλου. Εδώ όμως παρατηρείται μια αντίφαση, αφού παρά τις ήδη σχηματισμένες πολυπολιτισμικές κοινωνίες σε πολλά μέρη του πλανήτη, οι αρχές της φιλοξενίας δοκιμάζονται. Η φιλοξενία ιδωμένη από τη σκοπιά της γεωπολιτικής γεννά προβληματισμούς γύρω από τους εν δυνάμει *φιλοξενούμενους* που καταφτάνουν στο κατώφλι των χωρών ασύλου, άλλοτε με πρόσκληση και άλλοτε χωρίς. Αντιλαμβάνεται κανείς ότι η καχυποψία για τους κινδύνους που ελλοχεύουν από την παροχή μιας τέτοιας φιλοξενίας δεν συνάδει με τις βασικές αρχές του θεσμού (Craggs, 2014, 92).

Σε επίπεδο διεθνών σχέσεων, ο ρόλος της φιλοξενίας έχει αποδειχτεί σημαντικός και πολλές φορές καθοριστικός. Διακρατικές πρακτικές όπως οι *αδελφοποιήσεις* πόλεων, οι ανταλλαγές ομάδων πολιτών (π.χ. φοιτητών), οι διπλωματικές επισκέψεις από χώρα σε χώρα, στηρίζουν τις προσπάθειες για την παγκόσμια συμφιλίωση και ειρήνη (Craggs, 2014, 92). Πιο συγκεκριμένα, οι επισκέψεις αξιωματούχων ομολόγων σε ξένα κράτη που συνοδεύονται από οργανωμένα επίσημα γεύματα, συχνά έχουν αποφέρει θετικά αποτελέσματα στις διεθνείς σχέσεις. Γύρω από ένα τραπέζι έχουν ληφθεί κρίσιμες αποφάσεις και έχουν επισφραγιστεί συμφωνίες. Ο Charles Spence στο άρθρο του *Gastrodiplomacy: Assessing the role of food in decision-making* (2016) στηριζόμενος σε ερευνητικά δεδομένα υποστήριξε ότι η έκβαση μίας διαπραγμάτευσης είναι πολύ πιθανό να επηρεαστεί από ένα κοινό γεύμα, καθώς η απελευθέρωση ενδορφινών στον εγκέφαλο και ο μιμητισμός προς τους συνδαιτυμόνες υποβοηθούν προς αυτήν την κατεύθυνση (Spence, 2016, 2).

2.4.1 Δωρισμοί φαγητού

Το φαγητό αποτελεί οικουμενική έκφραση κοινωνικότητας και φιλοξενίας. Οι δωρισμοί φαγητού συμπεριλαμβάνονταν από τους αρχαίους χρόνους στο εθιμικό δίκαιο τόσο της Δύσης όσο και της Ανατολής. Συνιστούσαν μέρος ενός εθιμοτυπικού σε περιπτώσεις φιλικών επισκέψεων ή φιλοξενίας (Narayanan, 2015, 46,) και σύμφωνα με την Mesotten, *την πρώιμη όψη της διπλωματικής φιλοξενίας* (Mesotten, 2017, 132). Η χρήση τέτοιων διατροφικών

δώρων αναδείχθηκε σημαντικό εργαλείο για την προαγωγή των κοινωνικών σχέσεων. Πράγματι, η τροφή ως δώρο αποκτά ιδιαίτερη αξία καθώς ικανοποιεί την ανάγκη των ατόμων να μοιραστούν ένα βασικό αγαθό για τη ζωή, να νιώσουν ευπρόσδεκτοι στα πλαίσια της φιλοξενίας και να ενταχθούν σε μια ομάδα αναλαμβάνοντας τους ρόλους του δωρητή και του παραλήπτη (Heal, 2008, 44). Τα κοινωνικοπολιτικά μηνύματα συμφωνούν με την ταυτότητα και την κοινωνική θέση του δωρητή και του αποδέκτη, ενώ παράλληλα, ανάλογα με τον τύπο της τροφής, φωτίζεται ο σκοπός επίσκεψης των δωρητών (Narayanan, 2015, 46, 47). Επίσης, σύμφωνα με τον Marcel Mauss, τα δώρα φέρουν την ανάμνηση του πρώην ιδιοκτήτη τους, πράγμα που στις διπλωματικές επαφές αποτρέπει τη λήθη (Mauss, 1990, 66).

Ενδεικτικά, ο Ηρόδοτος στην *Ιστορία* του περιγράφει μία περίπτωση συμβολικής αναφοράς των δώρων: Ο Πέρσης βασιλιάς Καμβύσης, εποφθαλμιώντας τη γη των Αιθίοπων έστειλε τους Ιχθυοφάγους να κατασκοπεύσουν τη χώρα. Ο βασιλιάς των Αιθίοπων αντιλήφθηκε ότι τα δώρα που έφεραν εκπροσωπούσαν την επεκτατική διάθεση των Περσών και τα αρνήθηκε εκλαμβάνοντάς τα ως κολακεία. Επρόκειτο για μια πορφύρα, ένα χρυσό στριφτό περιδέραιο, χρυσά βραχιόλια, ένα αλαβάστρινο δοχείο με μύρο και ένα πιθάρι κρασί από χουρμάδες⁶³. Ο Αιθίοπας βασιλιάς έδωσε μία ερμηνεία για το καθένα χαρακτηρίζοντας ψευδείς τις φιλικές προθέσεις του Καμβύση. Ωστόσο, ο Ηρόδοτος γράφει ότι, όταν η κουβέντα έφτασε στο κρασί και έμαθε πώς φτιάχνεται, ευφράνθηκε πολύ με το ποτό και αυτό τον ενθάρρυνε να ξεκινήσει μία συζήτηση για τη διατροφή των δύο λαών και τις διατροφικές συνήθειες που χαρίζουν μακροζωία⁶⁴.

Η συνήθεια δωρισμών φαγητού έλαβε εκτενή διάσταση κατά την ύστερη περίοδο του Μεσαίωνα⁶⁵, οπότε εκτός από τους δωρισμούς φαγητού μεταξύ μελών της οικιακής ομάδας και μεταξύ οικιακών ομάδων, διατροφικά αγαθά δωρίζονταν κατά τη διάρκεια επαγγελματικών διαπραγματεύσεων προκειμένου να επηρεάσουν την τελική τους έκβαση (Woolgar, 2011, 16 - 17).

Κατά την πρώιμη περίοδο της νεότερης εποχής στη Δύση οι δωρισμοί φαγητού σηματοδοτούσαν τη διατήρηση των κοινωνικών δεσμών και, κατά την Douglas, αποτελούσαν

⁶³ Ηρόδοτος, *Ιστορίαι*, Γ' Θάλεια, 3.20.1

⁶⁴ ό.π. Ηρόδοτος, 3.22.3

⁶⁵ Woolgar, C. M. (2011). Gifts of food in late medieval England. *Journal of Medieval History*, 37(1), 6–18. Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.1016/j.jmedhist.2010.12.004> (3 Φεβρουαρίου 2020).

ένα μη λεκτικό μέσο της ανθρώπινης επινοητικότητας⁶⁶. Σε επαρχιακά περιβάλλοντα οι ανταλλαγές αγαθών αποτελούσαν τους αρμούς των κοινωνικών σχέσεων, προσέφεραν ανακούφιση στους μη έχοντες, αλλά μπορούσαν να αποκτήσουν και αρνητική χροιά, όταν σχετιζονταν με μάγια που έπρεπε να λυθούν. Στις πόλεις οι δωρισμοί εμπορεύσιμων διατροφικών αγαθών, όπως η ζάχαρη, το κρασί και τα μπαχαρικά, ήταν ένδειξη σεβασμού και ευζωίας, ενώ στους κύκλους των ευγενών κινούσαν τα νήματα της πολιτικής ζωής του τόπου (Heal, 2008, 44 - 45).

Η διπλωματία που ασκούσαν κατά τον 17^ο αιώνα στην Ευρώπη δεν είχε αποκτήσει αμιγώς επαγγελματικό χαρακτήρα και οι δωρισμοί αποτελούσαν συνήθη πρακτική επίδειξης δύναμης. Το πελατειακό σύστημα της εποχής υποστήριζε την εν λόγω πρακτική που εφαρμοζόταν από όλες τις κοινωνικές τάξεις. Έτσι, συντηρούνταν ένας κύκλος υποχρεώσεων μεταξύ δωρητή και αποδέκτη. Ικανοί ηγέτες και διπλωμάτες που αντιλαμβάνονταν τους συμβολισμούς των δώρων έκαναν συχνά βήματα προς την επίτευξη των πολιτικών τους στόχων. Δεν αποκλειόταν βέβαια και η χρήση των δώρων με σκοπό την ενίσχυση της εικόνας μιας χώρας και την προώθηση φιλικών δεσμών μεταξύ ηγεμόνων και των κρατών που εκπροσωπούσαν (Carrió - Invernizzi, 2008, 881 - 883).

Στην Ανατολή, την εποχή των Ταμουρίδων και κατά τις ινδικές παραδόσεις, τροφές με γλυκιά γεύση όπως η ζάχαρη και τα φρούτα έχαιραν ιδιαίτερης εκτίμησης και επιλέγονταν να προσφερθούν ως δώρα μεταφέροντας μηνύματα ανταμοιβής, συγγνώμης ή επιθυμίας για ανακωχή εχθροπραξιών. Επίσης, συνήθεις δωρισμοί αφορούσαν στο κρέας θηραμάτων που μαγειρευόταν και μοιραζόταν για φιλανθρωπικούς σκοπούς καθώς και σε φύλλα ινδοκάρυδου ως έκφραση εκτίμησης στο πρόσωπο σημαντικών ανδρών (Narayanan, 2015, 48, 50 - 52).

Τα διατροφικά αγαθά, πέρα από την υλική πολιτισμική διάσταση, στην πλειονότητά τους ανά τη διαχρονία μετέφεραν μηνύματα φιλίας, καλής θέλησης και αμοιβαιότητας, δήλωναν το κοινωνικό status ή την υπεροχή. Συνιστούσαν ένδειξη αγάπης, συμπάθειας, ευγνωμοσύνης αλλά και απόδοσης τιμής. Με λίγα λόγια, αποτελούσαν το συνεκτικό δεσμό στις κοινωνικές επαφές και ανάλογα με τις περιστάσεις, υποβοηθούσαν την κοινωνική αναγνώριση και τις ισότιμες σχέσεις (Fieldhouse, 1996, 83, Δημητρίου - Κοτσώνη, 2001, 114).

Οι αναφορές που έγιναν σε αυτό το κεφάλαιο έχουν την αφετηρία τους ως επί το πλείστον, στον χώρο της οικιακής ομάδας που αποτελεί τον πυρήνα της κοινωνίας. Από εκεί και έπειτα,

⁶⁶ Douglas M., Isherwood, B. (1996). *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. London: Routledge. p. 41.

διαφαίνεται μία ρευστότητα στα όρια μεταξύ των εννοιών *ιδιωτικό* και *δημόσιο*. Σύμφωνα με την Δημητρίου-Κοτσώνη (2001), οι κοινωνικές λειτουργίες δεν εντάσσονται αποκλειστικά στον ιδιωτικό ή τον δημόσιο χώρο αλλά αναπαράγονται, υποστηρίζονται ή ακόμα τίθενται προς επαναδιαπραγμάτευση. Συγκεκριμένα, η ίδια υποστηρίζει ότι *κάθε οικιακή ομάδα [...] είναι ένας χώρος 'ζύμωσης' που συμβάλλει στην οριοθέτηση της κοινωνικής και πολιτισμικής οργάνωσης σε κάθε κοινωνία. Θα μπορούσαμε, επομένως, να πούμε ότι η κοινωνική και πολιτισμική πραγματικότητα πλάθεται (αναπαράγεται, δομείται και αναδομείται) μέσα στην καθημερινότητα, πολύ συχνά γύρω από το τραπέζι του φαγητού* (Δημητρίου-Κοτσώνη, 2001, 128 - 129).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΤΡΟΦΗΣ

The culinary art follows diplomacy and every prime minister is its tributary
Marie-Antonin Carême

3.1 Η γαστρονομική διπλωματία στην αρχαιότητα και τον Μεσαίωνα

Η γαστρονομία ως γνώση και τέχνη που εξελίσσεται ιστορικά και πολιτισμικά είναι συναφής με την πράξη του συντρώγειν και τις διατροφικές συνήθειες. Συνιστά δε, μία *μη λογοκεντρική προσέγγιση* της επικοινωνίας. Ο Ragnar Numelin στο έργο του *The Beginnings of Diplomacy* (1951) κάνει λόγο για τις γαστρονομικές τελετουργίες πρωτόγονων φυλών της Αυστραλίας και της Αφρικής που αποσκοπούσαν στην ανανέωση της φιλίας ή την επισφράγιση συνθηκών ειρήνης. Μεταξύ των φυλών των Μασάι ανταλλάσσονταν μοσχάρια και τα βρέφη της μίας φυλής θήλαζαν από μητέρες που ανήκαν στη εχθρική φυλή. Στην ελληνική αρχαιότητα οι *ομογάλακτοι*⁶⁷ συνδέονταν με αδελφική αγάπη. Επίσης, είναι χαρακτηριστικός και ο τρόπος που οι κανίβαλοι του Κονγκό επικύρωναν συμφωνίες με το να πίνουν διαδοχικά *λικέρ από ζαχαροκάλαμο που είχε υποστεί ζύμωση*. Τέλος, τα μέλη της φυλής των Παπούα της Νέας Γουινέας προκειμένου να δηλώσουν συμφιλίωση με εχθρικές παρατάξεις έπιναν *καθαρό αίμα ή αναμεμιγμένο με φαγητό και κρασί* (Constantinou, 1996, 128).

Πέρα από τις πρακτικές των πρωτόγονων φυλών, σε κοινωνίες με ισχυρή πολιτική παρουσία, το φαγητό συνέβαλλε στο αίσθημα του ανήκειν στην κοινότητα. Ο Αριστοτέλης στα *Πολιτικά* του εξαίρει τη σημασία των κοινών γευμάτων που δημιουργούσαν *δεσμούς αλληλεγγύης* μεταξύ πολιτών παρόμοιους με αυτούς που αναπτύσσουν τα μέλη μιας οικογένειας (Chapple-Sokol, 2013, 163). Ακόμα και στο συντηρητικό πολίτευμα της Σπάρτης, όσοι μετείχαν στα κοινά γεύματα καλούνταν *Όμοιοι*⁶⁸ (Μπένγκτσον, 1991, 111). Το μέλημα του Αριστοτέλη ήταν φυσικά να αναπαραχθεί σε επίπεδο πόλεως ό,τι συνέβαινε σε οικιακό επίπεδο. Στα *Ηθικά Νικομάχεια* προκειμένου να περιγράψει τον *σώφρονα πολίτη* χρησιμοποιεί γαστρονομικούς όρους. Ένας σώφρων άνθρωπος, χρήσιμος για την πόλιν, χαρακτηρίζεται από εγκράτεια ως προς τις ηδονές του φαγητού αποφεύγοντας να είναι *οψοφάγος* ή *γαστρίμαργος* (Constantinou, 1996, 129).

⁶⁷ Άνθρωποι που θήλαζαν από την ίδια γυναίκα χωρίς να είναι η φυσική μητέρα και των δύο.

⁶⁸ Ωστόσο, ο Αριστοτέλης ασκεί κριτική στον τρόπο λειτουργίας των συσσιτίων της Σπάρτης, λόγω του αποκλεισμού πολιτών που δεν μπορούσαν να συνεισφέρουν οικονομικά από τη λειτουργία του πολιτεύματος. Θεωρεί ορθότερη την πολιτειακή οργάνωση της Κρήτης, όπου τα γεύματα πληρώνονται από το δημόσιο ταμείο. Αριστοτέλης. 2006. *Πολιτικά*. Τομ. Α'. (μτφρ. Παπαδής, Δ.). Θεσσαλονίκη: ΖΗΤΡΟΣ.

Η συμφαγία στην αρχαιότητα ήταν μία πολιτική πράξη και το άτομο, ένα πολιτικό ον με ενεργή συμμετοχή στα κοινά και συνδιαμορφωτικό ρόλο στις σχέσεις πόλεων - κρατών (Βαρβαρούσης, 1999, 66). Αυτό που αποκαλεί ο Constantinou *αρχέγονο διπλωματικό σώμα* προκύπτει από τα δημόσια γεύματα που παρέθετε η πόλις προς τιμήν των πρεσβευτών της πόλεως που επέστρεφαν από μία αποστολή ή των ξένων απεσταλμένων από αντίπαλες πόλεις. Ο Δημοσθένης έδειξε την ενόχλησή του όταν δεν έλαβε πρόσκληση για κοινό γεύμα από την πρεσβεία του Αισχύνη, επειδή ο τελευταίος δεν ενέκρινε την διπλωματική τακτική του⁶⁹. Ο Constantinou υποστηρίζει ότι *η σπουδαιότητα των διπλωματικών γευμάτων οφείλεται στο γεγονός ότι οι ομοτράπεζοι, μοιράζονται σκέψεις και τρόπους διενέργειας της διπλωματίας*. Για παράδειγμα, η προτίμηση του Δημοσθένη να πιει νερό αντί κρασιού θεωρήθηκε κακή διπλωματική πρακτική. Εντύπωση προκαλεί στην *Ιλιάδα* και η επιμονή του Αχιλλέα να συμφάει με τον Πρίαμο τη στιγμή που θρηνεί τον σκοτωμένο γιο του. Θεωρεί τόσο σημαντικό να *στρέψουν τη σκέψη τους στο δείπνο* που απειλεί να τον σκοτώσει αν αρνηθεί. Τα κοινά γεύματα μετά από θυσίες και οι σπονδές (σπονδή < συμφωνία)⁷⁰ ήταν εξίσου σημαντικές δράσεις για να επισημοποιηθούν και να τεθούν σε ισχύ οι συμφωνίες με θεϊκή διαμεσολάβηση. Σε περιόδους εκχειρίας τα κοινά γεύματα συνόδευαν την παύση των εχθροπραξιών. Γίνεται σαφές ότι στην αρχαία Ελλάδα *η συμμετοχή στα κοινά γεύματα ήταν ιδιον της πολιτικής και διπλωματικής κοινότητας*, καθώς δινόταν η ευκαιρία να ενεργοποιηθεί η συλλογική ευθύνη με αποτέλεσμα τη σύσταση ενός αποδοτικού διπλωματικού σώματος με ή χωρίς τη θεϊκή παρέμβαση (Constantinou, 1996, 130 - 131).

Στην αρχαία Ρώμη οι αυτοκράτορες ήταν λάτρεις των δημόσιων συνεστιάσεων οι οποίες αποτελούσαν πολιτικές και κοινωνικές εκδηλώσεις - λόγω της συγκέντρωσης πολιτών από διαφορετικές κοινωνικές τάξεις - και προήγαν τη δημόσια συζήτηση. Η χλιδή ήταν έκδηλη στα στρωμένα τραπέζια και οι αποσπασματικές προσπάθειες μερικών αυτοκρατόρων δεν στάθηκαν ικανές να την εξαλείψουν για πολλούς αιώνες. Το φαγητό είχε στενή σύνδεση με τις δημόσιες σχέσεις και την ανταλλαγή πληροφοριών. Τα εξωτικά αγαθά και κάθε λογής εδέσματα που κατέφθαναν από όλη τη ρωμαϊκή επικράτεια και ακόμα παραπέρα, επεδείκνυαν ισχύ και τόνωναν το αυτοκρατορικό γόητρο (δαμάσκηνα εξαιρετικής ποιότητας από τη Συρία και δευτερευόντως την Ισπανία, πιπέρι από την Ινδία, κανέλλα και κρασιά από

⁶⁹ Σχολίασε μάλιστα ότι κάτι ανάλογο δεν συνέβη ούτε με τον Τιμαγόρα που καταδικάστηκε σε θάνατο.

⁷⁰ Στις σπονδές συγκαταλέγονται όλες οι προσφορές προς τους Θεούς με έκχυση επάνω στον βωμό διαφόρων θρεπτικών ή πολυτίμων υγρών, όπως αρώματα, κρασί, μέλι, γάλα, λάδι, χυμούς φρούτων, κ.ά. Ανακτήθηκε από: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%80%CE%BF%CE%BD%CE%B4%CE%AE> (2 Ιανουαρίου 2020).

εξωσυνοριακές περιοχές). Ο ακόλαστος αυτοκράτορας Βιτέλλιος, ένας άνθρωπος παραδομένος στη λαιμαργία του, συνήθιζε να τρώει το αγαπημένο του πιάτο με την ονομασία *Η ασπίδα της θεάς Αθηνάς, προστάτιδας της πόλης* φτιαγμένο από εισαγόμενα υλικά: συκώτι λούτσου, μυαλά φασιανού, γλώσσες φοινικόπττερων και σπέρμα σμέρνας. Οι καλεσμένοι στα δημόσια γεύματα προέρχονταν συνήθως από τους ελιτίστικους κύκλους, ήταν εύποροι άνθρωποι και με καταλυτικό ρόλο στη λήψη αποφάσεων για κρίσιμα θέματα της Αυτοκρατορίας. Στην πλειονότητά τους ανήκαν στην πολιτική και στρατιωτική ηγεσία της Αυτοκρατορίας ή ήταν φιλοξενούμενοι ξένοι αξιωματούχοι (Ermatinger, 2015, 349 - 351).

3.2 Βιβλικές αναφορές γαστρονομικής διπλωματίας

Η συμβολή της γαστρονομίας στην κοινωνική συγκρότηση και την επικοινωνία των μελών της αποτυπώνεται επίσης στην Παλαιά και την Καινή Διαθήκη. Στο βιβλίο της *Γένεσης* γίνεται λόγος για την κατανάλωση του απαγορευμένου καρπού - συμβολική αναπαράσταση της αμαρτίας - και την πτώση του ανθρώπου από την Εδέμ⁷¹. Μεταφορικά χρησιμοποιείται και το *κρασί της οργής* με το οποίο ο Θεός του Ισραήλ θα προκαλούσε την καταστροφή των εθνών⁷². Στην *Έξοδο*, κυριαρχούν οι γαστρονομικές αναφορές, καθώς περιγράφονται λεπτομερώς οι διατροφικοί κανόνες και οι μαγειρικές πρακτικές που κατάρτισαν ένα είδος *πρωτοκόλλου* για τον εορτασμό του Ιουδαϊκού Πάσχα⁷³. Στην πραγματικότητα, αυτή η γαστρονομική συμφωνία με τη θεϊκή συναίνεση έκανε διακριτή την *εθνο-θρησκευτική κοινότητα* των Εβραίων (Constantinou, 1996, 132 - 133).

Στην Καινή Διαθήκη το Πάσχα υιοθετήθηκε ως χριστιανική γιορτή με αναφορά στο θάνατο και την Ανάσταση του Ιησού. Το Μυστήριο της Θείας Ευχαριστίας εγκαινιάστηκε στο Τελευταίο

⁷¹ Αγία Γραφή (Γένεσις, 3:1-14).

⁷² Ο Κύριος ο Θεός του Ισραήλ μου είπε: *Πάρε αυτό εδώ το ποτήρι του κρασιού, που είναι γεμάτο με το θυμό μου και πότισε όλα τα έθνη στα οποία σε στέλνω. Πρέπει όλο να το πιουν. Θα ζαλιστούν και θα παραφρονήσουν, όταν θα δούνε τη σφαγή που θα προκαλέσω ανάμεσά τους* (Αγία Γραφή, Ιερεμίας, 25:15-16).

⁷³ Τη δέκατη μέρα αυτού του μήνα, καθένας να πάρει από ένα αρνί ή κατσίκι για την οικογένειά του[...]Το αρνί ή το κατσίκι που θα διαλέξετε πρέπει να είναι αρτιμελές, αρσενικό, ενός έτους. Θα το κρατήσετε ζωντανό ως τη δέκατη τέταρτη μέρα του μήνα, και το βράδυ θα το σφάξετε. Έτσι θα κάνει όλη η ισραηλιτική κοινότητα. Μετά θα πάρετε λίγο από το αίμα του και θα αλείψετε τις δύο παραστάδες και το ανώφλι της πόρτας σε κάθε σπίτι όπου θα φάτε το αρνί ή το κατσίκι. Θα το ψήσετε στη φωτιά και θα το φάτε την ίδια εκείνη νύχτα, μαζί με άζυμο ψωμί και χόρτα πικρά. Δε θα φάτε απ' αυτό καθόλου ωμό ή βραστό κρέας, αλλά θα το ψήσετε ολόκληρο μαζί με το κεφάλι, τα πόδια και τα εντόσθια. Δε θ' αφήσετε να περισσέψει τίποτα ως το πρωί. Αν τυχόν έχει μείνει κάτι το πρωί, θα το κάψετε στη φωτιά. Και να τώρα με ποιον τρόπο θα το φάτε: Θα είστε ζωσμένοι τη ζώνη σας, με τα σανδάλια στα πόδια και με το ραβδί στο χέρι. Θα το φάτε γρήγορα. Αυτή θα είναι η γιορτή του Πάσχα, για να τιμήσετε εμένα, τον Κύριο. Αγία Γραφή (Έξοδος, 12: 3-11). Ανακτήθηκε από: <https://www.bible.com/el/bible/173/EXO.12.TGV> (15 Δεκεμβρίου 2019).

Δείπνο του Ιησού με τους μαθητές του και αποτέλεσε ακόμα ένα *αρχέτυπο της γαστρονομικής διπλωματίας*. Η επισημότητα του δείπνου έγκειται στις προετοιμασίες για την τέλεσή του και το ακολουθούμενο πρωτόκολλο από τις θέσεις που κατείχαν οι ομοτράπεζοι μέχρι τη δήλωση της σημασίας του ψωμιού και του κρασιού από τον Ιησού και τη σειρά με την οποία καταναλώνονται οι τροφές. Προέκυψε έτσι, μια νέα γαστρονομική παρακαταθήκη που συμβάλλει έως σήμερα στη διάκριση της χριστιανικής κοινότητας από άλλες θρησκευτικές κοινότητες. Η νηστεία πριν τη θεία κοινωνία κατατάσσεται στις γαστρονομικές υπαγορεύσεις της χριστιανικής θρησκείας στις οποίες απαιτείται συμμόρφωση, ώστε να διατηρείται η ενότητα των πιστών (Constantinou, 1996, 133 - 135).

3.3 Η γαστρονομική διπλωματία στη νεότερη και σύγχρονη ιστορία

Κατά τη νεότερη και σύγχρονη ιστορία η γαστρονομία συνέχισε να έχει ουσιαστικό ρόλο στην ενδυνάμωση της επικοινωνίας των πολιτών σε τοπικό και διακρατικό επίπεδο μέσω διπλωματικών κινήσεων. Οι θεμελιακές αρχές της σύγχρονης διπλωματίας τέθηκαν κατά την περίοδο της ιταλικής Αναγέννησης και εκφράστηκαν τόσο με τη Συνθήκη της Βεσφαλίας (1648) όσο και το Συνέδριο της Βιέννης (1815). Οι πληροφορίες από τα ταξίδια του Μάρκο Πόλο οδήγησαν αναπόφευκτα σε σύγκριση των διατροφικών συνηθειών Ευρώπης και Ανατολής που συνέβαλε στη διαμόρφωση της ευρωπαϊκής κοινότητας με διακριτή πολιτιστική ταυτότητα. Επιπλέον, η ανθρωποφαγία (κανιβαλισμός) που διαπίστωσαν οι κατακτητές του Νέου Κόσμου χαρακτηρίστηκε κολάσιμη πράξη και χρησιμοποιήθηκε εντέχνως για να δηλώσει την πολιτισμική ανωτερότητα των Ευρωπαίων έναντι των ιθαγενών. Κατά την περίοδο της οθωμανικής αυτοκρατορίας, οι συχνές διπλωματικές επαφές δεν σήμαιναν απαραίτητα την αποδοχή των Οθωμανών στους κόλπους της ευρωπαϊκής κοινότητας. Πέρα από τη θρησκεία, οι διαφορές στη γαστρονομική κουλτούρα ξένιζαν αμοιότροπους. Ο Constantinou μας πληροφορεί για την οθωμανική διπλωματική αποστολή του 1721 στη Γαλλία οπότε ο πρεσβευτής Mehmet Efendi παρατήρησε έκπληκτος τις διατροφικές και επιτραπέζιες συνήθειες των Γάλλων αριστοκρατών για τις οποίες ενημέρωσε σχετικά τον σουλτάνο. Η μεγάλη τραπεζαρία, ο διακριτικός τρόπος μάσησης της τροφής, οι συνομιλίες την ώρα του φαγητού, οι γυναίκες ομοτράπεζοι, η χρήση πετσέτας, τα μαχαιροπήρουνα και τα σερβίτσια δήλωναν το πολιτιστικό υπόβαθρο της Δύσης και την ετερότητα των δύο μερών (Constantinou, 1996, 135 - 137).

Η εδραίωση των καλών τρόπων στην ευρωπαϊκή αυλική κοινωνία υπήρξε μέλημα μιας μακράς διαδικασίας από τον 12^ο αιώνα, διέκρινε την πολιτισμένη από την απολίτιστη συμπεριφορά και συμπορεύτηκε με τον εκσυγχρονισμό του διπλωματικού συστήματος από τα μέσα του 17^{ου} αιώνα (Montanari, 2004, 97, Elias, 1997, 134). Δόθηκε έμφαση στα εδεσματολόγια των επίσημων δείπνων, στην τήρηση πρωτοκόλλου για τους φιλοξενούμενους των διπλωματικών αποστολών και, σταδιακά, εκφράστηκε σεβασμός στις πολιτιστικές ιδιαιτερότητές τους. Η κοντέσα Giuseppina Pietromarchi, πρόεδρος της ιταλικής ένωσης συζύγων διπλωματών, υποστήριξε ότι *τα γεύματα, τα κοκτέιλ, οι επιμελημένες συγκεντρώσεις γύρω από ένα τραπέζι, [...] είναι καθοριστικά για την έκβαση των διπλωματικών αποστολών* (Constantinou, 1996, 138).

Ο Γάλλος διπλωμάτης και συγγραφέας François de Callières (1645-1717) στα εγχειρίδιά του για τη διπλωματία προσέδωσε στον *χαρισματικό διπλωμάτη* τις πνευματικές και ηθικές αξίες που πρέπει να τον διακρίνουν. Έζησε σε μία εποχή που έπνεε νέος αέρας στην άσκηση της διπλωματίας. Ο Καρδινάλιος Ρισελιέ είχε προωθήσει την εγκατάσταση μόνιμων πρεσβειών και η Γαλλία θα χρησιμοποιούσε το καλό φαγητό ως μέσο πειθούς. Σε αυτό συνέβαλε ο Λουδοβίκος XIV που ανήγε τη μαγειρική σε τέχνη⁷⁴. Ο de Callières δήλωσε ότι *σε ένα διπλωματικό τραπέζι όλα πρέπει να είναι περιποιημένα, άφθονα και εκλεπτυσμένα. Ο πρέσβης πρέπει να προσφέρει συχνά ψυχαγωγία στους επικεφαλής της Αυλής ακόμη και στον ίδιο τον πρίγκιπα. Ένα καλό τραπέζι είναι ο καλύτερος και ο πιο εύκολος τρόπος να παραμένει ενημερωμένος. Φυσικό επακόλουθο του καλού φαγητού και ποτού είναι η αρχή μιας φιλίας και η δημιουργία οικειότητας και όταν οι άνθρωποι ζεσταίνονται από ένα κρασί, συχνά αποκαλύπτουν σημαντικά μυστικά*⁷⁵. Προς την ίδια κατεύθυνση κινήθηκε το 1802 και ο Ναπολέων συμβουλευοντας τον πρέσβη του στο Λονδίνο: *πάνω απ' όλα να μην αμελείς να παραθέτεις ωραία δείπνα [...]*⁷⁶ (Freeman, 1997, 96).

Ο ακαδημαϊκός Charles Cogan (1928-2017) στο βιβλίο του *French Negotiating Behavior* αναφέρει: *Για τους Γάλλους το γεύμα είναι μέρος της διαπραγμάτευσης καθώς είναι ένα εργαλείο ή ένα συμπλήρωμα και, αν η διεξαγωγή του διαλόγου γίνεται στη Γαλλία, ένα γεύμα*

⁷⁴de Callières, F. (1716). *The Art of Diplomacy*. Ανακτήθηκε από: <https://www.classicsofstrategy.com/2015/10/the-art-of-diplomacy-callieres-1698.html> (10 Ιανουαρίου 2020).

⁷⁵de Callières, F. (1716). *L'Art de négocier avec les Princes*. Ανακτήθηκε από: <https://www.diplotaxis.com/quotations-on-diplomacy-and-foreign-policy/> (10 Ιανουαρίου 2020).

⁷⁶ 'Napoleon', in Freeman, C. W. (1997). *The Diplomat's Dictionary*. Washington, D.C., DC: United States Institute of Peace Press. p.96.

δίνει στους Γάλλους την ευκαιρία να παρουσιάσουν τις εκλεπτυσμένες δεξιότητες που τόσο πολύ εκτιμούν⁷⁷.

Πιο σύγχρονος, ο Robert Moore, υποστήριξε ότι το φαγητό αποτελεί έναν ιδιαίτερα διεισδυτικό τρόπο προσέγγισης της αλλοεθνούς κουλτούρας και ότι η ποσότητα και ποιότητα του φαγητού έχουν σημαντικό ρόλο στις διπλωματικές συναντήσεις. Όταν μάλιστα πρόκειται για αποστολές του Τρίτου Κόσμου, απαιτούνται διακριτικοί χειρισμοί. Διαβεβαίωσε ότι η οργάνωση γευμάτων και εκδηλώσεων διπλωματικού ενδιαφέροντος απαιτεί πολύωρη ενασχόληση για έναν διπλωμάτη (υπολογίζεται σε 113 εργάσιμες μέρες), ειδικά αν υπάρχουν έντονες πολιτιστικές διαφορές με τον φιλοξενούμενο. Στα τέλη της δεκαετίας του 1970, με αφορμή τον εορτασμό της Ημέρας της Κοινοπολιτείας στην Οττάβα, προσφέρθηκαν παραδοσιακά φαγητά και επιδόρπια των χωρών που συμμετείχαν. Όλες οι συνταγές συμπεριλήφθησαν σε ένα βιβλίο μαγειρικής που εκδόθηκε δηλώνοντας την καλή συνεργασία των ύπατων αρμοστών στις χώρες της Κοινοπολιτείας και του τμήματος εξωτερικών υποθέσεων του Καναδά (Moore, 1985, 42, 43)⁷⁸.

3.4 Η σημασία φαγητού και ποτού στα πολιτικά δρώμενα

Οι επίσημες επισκέψεις αρχηγών κρατών πριν τον 19^ο αιώνα ήταν σπάνιες λόγω αντικειμενικών δυσκολιών, μετακίνησης ή στρατιωτικών κινδύνων. Όμως, όταν πραγματοποιούνταν, αποτελούσαν σημαντικά γεγονότα. Οι αρχηγοί κρατών και δη οι νεοεκλεγέντες επιλέγουν και σήμερα να επισκεφτούν μία συγκεκριμένη χώρα για πολιτικούς, εμπορικούς ή κοινωνικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να δηλώσουν την πρόθεση βελτίωσης των σχέσεων με αυτή. Στο προκαθορισμένο πρωτόκολλο των επισκέψεων συχνά συγκαταλέγονται μεταξύ άλλων συνήθως δαπανηρά κρατικά δείπνα. Η προσφορά φαγητού και ποτού σε ένα πολιτικοκοινωνικό και ψυχαγωγικό πλαίσιο λογίζεται ως εργαλείο ήπιας ισχύος της μαγειρικής διπλωματίας η οποία μάλιστα κατατάσσεται στη δημόσια και πιο συγκεκριμένα στην πολιτιστική διπλωματία (Goldstein, 2008, 154, 169).

Στην ανακοίνωση του *International Historical Conference: Table and Diplomacy - from the Middle Ages to the Present Day* (2015) γίνεται λόγος για την σπουδαιότητα των επίσημων

⁷⁷*La Seduction: How the French Play the Game of Life*. Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/LaSeduction> (10 Ιανουαρίου 2020).

⁷⁸Moore, R. (1985). *Third-World Diplomats in Dialogue with the First World: The New Diplomacy*. UK: Palgrave Macmillan. Pp. 42-43. Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/3dworldNewDiplomacy> (20 Μαρτίου 2020).

γευμάτων και των διεθνών συναντήσεων ηγετικών προσωπικοτήτων που καθόρισαν τα πολιτικά πράγματα. Το φαγητό αποτέλεσε συχνά μέσο επίδειξης πλούτου και εντυπωσιασμού των ξένων επισκεπτών. Η μαγειρική σκηνή και παρουσίαση ανήκε σε μία μακρά, πολύπλευρη και πολυπολιτισμική ιστορία διπλωματικών πρακτικών. Η βαρύνουσα σημασία ενός διπλωματικού γεύματος έγκειται στη δυνατότητά του να συμβάλλει στην επιτυχία ή την αποτυχία πολιτικών διαπραγματεύσεων. Η μαγειρική τέχνη, το σερβίρισμα, ο επιτραπέζιος διάκοσμος, το ακολουθούμενο πρωτόκολλο και η περιρρέουσα ατμόσφαιρα της συντροφιάς που αυτά δημιουργούν γύρω από ένα τραπέζι, ευνοούν τον διάλογο, την αμοιβαία κατανόηση και την εδραίωση συμμαχιών. Ωστόσο, σε ένα τραπέζι ενδέχεται να υπερτονιστούν οι πολιτιστικές διαφορές που πηγάζουν κυρίως από την διαφορετική αντίληψη των διατροφικών συμβόλων ή τον χώρο της θρησκείας με αποτέλεσμα την κλιμάκωση εχθρικών προθέσεων⁷⁹.

Επιπρόσθετα, την πολιτική γαστρονομική κουλτούρα συμπληρώνει η πληθώρα αλμυρών και γλυκών παρασκευών που πήραν την ονομασία τους από ηγεμόνες. Εξάιρετοι σεφ, προκειμένου να αποδώσουν τιμή σε επίσημους προσκεκλημένους, έδιναν το όνομα αυτών σε φαγητά ή επιδόρπια⁸⁰. Οι αναφορές που ακολουθούν είναι ενδεικτικές. Το *gateau Nesserlode* ήταν μία γλυκιά παρασκευή του Marie-Antonin Carême προς τιμήν του Ρώσου υπουργού εξωτερικών Karl Robert Nesserlode. Η πρωτότυπη συνταγή του *Charlotte Russe* επίσης αποτελεί έμπνευση του A. Carême προς τιμήν των ηγεμόνων στους οποίους πρόσφερε τις υπηρεσίες του. Σύμφωνα με την πιο δημοφιλή εκδοχή το γλυκό οφείλει την ονομασία του στην πριγκίπισσα Charlotte, κόρη του Γεωργίου Δ', και στον Τσάρο Αλέξανδρο Α'⁸¹. Το γλυκό *Alexandertorte* παρασκευάστηκε προς τιμήν του Τσάρου Αλέξανδρου Γ' σε ανάμνηση της επίσκεψής του στη Ρίγα της σημερινής Λετονίας⁸². Ακόμα, αν και η συνταγή της *Margherita pizza* ανάγεται στα 1866, η παράδοση έχει συνδέσει τη συγκεκριμένη πίτσα με τα χρώματα της ιταλικής σημαίας (κόκκινη σάλτσα, λευκό τυρί μοτσαρέλλα και φρέσκος πράσινος βασιλικός). Το 1889 η βασίλισσα Μαργαρίτα της Σαβοΐας επισκέφτηκε τη Νάπολη και ο σεφ Raffaele Esposito με τη σύζυγό του έφτιαξαν τη συγκεκριμένη πίτσα και της έδωσαν το όνομα της βασίλισσας. Σήμερα αποτελεί ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα παραδοσιακά προϊόντα της

⁷⁹ Science-Community. Table and diplomacy from the Middle Ages to the present day. Ανακτήθηκε από: <https://www.science-community.org/en/node/144211> (10 Ιανουαρίου 2020).

⁸⁰ Wikipedia. Ανακτήθηκε από: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_foods_named_after_people (2 Δεκεμβρίου 2019).

⁸¹ Dorset, L. (2013). A Holiday Nights Dessert Favorite: The Charlotte Russe. Ανακτήθηκε από: <https://www.thehenryford.org/explore/blog/a-holiday-nights-dessert-favorite-the-charlotte-russe/> (20 Ιανουαρίου 2020).

⁸² Wikipedia. Ανακτήθηκε από: <https://en.wikipedia.org/wiki/Alexandertorte> (21 Ιανουαρίου 2020).

Ιταλίας⁸³. Το 1871, ο Μεγάλος Δούκας της Ρωσίας Alexei Alexandrovich (Αλέξανδρος Γ΄) επισκέφτηκε ως *πρέσβης καλής θελήσεως* την Αμερική. Κατά την επίσκεψή του στο ιστορικό εστιατόριο *Delmonico's*, ο σεφ Charles Ranhofer του αφιέρωσε το ονομαστό πιάτο *Lobster Duke Alexis*⁸⁴. Πολλά πιάτα με αφιέρωση σε πολιτικά και όχι μόνο πρόσωπα φέρουν την υπογραφή του κυρίως από την περίοδο της απασχόλησής του στο *Delmonico's*. Τέλος, συχνά γίνονται αναφορές στο γλυκό *Diplomat's pudding* με παραλλαγές για κρύο ή ζεστό σερβίρισμα και ονομασίες όπως *Chancellor's Pudding*, *Pouding a la chanceliere* ή *Cabinet Pudding*. Η σύνδεσή του με την πολιτική είναι σαφής χωρίς όμως να έχει αποδειχθεί η ιστορική προέλευση της ονομασίας του⁸⁵. Ωστόσο, στην ψηφιακή βιβλιοθήκη του Ηνωμένου Βασιλείου γίνεται χρήση της *Cabinet Pudding* σε πολιτική γελοιογραφία των αρχών του 20^{ου} αιώνα⁸⁶.

Οι διπλωματικές αποστολές έφεραν μαζί τους και το προσωπικό της κουζίνας. Ο Constantinou στο βιβλίο του *On the way to diplomacy* αναφέρει ότι η οθωμανική αποστολή του 1721 στον βασιλιά της Γαλλίας περιελάμβανε έναν αρχιμάγειρα, έξι βοηθούς, πέντε υπεύθυνους τροφοδοσίας με δύο υπηρέτες και ένα άτομο με μοναδική αρμοδιότητα να ετοιμάζει τον τούρκικο καφέ στον πρέσβη. Αν και υπάρχει πληθώρα ιστορικών παραδειγμάτων που αναδεικνύουν τη συμβολή της γαστρονομίας στη διπλωματική πρακτική, αντιμετωπίστηκε επί πολλά χρόνια ως μία *αξιοπρεπής, αλλά όχι αποδοτική πρακτική της διπλωματίας* (Constantinou, 1996, 125).

Ο Constantinou από νωρίς (1996) προώθησε με επιχειρήματα στον ακαδημαϊκό κόσμο την *πολιτικοποίηση της γαστρονομίας* ως ζήτημα που άξιζε να αναδειχθεί. Αρχικά, προέβαλλε τη μεσογειακή και συγκεκριμένα την κυπριακή καταγωγή του ως καθοριστική για τον ίδιο στην διαμόρφωση αντιλήψεων και στάσεων για την πολιτική και κοινωνική αξία του φαγητού. Έπειτα, εξέφρασε την πεποίθηση ότι οι ετυμολογικές επιταγές της γλώσσας δεν είναι τυχαίες και έννοιες όπως *συνεστίαση*, *συμφαγία*, *συμπόσιο* και στην αγγλική *common*, *commensality*, *communication*, χρειάζονται διερεύνηση. Τέλος, ξεχώρισε τα έργα διακεκριμένων προσώπων

⁸³Amore,K. (2011). *Pizza Margherita: History and Recipe*. Ανακτήθηκε από: <https://www.italymagazine.com/featured-story/pizza-margherita-history-and-recipe> (20 Ιανουαρίου 2020).

⁸⁴Wikipedia. Grand Duke Alexei Alexandrovich of Russia: https://simple.wikipedia.org/wiki/Grand_Duke_Alexei_Alexandrovich_of_Russia (21 Ιανουαρίου 2020).

⁸⁵ *The Food Timeline: History notes*. Ανακτήθηκε από: <http://www.foodtimeline.org/foodpuddings.html#cabinet> (21 Ιανουαρίου 2020).

⁸⁶ LSE Digital Library, *Mrs. Bannerman's Cabinet Pudding*. Ανακτήθηκε από: <https://digital.library.lse.ac.uk/objects/lse:box736max> (21 Ιανουαρίου 2020).

της επιστήμης και της τέχνης, όπως ο Freud⁸⁷ και ο Bigas Luna⁸⁸ που έθεσαν στο επίκεντρο του ενδιαφέροντός τους το ζήτημα της τροφής (Constantinou, 1996, 125 - 126).

Όπως το καλό φαγητό, έτσι και το κρασί, έχει προστιθέμενη αξία στον διπλωματικό χώρο. Επιλέγεται με προσοχή και κατέχει περίοπτη θέση στα επίσημα τραπέζια. Μάλιστα, συχνά γίνεται λόγος για τη *διπλωματία του κρασιού*. Ο Constantinou παραθέτει αναφορά του Γ. Λατίνη από το περιοδικό *Cyprus Diplomatist I* σύμφωνα με την οποία σε επίσημα ή ανεπίσημα δείπνα αργά ή γρήγορα η συζήτηση στρέφεται γύρω από το κρασί και οφείλει κάποιος να είναι ενήμερος για την ορολογία που θα χρησιμοποιήσει στην περιγραφή του. Στο κρασί ενυπάρχουν ισχυροί συμβολισμοί ανάλογα με την όψη, το άρωμα και την επίγευση (Constantinou, 1996, 139 - 140).

Ο οίνος κατείχε ιδιαίτερη θέση στην ψυχαγωγία των αρχαίων Ελλήνων που όμως όφειλαν να τον καταναλώνουν με σύνεση. Όσοι μάλιστα υπερέβαιναν τους άγραφους κανόνες περί οινοποσίας που όριζαν την ποσότητα και το βαθμό αραίωσής του με νερό, αποδοκιμάζονταν από τους συμπότες. Στο *Συμπόσιον* του Πλάτωνα, αναφέρεται η πρόταση του Πausανία *μὴ διὰ μέθης ποιήσασθαι τὴν ἐν τῷ παρόντι συνουσίαν, ἀλλ' οὕτω πίνοντας πρὸς ἡδονήν*⁸⁹ (Ματάλα, 2015, 116).

Αντίθετα, στη Ρωσία του 17^{ου} και 18^{ου} αιώνα, η υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ στην τσαρική αυλή ανήκει στο ευρύτερο ιστορικό - πολιτιστικό πλαίσιο της περιόδου. Βρετανοί και Ισπανοί διπλωμάτες ενίσχυσαν αυτήν την πρακτική με τη δημιουργία αδελφοτήτων *ενάντιων στη Νηφαλιότητα* και τη συμμετοχή τους σε αυτές. Ο Ισπανός διπλωμάτης James Stuart είχε δηλώσει ότι θα στήριζε το έργο του ως πρέσβης στη Ρωσία *στις ποικιλίες του κρασιού του*. Μάλιστα, υπήρξε περίπτωση που ο τσάρος Πέτρος ο Β΄ και εξήντα άτομα της συνοδείας του κατανάλωσαν σε μιάμιση ώρα πεντακόσια μπουκάλια κρασί σε δείπνο που παρέθεσε ο δούκας της Λίρια της Ισπανίας. Η βασική επιδίωξη πίσω από αυτήν την υπερβολή ήταν να

⁸⁷ Ο Φρόντ στο έργο του *Totem und Tabu*, (1913), ασχολήθηκε με τη δημιουργία των κοινωνιών και τα θεμέλια της ανθρώπινης ζωής και συνύπαρξης. Οι πατροκτόνοι γιοι της ιστορίας του θεσπίζουν τη γιορτή του τοτεμικού γεύματος (επικοινωνία) και ενώ αποκηρύσσουν την αποτρόπαια πράξη τους θεσπίζουν μία ημέρα μνήμης που όλοι μαζί μπορούσαν να καταβροχθίζουν τελετουργικά το απαγορευμένο 'totem' (υποκατάστατο του πατέρα). Ανακτήθηκε από: <https://www.encyclopedia.com/psychology/dictionaries-thesauruses-pictures-and-press-releases/totemtotoemism> (17 Ιανουαρίου 2020).

⁸⁸ Ο σκηνοθέτης Bigas Luna διακατέχονταν από δυνατό πάθος για το φαγητό, το οποίο αποτέλεσε κεντρικό θέμα πολλών ταινιών του μέσα από αλληγορίες και μεταφορές. Ανακτήθηκε από: https://en.wikipedia.org/wiki/Bigas_Luna (17 Ιανουαρίου 2020).

⁸⁹ Πλάτων. Συμπόσιον. [176e]: Ανακτήθηκε από: https://www.greeklanguage.gr/digitalResources/ancient_greek/library/browse.html?text_id=110&page=4 (20 Ιανουαρίου, 2020).

εκσυγχρονιστεί ο τρόπος άσκησης της διπλωματίας και να δοθεί έμφαση στην οικειότητα των διαπροσωπικών σχέσεων και στο πολιτιστικό υπόβαθρο που έφεραν τα μέλη των διαπραγματεύσεων. Με αυτό το σκεπτικό, εκείνη την εποχή ιδρύθηκαν *βακχικές λέσχες* σε πανευρωπαϊκό επίπεδο (Fedjukin, Collis & Zitser, 2019, 1 - 2, 12).

Είναι αξιοπρόσεκτο ότι τις δύο τελευταίες δεκαετίες εντάθηκε το επιστημονικό ενδιαφέρον της διεθνούς βιβλιογραφίας, ώστε προέκυψαν και ελέγχθηκαν νεολογισμοί⁹⁰ που σχετίζονται με τη θεματική της γαστρονομίας στη διπλωματία με πρακτικές εφαρμογές στην προώθηση της εθνικής κουζίνας και του γαστρονομικού τουρισμού.

3.5 Ο ρόλος της τροφής στη λήψη αποφάσεων

Ήδη από τη δεκαετία του 1930, ο Ιταλός θεμελιωτής του φουτουρισμού T. Marinetti είχε ισχυριστεί ότι τα ζυμαρικά επιβαρύνουν το στομάχι και θολώνουν την κρίση ενός ολόκληρου λαού. Τα τελευταία χρόνια ενδελεχείς έρευνες καταδεικνύουν ότι η γλυκιά, ξινή, πικρή και αλμυρή γεύση μπορεί να επηρεάσει την κρίση μας. Ειδικά για την πικρή γεύση, στο Πανεπιστήμιο του Innsbruck κατέληξαν ότι μπορεί να εντείνει την εχθρική διάθεση και την αδιαλλαξία. Μάλιστα θεωρείται ότι, όσοι την προτιμούν, τείνουν να είναι χειριστικοί με τους άλλους. Ο Spence αναφέρει ενδεικτικά *τον χυμό από γκρέιπφρουτ, τη μπύρα, την μαύρη σοκολάτα, τον σκούρο καφέ χωρίς ζάχαρη και ιδιαίτερα τα σταυρανή λαχανικά*. Αντίθετα, η γλυκιά γεύση, κάνει τους ανθρώπους να σκέφτονται ιδεαλιστικά και να φαίνονται ρομαντικοί και συμπαθείς. Πιθανότατα δεν ήταν τυχαίο ότι τα τρία από τα τέσσερα γεύματα στα οποία παρακάθισε ο David Cameron με αρχηγούς κρατών το 2015, είχαν στο μενού τους τις φράουλες που έτσι κι αλλιώς αναδύουν μια γλυκιά μυρωδιά. Ακόμη, η Felicity Cloake⁹¹ ανέφερε στο περιοδικό *The Guardian*: *Δεν γνωρίζω πολλά για τη διεθνή διπλωματία, αλλά έχω την υποψία ότι δεν αξιοποιεί αρκετά το παγωτό. Έχει ένα στοιχείο αθωότητας - Πώς να θυμώσει κανείς κρατώντας έναν διπλό κώνο με παγωτό*⁹² ; Αναφέρεται μάλιστα ότι ο Winston Churchill ήταν λάτρης του παγωτού. Υπάρχουν διάφοροι έξυπνοι και επιστημονικά αποδεκτοί τρόποι να αποφύγει κανείς τις συγκρούσεις σε πιεστικά εργασιακά περιβάλλοντα, πόσο μάλλον στην πολιτική. Τα φαγητά που είναι πλούσια στο αμινοξύ τρυπτοφάνη - ασπράδια

⁹⁰ Βλ. 1^ο κεφάλαιο.

⁹¹ Συγγραφέας με ειδίκευση στη γαστρονομική δημοσιογραφία.

⁹² Cloake, F. (2010). How to make perfect ice-cream, *The Guardian* Ανακτήθηκε από: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/wordofmouth/2010/jun/17/how-to-make-ice-cream> (17 Νοεμβρίου 2019).

αυγού, ψάρι, κοτόπουλο, γαλοπούλα, γάλα, διάφοροι σπόροι - έχουν ηρεμιστική επίδραση στο κεντρικό νευρικό σύστημα. Επομένως, αυξάνονται οι πιθανότητες για συμβιβαστικές λύσεις και καλοπροαίρετη διάθεση. Ένα άλλο στοιχείο είναι η χρήση αρωματικών φυτών στις παρασκευές των πιάτων. Για παράδειγμα, το αιθέριο έλαιο της λεβάντας έχει χαλαρωτική δράση και ελέγχει την πίεση του αίματος (Spence, 2016, 4 - 5).

Επιπλέον, είναι σημαντικό να γνωρίζει κανείς τους διατροφικούς συμβολισμούς, ώστε να αποφεύγονται τα λανθασμένα μηνύματα προς κάθε κατεύθυνση. Πίσω στα 1954, ένα εθνικό καντονέζικο πιάτο από κρέας φιδιού και γάτας με την ονομασία *Μάχη του δράκου και του τίγρη* που προσφέρθηκε από τους κινέζους οικοδεσπότες στη σοβιετική αντιπροσωπεία, συνετέλεσε στη δημιουργία ψυχρών σχέσεων μεταξύ των δύο χωρών⁹³. Πράγματι, έχουν γίνει κατά καιρούς σημαντικά λάθη από πολιτικά πρόσωπα που εκτίθενται στην κοινή γνώμη και καλούνται να εκπροσωπήσουν τους πολίτες σε διαπραγματεύσεις. Ένας πολιτικός οφείλει να είναι προσεκτικός ως προς τις διατροφικές του προτιμήσεις και τον τρόπο που τις προβάλλει δημόσια καθώς και ως προς την κατανάλωση του ποτού. Ενδεικτικά, τη δεκαετία του 1990 και ενώ ο κόσμος βρισκόταν σε ανησυχία εξαιτίας της νόσου των *τρελών αγελάδων*, ο Υπουργός Γεωργίας της κυβέρνησης της Μ. Θάτσερ φωτογραφήθηκε με την κόρη του να τρώνε *beef-burger* προκαλώντας τις αντιδράσεις του βρετανικού Τύπου και του κοινού (Spence, 2016, 6).

Σύμφωνα με τον Goldstein, οι αξιωματούχοι και οι διπλωμάτες συχνά αναλαμβάνουν το ρόλο στα κρατικά δείπνα να κάνουν μία πολιτική δήλωση ή να αποκρύψουν την πολιτική κατάσταση της χώρας τους. Το 1996, το φαγητό χρησιμοποιήθηκε ως πολιτική δήλωση από τους Άγγλους όταν, σε κρατικό δείπνο που παρέθεσαν στον Γάλλο Πρόεδρο Ζακ Σιράκ, σερβιρίστηκε βόειο κρέας. Επίσης, κατά τη διπλωματική του επίσκεψη στην Ιταλία παρά το πολυδάπανο δείπνο και ενώ το μπράντι έρεε άφθονο, ο πρόεδρος Νίξον ήρθε αντιμέτωπος με ένα διαφορετικό πρωτόκολλο, καθώς απομονώθηκε σε ιδιωτική συζήτηση με κάθε πολιτικό αρχηγό σε μία προσπάθεια να αποφευχθούν οι βαρυσήμαντες ανοιχτές συζητήσεις για την εύθραυστη πολιτική κατάσταση της χώρας (Goldstein, 2008, 159).

Αν και στις διπλωματικές επισκέψεις επιδιώκεται η επιτυχία της κοινής εμπειρίας του φαγητού, ωστόσο απαιτείται η συναίνεση των μερών. Για παράδειγμα, η ιστορικής σημασίας επίσκεψη του Ιρανού Προέδρου Hassan Rouhani στη Γαλλία (2016) δεν συνοδεύτηκε από το

⁹³Επτακοίλη, Γ. (2016). *Η διπλωματία της κουζίνας*. Ανακτήθηκε από: <https://www.kathimerini.gr/world/880070/i-diplomatia-tis-koyzinas/> (12 Μαρτίου 2020).

καθιερωμένο δείπνο στο Μέγαρο των Ηλυσίων. Σύμφωνα με άρθρο στην Guardian⁹⁴, η πρόσκληση του François Hollande απορρίφθηκε από τον Ιρανό πρόεδρο για θρησκευτικούς λόγους, καθώς το αίτημά του για τρόφιμα χαλάλ και απουσία αλκοολούχου ποτού δεν βρήκε σύμφωνους τους Γάλλους οικοδεσπότες παρά τις εμπορικές συμφωνίες πολλών δισεκατομμυρίων που υπογράφηκαν μεταξύ των δύο χωρών. Υπερασπιζόμενοι τη γαλλική κουλτούρα και τη διατροφική τους παράδοση οι εκπρόσωποι του Μεγάρου των Ηλυσίων πρότειναν εναλλακτικά να παρακαθίσουν οι δύο ομόλογοι σε πρωινό, όμως και αυτή η πρόταση απορρίφθηκε από την ιρανική πλευρά, καθώς την θεώρησε κατώτερη των περιστάσεων. Ας σημειωθεί ότι το 2009, ο ιρακινός πρωθυπουργός Nuri Al-Maliki επίσης είχε απαιτήσει την παράλειψη του κρασιού κατά την επικείμενη συνάντησή του με τον Nicolas Sarkozy⁹⁵.

3.6 Ιστορικά παραδείγματα μαγειρικής διπλωματίας

Η μαγειρική διπλωματία στήριξε την αποτελεσματικότητά της στην ικανοποίηση που προσφέρει η συνεστίαση σε μία βιολογική και κοινωνική ανάγκη. Η παρουσία του φαγητού σε τραπέζια διαπραγματεύσεων ως μέσο εντυπωσιασμού και επίδειξης εθνικής υπεροχής ή ένδειξης σεβασμού και απόδοσης φόρου τιμής στον φιλοξενούμενο ηγέτη ή διπλωμάτη, επιλέχθηκε σε διάφορες ιστορικές συγκυρίες. Άλλωστε, η συμμετοχή διπλωματών σε κοινωνικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις του κλάδου τους είναι συνυφασμένη με τον ρόλο τους. Η γαστρονομική απόλαυση εμπεριέχεται στο πρωτόκολλο των διπλωματικών επισκέψεων και φαίνεται ότι υποβοηθά τη δημιουργία οικειότητας με ομολόγους της χώρας που φιλοξενεί. Αντίθετα, η αποχή από ένα επίσημο δείπνο ή οι λανθασμένες επιλογές στον σχεδιασμό των μενού ενδέχεται να μεταφέρουν αρνητικά μηνύματα και να επιφέρουν ρήξη στις διακρατικές σχέσεις (Charple Sokol, 2013, 172 - 173).

Ο Winston Churchill αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα ηγέτη που εκτιμούσε το ρόλο φαγητού και ποτού στις διπλωματικές του μάχες. Λάτρης του ποτού ο ίδιος - έπινε κυρίως

⁹⁴ Dejevsky, M. (2015). *The trouble with diplomatic dining*. Ανακτήθηκε από: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/nov/12/diplomatic-dining-alcohol-french-iranian-presidents> (10 Απριλίου 2020).

⁹⁵ The Local. *Hollande to welcome Iran's Rouhani but not for lunch*. Ανακτήθηκε από: <https://www.thelocal.fr/20160127/hollande-rouhani-lunch-cancelled-over-wine-row> (10 Απριλίου 2020).

σαμπάνια⁹⁶, ούισκι και μπράντι - παρακάθισε σε δείπνα με τρανταχτά ονόματα της πολιτικής σκηνής όπως Stalin, Roosevelt, Eisenhower, Truman κ. α. Η δημοσιογράφος Cita Stelzer στο βιβλίο της *Dinner with Churchill: Policy-Making at the Dinner Table*, παραθέτει ενδιαφέρουσες πληροφορίες για τα κρίσιμα δείπνα του Β' παγκοσμίου πολέμου, όπου νίκες και ήττες επισφραγίστηκαν γύρω από ένα τραπέζι⁹⁷.

Επίσης, η μαγειρική επιδεξιότητα μπορεί να αναδείξει τη διπλωματική δεινότητα μιας χώρας, όπως συμβαίνει με την υπεροχή της ιαπωνικής κουζίνας έναντι της κινεζικής. Η πρώτη ανταποκρίνεται άριστα σε κινεζικές παρασκευές, ενώ δεν συμβαίνει το αντίστροφο, με αποτέλεσμα να φαίνεται ότι η Ιαπωνία κερδίζει έδαφος στις διπλωματικές της επιδιώξεις. Τέλος, υπάρχουν και οι περιπτώσεις που ένα επιτυχημένο δείπνο δεν εγγυάται μια μακρόβια διεθνή φιλία ή συνεργασία (Chapple Sokol, 2013, 172 - 173).

3.6.1 Η μαγειρική διπλωματία του Ιακώβου Α' της Αραγονίας (13^{ος} αιώνας)

Στο *Βιβλίο των Πράξεων*⁹⁸ του Ιακώβου Α' (1213 - 1276) ο βασιλιάς της Αραγονίας αναγνώρισε τη σημασία της συνεστίας και των δωρισμών φαγητού στα μέλη των διαπραγματεύσεων προκειμένου να πραγματοποιήσει τις πολιτικές του φιλοδοξίες. Στις στρατιωτικές επιχειρήσεις του στην ανατολική Ισπανία οι σχέσεις του με τους Μαυριτανούς (Μουσουλμάνους) καθορίστηκαν αρκετές φορές από ένα δείπνο και το σεβασμό που έδειχνε στις θρησκευτικές τους ιδιαιτερότητες. Για παράδειγμα, ήξερε ότι δεν έτρωγαν θανατωμένα ζώα και γι' αυτό τους έστειλε έναν ζωντανό γερανό για να τον θανατώσουν με τον τρόπο που επιθυμούσαν (χαλάλ). Οι Μαυριτανοί ευχαριστήθηκαν τόσο, που παρέδωσαν χωρίς αντίσταση το κάστρο της Αλμενάρα. Ακολούθησε την ίδια τακτική και με άλλες περιοχές δειπνώντας με εκπροσώπους τους και δωρίζοντας ζωντανά, όπως πρόβατα και κότες. Μάλιστα στην περίπτωση της πόλης Υικό έθεσε προϋπόθεση να προηγηθεί η συμφαγία της διαπραγμάτευσης, ώστε να είμαστε ευχαριστημένοι από το φαγητό που φάγαμε και το κρασί που ήπιαμε. Στα δείπνα του λειτουργούσε η συμπερίληψη ή ο αποκλεισμός διαπραγματευτών ανάλογα με τις επιδιώξεις του. Στο βιβλίο του, που αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα της καταλανικής γραμματείας, ο

⁹⁶ Passmore, N. (2010). *Η αγαπημένη σαμπάνια του Τσόρτσιλ*: Το 1984, η Odette Pol-Roger, εις ένδειξη εκτίμησης και φιλίας προς τον Τσόρτσιλ, ονόμασε τη νέα κορυφαία σαμπάνια του οίκου της *Cuvée Winston Churchill*. Ανακτήθηκε από: <https://www.capital.gr/businessweek-online/1107570/i-agapimeni-sampania-tou-tsorciil> (15 Φεβρουαρίου, 2020).

⁹⁷ Δουγλερίδης, Δ. (2011). *Οι μυστικοί δείπνοι της πολεμικής διπλωματίας*. Ανακτήθηκε από: <https://www.tanea.gr/2011/10/14/lifearts/by-the-book/oi-mystikoi-deipnoi-tis-polemikis-diplwmatias/15> (Φεβρουαρίου, 2020).

⁹⁸ *Llibre dels feyts*

Ιάκωβος ο Α΄ κληροδότησε στους διαδόχους του την πεποίθηση ότι το φαγητό κατέχει εξέχουσα θέση στην άσκηση της διπλωματίας (Smith, 2015, 89 - 91).

3.6.2 Η μαγειρική διπλωματία των Βενετών (14^{ος}-16^{ος} αιώνας)

Οι Βενετοί ήταν μία από τις ευρωπαϊκές δυνάμεις που επεδίωξαν πολιτικές και οικονομικές σχέσεις με τους Οθωμανούς πριν και μετά την άλωση της Κωνσταντινούπολης. Ιδιαίτερα από τον 14^ο αιώνα και έπειτα, προτίμησαν τη διπλωματική από τη στρατιωτική προσέγγιση των Οθωμανών μέσω του βάλου (*bailo*)⁹⁹, μόνιμου πρεσβευτή της Βενετίας στην Κωνσταντινούπολη (Πλακωτός, 2015, 59).

Σύμφωνα με τον μελετητή Dursteler, το φαγητό αποτέλεσε ένα σημαντικό εργαλείο για τις εμπορικές και πολιτικές βλέψεις τους. Προκειμένου να εξασφαλίσουν και να διατηρήσουν τα εμπορικά τους προνόμια, οργάνωναν συχνά πλούσια δημόσια ή ιδιωτικά γεύματα ή προσέφεραν ως δώρα σπάνια και εκλεκτά εδέσματα. Στο παλάτι του βάλου σύχναζαν Οθωμανοί με μεγάλη επιρροή στα πολιτικά πράγματα και συχνά δειπνούσαν σε περίτεχνα τραπέζια όπου το κρασί έρεε άφθονο. Πίστευαν ότι σε ένα τραπέζι φαγητού οι άνθρωποι νιώθουν πιο οικεία και μέσω της απόλαυσης, οι διαπραγματεύσεις κάθε είδους είχαν θετικό πρόσημο (Dursteler, 2013, 166).

Ο Christopher Varsevicius¹⁰⁰ θεωρούσε ότι σε ένα δείπνο μπορεί κάποιος να αποκαλύψει με τη θέλησή του περισσότερα από όσα θα ομολογούσε μετά από βασανιστήρια. Ο Marino Cavalli¹⁰¹ αναγνώριζε το φαγητό ως αποτελεσματικό εργαλείο διπλωματίας και θεωρούσε απαραίτητα πρόσωπα σε μία πρεσβεία τον μάγειρα (*chef*) και τον υπάλληλο που ήταν υπεύθυνος για τα κρύα πιάτα στον μπουφέ της αίθουσας δεξιώσεων (*credentiero*). Σημείωνε δε ότι είναι σημαντικό να έχει ο πρέσβης έναν καλό σεφ στο σπίτι του. Μάλιστα, ένα περιστατικό με τον προσωπικό του σεφ επιβεβαιώνει τη δήλωσή του. Κατά τη θητεία του στην πρεσβεία της Βαυαρίας, ο εν λόγω μάγειρας παρουσίασε τόσο εντυπωσιακά πιάτα στο δείπνο προς τιμήν του Κάρολου Β΄ που ο τελευταίος τον προσέλαβε με τριπλάσιο μισθό. Ο Cavalli

⁹⁹Rakona, S. (2008). *Βενετοί στην Κωνσταντινούπολη, Εγκυκλοπαίδεια Μείζονος Ελληνισμού, Κωνσταντινούπολη*. Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/Vbailo> Βενετοί στην Κωνσταντινούπολη (βάλος): <https://tinyurl.com/Vbailo> (20 Ιανουαρίου 2020).

¹⁰⁰Πολωνός ευγενής, διπλωμάτης και συγγραφέας (1543-1603). Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/KWarszewicki> (20 Ιανουαρίου 2020).

¹⁰¹Εγκριτος Βενετός διπλωμάτης του 16^{ου} αιώνα (1500-1573). Ανακτήθηκε από: [http://www.treccani.it/enciclopedia/marino-cavalli_\(Dizionario-Biografico\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/marino-cavalli_(Dizionario-Biografico)/) (20 Ιανουαρίου 2020).

θεώρησε ότι μία τέτοια εξυπηρέτηση θα μπορούσε να ανοίξει έναν κύκλο εύνοιας στο διπλωματικό πεδίο. Ο βάιλος Paolo Contarini γράφει χαρακτηριστικά: [...] *το σπίτι μου λειτουργούσε ως ταβέρνα όπου καθημερινά στρωνόταν τρεις ή τέσσερις φορές το τραπέζι, γιατί έτσι διατηρούνται οι παλιές και δημιουργούνται οι νέες φιλίες και με αυτόν τον τρόπο γνωστοποιείται παγκοσμίως το μεγαλείο της Γαληνότατης Βενετικής Δημοκρατίας*. Στην πράξη, η μαγειρική διπλωματία απέδωσε, όταν στα 1584 οι Βενετοί επιτέθηκαν σε οθωμανικό πλοίο και σκότωσαν σημαντικά πρόσωπα. Η κλιμάκωση της κρίσης αποφεύχθηκε χάρη στην παρέμβαση του βάιλου Gianfrancesco Morosini ο οποίος οργάνωσε άμεσα ιδιωτικό δείπνο και κατάφερε έτσι την εκτόνωση της κατάστασης (Dursteler, 2013, 167 - 169).

Στο ευρύτερο πλαίσιο της μαγειρικής διπλωματίας εκείνης της περιόδου εντάσσονται και οι δωρισμοί τροφίμων. Ήταν σύνηθες για τους Οθωμανούς να παραγγέλνουν συγκεκριμένα τρόφιμα στους Βενετούς που ταξίδευαν στη Δύση ή στην Κρήτη, όπως τυρί, λάδι, κρασί (μαλβαζία και μοσχάτο). Την ίδια τακτική ακολουθούσαν οι Βενετοί για την προσέγγιση ξένων διπλωματών από την υπόλοιπη Ευρώπη. Σε εκδηλώσεις υποδοχής πρεσβευτών προσέφεραν ένα ωραία διακοσμημένο πακέτο με ζάχαρη, ξηρούς καρπούς (φιστίκια, καρύδια, αμύγδαλα, κουκουνάρια), βότανα και μπαχαρικά, φρούτα και κρασί. Οτιδήποτε περιείχε ζάχαρη, δήλωνε ευμάρεια και προωθούνταν ως τρόφιμο με θεραπευτικές ιδιότητες. Με αυτόν τον τρόπο, έδειχναν και το προσωπικό τους ενδιαφέρον για την καλή υγεία πολιτικών προσώπων (Mesotten, 2017, 135 - 136).

Ωστόσο, η υποδοχή των Ρώσων απεσταλμένων στη Βενετία (1582) θεωρείται ξεχωριστή. Οι στρατιωτικές αποτυχίες του Ιβάν Δ΄ εναντίον των πολωνο - λιθουανικών στρατευμάτων τον οδήγησαν να ζητήσει την παρέμβαση του πάπα. Ο τελευταίος βρήκε την ευκαιρία να προωθήσει την επιδίωξή του για Ένωση της Ρωσικής Εκκλησίας με τη Ρώμη, κάτι που δεν έγινε, όμως με τη μεσολάβηση του Ιησουίτη Ποσεβίνο επιτεύχθηκε το 1582 ανακωχή που κατέληξε σε σύναψη ειρήνης με την Πολωνία - Λιθουανία και τη Σουηδία (Mesotten, 2017, 138).

Η Mesotten περιγράφει, μεταξύ άλλων πλούσιων παροχών, την αφθονία των διατροφικών αγαθών που απόλαυσαν τα τριάντα άτομα της ακολουθίας στη διάρκεια των είκοσι πέντε ημερών της διαμονής τους στη Βενετία. Σύμφωνα με τη μαρτυρία του Ποσεβίνο, η υπερβολική κατανάλωση πεντακοσίων πεπονιών προκάλεσε στομαχικές διαταραχές σε δύο άτομα. Άλλη σημαντική πληροφορία είναι η κατάρτιση ειδικού μενού με ψάρια σε ένδειξη σεβασμού στην προτίμηση των Ρώσων σε αυτά αλλά και για την περίοδο της νηστείας που διένυαν οι

φιλοξενούμενοι κατά το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου. Επίσης, οι Βενετοί ήταν προσεκτικοί ακόμα και στην επιλογή του χώρου των συμποσίων, αφού θεωρούσαν ότι αυτός υποδήλωνε τη σύγχρονη πολιτική κατάσταση της χώρας. Ασφαλώς, η προσφορά των Βενετών προς τους Μοσχοβίτες δημιούργησε δεσμούς και προϋποθέσεις μελλοντικής ανταπόδοσης φιλοξενίας, υπηρεσιών και πληροφοριών. Συμπερασματικά, η διπλωματική πρακτική των Βενετών με επίκεντρο το φαγητό ήταν μεν δαπανηρή¹⁰², όμως ιδιαίτερα διαδεδομένη και αποτελεσματική (Mesotten, 2017, 141 - 145).

3.6.3 Η μαγειρική διπλωματία των Γάλλων στο Συνέδριο της Βιέννης (1814 - 1815)

Η γαλλική κουζίνα συνέβαλε στην ανάδειξη της μαγειρικής σε υψηλή τέχνη. Αυτό οφείλεται σε σημαντικό βαθμό στους περίφημους Γάλλους σεφ. Μάλιστα, ο παθιασμένος μάγειρας της αυλής του Λουδοβίκου ΙΔ', François Vatel, θεώρησε τόσο ταπεινωτικό να μην έχει έγκαιρα στη διάθεσή του τα ψάρια και τα θαλασσινά που είχε προγραμματίσει να μαγειρέψει για βασιλική περίπτωση, ώστε δεν δίστασε να αυτοκτονήσει¹⁰³.

Στον Μεσαίωνα προκάλεσε αίσθηση το μνημειώδες βιβλίο μαγειρικής *Le Viandier* που αποδίδεται στον μάγειρα Guillaume Tirel, γνωστού ως Taillevent¹⁰⁴. Κατά την ηγεμονία του Λουδοβίκου ΙΔ' υπήρξε μεγάλη πολιτιστική ανάπτυξη με ανάλογες προεκτάσεις στην κουζίνα των ευγενών. Αδιαμφισβήτητη υπήρξε η προσφορά του Marie-Antoine Carême και του άξιου συνεχιστή του Auguste Escoffier στη διαμόρφωση της *haute cuisine*. Ο Escoffier εμπνεόμενος από τον Carême κληροδότησε στις επόμενες γενιές μαγείρων το σύγγραμμα *Le Guide culinaire* που θεωρείται βιβλίο αναφοράς για τη σύγχρονη γαστρονομική εμπειρία. Στα νεωτεριστικά στοιχεία του περιλαμβάνεται και ο οδηγός συμπεριφοράς των μαγείρων κατά την προετοιμασία του φαγητού¹⁰⁵.

Η αδιάλειπτη άνοδος της γαλλικής γαστρονομίας συνδέθηκε με τη διπλωματική σκηνή στο συνέδριο της Βιέννης που ήταν καθοριστικής σημασίας για τη διαμόρφωση του γεωπολιτικού

¹⁰² Ενδεικτικά, ο Dursteler περιγράφει ένα γεύμα υποδοχής νέου βάλου: *Το γεύμα ήταν πολυτελές και ακριβό: περιελάμβανε σαράντα καπόνια, είκοσι πέντε πρόβατα, δεκαοκτώ πάπιες, τριάντα πέντε κόκορες, έναν φασιανό, πενήντα δύο ορτύκια, τετρακόσια αυγά, δύο χήνες, εκατόν είκοσι κοτόπουλα και κόστος [...] πάνω από χίλιες δουκάτες* (Dursteler, 2013, 171).

¹⁰³ History Collection. *French Chef Kills Himself Because He Was Ashamed of a Banquet*. Ανακτήθηκε από: <https://historycollection.com/10-historical-deaths-weirder-than-the-movies/6/> (16 Μαρτίου 2020)

¹⁰⁴ Cook's Info. *Taillevent: Medieval French Cook, Author of Le Viandier*. Ανακτήθηκε από: <https://www.cooksinfo.com/taillevent> (17 Μαρτίου 2020).

¹⁰⁵ Wikipedia. Auguste Escoffier. Ανακτήθηκε από: https://en.wikipedia.org/wiki/Auguste_Escoffier (17 Μαρτίου 2020).

χάρτη της Ευρώπης. Εκεί, ο Ταλλεϋράνδος, Γάλλος πολιτικός και διπλωμάτης που κυριάρχησε στα πολιτικά δρώμενα της Γαλλίας και της Ευρώπης για μισό αιώνα, εκπροσώπησε την ηττημένη από τους Ναπολέοντειους πολέμους Γαλλία. Ο πανούργος διπλωμάτης είχε εκφράσει την πεποίθηση για την αποτελεσματικότητα του καλού φαγητού σε κρίσιμες διαπραγματεύσεις λέγοντας *Δώστε μου έναν σεφ κι εγώ θα φροντίσω για τα υπόλοιπα* (Constantinou, 1996, 125). Μάλιστα, συμπεριέλαβε στην ακολουθία του τον Antonin Carême που έχει χαρακτηριστεί *βασιλιάς των μαγείρων και μάγειρας των βασιλιάδων* και υποστήριζε ότι *ένας καλός μάγειρας είναι συχνά ένας εξαιρετικός συμφιλιωτής*¹⁰⁶. Οι καινοτόμες, γαστρονομικές δημιουργίες του στήριξαν την προσπάθεια του Ταλλεϋράνδου να επιτύχει τις πολιτικές του επιδιώξεις. Το προσφερόμενο φαγητό άμβλυε την απομάκρυνση του Ναπολέοντα από τον θρόνο στα μάτια των εκπροσώπων των Μεγάλων Δυνάμεων. Τη διαπραγμάτευση του Ταλλεϋράνδου πλαισίωσαν τα πιάτα *gateau Nesserlode* και *Charlotte Russe* προς τιμήν του αρχηγού της ρωσικής αντιπροσωπείας *Nesserlode* και του Τσάρου Αλεξάνδρου Α΄ αντίστοιχα. Η επίδειξη της γαλλικής γαστρονομικής υπεροχής συνεχίστηκε, όταν η διαφωνία των συμμετεχόντων του Συνεδρίου για το καλύτερο τυρί της Ευρώπης βρήκε τη λύση της στην προτροπή του Ταλλεϋράνδου να δοκιμάσουν το κρεμώδες τυρί από αγελαδινό γάλα *Brie de Meaux* που κρατά τα εύσημα ως *ο βασιλιάς των τυριών* (Chapple Sokol, 2013, 164 - 165).

3.6.4 Η μαγειρική διπλωματία του βασιλιά της Χαβάης (1890)

Σχεδόν έναν αιώνα μετά την άφιξη του Captain Cook στη Χαβάη, η ξένη επιρροή Ευρωπαίων και Αμερικανών είχε αλλοιώσει τον παραδοσιακό τρόπο ζωής των ιθαγενών και είχε επιφέρει αλλαγές στην κοινωνικοπολιτική κατάσταση της χώρας. Το καλοκαίρι του 1890 αγκυροβόλησε στο λιμάνι της Χονολουλού επιδεικνύοντας απειλητικά το οπλοστάσιό του, το *Charleston*, ένα από τα πιο εξελιγμένα πολεμικά πλοία του αμερικανικού στόλου εκείνη την εποχή. Ο μονάρχης της Χαβάης που δεν επιθυμούσε την προσάρτηση του νησιού στις Η.Π.Α., προκειμένου να προβάλλει το πολιτικό του κύρος, προσκάλεσε σε επίσημο δείπνο τον αμερικανό υποναύαρχο George Brown. Μαζί του παρακάθισαν Άγγλοι και Αμερικανοί υπουργοί, πρόξενοι από την Ιαπωνία, την Πορτογαλία και τη Γαλλία και αρκετοί επιχειρηματίες (McAndrews, 2016, 1, 4).

¹⁰⁶ 'François de Callières' in Freeman, C. W. (1997). *The Diplomat's Dictionary*. Washington, D.C., DC: United States Institute of Peace Press. p. 77

Η Kristin McAndrews στην παρουσίασή της στο *Dublin Gastronomy Symposium* (2016) δίνει ενδιαφέρουσες λεπτομέρειες για το πολυτελές δείπνο. Οι υποστηρικτές της προσάρτησης της Χαβάης στις Η.Π.Α. (1898) και μια μερίδα ιστορικών θεωρούν ακόμα και σήμερα ότι η επιλογή του βασιλιά Kalakaua να αντιδράσει κατά αυτόν τον τρόπο στη θέα του επιβλητικού πολεμικού πλοίου αποδείκνυε την πολιτική του ανεπάρκεια. Ωστόσο, το πλούσιο εδεσματολόγιο της 6^{ης} Αυγούστου 1890 παραπέμπει στο πλαίσιο της μαγειρικής διπλωματίας. Σύμφωνα με τη μαρτυρία του Mark Twain που τον συνάντησε, ο Kalakaua ήταν ένας ευγενής άνθρωπος και με ικανότητες που τον καθιστούσαν άξιο για τη διαδοχή στο θρόνο¹⁰⁷. Οι εμπειρίες του από το μεγάλο ταξίδι του στον κόσμο το 1881 και η εξοικείωσή του με τη διεθνή κουζίνα αποτυπώνονται στο περιεχόμενο του μενού που δείχνει την αναπτυγμένη αισθητική, την ευρηματικότητα, την ευφυΐα και τη διαπολιτισμική κατανόηση που έδειχνε ο μονάρχης (McAndrews, 2016, 1, 4).

Η επιδίωξη του Kalakaua να ρίξει τις άμυνες των φιλοξενούμενων του υπέβασκε στο παρασκήνιο της εορταστικής ατμόσφαιρας που επετύγχαναν το φαγητό, το κρασί και η μουσική. Όλα ήταν σχεδιασμένα επιμελώς. Η υποδοχή έγινε στο *Iolani Palace*, ένα κτίριο χτισμένο σε ιστορικά σημαντικό χώρο για τους γηγενείς. Το δείπνο είχε επιρροές από τη δημοφιλή γαλλική κουζίνα του 19^{ου} αιώνα, περιελάμβανε εδέσματα αντίστοιχα με αυτά των ευρωπαϊκών Αυλών, όμως ταυτόχρονα ήταν εμπλουτισμένο με τοπικά προϊόντα της Χαβάης που παρέπεμπαν συνειρμικά στη χαβανέζικη μυθολογία, ώστε να αποτρέπονται οι σκέψεις για προσάρτηση στις Η.Π.Α. Τα ασημένια μαχαιροπίρουνα και τα πορσελάνινα σερβίτσια ήταν κυρίως αγγλικής και γαλλικής προέλευσης, αποκτήματα από το μεγάλο ταξίδι του που, είτε του είχαν δωρισθεί, είτε τα είχε αγοράσει (McAndrews, 2016, 1 - 4).

Το ορεκτικό *χαβιάρι πατέ* προϊδέαζε για την πολυτέλεια του δείπνου. Είναι χαρακτηριστική η αναφορά στη *Σούπα πράσινης χελώνας*. Με βάση τους μύθους, η χελώνα ήταν ισχυρό σύμβολο για τους ιθαγενείς της Χαβάης. Παρέπεμπε στην ένωση των ανθρώπων με τη στεριά και τον ωκεανό ή σε ένα τέρας απεσταλμένο να επιτεθεί σε εχθρούς ή σήμαινε το θεμέλιο ορισμένων νησιών. Τα ψάρια που σερβιρίστηκαν¹⁰⁸ συμβόλιζαν τον υπερφυσικό κόσμο. Κατά τη μυθολογία το ένα μπορούσε να αφηγηθεί ιστορίες στα άλλα ψάρια και το άλλο να ακούσει και να καταλάβει την ανθρώπινη ομιλία καθώς προέρχονταν από άνθρωπο. Αντίστοιχα, ο μονάρχης ευελπιστούσε ότι θα ήταν σε θέση να αντιληφθεί τις πραγματικές προθέσεις των

¹⁰⁷ Wikipedia. Kalakaua. Ανακτήθηκε από: <https://en.wikipedia.org/wiki/Kal%C4%81kaua> (15 Ιανουαρίου 2020).

¹⁰⁸ Τοπικές ονομασίες των ψαριών: *Uhu* και *`ama`ama* (McAndrews, 2016, 5).

καλεσμένων στην τραπεζαρία. Το εισαγωγικό πιάτο *Πάπια σαλμί με ελιές* παρέπεμπε στη γαλλική κουζίνα, αν και υπάρχουν ενδείξεις ότι η πάπια καταναλώνονταν κάποτε ως τοπικό έδεσμα. Εκτός από τα σπάνια κρασιά που είχαν επιλεγεί, προσφέρθηκε *Roman punch* που προετοίμαζε τον ουρανίσκο για το επιδόρπιο. Η ιδιαιτερότητα αυτού του ποτού ήταν η μυστική συνταγή του, την οποία, όπως μας πληροφορεί η McAndrews, *είχε κλέψει ο Ναπολέων από τον πάπα καταλήγοντας προνόμιο της Βρετανικής Αυλής*. Το δείπνο ολοκληρώθηκε με το γλυκό *Pudding ala Diplomate* δημοφιλές από τη περίοδο της Αναγέννησης (McAndrews, 2016, 5).

Η σύνδεση του παρελθόντος με το παρόν θεωρείται βοηθητική σε κρίσιμες καταστάσεις. Όταν τρώμε, *καταναλώνουμε πολιτιστική ιστορία και αξίες* αναφέρει η Visser¹⁰⁹. Και πράγματι, η αποκρυπτογράφηση ενός μενού απαιτεί την καλή γνώση πολιτιστικών και πολιτισμικών καταβολών μιας χώρας. Το ίδιο ίσχυσε και στην περίπτωση του δείπνου του βασιλιά Kalakaua. Ο ίδιος απεβίωσε έναν χρόνο αργότερα. Το 1898, η Χαβάη προσαρτήθηκε στις Η.Π.Α. (McAndrews, 2016, 5).

3.6.5 Η αμερικανική μαγειρική διπλωματία (20^{ος} αιώνας)

Τους δύο τελευταίους αιώνες τα αμερικανικά κρατικά δείπνα¹¹⁰ διατηρούν με συνέπεια τη συχνότητα και την αίγλη τους. Οι επίσημες επισκέψεις νεοεκλεγέντων αρχηγών κρατών γίνονται για πολιτικοοικονομικούς ή κοινωνικούς λόγους και δηλώνουν την πρόθεση βελτίωσης σχέσεων με συγκεκριμένη χώρα. Ως πρώτο επίσημο δείπνο αμερικανού προέδρου έχει καταγραφεί στη διπλωματική ιστορία αυτό του Ulysses S. Grant προς τιμήν του βασιλιά της Χαβάης Kalakaua τον Δεκέμβριο του 1874¹¹¹. Ήταν και το μοναδικό, μιας και ο Goldstein μας πληροφορεί ότι *έκτοτε κανείς Αμερικανός πρόεδρος δεν συναντήθηκε με Ευρωπαίο ομόλογό του μέχρι το 1918* (Goldstein, 2008, 154).

Οι αμερικανοί πρόεδροι κατά καιρούς φιλοξενούν ή επισκέπτονται ομολόγους τους. Καθένας πρόεδρος έχει τη δική του οπτική για τα κρατικά δείπνα με τάση να δίνεται βαρύτητα

¹⁰⁹ Αναφορά στο McAndrews, K.M. (2016). *King David Kalakaua's Last Diplomatic Dinner: A Discussion of the Rhetoric of the Menu*.

¹¹⁰ Στο διαδίκτυο βρίσκουμε μια ενδιαφέρουσα οπτική αναπαράσταση κατάρτισης μενού κρατικών δείπνων κατά τη θητεία διαφορετικών Αμερικανών Προέδρων που επιτρέπει συγκρίσεις και εξαγωγή συμπερασμάτων, καθώς και τις προσωπικές τους διατροφικές συνήθειες και προτιμήσεις: Ανακτήθηκαν από: <https://foreignpolicy.com/all-the-presidents-meals-state-dinners-white-house-infographic/> και <http://www.foodtimeline.org/presidents.html> (8 Ιανουαρίου 2020).

¹¹¹ Wikipedia. *List of state dinners in the United States*. Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/statedinners> (10 Ιανουαρίου 2020).

στη σημειολογία της γαστρονομικής τελετουργίας. Παρακάτω επιλέγεται να αναλυθούν περιστάσεις δείπνων, ενδεικτικές για τη μαγειρική διπλωματία των προέδρων J. F. Kennedy (1961), R. Nixon (1972 & 1973) και R. Reagan (1987).

Σύμφωνα με την L. Morgan, το ζεύγος Kennedy έδωσε νέα πνοή στα επίσημα γεύματα του Λευκού Οίκου. Ειδικότερα, οι καινοτόμες και εκλεπτυσμένες παρεμβάσεις της πρώτης κυρίας των Η.Π.Α., Jacqueline Kennedy, λειτούργησαν καταλυτικά στις διπλωματικές επαφές του συζύγου της. Εξαρχής ορίστηκε υπεύθυνος της κουζίνας για τα κρατικά δείπνα ο Rene Verdon ένας καταξιωμένος μάγειρας και γνώστης της γαλλικής διατροφικής κουλτούρας. Το προσφερόμενο φαγητό αξίωνε υψηλότερη ποιότητα επί των ημερών της J. Kennedy, ωστόσο παρέμεινε απλό στην παρασκευή του και με υπερτονισμένη τη γαλλική αναφορά. Έτσι, το περιεχόμενο των εδεσματολογίων δεν εναλλάσσονταν σημαντικά, καθώς προτιμούνταν ο σολομός, το αρνί, και το τυρί Μπρι. Οι αλλαγές αφορούσαν επίσης στα πιάτα που μειώθηκαν από πέντε σε τέσσερα¹¹², επειδή θεωρούσε πολύτιμο τον χρόνο μετά το φαγητό για τη δημιουργία χαλαρής ατμόσφαιρας, ικανής να προάγει κοινωνικούς δεσμούς. Οι προπόσεις διατηρήθηκαν ως μέρος του πρωτοκόλλου, όπως και ο καθορισμός της θέσης των συνδαιτυμόνων εν μέρει, αφού συχνά αποφεύγονταν τα μεγάλα μακρόστενα τραπέζια (Morgan, 2012, 150, 151, 155).

Το 1961 ο νεοεκλεγείς πρόεδρος John F. Kennedy πήρε την πρωτοβουλία να συναντηθεί στις Η.Π.Α. με τον πρόεδρο του Πακιστάν Muhammad Ayub Khan (Ιούλιος, 1961) και τον πρωθυπουργό της Ινδίας Jawaharlal Nehru. Ο Αμερικανός πρόεδρος, ο οποίος εκτιμούσε τον δημοκρατικό Ινδό ηγέτη, θα του προσέφερε πυρηνικό εξοπλισμό, ενώ παράλληλα στόχευε στην αποτροπή μελλοντικής στρατιωτικής παρέμβασης του Πακιστάν στην περιοχή του Κασμίρ (Νοέμβριος, 1961)¹¹³.

Και οι δύο ηγέτες, Ayub και Nehru, είχαν ζήσει στην Αγγλία και ήταν εξοικειωμένοι με τη δυτική κουζίνα. Στην περίπτωση τους λήφθηκαν υπ' όψη οι θρησκευτικές τους ιδιαιτερότητες. Προτιμήθηκαν τα οστρακοειδή (στρείδια, αχιβάδες και καβούρια) και τα πουλερικά

¹¹² Στον πρόεδρο του Πακιστάν προσφέρθηκαν μόλις τρία πιάτα (Morgan, 2012, 155).

¹¹³ Η έντονη πολιτική αντιπαράθεση μεταξύ Ινδίας και Πακιστάν έχει τις ρίζες της στη μεταπολεμική περίοδο. Με τη λήξη της βρετανικής κυριαρχίας στις 15 Αυγούστου του 1947 το Ινδικό Εθνικό Κογκρέσο τάχθηκε υπέρ της ενοποίησης της Ινδίας, ενώ η Μουσουλμανική Συμμαχία υπέρ της δημιουργίας μιας νέας μουσουλμανικής χώρας. Το αποτέλεσμα ήταν να προκύψουν τρία κράτη, η Ινδία, το Πακιστάν και αργότερα, το Μπαγκλαντές (1971). Εκατομμύρια άνθρωποι υποχρεώθηκαν να μετακινηθούν ανάλογα με τη θρησκεία τους και οι νεκροί από τις θρησκευτικές συγκρούσεις άγγιξαν το ένα εκατομμύριο. Ειδικότερα, η περιοχή του Κασμίρ αποτελεί το μήλον της έριδος και έχει δώσει συρράξεις κατά τα έτη 1947, 1965 και 1999. Rosenblatt, J. (2012). *The Dictator on the Ranch*. Ανακτήθηκε από: <https://www.texasobserver.org/the-dictator-on-the-ranch/> (10 Ιανουαρίου 2020).

(κοτόπουλο και ορτύκι), ενώ στο μενού του δείπνου προς τιμήν του Nehru, προστέθηκε αρνί. Η μπιμολόγια και τα συνοδευτικά λαχανικά (τομάτες, καρότα, φασόλια, σπανάκι) έκαναν την εμφάνισή τους και στα δύο μενού (Morgan, 2012, 150, 151).

Εκτός από το φαγητό καθεαυτό, καθοριστικά στοιχεία στην επίτευξη ή μη των στόχων που τίθενται από τον οικοδεσπότη αποτελούν οι συμβολισμοί που απορρέουν από το ακολουθούμενο τελετουργικό και την εθιμοτυπία των καλών τρόπων στο τραπέζι, ο χώρος και η χρονική στιγμή της διεξαγωγής του δείπνου. Το προεδρικό ζεύγος Kennedy, κατόπιν πιέσεων που δέχθηκε από την πακιστανική πλευρά, υποδέχτηκε τον Ayub τρεις μήνες νωρίτερα από ό,τι είχε προγραμματιστεί προκειμένου να προηγηθεί της συνάντησης του Αμερικανού προέδρου με τον Nehru. Μειώθηκε έτσι, δραματικά, ο χρόνος προετοιμασίας (Morgan, 2012, 151 - 152).

Η υπόθεση περιπλέχθηκε περισσότερο μετά την πρόταση της Jacqueline το δείπνο να παρατεθεί 25 χιλιόμετρα μακριά από τον Λευκό Οίκο, σε έναν χώρο ιστορικής σημασίας, την οικία του πρώτου προέδρου της Αμερικής, G. Washington. Ο χώρος της συνεστίας είχε σαφώς σημειολογική αξία, καθώς υπονόησε τις πολιτικές ομοιότητες μεταξύ Ayub και G. Washington¹¹⁴.

Παρά τις αντιξοότητες στη μεταφορά των εδεσμάτων και στη συντήρησή τους αλλά και τις ελλείψεις βασικών μέσων φιλοξενίας, οι 130 καλεσμένοι απόλαυσαν στο Mount Vernon¹¹⁵ κάτω από μία μπλε-κίτρινη τέντα διακοσμημένη με γιρλάντες από τον οίκο Tiffany's, ένα υπαίθριο δείπνο τριών πιάτων που επιμελήθηκε ο αρχιμάγειρας του Λευκού Οίκου, Rene Verdon. Η Morgan αναφέρει ότι οι καλεσμένοι κάθονταν ανά δέκα σε ροτόντες στολισμένες με κίτρινα τραπεζομάντηλα και χαμηλά κασπό με ανοιξιάτικα λουλούδια. Στα ατομικά σερβίτσια συνδυάστηκαν προσεκτικά τα ιστορικά επιχρυσωμένα μαχαίροπήρουνα του Λευκού Οίκου με τα λιτά κρυστάλλινα ποτήρια κρασιού που παρήγγειλε η κυρία Kennedy (Morgan, 2012, 153).

Το Νοέμβριο του 1961, ο Kennedy υποδέχτηκε τον Ινδό πρωθυπουργό Nehru, έναν ηγέτη με κύρια χαρακτηριστικά την απλότητα, την κυκλοθυμία και την ικανότητα να χειραγωγεί. Στο πλαίσιο της επίσκεψής του ζήτησε χαμηλούς τόνους. Πρότεινε γεύμα εργασίας μακριά από τον

¹¹⁴ Η στρατιωτική καριέρα και των δύο ηγετών εξελίχθηκε σε πολιτική, όταν εκείνοι ανέλαβαν τη διακυβέρνηση των ανεξάρτητων πλέον χωρών τους (Morgan, 2012, 153).

¹¹⁵ Mount Vernon. Kennedy's State Dinner. Ανακτήθηκε από: <https://www.mountvernon.org/the-estate-gardens/famous-visitors/kennedy-state-dinner/> (10 Ιανουαρίου 2020).

Λευκό Οίκο¹¹⁶ θέλοντας να ισοσκελίσει την ιδιαίτερη μεταχείριση που έλαβε ο Πακιστανός πρόεδρος. Η συμπεριφορά του Nehru κατά τη διάρκεια του γεύματος, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί παθητικό - επιθετική με μεγάλα διαστήματα σιωπής σε μια προσπάθεια να ελέγξει το συνομιλητή του αγγίζοντας τα όρια της αγένειας. Έτσι, το δείπνο που διοργανώθηκε την επόμενη ημέρα στην τραπεζαρία του Λευκού Οίκου είχε μόλις τριάντα πέντε καλεσμένους και λιτό στολισμό. Δημιουργήθηκε λοιπόν, μία ευνοϊκή συνθήκη για τον Nehru να ξεδιπλώσει την πολιτική ατζέντα, όπως ο ίδιος επιθυμούσε (Morgan, 2012, 157 - 159).

Συμπερασματικά, οι δύο προσωπικότητες που φιλοξενήθηκαν έκαναν σαφή, η καθεμία με τον δικό της τρόπο, την πρόθεσή τους να διατηρήσουν στενούς δεσμούς με την αμερικανική ηγεσία αλλά και τα όρια στην πολιτική ανάμειξή της. Φαίνεται ότι ο J. F. Kennedy δεν αξιοποίησε επαρκώς τη δύναμη της συνεστίασης και την κοινή εμπειρία του φαγητού με τους ηγέτες της Ανατολής. Αφέθηκε να χειραγωγηθεί από τους καλεσμένους του αγνοώντας τους συμβολισμούς που ενέχουν τα διπλωματικά γεύματα.

Ιδιαίτερης μνείας χρήζει το ιστορικό ταξίδι του Nixon στην Κίνα στις αρχές του 1972 με απώτερο σκοπό την αποκατάσταση των διπλωματικών σχέσεων των δύο χωρών. Κατά την εβδομάδα που άλλαξε τον κόσμο, όπως την χαρακτήρισε ο πρόεδρος Nixon, ο τελευταίος είχε την ευκαιρία να έρθει σε επαφή με τη γαστρονομική κουλτούρα της Κίνας. Η εκτεταμένη τηλεοπτική προβολή των περιηγήσεών του στην ασιατική χώρα και των δείπνων που του παρασχέθηκαν, έδωσε στο αμερικανικό κοινό μια ευρεία εικόνα του πολιτισμικού τοπίου της Κίνας. Πολύ σύντομα, ένα κινεζικό εστιατόριο του Μανχάταν προσέφερε πιάτα που συμπεριλήφθηκαν στα κινέζικα μενού για την επίσκεψη του Nixon. Σημαντικό επακόλουθο ήταν ο εμπλουτισμός των μενού των κινέζικων εστιατορίων της Αμερικής με *πάπια Πεκίνου*, γλυκοξίνες παρασκευές και χοιρινό *mu shu*¹¹⁷. Αλλά και η αμερικανική πλευρά έκανε γνωστό τον αφρώδη οίνο της, καθώς για την περίφημη *Πρόποση στην Ειρήνη* που έκανε ο πρόεδρος Nixon, επιλέχθηκε το κρασί *Blanc de Blancs* της ιστορικής επωνυμίας *Schramsberg*. Έκτοτε, εμφανίζεται συχνά σε αμερικανικές επίσημες διασκέψεις¹¹⁸. Το ίδιο σημαντική πολιτική κίνηση θεωρείται και η πρώτη συνάντηση από τη δεκαετία του 1950 του προέδρου Nixon με τον Γενικό Γραμματέα της Σοβιετικής Ένωσης Leonid Brezhnev στις 18 Ιουνίου 1973. Στο δείπνο

¹¹⁶ Το γεύμα έγινε στο σπίτι της οικογένειας της Jacqueline Kennedy, στο Newport, Rhode Island (Morgan, 2012, 156, 157).

¹¹⁷ Ewbank, A. (2017). *The Nixon Dinners That Taught Americans to Stop Worrying and Love Peking Duck*. Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/nixonduck> (15 Φεβρουαρίου 2020).

¹¹⁸ Schramsberg's history. Ανακτήθηκε από: <http://www.schramsberg.com/about/history/> (15 Φεβρουαρίου 2020).

που παρασχέθηκε στον επίτιμο καλεσμένο, σερβιρίστηκε αστακός *Bellevue*, ένα πιάτο απαιτητικής παρασκευής. Σύντομα ακολούθησε ανταποδοτικό λουκούλλειο δείπνο στη Σοβιετική Πρεσβεία¹¹⁹. Το αποτέλεσμα ήταν να επαναπροσδιοριστούν οι σχέσεις των δύο υπερδυνάμεων.

Ακόμα, αξίζει να αναφερθεί ότι ο Ronald Reagan κατά την προεδρία του στην Αμερική, παρέθεσε το 1987 ένα ιστορικής σημασίας κρατικό δείπνο προς τιμήν του Ρώσου ομολόγου του Γκορμπατσόφ που εγκαινίασε μία νέα περίοδο στα πολιτικά πράγματα με την υπογραφή της Συνθήκης για τις Πυρηνικές Δυνάμεις Μεσαίας Εμβέλειας¹²⁰. Τα προσφερόμενα αγαθά δήλωναν το σκοπό του αμερικανού προέδρου να δείξει σεβασμό προς την ιστορία της χώρας του φιλοξενούμενου, καθώς στο μενού συμπεριλήφθηκαν *ρωσικό χαβιάρι* και *περίφημο κρασί* από την κοιλάδα του Ρωσικού ποταμού, περιοχή εγκατάστασης Ρώσων μεταναστών στην Καλιφόρνια (Chapple Sokol, 2013, 172).

Από όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, προκύπτει ότι οι διακρατικές επισκέψεις ομολόγων περιλαμβάνουν γεύματα εργασίας ή δείπνα που οργανώνονται με ιδιαίτερη φροντίδα και έμφαση στη λεπτομέρεια. Η επιτυχία τους οφείλεται σε ένα μεγάλο μέρος στην προσωπικότητα του ηγέτη - οικοδεσπότη και στην ικανότητά του να χρησιμοποιεί ή να αποκωδικοποιεί συμβολισμούς. Στη σύγχρονη διπλωματία, η αντίληψη των συμβόλων είναι πιο απαιτητή από κάθε άλλη χρονική στιγμή.

3.7 Πρακτικές εφαρμογές της μαγειρικής διπλωματίας

Η μαγειρική διπλωματία εμπίπτει στο φάσμα της πολιτιστικής διπλωματίας και έχει συσχετιστεί με την *θεωρία της υπόθεσης επαφής*¹²¹ που πρεσβεύει ότι, υπό κατάλληλες συνθήκες, οι διερευνητικές επαφές μεταξύ ατόμων με διαφορετικό πολιτιστικό υπόβαθρο μπορούν να καταρρίψουν στερεότυπα και μέσω της αμοιβαίας αποδοχής να προάγουν τη φιλία, την ευγενή άμιλλα και τη συνεργασία (Chapple-Sokol, 2013, 171).

¹¹⁹ Hickey, C.K. (2019). *All the presidents' meals*. Ανακτήθηκε από: <https://foreignpolicy.com/all-the-presidents-meals-state-dinners-white-house-infographic/> (8 Ιανουαρίου 2020).

¹²⁰ Είναι επισήμως γνωστή ως 'Συνθήκη Μεταξύ των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής και της Ένωσης Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών για την Εξάλειψη των Πυραύλων Μεσαίας Εμβέλειας και Μικρότερης Εμβέλειας'. Ήταν μια συμφωνία αμυντικού τύπου μεταξύ των Ηνωμένων Πολιτειών και της Σοβιετικής Ένωσης (της οποίας διάδοχος είναι η Ρωσική Ομοσπονδία), μέχρι το 2019. Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/treatusrus> (10 Ιανουαρίου 2020).

¹²¹ Στη διεθνή αρθρογραφία αναφέρεται ως *Theory of Contact Hypothesis*.

Σε αυτό το πλαίσιο, η μαγειρική διπλωματία βρίσκει την εφαρμογή της στη διεθνή μαγειρική οργάνωση *Club des Chefs des Chefs*. Πρόκειται για μία παγκόσμια γαστρονομική κοινότητα στην οποία ανήκουν αποκλειστικά εν ενεργεία προσωπικοί σεφ κρατικών ηγετών ή αρχιμάγειρες σε χώρους τέλεσης επίσημων κρατικών δείπνων, σε περίπτωση που η ηγεσία δεν διαθέτει μόνιμο υπεύθυνο κουζίνας¹²².

Η οργάνωση ιδρύθηκε το 1977 με προτροπή του Gilles Bragard και η φιλοσοφία της στηρίζεται στην πεποίθηση πως *αν η πολιτική χωρίζει τους ανθρώπους, ένα καλό τραπέζι πάντα τους ενώνει*. Μία εξαιρετικά επιτυχημένη συγκέντρωση μαγείρων αρχηγών κρατών στο θρυλικό εστιατόριο του Paul Bocuse οδήγησε άμεσα τον G. Bragard στην ίδρυση αυτού του μη κερδοσκοπικού οργανισμού. Με αυτόν τον τρόπο θέλησε να τιμήσει τους ανθρώπους που ικανοποιούν τους ουρανόσκους βασιλέων, πρωθυπουργών, προέδρων και γενικά ηγετών ανά τον κόσμο. Οι τελευταίοι αναγνωρίζοντας τον ρόλο των σεφ στη διπλωματία και σε ένδειξη εκτίμησης στην προσφορά τους, στήριξαν εξ αρχής αυτήν την πρωτοβουλία και τους υποδέχονται μία φορά τον χρόνο ως γαστρονομικούς πρεσβευτές των χωρών τους με κάθε επισημότητα. Η ετήσια συνάντηση γίνεται κάθε φορά σε διαφορετική χώρα¹²³.

Τα μέλη της κοινότητας *Club des Chefs des Chefs* καλούνται να περιφρουρήσουν την αυθεντική έναντι της *fusion*¹²⁴ κουζίνας εκσυγχρονίζοντας τις εθνικές τους κουζίνες, να υπερασπιστούν την ενεργό συμμετοχή τους στα διπλωματικά δρώμενα καθιστώντας την κοινή εμπειρία του φαγητού μοχλό κρίσιμων διαπραγματεύσεων και τέλος να είναι οι *στυλοβάτες* της ευεξίας των ηγετών και των οικογενειών τους τηρώντας γι' αυτούς ένα πρόγραμμα ισορροπημένης διατροφής. Στη διάρκεια της ετήσιας συνάντησής τους, εκτός του ότι φέρουν και μεταδίδουν στοιχεία της μαγειρικής κουλτούρας της χώρας τους, έρχονται σε επαφή με την τοπική γαστρονομία της χώρας υποδοχής, ανταλλάσσουν πληροφορίες για τις νέες

¹²² Presentation of the Club des Chefs des Chefs. Ανακτήθηκε από: <http://www.chefs-des-chefs.com/presentation/> (15 Μαρτίου 2020).

¹²³ Club des Chefs des Chefs. *A brief history of a great idea*. Ανακτήθηκε από: <http://www.chefs-des-chefs.com/history/> (15 Μαρτίου 2020).

¹²⁴ Σύμφωνα με τον Spence (2018), η *fusion* κουζίνα είναι απόρροια τόσο της παγκόσμιας κινητικότητας πληθυσμιακών ομάδων, όσο και του έκδηλου ενδιαφέροντος για καινοτομία και πειραματισμό στις παρασκευές. Ο όρος παραπέμπει όχι μόνο στην ανάμειξη συστατικών από διαφορετικές χώρες προέλευσης, αλλά και στον συγκερασμό εθνικών μαγειρικών προσεγγίσεων. Μάλιστα, αναφέρει ως παράδειγμα τη γαλλική *nouvelle cuisine* της οποίας οι εκπρόσωποι, κατά τη δεκαετία του 1960, ενσωμάτωσαν στη φιλοσοφία της στοιχεία της ιαπωνικής μαγειρικής κουλτούρας (Spence, 2018, 5,6).

μαγειρικές τάσεις και τις διατροφικές προτιμήσεις των ηγετών τους, ενώ, παράλληλα, συμμετέχουν σε γαστρονομικές δράσεις που προάγουν το έργο τους¹²⁵.

Τα μέλη του *Club des Chefs des Chefs* εκπροσωπούν είκοσι έξι χώρες από κάθε γωνιά του πλανήτη. Η Ελλάδα εκπροσωπείται από τον σεφ Βασίλειο Μπέκα¹²⁶. Ο προκάτοχός του, κύριος Αθανάσιος Σκούρας, ήταν ο πρώτος Έλληνας που εντάχθηκε σε αυτήν την ελιτιστική οργάνωση¹²⁷.

Σύμφωνα με τον Chapple-Sokol, το σώμα των επίλεκτων μαγείρων του κόσμου καταδεικνύει την αξία της μαγειρικής διπλωματίας, με το σκεπτικό, ότι πίσω από έναν επιτυχημένο ηγέτη υπάρχει ένας μάγειρας που κάνοντας χρήση της ήπιας ισχύος της εθνικής κουζίνας μπορεί να κερδίσει την καρδιά και το μυαλό των συνδαιτημόνων¹²⁸ (Chapple-Sokol, 2013, 163).

¹²⁵ Club des Chefs des Chefs. *Our values*. Ανακτήθηκε από: <http://www.chefs-des-chefs.com/values/> (15 Μαρτίου 2020).

¹²⁶ Club des Chefs des Chefs. *Members*. Ανακτήθηκε από: <http://www.chefs-des-chefs.com/members/> (15 Μαρτίου 2020).

¹²⁷ Τριανταφυλλίδη, Κ. (2008). *Θανάσης Σκούρας, Η ελληνική γεύση της Προεδρίας*: <https://kikitriantafylli.wordpress.com/2008/05/29/%CE%B8%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CE%B7%CF%83-%CF%83%CE%BA%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B1%CF%83-%CE%B7> (15 Μαρτίου 2020).

¹²⁸ Η ελεύθερη μετάφραση είναι της γράφουσας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4º: ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Για πολλούς από τα εκατομμύρια των τουριστών, που είτε επιλέγουν την επιστροφή σε γνωστούς προορισμούς για την απόλαυση δοκιμασμένων πιάτων, είτε ταξίδια για την αναζήτηση νέων μορφών κουζίνας, η γαστρονομία αποτελεί πλέον κεντρικό σημείο της ταξιδιωτικής τους εμπειρίας.

Taleb Rifai,
Γενικός Γραμματέας του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, 2012

4.1 Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί υποκατηγορία των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού και το αντίβαρο στην παγκοσμιοποιημένη αντίληψη του μαζικού τουρισμού που επικράτησε για δεκαετίες. Από τη δεκαετία του 1980 και έπειτα, επισημάνθηκε ερευνητικά το ενδιαφέρον των τουριστών για βαθύτερη γνώση και κατανόηση της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου. Έτσι, η τουριστική ατζέντα άρχισε να εμπλουτίζεται με πολιτιστικά προϊόντα όπως υπαγόρευαν οι ανάγκες, οι επιθυμίες και τα κίνητρα του σύγχρονου τουρίστα. Η έννοια του εναλλακτικού παρέπεμπε εξ αρχής στον πολιτισμό, τον σεβασμό στο περιβάλλον, την προώθηση της τοπικότητας και την άμβλυνση της εποχικότητας. Παράλληλα, η οργάνωση και η ενεργός συμμετοχή στον σχεδιασμό της ταξιδιωτικής εμπειρίας έγινε προσωπική υπόθεση για τον τουρίστα που αναζητούσε νέα μονοπάτια προσέγγισης της αλλοεθνούς κουλτούρας (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011, 70, 71, 77).

Αν και δεν υφίσταται ένας καθολικά αποδεκτός ορισμός, το Διεθνές Συμβούλιο Χώρων και Μνημείων (ICOMOS 1999) αναφέρει πολύ γενικά για τον πολιτιστικό τουρισμό ότι περιλαμβάνει *οποιαδήποτε δραστηριότητα επιτρέπει στους επισκέπτες να έχουν την εμπειρία της ανακάλυψης τρόπων ζωής άλλων ανθρώπων, επιτρέποντάς τους να γνωρίσουν τα έθιμα, τις παραδόσεις, το φυσικό περιβάλλον και τις ιδέες τους και να έχουν πρόσβαση σε χώρους με αρχιτεκτονικό, ιστορικό και αρχαιολογικό ενδιαφέρον ή άλλου τύπου πολιτιστική αξία* (Κόνσολα, 2013, 2).

Όσον αφορά τα οικονομικά οφέλη που απορρέουν από τον πολιτιστικό τουρισμό στην Ελλάδα, παρά την ασαφή εικόνα των στατιστικών στοιχείων, ο Καφούρος θεωρεί σημαντική τη συμβολή του πολιτιστικού τουρισμού στην διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος (εκτός από τον ήλιο και τη θάλασσα) και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου (πέρα από το δίμηνο Ιουλίου-Αυγούστου) (Καφούρος, 2015, 32 - 36).

4.1.1 Γαστρονομικός τουρισμός

Ο γαστρονομικός τουρισμός εντάσσεται στο φάσμα του πολιτιστικού τουρισμού. Η συνεκδοχή - στην παγκόσμια βιβλιογραφία, *culinary* ή *food tourism*¹²⁹ - απασχόλησε πλήθος επιστημονικών άρθρων και ερευνών τις τελευταίες δεκαετίες πείθοντας για τα κίνητρα που μπορεί να προσφέρει μια απολαυστική γαστρονομική εμπειρία στον ταξιδιώτη. Ο Richards διακρίνει τρεις φάσεις στη σύνδεση φαγητού και τουρισμού αναφέροντας αρχικά ότι δεν ήταν αυτονόητη από πάντα παρά μόνο στη βάση της ικανοποίησης της πείνας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού (Richards, 2015, 2). Η εποχή των *foodies* που φέρεται να ξεκίνησε στις αρχές της νέας χιλιετίας¹³⁰ σηματοδοτεί την εμπλοκή ποικίλων ομάδων όπως παραγωγούς τροφίμων, μάγειρες, γευσιγνώστες, food stylist, bloggers, δημοσιογράφους γαστρονομίας, τηλεοπτικούς αστέρες σε εκπομπές μαγειρικής ή γαστρονομικών προορισμών αλλά και την ανάδειξη χώρων εστίασης και οινοποιείων, την έκδοση γαστρονομικών ταξιδιωτικών οδηγών και τη δημιουργία καθοδηγητικών ιστοσελίδων όπως η *Foodtourist* και η *Eating Europe*¹³¹. Μία σύντομη περιήγηση αποκαλύπτει πως το διαδικτυακό αφήγημα επικεντρώνεται στην βίωση της εμπειρίας που προκύπτει από την επαφή με την τοπική κοινωνία, τη δημιουργία δεσμών και αναμνήσεων, τις αυθεντικές γεύσεις (Richards, 2012, 3, 8). Σταδιακά αποδείχθηκε ότι το φαγητό παρέχει έναν ουσιαστικό σύνδεσμο μεταξύ τόπου, ταυτότητας, πολιτισμού και τουρισμού. Το 2015, ο Richards αναφέρθηκε στην ενεργητική συμμετοχή του ταξιδιώτη στη διαμόρφωση της εμπειρίας ανατρέχοντας σε αυτό που είχε διατυπώσει ήδη από το 2000 ως *δημιουργικό τουρισμό*¹³² (Richards, 2015, 4).

Με το πέρασμα του χρόνου το φαγητό συνδέθηκε με την πολιτιστική διπλωματία, την αγορά, τον στρατηγικό σχεδιασμό προώθησης αλλά και τις κυβερνητικές πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της εθνικής εικόνας ενός τόπου διαμέσου της ιδιαίτερης γαστρονομικής του παράδοσης. Η έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού σε μέλη του έδειξε ότι το 88,2% θεωρούν ότι η γαστρονομία είναι ένα στοιχείο στρατηγικής σημασίας για την ανάδειξη

¹²⁹ Οι Μοίρα και Μυλωνόπουλος (2014, 87), αναφέρουν ότι η Long (1998) ήταν η πρώτη που περιέγραψε την εμπειρία της επαφής με άλλους πολιτισμούς μέσω του φαγητού χρησιμοποιώντας τον όρο *culinary tourism*. Ωστόσο, υπάρχει μία διαφοροποίηση ως προς τον όρο *food tourism*.

¹³⁰ Ωστόσο, ο όρος πρωτοεμφανίστηκε το 1980 στο περιοδικό *New York* (Richards, 2015, 3).

¹³¹ Foodtourist. *Stories about food, wine and travel*. Ανακτήθηκε από: <https://foodtourist.com/> και EatingEurope. *Share a taste of local life*. Ανακτήθηκε από: <https://www.eatingeurope.com/> (20 Ιουλίου 2020).

¹³² Ορισμός των Richards και Raymond για τον δημιουργικό τουρισμό: *Τουρισμός που προσφέρει στους επισκέπτες την ευκαιρία να αναπτύξουν τη δημιουργικότητά τους μέσω της ενεργού συμμετοχής σε εκπαιδευτικές εμπειρίες, χαρακτηριστικές για τον τόπο όπου πραγματοποιούνται* (Richards & Raymond, 2000, 18).

του *brand* ενός τόπου (UNWTO, 2012, 12). Άλλωστε, οι διατροφικές συνήθειες ενός λαού δίνουν απαντήσεις στα πώς και τα γιατί του καθημερινού βίου του αποκαλύπτοντας την εθνική του ταυτότητα (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2014, 81, Stajcic, 2013, 9).

4.2 Γαστρονομική διπλωματία και τουρισμός

Ήδη από το 2008, ο Dinnie έκανε λόγο για τις συνειδητές προσπάθειες στις οποίες οφείλουν να προβούν οι χώρες αν επιθυμούν να βελτιώσουν την εικόνα τους σε διεθνές επίπεδο. Μάλιστα, συμπύκνωσε τους επιδιωκόμενους στόχους στην *προσέλκυση τουριστών, την ενθάρρυνση εσωτερικών επενδύσεων και την ενίσχυση των εξαγωγών*. Για την οικοδόμηση του *nation branding* επεσήμανε ως σημαντικές παραμέτρους, τον διαχωρισμό ταυτότητας και εικόνας ή φήμης ενός έθνους¹³³ αλλά και το *place marketing* αφού μια διαμορφωμένη, γενικευμένη αντίληψη για τη χώρα προέλευσης ενός προϊόντος μπορεί να επηρεάσει την πολιτικοοικονομική της εξέλιξη. Η εστίαση εδώ αφορά στα πολιτιστικά στοιχεία του *nation branding* και ειδικότερα στην οικοδόμηση της γαστρονομικής ταυτότητας ενός τόπου (Dinnie, 2008, 17, 42, 91). Δεν είναι τυχαίο ότι στις προωθητικές ενέργειες για τον τουρισμού περιλαμβάνονται και φωτογραφίες εθνικών πιάτων που αντανakλούν τις πολιτιστικές αξίες και την ταυτότητα μιας χώρας προορισμού (Suntikul, 2017, 5).

Το τρίπτυχο *φαγητό - τουρισμός - διπλωματία* έχει απασχολήσει έντονα τη διεθνή ακαδημαϊκή κοινότητα τα τελευταία είκοσι χρόνια. Στο πεδίο της γαστρονομικής διπλωματίας, όπως αυτή αναλύθηκε και υποστηρίχθηκε αρχικά από τον Rockower, το ζητούμενο είναι τα πολιτικοοικονομικά και πολιτιστικά οφέλη. Ο ίδιος είναι της άποψης ότι *η γαστρονομική διπλωματία συνυφαίνεται με την πολιτιστική διπλωματία, τη μαγειρική διπλωματία και το nation branding*. Αυτό που έχει ενδιαφέρον είναι ότι στηρίζει την αποτελεσματικότητά της στην *ισχυρή σύνδεση τόπου και μνήμης και επιδιώκει τη συνειδητοποίηση της μοναδικότητας ενός έθνους* (*nation branding*) μέσω των αισθήσεων, κάτι που χαρακτηριστικά αποκαλεί *βελτίωση ενός εδωδιμου nation branding* (Rockower, 2014, 14, Rockower, 2012, 236 - 238). Επίσης, μας πληροφορεί ότι *η γαστρονομική διπλωματία ως στρατηγική της δημόσιας διπλωματίας* εφαρμόστηκε αρχικά στη ανατολική και νοτιοανατολική Ασία με σκοπό να γίνει γνωστή και διακριτή η εθνική ταυτότητα χωρών όπως η Ταϊλάνδη, η Ταϊβάν, η Κορέα από αυτή της Ιαπωνίας. Τέλος, διευκρινίζει ότι οι αποσπασματικές και ιδιωτικές προσπάθειες

¹³³ Η έννοια της ταυτότητας αφορά στο *είναι*, την πραγματικότητα μιας χώρας, ενώ η έννοια της εικόνας/φήμης, στο *έχειν*, την υποκειμενική κρίση (Dinnie, 2008, 42, White & Kolesnicov, 2015, 2, 3).

προώθησης ενός τοπικού προϊόντος στο εξωτερικό δεν συνάδουν με το πνεύμα της γαστρονομικής διπλωματίας. Αντίθετα, απαιτείται συντονισμός και μια *συνολική προσέγγιση της (διατροφικής) πολιτιστικής κληρονομιάς* (Rockower, 2012, 236 - 238).

Ποια είναι λοιπόν η συνδρομή του γαστρονομικού τουρισμού στην εικόνα που σχηματίζουν αλλοεθνείς πολίτες για μία χώρα και μάλιστα με τέτοιον τρόπο που αυτή να συμφωνεί με την εθνική της ταυτότητα; Με ποιον τρόπο και σε ποιο βαθμό οι τουρίστες που επισκέπτονται έναν γαστρονομικό προορισμό μπορούν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις συμπολιτών τους για τον εν λόγω προορισμό, όταν επιστρέφουν στην χώρα τους; Αυτές οι ερωτήσεις απασχολούν στο φάσμα της γαστρονομικής διπλωματίας. Αν συνυπολογίσουμε και τη διαφοροποίηση του καθεαυτού γαστρονομικού τουρίστα από εκείνον που μεταξύ άλλων δραστηριοτήτων θα αφεθεί στην αισθητική απόλαυση φαγητού και ποτού στη χώρα προορισμού, γίνεται αντιληπτό ότι πρόκειται για έναν μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Στην έρευνα του Ruddy η πλειοψηφία των συμμετεχόντων *αποτίμησε θετικά την προσέγγιση μιας χώρας μέσω της εθνικής της κουζίνας. Το 55,71% άλλαξε άποψη για μία χώρα, αφότου γεύτηκε μια εθνική κουζίνα, ενώ το 84% δήλωσε ότι θα επισκέπτονταν μία χώρα με βάση την εθνική της κουζίνα* (Ruddy 2014, 30).

Η επικοινωνία της γαστρονομικής εμπειρίας σε επίπεδο πολιτών, θα έλεγε κανείς ότι αποτελεί μία ανεπίσημη μορφή διπλωματίας καθώς οι ίδιοι οι ταξιδιώτες αναλαμβάνουν ρόλο *πρεσβευτή*. Όμως, στην πραγματικότητα, πηγάζει από τη στρατηγική χρήση της κουζίνας στη χώρα προορισμού. Επομένως, απασχολεί η πολλαπλασιαστική δύναμη φαγητού και ποτού, όπως αυτή αναμένεται να μεταδοθεί από πολίτες προς πολίτες, έπειτα από τις απαιτούμενες κυβερνητικές πρωτοβουλίες για την προβολή του προορισμού. Τέτοιες ενέργειες αφορούν σε άψογα οργανωμένα εθνικά προγράμματα και οικονομική στήριξη της Πολιτείας στο πλαίσιο του προϋπολογισμού για την εγχώρια δημόσια διπλωματία. Οι γαστρονομικές καμπάνιες, η πιστοποίηση τροφίμων (Π.Ο.Π, Π.Γ.Ε.) και η διευκόλυνση διάθεσής τους σε άλλες χώρες, το άνοιγμα εθνικών εστιατορίων στο εξωτερικό, οι τηλεοπτικές εκπομπές και κάθε είδους ψηφιακή διάδοση της εθνικής διατροφικής κουλτούρας (επίσημες ιστοσελίδες, blogs, μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.τ.λ.), η παγκόσμια προβολή γαστρονομικών εκδηλώσεων και οι πολιτιστικές ανταλλαγές μαγείρων με την ιδιότητα των γαστρονομικών πρεσβευτών, η έκδοση

βιβλίων μαγειρικής με εθνικές/παραδοσιακές συνταγές¹³⁴, συνυφαίνονται ολοένα και περισσότερο με τον ρόλο της τουριστικής βιομηχανίας (Tettner & Kalyoncu, 2016, 48).

4.2.1 Η στρατηγική της γαστρονομικής διπλωματίας

Σύμφωνα με την W. Suntikul, οι κυβερνήσεις υιοθετούν ολοένα συχνότερα διπλωματικές προσεγγίσεις πολιτών προς πολίτες για να επιτύχουν τη βελτίωση διακρατικών σχέσεων στη βάση της διαπολιτισμικής κατανόησης και αποδοχής. Εντούτοις, η προσπάθεια δεν είναι αμιγώς κυβερνητική καθώς συχνά εμπλέκονται ιδιωτικοί φορείς και εν τέλει οι πραγματικοί δρώντες στη διαμόρφωση αντιλήψεων σε θέματα *national branding* και εθνικής κουζίνας είναι οι πολίτες. Προς αυτήν την κατεύθυνση έχουν συνδράμει τόσο η ταχύτητα διάδοσης πληροφοριών που προσφέρουν τα μέσα επικοινωνίας όσο και ο τουρισμός (Suntikul, 2017, 3, 6, 11).

Η οργάνωση εκστρατειών γαστρονομικής διπλωματίας είναι συνήθης πολιτική πρακτική για πολλές χώρες που με την εργαλειακή έκφραση του φαγητού ως ήπια ισχύ προωθούν την εθνική τους εικόνα αποζητώντας παράλληλα τη διαπολιτισμική οικειότητα. Τα δομικά στοιχεία μιας τέτοιας εκστρατείας διαφοροποιούνται ανάλογα με τις πολιτιστικές και πολιτικές ιδιαιτερότητες κάθε χώρας. Η στοχοθεσία τους αφορά κυρίως στην άνοδο της τουριστικής κίνησης και την τόνωση του ενδιαφέροντος του ξένου κοινού με την αύξηση του αριθμού *ethnic* εστιατορίων σε χώρες του εξωτερικού, την ενθάρρυνση των εξαγωγών και την διάδοση πολιτιστικών στοιχείων. Η προσέλκυση έγκειται στη διοργάνωση και συμμετοχή σε γαστρονομικές εκδηλώσεις και συνδιασκέψεις παγκόσμιας εμβέλειας. Προς την επίτευξη των στόχων παρέχονται οικονομικά κίνητρα για την μετεγκατάσταση των ενδιαφερομένων επαγγελματιών, την ίδρυση χώρων εστίασης σε ξένες χώρες και διευκολύνεται η διάθεση εξειδικευμένων πρώτων υλών (π.χ. εξωτικών) στην αγορά της χώρας εγκατάστασης. Η Ταϊλάνδη αποτελεί παράδειγμα προς μίμηση, αφού κατάφερε με την εφαρμογή του προγράμματος *Global Thai* (2002) να τριπλασιάσει τον αριθμό των εστιατορίων της ανά τον κόσμο και να αυξήσει κατά 200% τον τουρισμό της σε διάστημα περίπου δεκαπέντε ετών¹³⁵. Επιπλέον, πολλές χώρες (Κορέα, Ταϊβάν, Περου κ.α.) προωθούν αποστολές *διακεκριμένων μαγείρων* σε άλλες χώρες, ώστε να στηρίξουν την επαγγελματική εκπαίδευση ομοεθνών τους

¹³⁴ Θεωρείται σημαντική η συνεισφορά του Appadurai, ο οποίος με την ανάλυση πληθώρας ινδικών βιβλίων μαγειρικής, κατέδειξε τους τρόπους που μπορούν να οδηγήσουν σε μια ενοποιημένη εθνική ταυτότητα συνδυάζοντας την ποικιλία τοπικών γαστρονομικών συνταγών (Appadurai, 1988).

¹³⁵ Scharf, S. (2016). *The Campaign to Make You Eat Kimchi*. Ανακτήθηκε από: <https://priceconomics.com/the-campaign-to-make-you-eat-kimchi/> (17 Νοεμβρίου 2020).

σε θέματα γαστρονομίας, ενθαρρύνουν τις σπουδές μαγειρικής στο εξωτερικό ή εκπροσωπούνται από ταλαντούχους εγχώριους μάγειρες σε διεθνείς διαγωνισμούς μαγειρικής. Με τις παραπάνω ενέργειες, ακόμα και όσοι δεν είναι πρόθυμοι να επισκεφτούν έναν γαστρονομικό προορισμό, έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν την εθνική κουζίνα μιας χώρας, να σχηματίσουν άποψη και ενδεχομένως να επικοινωνήσουν τις αντιλήψεις τους σε υποψήφιους ταξιδιώτες (Suntikul, 2017, 3, 6 - 10).

Ακόμη, η εγγραφή της εθνικής διατροφικής κληρονομιάς στη λίστα της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO αποτελεί επιδίωξη πολλών κυβερνητικών φορέων. Θεωρείται ως αναγνώριση που προάγει τους κοινωνικούς δεσμούς και τονώνει την υπερηφάνεια ενός έθνους. Ωστόσο, οι εγγραφές ξεκίνησαν μετά το 2009 λόγω του προβληματισμού που εξέφραζε η UNESCO για τη δημιουργία μιας τέτοιας λίστας. Ούτως ή άλλως η έννοια της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς είναι πολυσύνθετη όπως ορίζεται από την σχετική *Σύμβαση για την προστασία της*¹³⁶ και είναι υπαρκτός ο κίνδυνος της γενίκευσης και του εθνικού ανταγωνισμού. Η δυναμική παρέμβαση της Γαλλίας, του Μεξικού και του Περού (2009) έθεσε στην άκρη τους προβληματισμούς της Unesco και προώθησε τις υποψηφιότητες σε θέματα εθνικής διατροφής. Έκτοτε πολλές χώρες πλέκουν το αφήγημα της εθνικής τους κουζίνας με συνοδοιπόρους επαγγελματίες του τουρισμού, της γαστρονομίας και των κοινωνικών επιστημών¹³⁷ (Matta, 2016, 341).

Τέλος, η γαστρονομική εκπροσώπηση μιας χώρας μπορεί να ξεκινήσει από την καμπίνα ενός αεροπλάνου. Αρκετές εθνικές αερογραμμές έχουν εντάξει στο ταξιδιωτικό τους μενού γευστικά πιάτα που αντιπροσωπεύουν τη διατροφική κουλτούρα της χώρας προορισμού. Το 2016, το μενού της *Air France* ήταν αποτέλεσμα μαγείρων βραβευμένων με αστέρι Michelin. Ομοίως, οι Ιαπωνικές και Κορεάτικες αερομεταφορές πρόσφεραν στις πτήσεις τους το φαγητό τους με βάση την βιοποικιλότητα και την εποχικότητα των προϊόντων τους (Suntikul, 2017,13).

4.2.2 Εθνικές εκστρατείες γαστρονομικής διπλωματίας

Οι χώρες μέτριας ισχύος ιδιαίτερα από την περιοχή της νότιας και νοτιοανατολικής Ασίας ήταν πρωτοπόρες ως προς την εφαρμογή κυβερνητικών προγραμμάτων με επίκεντρο την διατροφική τους κληρονομιά. Ωστόσο, ανάλογες πρωτοβουλίες ανήκουν και σε μεγάλες

¹³⁶ Σύμβαση για την προστασία της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς. Ανακτήθηκε από: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540> (15 Μαΐου 2020).

¹³⁷ Ελεύθερη μετάφραση της γράφουσας.

δυνάμεις, όπως η Ιαπωνία, οι Η.Π.Α. η Κίνα κ.α. Οι χώρες που προωθούν τέτοιες εκστρατείες εστιάζουν ιδιαίτερα στο σύνθημα και το λογότυπο, τα μηνύματα που θέλουν να μεταφέρουν - υγεία, διαφορετικότητα, εξωτισμός, ανάδειξη του φαγητού ως θεμελιώδες στοιχείο της πολιτιστικής κληρονομιάς, αυθεντικότητα, καλαίσθητη παρουσίαση - και τις στρατηγικές προώθησης προϊόντων και οργάνωσης εκδηλώσεων με παγκόσμια απήχηση (Zhang, 2015, 6 - 10).

Έως τώρα έχει αναφερθεί το πρόγραμμα της κυβέρνησης της Ταϊλάνδης *Global Thai* (2002) ως η πρώτη εφαρμογή γαστρονομικής διπλωματίας και η πλέον επιτυχής. Η χώρα άλλαξε αποφασιστικά την αρνητική εικόνα που είχε εξαιτίας του τουρισμού *αγοραίου έρωτα*. Συνεπής στην προσπάθειά της ανακοίνωσε ένα νέο πρόγραμμα με σύνθημα *Thailand: Kitchen of the World*. Το 2010 έκανε εξαγωγές θαλασσινών και άλλων προϊόντων με κέρδος 191 δισεκατομμύρια δολάρια (Zhang, 2015, 11). Το 2016, από τη σύμπραξη δημόσιων και ιδιωτικών φορέων προέκυψε το εγχείρημα *World Food Valley Thailand*. Η συμφωνία υπογράφηκε υπό την προεδρία του Υπουργού Βιομηχανίας από εκπροσώπους του Εθνικού Οργανισμού Τροφίμων, της Υπηρεσίας μικρομεσαίων επιχειρήσεων, και της Τράπεζας Ανάπτυξης Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων της Ταϊλάνδης. Σκοπός ήταν η προώθηση καινοτόμων διατροφικών πρακτικών σε περιοχή της ταϊλανδέζικης επαρχίας¹³⁸. Παράλληλα, η κυβέρνηση δημιούργησε το λογότυπο *Thai SELECT* προκειμένου να βραβεύει τα ταϊλανδέζικα εστιατόρια εσωτερικού και εξωτερικού πιστοποιώντας την αυθεντικότητα, την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων¹³⁹. Στις αρχές του 2020, παρουσιάστηκε το θέμα *Thai Gastronomy and Food Culture in Thailand – Season 2*. Το τμήμα δημοσίων σχέσεων του Υπουργείου Εξωτερικών διεξήγε συνάντηση στο εστιατόριο/μαγειρική σχολή *Blue Elephant* της Μπανγκόκ, στην οποία παρευρέθηκαν πρέσβεις από ευρωπαϊκές και ασιατικές χώρες όπως και εκπρόσωποι διεθνών οργανισμών¹⁴⁰. Η αδιάλειπτη παρουσία της χώρας σε θέματα τροφίμων μέσω της άσκησης γαστρονομικής διπλωματίας έχει αποφέρει σταθερά οφέλη στον τουρισμό της. Παρά την συνθήκη της πανδημίας COVID - 19, τον Δεκέμβριο του 2020 η Ταϊλάνδη κατείχε

¹³⁸ The Government Public Relations Department. (2016). *World Food Valley Programme* Ανακτήθηκε από: https://thailand.prd.go.th/ewt_news.php?nid=3823&filename=index (17 Νοεμβρίου 2020).

¹³⁹ The Government Public Relations Department. (2019). *Thai SELECT Logo to Promote the Policy of "Thai Kitchen to the World"*. Ανακτήθηκε από: https://thailand.prd.go.th/ewt_news.php?nid=8089&filename=index (17 Νοεμβρίου 2020).

¹⁴⁰ The Government Public Relations Department. (2020). *Thai Gastronomy and Food Culture in Thailand – Season 2*. Ανακτήθηκε από: https://thailand.prd.go.th/ewt_news.php?nid=9017&filename=index (17 Νοεμβρίου 2020).

την πρώτη θέση επιλογής (1^η) στο ασιατικό ταξιδιωτικό κοινό και την τέταρτη (4^η) σε παγκόσμια κλίμακα ως τάση ταξιδιωτικού προορισμού για το 2021¹⁴¹.

Η Κορέα κατά το πρότυπο της Ταϊλάνδης εγκαινίασε τη *διπλωματία του Kimchi*¹⁴². Τον Απρίλιο του 2009, ανακοίνωσε εκστρατεία γαστρονομικής διπλωματίας με σύνθημα *Global Hansik* (hansik < κορεάτικο φαγητό) ή αλλιώς *Korean Cuisine to the World*. Υποστηρίχτηκε από την πρώτη κυρία της χώρας Kim Yoon-ok που τόνισε τη σπουδαιότητα προβολής της κουλτούρας και της ενίσχυσης του εθνικού σήματος (brand), αφού συχνά οι κορεάτικες μάρκες συγγέονταν με ιαπωνικές. Με προϋπολογισμό 44 εκατομμυρίων αμερικάνικων δολαρίων, ο βασικός σκοπός ήταν να διαδοθεί παγκοσμίως το κορεάτικο φαγητό με την ίδρυση σαράντα χιλιάδων εστιατορίων (40.000) στο εξωτερικό ως το 2017 με την προβολή της μοναδικότητας και της υγιεινής του διάστασης. Με την αρωγή του Υπουργείου Γεωργίας της χώρας και τη χορηγία της κορεάτικης εταιρίας τροφίμων *Bibigo*¹⁴³, μία ομάδα νέων από την Κορέα, οι *Bibimbar Backpackers*, ταξίδεψαν σε δεκαπέντε χώρες παρουσιάζοντας ένα αυθεντικό κορεάτικο φαγητό, το *Bibimbar*. Το πρόγραμμα περιελάμβανε την καθιέρωση μαθημάτων κορεάτικης μαγειρικής σε σχολές διεθνούς αναγνώρισης όπως η *Le Cordon Bleu* και το Αμερικανικό Γαστρονομικό Ινστιτούτο. Επιπλέον, επιδιώχθηκε η βράβευση εστιατορίων και η πιστοποίηση αυθεντικότητας των πιάτων. Το 2013 το *Kimchi* εγγράφηκε στη λίστα της UNESCO¹⁴⁴, ενώ καίριας σημασίας στην προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, θεωρείται η προσφορά του Κέντρου Κορεάτικου Πολιτισμού¹⁴⁵ που εδρεύει στο Los Angeles και διευθύνεται από το Υπουργείο Πολιτισμού, Αθλητισμού και Τουρισμού της Κορέας. Η προσπάθεια συμπληρώθηκε ενεργά από την κορεάτικη διασπορά με την επινόηση του *Korean taco* και την ευρεία αποδοχή του από το κοινό. Ήταν μια επιτυχής διενέργεια ανεπίσημης διπλωματίας από πολίτες προς πολίτες. Πάνω σε αυτό, η τοποθέτηση του Rockower είναι ότι η πιο αποτελεσματική πρακτική γαστρονομικής εκστρατείας είναι ο συγκερασμός επίσημης και ανεπίσημης πολιτικής. Στη διάρκεια της διετίας 2009 - 2011, το ενδιαφέρον για το κορεάτικο φαγητό στην Νέα Υόρκη αυξήθηκε ποσοστιαία από 9% σε 31% (Suntikul, 2017, 6, Zhang, 2015, 12, Chapple - Sokol, 2013, 175 - 176, Rockower, 2 - 12, 239 - 240).

¹⁴¹ The Government Public Relations Department. (2020). News Room. Ανακτήθηκε από: <https://thailand.prd.go.th/main.php?filename=index> (17 Νοεμβρίου 2020).

¹⁴² Rushford, G. (2003). *Kimchi Diplomacy*. The Rushford Report Archives. Ανακτήθηκε από: http://www.rushfordreport.com/2003/4_2003_Publius.htm (17 Νοεμβρίου 2020).

¹⁴³ Η εταιρεία διαθέτει προϊόντα με τα οποία μπορεί κανείς να μαγειρέψει σπιτικό κορεάτικο φαγητό.

¹⁴⁴ UNESCO. *Kimjang, making and sharing kimchi in the Republic of Korea*. Ανακτήθηκε από: <https://ich.unesco.org/en/RL/kimjang-making-and-sharing-kimchi-in-the-republic-of-korea-00881#diaporama> (17 Νοεμβρίου 2020).

¹⁴⁵ Korean Cultural Center. Ανακτήθηκε από: <https://www.kccla.org/kfood/> (17 Νοεμβρίου 2020).

Το 2010 η πρακτική της γαστρονομικής διπλωματίας τέθηκε σε προτεραιότητα από την κυβέρνηση της Ταϊβάν. Με την ένθερμη στήριξη του πρωθυπουργού της Ma Ying-jeo διατέθηκαν 34,2 δισεκατομμύρια αμερικανικά δολάρια στην εκστρατεία *All in Good Taste: Savor the Flavors of Taiwan* με τετραετή ορίζοντα. Πρόκειται για την αποκαλούμενη *dim-sum διπλωματία*. Η ιστοσελίδα της καμπάνιας ήταν διαθέσιμη σε εννέα γλώσσες. Κύριοι άξονες της προβολής της ήταν η βιοποικιλότητα, ο εξωτισμός και στοιχεία της εθνικής κουλτούρας με προτεραιότητα την εναρμόνιση με τη φύση. Όπως οι προαναφερθείσες χώρες, έτσι και η Ταϊβάν αύξησε τον αριθμό των εστιατορίων της στο εξωτερικό, τα εκπαιδευτικά προγράμματα και αξιοποίησε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για την προβολή της (προγράμματα σε CNN, BBC, Netflix). Ακόμα, ο δημοφιλής σεφ Hou Chun-sheng ταξίδεψε στην Αμερική για να προωθήσει το ταϊβανέζικο φαγητό και κυρίως την σούπα *Beef Noodle*. Με ποικίλες γαστρονομικές παρουσιάσεις σε αμερικανικές εταιρίες, καταστήματα και γκαλερί προσέγγισε γαστρονομικά πολυπληθείς ομάδες επαγγελματιών. Η καινοτομία του αλμυρού καφέ (85°C Bakery Café) και τα ψωμάκια με μελάνι σουπιάς προωθήθηκαν με επιτυχία από ιδιώτες. Σήμερα, πάνω από διακόσια ταϊβανέζικα εστιατόρια έχουν βραβευτεί με αστέρι Michelin¹⁴⁶. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση της Υπηρεσίας Τουρισμού για το 2019, το 72% του εισερχόμενου τουρισμού δήλωσε ότι το φαγητό ήταν το κύριο κίνητρο επίσκεψης¹⁴⁷. Ωστόσο, προβληματίζει ακόμα η διασαφήνιση της εθνικής ταυτότητας και ο διαχωρισμός της ταϊβανέζικης από την κινέζικη κουλτούρα (Suntikul, 2017, 6, Zhang, 2015, 12, Chapple - Sokol, 2013, 176, Rockower, 2012, 240 - 241).

Παρόμοια περίπτωση αλλά με πιο δυναμική στρατηγική, αποτελεί η Μαλαισία. Από το 2006 είχε επιχειρήσει την προώθηση φαγητού χαλάλ στον ισλαμικό κόσμο, ενώ το 2010 ξεκίνησε την εκστρατεία *Malaysian Kitchen for the world* με την υποστήριξη της Εταιρείας Ανάπτυξης Εξωτερικού Εμπορίου της Μαλαισίας και του Υπουργείου Εξωτερικών. Με βασικό άξονα τη βιοποικιλότητα, έθεσε προτεραιότητα να προσεγγίσει το κοινό των Η.Π.Α. και της Αγγλίας. Χρησιμοποίησε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αξιοποίησε επαγγελματίες της γαστρονομίας και διάσημες προσωπικότητες σε όλα τα επίπεδα (διαδίκτυο, σεμινάρια, διαγωνισμοί). Η καινοτομία της ήταν ότι καθιέρωσε τις *νυχτερινές αγορές* σε δημοφιλή σημεία του κόσμου, όπως στην λονδρέζικη πλατεία *Trafalgar* (Zhang, 2015, 15, 16, Rockower, 2012, 242).

¹⁴⁶ Michelin Guide Taiwan. Ανακτήθηκε από: <https://guide.michelin.com/tw/en/restaurants> (17 Νοεμβρίου 2020).

¹⁴⁷ Annual Survey Report (2019). Ανακτήθηκε από: <https://admin.taiwan.net.tw/Handlers/FileHandler.ashx?fid=22945a76-2a26-41c6-824e-fa1a12593eb8&type=4&no=1> (17 Νοεμβρίου 2020).

Το Περού ήταν η πρώτη μη ασιατική χώρα που εφάρμοσε σχέδιο δημόσιας διπλωματίας με όχημα τη διατροφική κληρονομιά. Το 2006 η κυβέρνηση της χώρας έθεσε στόχο να βελτιώσει την εθνική εικόνα και να γνωστοποιήσει παγκοσμίως την περουβιανή κουλτούρα. Η εκστρατεία της με σύνθημα *Cocina Peruana del Mundo* διοργανώθηκε από τα Υπουργεία Πολιτισμού και Εξωτερικής Πολιτικής. Καταλυτική ήταν η συνδρομή της *Περουβιανής Γαστρονομικής Κοινότητας (APEGA)* και των επαγγελματιών του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα καθώς και η εμπλοκή διάσημων προσωπικοτήτων όπως ο Anthony Bourdain. Οι συνεργασίες επεκτάθηκαν σε πανεπιστημιακά - ερευνητικά πεδία, σε διεθνοποιημένα εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδόσεις βιβλίων. Δόθηκε έμφαση στην βιοποικιλότητα, την αυθεντικότητα και την εποχικότητα των προϊόντων. Μέσω του ετήσιου γαστρονομικού φεστιβάλ *Mistura* με παγκόσμια απήχηση¹⁴⁸, προβλήθηκε με επιτυχία η συναισθηματική σύνδεση με τη φύση και γενικά το μεγαλείο της περουβιανής κουλτούρας. Επιπλέον, η εγγραφή της περουβιανής κουζίνας στην λίστα της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Unesco ήταν μία ισχυρή επιδίωξη εξαρχής. Ωστόσο, η αίτηση απορρίφθηκε καθώς θεωρήθηκε ότι η εκστρατεία συνδεόταν με το μάρκετινγκ της βιομηχανίας τροφίμων και όχι με την διατροφική πολιτιστική κληρονομιά. Από το 2017 η διοργάνωση του φεστιβάλ *Mistura*¹⁴⁹ αντιμετωπίζει προβλήματα (Suntikul, 2017, 6, Matta, 2016, 349, Zhang, 2015, 10, 12, 15 - 17, Rockower, 2012, 243).

Από ανάλογες κινήσεις γαστρονομικής διπλωματίας που έχουν επιχειρήσει μεγάλες δυνάμεις, αξίζει να σταθούμε στην περίπτωση της Γαλλίας αφού ήταν η πρώτη χώρα που επέτυχε την εγγραφή της στη λίστα της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς με διατροφικό θέμα *Gastronomic meal of the French* (2010). Το 2013 ανακοίνωσε την κυβερνητική πρωτοβουλία *Network of Cities of Gastronomy* ενθαρρύνοντας καινοτόμες δράσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα σε διάφορα σημεία με βάση τη διατροφική τους κληρονομιά (Suntikul, 2015, 6 - 7).

Από τα παραπάνω διαπιστώνεται ότι οι γαστρονομικές εκστρατείες οργανώθηκαν με κυβερνητική πρωτοβουλία, συγκεκριμένη στοχοθεσία και στήριξη ιδιωτών. Παρά ταύτα, η αποτελεσματικότητά τους δεν ήταν δεδομένη καθώς σε αρκετές περιπτώσεις προβλήματα στην εθνική ταυτότητα δημιούργησαν σύγχυση στην οικοδόμηση μιας σαφούς εθνικής

¹⁴⁸ Έχουν φιλοξενηθεί διακεκριμένοι σεφ όπως οι Alain Ducasse, Ferran Adrià και Rene Redzepi. Εκτός από την επίσημη ιστοσελίδα του φεστιβάλ, δημιουργήθηκε εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα (Zhang, 2015, 15, 16).

¹⁴⁹ Peruvian Food & Drinks News (2020). Ανακτήθηκε από: <https://www.perutelegraph.com/news/peruvian-food-drinks/mistura-2019> (20 Νοεμβρίου 2020).

εικόνας. Γίνεται αντιληπτό ότι είναι πολύ λεπτές οι ισορροπίες ανάμεσα στις πολιτικοοικονομικές και πολιτιστικές δυνάμεις. Η κάθε χώρα οφείλει να τις διαχειριστεί με σύνεση και ενάργεια ώστε να συνειδητοποιήσει και να εκτιμήσει αρχικά η ίδια το νόημα της διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς της. Κατά αυτόν τον τρόπο, θα είναι σε θέση να τη χρησιμοποιήσει με αξιώσεις ως πόλο έλξης τουριστών.

4.3 Γαστρονομική διπλωματία και τουρισμός: Η περίπτωση της Ελλάδας

Έχει διαφανεί ότι ο τουρισμός είναι ένα πολυπαραγοντικό φαινόμενο που απαιτεί τη διερεύνηση προϋποθέσεων, αναγκών, επιπτώσεων και θεμάτων σχεδιασμού και συντονισμού, ώστε να αξιοποιηθεί σε όλο του το εύρος. Στην Ελλάδα, τόσο σε επίπεδο δημοσίων όσο και ιδιωτικών φορέων οι προσπάθειες για την τουριστική ανάπτυξη υπήρξαν αποσπασματικές και χωρίς επαρκή συντονισμό (Σιγάλα, Χρήστου, 2014, 195). Αν λάβει κανείς υπόψη τα παραδείγματα χωρών που εφάρμοσαν συντονισμένα προγράμματα γαστρονομικής διπλωματίας (εθνικές εκστρατείες) προκύπτει ότι δεν έχει επιχειρηθεί κάτι αντίστοιχο στην Ελλάδα.

Ωστόσο, για να τεθεί το θέμα στη σωστή βάση χρειάζεται να ελεγχθεί εάν και σε ποιο βαθμό η Ελλάδα αξιοποιεί τη Δημόσια και κατ' επέκταση την Πολιτιστική - Γαστρονομική διπλωματία για την τουριστική προβολή και ανάπτυξή της. Επίσης, ο προβληματισμός στρέφεται στο αν η χώρα έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα ισχυρό Εθνικό Σήμα (brand) αξιόπιστο (*credible*), πιστευτό (*believable*) και διαφορετικό (*different*), ώστε με ξεκάθαρη την εθνική - πολιτιστική της ταυτότητα να έχει αξιώσεις στην παγκόσμια ανταγωνιστική αρένα (Dinnie, 2015, 42).

Ο Βασιλειάδης συμπυκνώνει πολύ εύστοχα το νόημα τέτοιων επιδιώξεων: Στην πράξη τα κράτη εφαρμόζουν διάφορες μεθόδους στη διαδικασία του *nation branding* που τα αφορά, και η δημόσια διπλωματία είναι η συνηθέστερη. Η δημόσια διπλωματία αναφέρεται στον πολιτικό σχεδιασμό και την προώθηση πληροφοριών, καθώς και πολιτιστικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων από ένα κράτος – κατά κύριο λόγο – προς άλλα, με απώτερο στόχο την άσκηση επιρροής στην κοινή γνώμη άλλων κρατών και κατ' επέκταση και στους πολιτικούς αξιωματούχους αυτών στην άσκηση της εξωτερικής πολιτικής των χωρών τους. Σημαντικό ρόλο μπορεί να διαδραματίσει και η κοινωνία των πολιτών σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Η εικόνα και η φήμη της χώρας σε επίπεδο πολιτών άλλων χωρών έχει μεγάλη σημασία, επειδή

μπορεί να λειτουργήσει ελκυστικά τόσο στο οικονομικό (εμπόριο, επενδύσεις) όσο και στο πολιτιστικό πεδίο (υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά). Ο τομέας του τουρισμού συνδέεται ποικιλοτρόπως και με τα δύο πεδία (Βασιλειάδης, 2015, 148).

Στην Ελλάδα, υπεύθυνο για την άσκησης Δημόσιας διπλωματίας είναι το Υπουργείο Εξωτερικών με φορείς την Υπηρεσία Ενημέρωσης και Δημόσιας Διπλωματίας, τη Γενική Γραμματεία Δημόσιας Διπλωματίας, Προξενικών και Θρησκευτικών Υποθέσεων¹⁵⁰, τη Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας¹⁵¹. Συμπληρωματικά συμβάλλουν κρατικοί και μη κρατικοί φορείς όπως το Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού, το Συμβούλιο Απόδημου Ελληνισμού και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Εδιάρογλου, Χριστοφόρου, 69 - 70, 2017). Ενδιαφέρον παρουσιάζει η ίδρυση του Ελληνικού Ινστιτούτου Πολιτιστικής Διπλωματίας τον Μάρτιο του 2017. Πρόκειται για μία *επιστημονική, αστική, μη κυβερνητική εταιρεία μη κερδοσκοπικού σκοπού* που ασχολείται με όλες τις πτυχές της Πολιτιστικής Διπλωματίας μεταξύ των οποίων και της Γαστρονομικής και οι δράσεις της αποβλέπουν στον *επαναπροσδιορισμό της θέσης της Ελλάδας έναντι του εαυτού της και του κόσμου στον οποίον ζει*¹⁵².

Σε συνέχεια της - μέχρι τώρα - ακαδημαϊκής αποτύπωσης του θέματος, τον Ιούνιο του 2020, η Γενική Γραμματεία Δημόσιας Διπλωματίας του ελληνικού Υπουργείου Εξωτερικών ανέλαβε την πρωτοβουλία για την πρώτη διαδικτυακή συζήτηση προκειμένου να εκφραστούν απόψεις και να παρουσιαστούν καλές πρακτικές στην εφαρμογή της δημόσιας διπλωματίας με την προοπτική να επαναλαμβάνεται μία φορά ετησίως. Σε αυτήν κλήθηκαν να συμμετάσχουν οι έγκριτοι καθηγητές Nickolas Cull (University of Southern California) και Στάθης Καλύβας (University of Oxford). Βασικός άξονας της συζήτησης υπήρξε η *διαχείριση της εθνικής εικόνας* και η *μεταστροφή αρνητικών αντιλήψεων* για την Ελλάδα με αφορμή τα θετικά σχόλια που έλαβε η χώρα για τους αρχικούς χειρισμούς έναντι της πανδημίας COVID - 19. Επρόκειτο για ένα σημείο εκκίνησης από ένα θέμα που η Ελλάδα έδειχνε να εξαντλεί σε μεθόδους εμπορικού marketing¹⁵³.

Κύρια σημεία στις εισηγήσεις των ομιλητών αποτέλεσαν η εξωστρέφεια, η συλλογικότητα, η συνέπεια, η ικανότητα της χώρας να αφουγκραστεί τις ανάγκες του κόσμου, η σαφήνεια

¹⁵⁰ Υπουργείο Εξωτερικών. Ανακτήθηκε από: <https://www.mfa.gr/katalogos.html> (25 Οκτωβρίου 2020).

¹⁵¹ Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης & Επικοινωνίας. Ανακτήθηκε από: <https://media.gov.gr/organogramma/> (25 Οκτωβρίου 2020).

¹⁵² Ε.Ι.Δ.Π.. Ανακτήθηκε από: <https://www.hellenicculturaldiplomacy.com/> (5 Ιανουαρίου 2020).

¹⁵³ Public diplomacy Talks. Διαδικτυακή συζήτηση με θέμα: *Turning the Tide: How to reverse a negative image: The case of Greece*. Διαθέσιμο στο <https://pdtalks.dmh.gr/> (11 Οκτωβρίου 2020).

μίας εθνικής ταυτότητας με δυνατότητα υπερεθνικών προεκτάσεων μέσα από την εύρεση κοινών σημείων με άλλες χώρες, ώστε να διευκολύνεται η διαπολιτισμική κατανόηση και η ενασχόληση με προβλήματα παγκόσμιου ενδιαφέροντος (περιβάλλον, μετανάστευση, κ.α.). Ειδικότερα, ο καθηγητής Ν. Cull τόνισε την εθνική αξιοπιστία που οφείλει να κατακτήσει μια χώρα με βάση τις αξίες της και την ισχύ που έχει η παγκόσμια κοινή γνώμη να επηρεάζει κυβερνητικούς σχεδιασμούς. Κατέληξε δε στην πεποίθηση ότι η Ελλάδα διαθέτει τους πόρους για θετική προοπτική, αρκεί να σταχυολογήσει ορισμένα από τα δυνατά της σημεία, να αναζητήσει τις σωστές διεθνείς συνεργασίες, να κατανοήσει τον εαυτό της, να αντιληφθεί την εικόνα που έχουν οι άλλοι για αυτήν, να συνεισφέρει από τη βάση της κοινωνίας στη φήμη της και να θέσει μακροπρόθεσμους στόχους. Ιδιαίτερου ενδιαφέροντος ήταν και η τοποθέτηση του καθηγητού Στ. Καλύβα που επέκρινε τις επιφανειακές αναφορές που γίνονται από τη μεριά της Ελλάδας στην κλασική αρχαιότητα και την προσφορά ψυχαγωγίας. Ο καθηγητής αντιπρότεινε την επαναπροσέγγιση της νεώτερης και σύγχρονης ιστορίας, ώστε να ιδωθεί η χώρα ως ένα νεοσύστατο κράτος και την προβολή της Ελλάδας ως τόπου αλληλεπίδρασης και ανακάλυψης του εαυτού για όσους την επισκέπτονται. Υποστήριξε δηλαδή την αξιοποίηση της κλασικής ιδέας του *μέτρου* σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής - διανοητικές, ατομικές, κοινωνικές - καθώς είναι πανανθρώπινη¹⁵⁴. Αυτή η ιδέα μπορεί κάλλιστα να βρει εφαρμογή στην ισορροπημένη διατροφή που η Ελλάδα μπορεί να υποστηρίξει τόσο με το μοντέλο της Μεσογειακής Διατροφής όσο και με τον πλούτο των προϊόντων που παράγονται με βιολογικό τρόπο. Συμπληρωματικά, μπορούμε να πούμε ότι ο επικείμενος εορτασμός των 200 χρόνων από την εθνική παλιγγενεσία του 1821 είναι ένα εν δυνάμει εφελτήριο για την προβολή της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς συμπεριλαμβανομένης και της διατροφικής.

Παρά την αποσπασματικότητα και την ασυνέχεια των δράσεων για την έλξη ενδιαφέροντος του παγκόσμιου κοινού, τα τελευταία χρόνια και λίγο πριν την εμφάνιση της COVID - 19, επισημάνθηκε η αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού στη χώρα μας . Όμως, από τη στιγμή που το ελληνικό μοντέλο των 3S (sea, sun, sand) έχει παρέλθει ως *εργαλείο τουριστικού marketing* και οι ανάγκες της νέας γενιάς τουριστών έχουν διαφοροποιηθεί κυρίως λόγω της μορφωτικής, επαγγελματικής και οικονομικής καταξίωσης, πλέον το ενδιαφέρον στρέφεται στις διαφορετικές ανάγκες ομάδων επισκεπτών και τη βίωση μίας συνολικής εμπειρίας πολιτισμού. Στην περίπτωση του γαστρονομικού τουρίστα οι αναζητήσεις αφορούν σε

¹⁵⁴ ο.π. Public diplomacy Talks.

καινοτόμες προτάσεις και νέες εμπειρίες μάθησης (Βασιλείου, Μανίτσας & Τσακοπούλου, 2015, 3).

Ήδη από το 2009, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων είχε επισημάνει ότι η γαστρονομία περιλαμβάνει τον συνδυασμό καλού φαγητού με καλό κρασί ή άλλα ποτά και δεν περιορίζεται αποκλειστικά στη μαγειρική, αλλά επεκτείνεται σε μια σειρά προϊόντων και υπηρεσιών (ΣΕΤΕ, 2009, 11). Πράγματι, η απόλαυση φαγητού και ποτού δεν αρκεί. Μία ολοκληρωμένη γαστρονομική εμπειρία πλαισιώνεται από την τουριστική οργάνωση (οργανισμοί προώθησης προορισμών, ταξιδιωτικά γραφεία, operators κ.α.), τους χώρους εστίασης και διαμονής, τα εμπορικά καταστήματα παραδοσιακών τοπικών προϊόντων, τη διενέργεια εκδηλώσεων γαστρονομικού ενδιαφέροντος σε τοπικό επίπεδο, την προσφορά σεμιναρίων γευσιγνωσίας - μαγειρικής, τις σχολές γαστρονομίας, τη δυνατότητα επίσκεψης χώρων παραγωγής και σχετικών μουσείων¹⁵⁵ καθώς και τον σχολαστικό σχεδιασμό πολιτιστικών - γαστρονομικών διαδρομών. Σε αυτήν συνδράμουν ακόμα, τα ΜΜΕ, ενώσεις, επιμελητήρια, κρατικοί φορείς καθώς και οι ίδιοι οι καταναλωτές του τουριστικού προϊόντος (Καλπίδης, 2014, 221, ΣΕΤΕ, 2009, 11, 50). Για αυτό το θέμα είναι ιδιαίτερα κατατοπιστική η τυπολογία της προσφοράς των γαστρονομικών πόρων που έχουν παρουσιάσει οι Μοίρα και Μυλωνόπουλος (2014, 99).

Το διαρκώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για τον γαστρονομικό τουρισμό από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα οδήγησε στη διασταύρωση της αλυσίδας αξίας του τουρισμού με αλυσίδες αξίας ποικίλων κλάδων. Αναζητήθηκαν εναλλακτικοί τρόποι διάθεσης των προϊόντων που υπαγορεύτηκαν από τις έννοιες της τοπικότητας και της αυθεντικότητας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ανάδυση συνεργειών με επιχειρηματίες εστιάτορες / ξενοδόχους. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα της τελευταίας δεκαετίας εγκλώβισε τις μικρές επιχειρήσεις σε διεθνή κανάλια διανομής που δεν στήριζαν την τοπική οικονομία. Ωστόσο, ο γαστρονομικός τουρισμός συνέβαλε στην ανάπτυξη του τουριστικού γίγνεσθαι και στη διαμόρφωση ενός νέου πλαισίου που ευνόησε την ανάπτυξη τοπικών δικτύων (Βασιλείου, Μανίτσας & Τσακοπούλου, 2015, 5, 8, 11). Σε αυτό το σημείο η γαστρονομική διπλωματία κρίνεται σημαντική καθώς, σύμφωνα με τον Ν. Νυφούδη, *μπορεί να γίνει ο δούρειος ίππος μιας νέας Ελλάδας, όταν θα καταφέρει να συνδυάσει τις πολιτικές του Υπουργείου Τουρισμού και του Ε.Ο.Τ., με τις*

¹⁵⁵ Μπορεί να είναι Μουσείο γαστρονομίας στο οποίο προβάλλεται η γαστρονομική κληρονομιά μιας χώρας ή ένα θεματικό Μουσείο φαγητού αφιερωμένο σε ένα συγκεκριμένο τοπικό προϊόν και στην παραγωγή του (π.χ. Μουσείο Ελιάς και Λαδιού στη Σπάρτη, Μουσείο Βιομηχανικής ελαιουργίας στη Λέσβο), (Μοίρα, Μυλωνόπουλος 2014, 96, 97).

δυνατότητες των Συνεταιρισμών οι οποίοι σε συνεργασία με τα Επιμελητήρια και όλους εμάς που δραστηριοποιούμαστε στο χώρο σε αγορές εξωτερικού θα προσφέρουμε ένα αυθεντικό ελληνικό προϊόν¹⁵⁶.

4.3.1 Πρότυπα πιστοποίησης ποιότητας

Πιστοποίηση προϊόντων

Η αναγνώριση ελληνικών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων από τα συστήματα ποιότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προστατευόμενων για την ονομασία προέλευσης (Π.Ο.Π), τη γεωγραφική ένδειξη (Π.Γ.Ε.) και την ιδιότητα τους (Ε.Π.Ι.Π.) έχει θετικό αντίκτυπο τόσο στους παραγωγούς, όσο και στους καταναλωτές. Επιπλέον, δίνεται η ευκαιρία να συνδεθεί ο τρόπος παραγωγής με την παραδοσιακή τεχνογνωσία που συνοδεύει τα αγαθά. Παράλληλα, προστέθηκαν και άλλα σχήματα ποιότητας, όπως οι προαιρετικές ενδείξεις *Προϊόν ορεινής παραγωγής*, *Προϊόν νησιωτικής γεωργίας* κ.λ.π.¹⁵⁷ Ανάλογα, τα κρασιά προστατεύονται με την ένδειξη *Ονομασία Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας* (Ο.Π.Α.Π.)¹⁵⁸. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το πρόσφατο ευρωπαϊκό σήμα πιστοποίησης AFQ (Activity FoodOxys Quality), μια ελληνική καινοτομία από τη spin-off εταιρεία του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, *FoodOxys*. Το σήμα πιστοποίησης AFQ εισάγει ένα καινοτόμο σύστημα βαθμολόγησης και κατάταξης της ποιότητας αγροτικών προϊόντων από όλο τον κόσμο¹⁵⁹. Ωστόσο, εάν θέλουμε να μιλάμε με όρους διπλωματίας της γαστρονομίας είναι σημαντικό να επιδιώκουμε την επικαιροποίηση των πιστοποιήσεων.

Greek cuisine

Από το 2002, χορηγούνταν σε επιχειρήσεις εστίασης το Σήμα της Ελληνικής Γαστρονομίας σύμφωνα με τις διατάξεις της Τ. 4333/2001 απόφασης του Υπουργού Ανάπτυξης (Β'1097), οι οποίες έχουν καταργηθεί. Το πρότυπο πιστοποίησης *Greek cuisine* επικαιροποιήθηκε τον Μάιο του 2019, καθώς ενισχύθηκε η σημασία του από τον νέο Νόμο για τον τουρισμό

¹⁵⁶ Νυφούδης, Ν. (2015). *Γαστρονομική διπλωματία. Gr(eat)!*. Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/GdiplGreat> (5 Νοεμβρίου 2020).

¹⁵⁷ Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. [ΠΟΠ-ΠΓΕ -Εγγυημένα Παραδοσιακά Ιδιότυπα Προϊόντα \(ΕΠΙΠ\)](#). Ανακτήθηκε στις 20 Ιουλίου 2020.

¹⁵⁸ Οίνοι Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π): <https://winestory.gr/oinoi-pop-proelefsis/> Ανακτήθηκε στις 21 Ιουλίου 2020.

¹⁵⁹ FoodOxys: <https://www.foodoxys.com/afq/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-afq/> Ανακτήθηκε στις 27 Δεκεμβρίου 2020.

γαστρονομίας¹⁶⁰. Φορέας πιστοποίησης είναι το Υπουργείο Τουρισμού. Το *Ειδικό Σήμα Ποιότητας της Ελληνικής Κουζίνας* παρέχεται σε επιχειρήσεις που επιθυμούν να ενταχθούν στο δίκτυο της *Ελληνικής Κουζίνας* μετά από έλεγχο ορισμένων κριτηρίων που κυρίως άπτονται θεμάτων υγιεινής, ποιότητας, ασφάλειας χώρου και αγαθών, χρήσης τοπικών και Π.Ο.Π. προϊόντων και συνολικής παροχής υπηρεσιών¹⁶¹.

Aegean cuisine

Η πρωτοβουλία *Aegean cuisine* (2009) στηρίχθηκε στην ιδιαιτερότητα της αιγαιοπελαγίτικης οιογαστρονομίας. Από τον πολυποίκιλο χαρακτήρα του γαστρονομικού χάρτη των νησιών αναδύθηκε η ανάγκη να τονιστεί η μοναδικότητα του κάθε νησιού. Έτσι, οι στόχοι συνδέθηκαν με την προώθηση και ανάδειξη των τοπικά παραγόμενων προϊόντων στην εγχώρια και τη διεθνή αγορά και κατ' επέκταση με την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού των νησιών. Σταδιακά, έλαβαν το σήμα ποιότητας *Aegean cuisine* 196 επιχειρήσεις του κλάδου της μαζικής εστίασης από 28 νησιά των Νομών Κυκλάδων και Δωδεκανήσου. Τα μέλη πληρούν ορισμένα κριτήρια που αποτελούν τα εχέγγυα της ιδιαίτερης γαστρονομικής ταυτότητας του Αιγαίου και της ποιότητας των προϊόντων, των αγαθών ή των προσφερόμενων υπηρεσιών με έμφαση στο συναίσθημα και την βίωση της γευστικής εμπειρίας. Η ενεργός συμμετοχή στις δράσεις της *Aegean cuisine* προσφέρει στα μέλη της επικοινωνιακά και εμπορικά πλεονεκτήματα. Η μελλοντική στόχευση αφορά στην ένταξη επιχειρήσεων εστίασης, παραγωγών, εργαστηρίων μεταποίησης και εμπορικών καταστημάτων τοπικών παραδοσιακών τροφίμων, οίνων και ποτών από τα νησιά της Περιφέρειας του Βόρειου Αιγαίου, χωρίς να αποκλείονται και μη νησιωτικές περιοχές¹⁶².

Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας (Cretan cuisine)

Το 2009, η Αγροδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης με βασικό εταίρο την Περιφέρεια Κρήτης και με την παράλληλη συμμετοχή ιδιωτικών εταιρειών, επιμελητηρίων, παραγωγών και ενώσεις αγροτικών συνεταιρισμών με εμπιστοσύνη στο ευρέως

¹⁶⁰ Νόμος 4582/2018 - ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018 (Κωδικοποιημένος):

<https://www.e-nomothesia.gr/kat-tourismos/nomos-4582-2018-phek-208a-11-12-2018.html> Ανακτήθηκε στις 20 Ιουλίου 2020.

¹⁶¹ Υπουργείο Τουρισμού: <https://mintour.gov.gr/to-ypourgeio-toyris moy-dimioyrgise-neo-logotypo-gia-to-eidiko-sima-poiotitas-ellinikis-koyzinasthespizontas-epibleon-kritiria-gia-ti-chorigisi-toy-2/> Ανακτήθηκε στις 20 Ιουλίου 2020.

¹⁶² *Aegean cuisine*. Ανακτήθηκε από: <http://www.aegeancuisine.gr/> (20 Ιουλίου 2020).

αναγνωρισμένο Κρητικό Διατροφικό Πρότυπο, προχώρησαν στην πιστοποίηση ποιότητας τοπικών προϊόντων προκειμένου να αυξηθεί η αναγνωρισιμότητα της κρητικής παράδοσης στον τομέα της διατροφής και να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη σε αυτήν τόσο από τον γηγενή πληθυσμό, όσο και από τους επισκέπτες του νησιού. Το σήμα *Κρήτη* δημιουργεί ένα ασφαλές και ισχυρό πλαίσιο για προϊόντα και υπηρεσίες. Με αυτόν τον τρόπο προκύπτουν οφέλη για την διάθεση, διαφοροποίηση και προβολή τους και συγχρόνως διευκολύνεται η ενσωμάτωση των πιστοποιημένων αγροτικών προϊόντων στις τουριστικές υπηρεσίες και η διασύνδεση της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό¹⁶³.

Μακεδονική κουζίνα

Η πρωτοβουλία της *Μακεδονικής Κουζίνας* αποτελεί ενδιαφέρουσα περίπτωση μιας και η περιοχή υπήρξε ανά τη διαχρονία το σταυροδρόμι πολλών πολιτισμών. Η γαστρονομική παλέτα περιλαμβάνει στοιχεία της αρμενικής, βλάχικης, εβραϊκής, μικρασιάτικης, ποντιακής και σαρακατσάνικης κουζίνας. Το εγχείρημα ανήκει στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και συνδέει άρρηκτα τον τομέα της Αγροδιατροφής με τον τομέα Τουρισμού της Περιφέρειας. Το σήμα πιστοποίησης *Μακεδονική κουζίνα* παρέχεται σε επιχειρήσεις έπειτα από έλεγχο συμβατότητας με τα κριτήρια της ποιότητας τοπικών πρώτων υλών και της χρήσης παραδοσιακών μεθόδων προετοιμασίας¹⁶⁴.

Ελληνικό Πρωινό / Greek Breakfast

Το *Ελληνικό Πρωινό*¹⁶⁵ (2010) αποτελεί πρωτοβουλία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.) σε μία προσπάθεια προσέγγισης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων με τους τοπικούς παραγωγούς. Μέσω του προγράμματος, η τοπική κοινωνία αναλαμβάνει σημαντικό ρόλο καθώς μετά από συνεργασία με απεσταλμένο του Ξ.Ε.Ε. προκύπτει ένα πρότυπο ελληνικό πρωινό με τοπικά και αυθεντικά προϊόντα της περιοχής ενδιαφέροντος (Βασιλείου, Μανίτσας & Τσακοπούλου, 2015, 13). Η σύνδεση του προγράμματος με την *Ελληνική Κουζίνα* και την *Μεσογειακή Διατροφή* το καθιστά ένα από τα εργαλεία της γαστρονομικής διπλωματίας της χώρας. Στα προαπαιτούμενα για την κατοχή του σήματος πιστοποίησης

¹⁶³ Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας. Ανακτήθηκε από: <http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?lang=el> (20 Ιουλίου 2020).

¹⁶⁴ Μακεδονική Κουζίνα. Ανακτήθηκε από: https://www.macedoniancuisine-pkm.gr/?page_id=2367 (20 Ιουλίου 2020).

¹⁶⁵ Ελληνικό Πρωινό. Ανακτήθηκε από: <https://www.greekbreakfast.gr/elliniko-proino/> (20 Ιουλίου 2020).

αναφέρεται ρητά η χρήση ποιοτικών τοπικών πρώτων υλών και συνταγών σε ποσοστό τουλάχιστον 50%. Δίνεται έμφαση σε προϊόντα Π.Ο.Π., Π.Γ.Ε. και Ε.Π.Ι.Π. Τα κοινωνικοοικονομικά οφέλη που προκύπτουν, αφορούν όλους τους συμμετέχοντες στην αλυσίδα αξίας (αγρότες, παραγωγοί, ξενοδόχοι, μάγειρες, έμποροι, τοπική αυτοδιοίκηση). Σήμερα, 837 ξενοδοχεία σε όλη τη Ελλάδα σερβίρουν *Ελληνικό Πρωινό* (Kyriakaki, Zagkotsi & Trihas, 2016, 237 - 239).

We do local

Το *We do local* συστήνεται ως ένα καινοτόμο *brand* φιλοξενίας που ακολουθεί τις παγκόσμιες τάσεις (*Τοπικότητας, Αυθεντικότητας, Νέων Εμπειριών & Γαστρονομίας*). Πρόκειται δηλαδή για ένα σήμα πιστοποίησης της εντοπιότητας και της αυθεντικότητας που αποτελούν και τη βασική φιλοσοφία του. Απευθύνεται σε τουριστικές επιχειρήσεις (καταλύματα κάθε είδους και πλοία) με κριτήρια επιλογής που διαφοροποιούνται ανάλογα με τον τύπο της επιχείρησης. Συνοπτικά, τα κριτήρια μπορεί να είναι κοινωνικά / εργασιακά, να αφορούν άδειες, διακρίσεις και υποδομές, το περιβάλλον, τον τοπικό πολιτισμό και τη γαστρονομία. Η επιδίωξη του *We do local* είναι η ανάδειξη της ταυτότητας ενός τόπου, η τόνωση της τοπικής οικονομίας αλλά και η προβολή της τοπικής κουζίνας και της εν γένει πολιτιστικής κληρονομιάς στους επισκέπτες. Για την διαδικασία πιστοποίησης προϊόντων και υπηρεσιών, η *Τοπική Παραγωγή και Φιλοξενία ΑΕ* συνεργάζεται με τις εταιρείες πιστοποιήσεων *Cosmocert A.E., Tuv Austria Hellas, Tuv Nord Hellas, Letrina* και την εταιρεία *Local Food Experts sce*¹⁶⁶.

MedDiet

Το 2015, το Επιμελητήριο Μεσσηνίας με τη σύμπραξη έξι μεσογειακών χωρών (Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία, Αίγυπτο, Λίβανο και Τυνησία) ανέλαβε την πρωτοβουλία να δημιουργήσει το *Σήμα Ποιότητας Μεσογειακής Διατροφής MedDiet* με την επιδίωξη αυτό να αποδίδεται σε εστιατόρια που προωθούν ή σκοπεύουν να συνδεθούν με την Μεσογειακή Διατροφή. Είναι κατοχυρωμένο από την Ευρωπαϊκή Ένωση και φιλοδοξεί να εξαπλωθεί σταδιακά και εκτός της περιοχής της Μεσογείου. Απώτερος στόχος ήταν η αναγνώριση, η προβολή και η επιβράβευση εστιατορίων που στηρίζουν την μεσογειακή διατροφική κουλτούρα. Τα προσφερόμενα οφέλη εστιάζουν στην αύξηση της κατανάλωσης τοπικών προϊόντων σε εθνικό και διεθνές επίπεδο με

¹⁶⁶ We do local. Ανακτήθηκε από: <http://www.wedolocal.gr/gr> (20 Ιουλίου 2020).

επακόλουθο την τόνωση της τοπικής οικονομίας, την ανάπτυξη του τουριστικού κεφαλαίου και την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς. Στα προαπαιτούμενα για την απόδοση του σήματος ποιότητας *MedDiet* περιλαμβάνονται η συμβατότητα του εδεσματολογίου με την πυραμίδα της Μεσογειακής Διατροφής και τα βασικά χαρακτηριστικά της όπως είναι η εποχικότητα των προϊόντων, η προώθηση του μεσογειακού μοντέλου διατροφής και η διάθεση παραδοσιακών προϊόντων¹⁶⁷.

Greek Taste Beyond Borders (GTBB)

Πρόκειται για έναν νεοϊδρυθέντα οργανισμό ιδιωτικών συμφερόντων με εξωστρεφή χαρακτήρα. Εδρεύει στο Ηνωμένο Βασίλειο. Αν και το σύμβολό του, η χρυσή σπείρα, είναι εμπνευσμένο από την αρχαία Ελλάδα, το όραμά του είναι η διάδοση της ελληνικής γεύσης και του πολιτισμού με σύγχρονο τρόπο. Έχει εισαγάγει τίτλους που είναι παγκοσμίως κατοχυρωμένοι και αποδίδονται κατόπιν διαδικασίας πιστοποίησης και τυπικών ελέγχων σε εταιρίες εξαγωγής κορυφαίας ποιότητας ελληνικών προϊόντων και σε εξέχοντα πρόσωπα από το χώρο της γαστρονομίας (Chefs). Ο τίτλος *Πρεσβευτής της Ελληνικής Γαστρονομίας - Ambassador for Greek Gastronomy*[®] υποδηλώνει το υψηλό κύρος ενός Έλληνα Chef, ενώ παράλληλα του προσφέρει ευκαιρίες να αναπτυχθεί γαστρονομικά πέρα από τα σύνορα της χώρας διαδίδοντας την ελληνική διατροφική κουλτούρα. Άλλες πιστοποιήσεις αφορούν την ελληνική γεύση και τη γεύση της παγκόσμιας γαστρονομίας (*Ambassador of Greek Taste*[®] και *Ambassadors of Taste for the Global Gastronomy*[®]). Επιπλέον, το σήμα για την πιστοποίηση της αυθεντικότητας της γεύσης (*Authentic Taste of Greece*[®], 2019) απευθύνεται σε παραγωγούς, εστιατόρια, τουριστικά θέρετρα. Το 2018 το *GTBB* διοργάνωσε το πρώτο παγκόσμιο συνέδριο ελληνικής γαστρονομίας υπό την αιγίδα του Υπουργείου Πολιτισμού και του Δήμου Αθηναίων, ενώ το επόμενο θα πραγματοποιηθεί το 2021 λόγω των ειδικών συνθηκών που επικρατούν λόγω της COVID - 19¹⁶⁸.

4.3.2 Δράσεις για τη διάδοση της ελληνικής γαστρονομικής κληρονομιάς

Γαστρονομικές εκδηλώσεις

¹⁶⁷ Σήμα Ποιότητας Μεσογειακής Διατροφής (MedDiet) για εστιατόρια. Ανακτήθηκε από: <https://www.uhc.gr/sites/default/files/MedDiet.pdf> (20 Ιουλίου 2020).

¹⁶⁸ GTBB. Ανακτήθηκε από: <https://www.greektastebeyondborders.com/about/> (19 Νοεμβρίου 2020).

Στην Ελλάδα συνηθίζονται κατά παράδοση οι γιορτές που αφιερώνονται σε ένα ιδιαίτερο τοπικό προϊόν (γιορτή του ούζου, της σαρδέλας, του κάστανου, του σύκου κ.ο.κ.). Αυτές οι γιορτές συχνά παραμένουν στα στενά όρια του τόπου τους ή έστω στις προτιμήσεις εγχώριων επισκεπτών. Παράδειγμα μετεξέλιξης με όρους εξωστρέφειας αποτελεί το *Lesvos Food Fest* που από το 2017 οι δράσεις του αποσκοπούν στην προβολή τοπικών προϊόντων και παραγωγών, τη σύνδεσή τους με τους επαγγελματίες εστίασης, την ανάδειξη της γαστρονομικής παράδοσης και τον εμπλουτισμό της με νέες τάσεις στη γαστρονομία, τη δημιουργία γαστριμαργικής εμπειρίας στον επισκέπτη και την εκπαίδευση - επιμόρφωση από ειδικούς σε θέματα γαστρονομίας¹⁶⁹. Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια, ορισμένες εκδηλώσεις γαστρονομίας διοργανώνονται από φορείς του Υπουργείου Τουρισμού, της τοπικής αυτοδιοίκησης αλλά και με ιδιωτική πρωτοβουλία. Διακρίνονται για τον διεθνή, καινοτόμο χαρακτήρα τους (Athens street food festival, Meet Market, Corfu Food & Wine Festival Chocolate fest, Burger Fest) και τον εκπαιδευτικό προσανατολισμό τους (BeFoot Festival-Beverage Food & Tourism Festival) ελκύοντας το ενδιαφέρον των *foodies* επισκεπτών και όχι μόνο¹⁷⁰. Επιπλέον, ο *Χάρτης των Γεύσεων*, η σημαντικότερη οινική εκδήλωση της Βόρειας Ελλάδας, διοργανώνεται από το 2003. Απευθύνεται σε καταναλωτές και επαγγελματίες του κλάδου από την Ελλάδα και το εξωτερικό διατηρώντας το ενδιαφέρον για την οινική παραγωγή και ενισχύοντας τη δράση του στην διάδοση της *παιδείας του κρασιού και της γευστικής εμπειρίας*¹⁷¹. Ο διεθνής διαγωνισμός Οίνου και Αποσταγμάτων Θεσσαλονίκης συνιστά κορυφαίο γεγονός και πόλο έλξης για τον οινικό κόσμο από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Τέλος, επισημαίνεται ως απαραίτητη η συνεπής παρουσία αποστολών με ελληνικά προϊόντα στις μεγάλες διεθνείς εκθέσεις τουρισμού αλλά και η διοργάνωσή τους εντός των ελληνικών συνόρων.

Προοπτική επενδύσεων: Food Hall

Τον Νοέμβριο του 2019 ανακοινώθηκε από την Φιλεκπαιδευτική Εταιρεία και την εταιρεία *LEGENDARY FOOD* σε συνέντευξη Τύπου η Συμφωνία και το Πρόγραμμα Αξιοποίησης του Αρσακείου Μεγάρου με τη δημιουργία του πρώτου ελληνικού *Food Hall* κατά το ιταλικό

¹⁶⁹ Lesvos Food Fest. Ανακτήθηκε από: <https://lesvosfoodfest.com/about/> (21 Ιουλίου 2020).

¹⁷⁰ All about festivals. Ανακτήθηκε από: <https://www.allaboutfestivals.gr/categories/gastronomia/> (21 Ιουλίου 2020).

¹⁷¹ Χάρτης των Γεύσεων: <https://www.mapofflavours.gr/el/content/The-wine-show.1/> (21 Ιουλίου 2020).

πρότυπο του *Eataly*¹⁷². Απώτερος σκοπός είναι η προβολή και διάθεση των ελληνικών μεσογειακών προϊόντων είτε σε καταναλωτές που θα περιδιαβαίνουν με φυσική παρουσία την αγορά, είτε μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου. Αναμένεται να στηρίξει τους επαγγελματίες της εγχώριας πρωτογενούς παραγωγής και να γίνει πόλος έλξης για επισκέπτες με πάθος για το φαγητό. Με την αναδιαμόρφωση των Στοών του Βιβλίου, Ορφέως και του Αιθρίου Αρσακείου, θα προκύψει ένας πολυχώρος με καταστήματα πώλησης, εστιατόρια και μαγαζιά *fine fast food* με γνώμονα την προώθηση και ανάδειξη της μεσογειακής διατροφής. Προβλέπονται εκπαιδευτικές - πολιτιστικές δράσεις, όπως εργαστήρια για τη γευσισγνωσία ελαιόλαδου και κρασιού, μαθήματα από καταξιωμένους σεφ σε μικρά παιδιά και θεματικές συζητήσεις γύρω από την ελληνική διατροφή. Σε δεύτερο χρόνο θα επιδιωχθεί το Food Hall να ενισχύσει την εξωστρέφειά του με τη δημιουργία ανάλογων πολυχώρων σε Λονδίνο, Τόκυο κ.α.¹⁷³

Εθνικό Ευρετήριο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς - Κατάλογος Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας της UNESCO

Η Σύμβαση της UNESCO για τη Διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς (2003) έδωσε την ευκαιρία στη Διεύθυνση Νεότερης Πολιτιστικής Κληρονομιάς του ΥΠ.ΠΟ.Α. (Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού) να αναλάβει μια σειρά δράσεων που αφορούν στην ανάδειξη της ελληνικής διατροφικής κληρονομιάς. Παράλληλα, επιδιώχθηκε η ανάδειξη του αγροτικού τοπίου ως πολιτισμικού αγαθού απόλυτα συνυφασμένου με την παραγωγή αγροδιατροφικών προϊόντων και ικανού να εκφράσει την πολιτισμική εμπειρία στην ολότητά της¹⁷⁴. Ο Ο. Ελύτης γράφει πολύ εύστοχα: *Το τοπίο είναι ή προβολή τής ψυχής ενός λαού επάνω στην ύλη*¹⁷⁵. Στην έκδοση της Γενικής Διεύθυνσης Αρχαιοτήτων και Πολιτιστικής Κληρονομιάς του ΥΠ.ΠΟ.Α. αναφέρεται χαρακτηριστικά: *φιλοδοξούμε να αναδείξουμε τα προσίδια χαρακτηριστικά των ελληνικών παραδοσιακών τοπικών διατροφικών συστημάτων, κυρίως της λιτότητας του διατρέφεσθαι, της κοινωνικότητας του συμποσιασμού, του εορταστικού γλεντιού κ.τ.λ., ως σημαντικό συστατικό της νεοελληνικής ταυτότητας που μπορεί να αποτελέσει έναν από τους πρεσβευτές της Ελλάδας στο εξωτερικό και να αναδείξει όχι μόνο μια διάσταση της νεοελληνικής πολιτισμικής εμπειρίας, αλλά και έναν παμπάλαιο δίαυλο επικοινωνίας και*

¹⁷² Eataly. Ανακτήθηκε από: https://www.eataly.com/us_en (2 Σεπτεμβρίου 2020).

¹⁷³ Πρόγραμμα αξιοποίησης του Αρσακείου Μεγάρου. Ανακτήθηκε από: <https://www.arsakeio.gr/gr/latest/40925-parousiastike-to-programma-aksiopoiisis-tou-arsakeiou-megarou> (4 Ιανουαρίου 2020).

¹⁷⁴ Άυλη πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας. Ανακτήθηκε από: <http://ayla.culture.gr/diatrofiki-politistiki-klironomia-k-agrotiko-topio/> (21 Ιουλίου 2020).

¹⁷⁵ Ελύτης, Ο., (1990), *Τά δημόσια καὶ τὰ ιδιωτικά*, Ἀθήνα, Ἴκαρος, σ.8.

ώσμωσης με άλλους λαούς και πολιτισμούς σε όλα τα μήκη και πλάτη της γης (Τζαβάρρα, Μπαζίνη et al., 2018, 23 - 24).

Η Διεύθυνση Νεότερης Πολιτιστικής Κληρονομιάς είναι υπεύθυνη για τη συγκρότηση, τη διαχείριση και τον εμπλουτισμό του *Εθνικού Ευρετηρίου Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ελλάδας* το οποίο έως σήμερα περιλαμβάνει δώδεκα (12) εγγραφές σχετικές με την ελληνική διατροφική κληρονομιά¹⁷⁶. Το 2013 η Μεσογειακή Διατροφή αποτέλεσε την πρώτη εγγραφή στο *Εθνικό Ευρετήριο* και την ίδια χρονιά εγγράφηκε στον *Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας της UNESCO* κατόπιν υποβολής κοινού φακέλου υποψηφιότητας με την Κύπρο, την Κροατία, την Ισπανία, την Ελλάδα, την Ιταλία, το Μαρόκο και την Πορτογαλία. Το 2014 συμπεριλήφθηκε στη λίστα της *UNESCO* η τεχνογνωσία της παραδοσιακής μαστιχοκαλλιέργειας στη Χίο¹⁷⁷. Τέλος, στο πλαίσιο των δράσεων εντάσσεται και η δημιουργία της σειράς *Διατροφική Πολιτιστική Κληρονομιά της Ελλάδας*. Ο πρώτος τόμος αφιερώθηκε στην *ελληνική πίτα* και έπεται έκδοση αφιερωμένη στην *αμπελοοινική παράδοση* και τα *αμπελοτόπια* της Ελλάδας (Τζαβάρρα, Μπαζίνη et al., 2018, 23 - 24).

Πολιτιστικές διαδρομές

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση προγραμμάτων πολιτιστικών διαδρομών πραγματοποιούνται από το πρόγραμμα Πολιτιστικών Διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης (1987), τον διεθνή οργανισμό της UNESCO και πολλές ιδιωτικές οργανώσεις (Μητούλα, Καλδής, 2018, 114). Σύμφωνα με όσα διατυπώθηκαν στη Διεθνή Επιστημονική Συνάντηση του ICOMOS CIIC (1998), μία πολιτιστική διαδρομή αποτελεί *αφ' εαυτής πολιτιστικό αγαθό*. Οι πολιτιστικές διαδρομές απαιτούν συνεργασία, σχολαστικό σχεδιασμό και ενισχύουν την κατανόηση και την επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών περιοχών, κοινωνικών ομάδων και λαών. Με τον βιωματικό και διεπιστημονικό χαρακτήρα τους συμβάλλουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού - επομένως και του γαστρονομικού - με όρους βιωσιμότητας. Σε μία τέτοια περίπτωση, στοιχεία της υλικής και άυλης διατροφικής κληρονομιάς αποτελούν το ενοποιητικό στοιχείο, που καθορίζει τον χαρακτήρα και ικανοποιεί τους στόχους μίας πολιτιστικής διαδρομής (Αυγερινού - Κολώνια, 2009, 2, 6 - 7).

¹⁷⁶ Άυλη πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας. Εγγεγραμμένα στοιχεία: <http://ayla.culture.gr/category/elements-inscribed-in-the-national-inventory-of-ich/> (21 Ιουλίου 2020).

¹⁷⁷ UNESCO. Ανακτήθηκε από: [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00084&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00084&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs) (21 Ιουλίου 2020).

Η ελληνική πρωτοβουλία *Δρόμοι της Ελιάς* συνιστά τη μοναδική, πιστοποιημένη από το Συμβούλιο της Ευρώπης πολιτιστική διαδρομή. Ο Πολιτιστικός Οργανισμός *Δρόμοι της Ελιάς* αναπτύσσει δραστηριότητες που αφορούν συνέργειες μεταξύ πολιτιστικής κληρονομιάς, τουρισμού, βιώσιμης ανάπτυξης, δράσεις για νέους και νέες προτάσεις καλλιτεχνικής έκφρασης με θέμα τη Μεσόγειο¹⁷⁸.

Η εταιρεία *Οινοποιόι Βορείου Ελλάδος* δημιούργησε το οινoturριστικό δίκτυο *Δρόμοι του Κρασιού* και προτείνει οκτώ (8) διαδρομές στη Βόρεια Ελλάδα που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε οινοποιεία, χώρους εστίασης, καταστήματα με παραδοσιακά προϊόντα και χώρους εναλλακτικών δραστηριοτήτων. Η πορεία της εταιρείας από την ίδρυσή της το 1993 μέχρι σήμερα, μεταξύ άλλων, δείχνει να ακολουθεί πολιτική ανοιχτών θυρών για συνεργασία με διεθνείς εταιρείες και οργανισμούς¹⁷⁹.

Πρωτοβουλίες της Aegean airlines

Πολλές χώρες έχουν επιλέξει τη γαστρονομική εκπροσώπηση μέσω των εθνικών αερογραμμών τους. Από το 2010 έχουν γίνει στη χώρα μας ανάλογες προσπάθειες από την Aegean airlines με πρώτο το πρόγραμμα *Ανακαλύψτε την Ελληνική Κουζίνα*. Στο διάστημα 2016 - 2017 η πρωτοβουλία *Όλη η Ελλάδα κοντά* επέφερε συνεργασία με τοπικούς φορείς και παραγωγούς. Μάλιστα διενεργήθηκε ψηφοφορία για την ανάδειξη των δημοφιλέστερων παραδοσιακών προϊόντων που προτίθετο να χρησιμοποιήσει σε μελλοντικές πτήσεις της αναπτύσσοντας τη διάδραση με το ταξιδιωτικό κοινό. Στο δελτίο τύπου¹⁸⁰ που εξέδωσε η Aegean τον Μάιο του 2018 ανακοινώθηκε η συνεργασία με τους *εκφραστές της σύγχρονης ελληνικής γαστρονομίας* Λευτέρη Λαζάρου, Χριστόφορο Πέσκια, Στέλιο Παρλιάρo και τον ειδικό σε θέματα οίνου Κωνσταντίνο Μαζαράκη (Master of Wine) μέσω της πρωτοβουλίας *Gastronomics*. Συγχρόνως, καθιερώθηκαν τα *Business Class γεύματα* με ελληνική γεύση που θα προετοιμάζονταν μετά από κράτηση. Τέλος, στις αρχές του 2020, η αεροπορική εταιρία, μέσα από το πρόγραμμα *Miles+Bonus* πρότεινε την εξαργύρωση μιλίων με υπηρεσίες και προϊόντα γαστρονομικού ενδιαφέροντος: ένα τρίωρο Masterclass ζαχαροπλαστικής με τον ζαχαροπλάστη Στέλιο Παρλιάρo, ένα σεμινάριο μαγειρικής και γευσιγνωσίας με τον σεφ Χριστόφορο Πέσκια και

¹⁷⁸ Δρόμοι της Ελιάς. Ανακτήθηκε από: <https://olivetreeroute.gr/> (22 Ιουλίου 2020).

¹⁷⁹ Δρόμοι του Κρασιού. Ανακτήθηκε από: <https://wineroads.gr/el/> (22 Ιουλίου 2020).

¹⁸⁰ Δελτίο Τύπου Aegean Air. (2018). Ανακτήθηκε από: <https://el.about.aegeanair.com/media-center/deltia-typoy/2018/i-aegean-fernei-konta-koryfaioys-ekfrastes-tis-ellinikis-gastronomias/> (20 Σεπτεμβρίου 2020).

γεύματα σε χώρους εστίασης¹⁸¹. Βασικό μέλημα ήταν να αναδειχθεί η αυθεντικότητα της ελληνικής κουζίνας και οι τοπικές γεύσεις.

Εκδόσεις

Ο Αλβέρτος Αρούχ¹⁸² υπήρξε, σύμφωνα με τον ίδιο, ένας επικούρειος κριτικός εστιατορίων που οι θεωρητικές του αναζητήσεις αφορούν στο τι είναι και τι δεν είναι ελληνικό. Στο βιβλίο του *Νέα Ελληνική Κουζίνα* γράφει συγκεκριμένα: *Οποιαδήποτε απόπειρα κατανόησης της ελληνικής κουζίνας προϋποθέτει μια (ομολογημένη ή ανομολόγητη) παραδοχή γύρω από την ελληνικότητα: για να καταλάβουμε την ελληνικότητα του μουσακά πρέπει πρώτα να καταλάβουμε την ελληνικότητα εν γένει*. Κατά την άποψή του, η ιδιαίτερη γεωμορφολογία της Ελλάδας και οι επιμέρους τοπικές ιδιαιτερότητες διαμόρφωσαν δύο βασικές κατευθύνσεις της παραδοσιακής ελληνικής κουζίνας, τη νησιωτική και την ηπειρωτική. Μία τρίτη κατεύθυνση προέκυψε από τις κοινωνικές και ιστορικές συγκυρίες καθώς η επαφή με άλλους πολιτισμούς επηρέασε κατά καιρούς τις διαιτητικές συνήθειες ντόπιων πληθυσμών (Επίκουρος 2012, 42, 69, 77 - 78, 121). Όπως παρατηρεί ο Braudel: *αυτές οι μακρές περίοδοι αναγκαστικής συνύπαρξης δεν είναι δυνατές χωρίς αμοιβαίες υποχωρήσεις ή συνεννοήσεις, χωρίς ουσιώδη και καμιά φορά γόνιμα πολιτισμικά δάνεια* (Braudel, 2014, 90).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το βιβλίο της Μελίσσας Στοΐλη *Και διηγώντας τα ...να τρως* που παρουσιάστηκε στο *Thessaloniki Food Festival* το 2016. Οι αφηγήσεις της συγγραφέα αφορούν στα πιάτα που ανήκουν στη γαστρονομική μας συλλογική συνείδηση, αυτά που συνηθίζουμε να τρώμε στην Ελλάδα. Αποκαλύπτοντας τη μυθολογία πίσω από τα πιάτα αναζητά την ελληνικότητα στον χώρο, τον χρόνο και τη μαγειρική (Στοΐλη, 2015, 13 - 15).

Ο Γιώργος Πίττας είναι ο συγγραφέας επτά βιβλίων σχετικών με τη γαστρονομία και ό,τι σχετίζεται με αυτήν. Η πρόσφατη έκδοση του βιβλίου του το *Αλφαβητάρι της Γαστρονομίας* (Οκτώβριος 2020) απέσπασε άμεσα θετικές κριτικές. Περιέχει 500 λήμματα και αντιμετωπίζει με ολιστική διάθεση την ελληνική γαστρονομία. Υπέρμαχος της βιοποικιλότητας και της τοπικότητας, ο Γ. Πίττας εκκινεί από την προσωπική του γευστική μνήμη και μεταφέρει τον αναγνώστη σε μονοπάτια της ελληνικής γεύσης συνδέοντάς την με τον τοπικό πολιτισμό

¹⁸¹ Κοντογιάννη, Σ. (2020). *Aegean*: Πώς να μετατρέψετε τα μίλια σας σε γαστρονομία και τέχνη. Ανακτήθηκε από: <https://www.tornosnews.gr/metafores/aeroporikes/42000-aegean-pos-na-metatrepsete-ta-milia-sas-se-gastronomia-kai-technh.html> και <https://el.aegeanair.com/milesandbonus/partners/?category=food&flag=spend>. (20 Σεπτεμβρίου 2020).

¹⁸² Γνωστός στο κοινό με το ψευδώνυμο 'Επίκουρος'.

(αρχιτεκτονική, ήθη και έθιμα). Σε πρόσφατη συνέντευξή του αναφέρει: *Η γαστρονομία δεν είναι μια εμπορευματική διαδικασία. Δεν την ερμηνεύεις μόνο με γαστρίμαργκους συμβολισμούς. Η γαστρονομία είναι ένας τρόπος επικοινωνίας, περισσότερο δυνατός και από την ίδια την γλώσσα*¹⁸³. Εκτός από τα βιβλία του ο Γ. Πίττας είναι επικεφαλής της ιστοσελίδας *greekgastronomyguide.gr*¹⁸⁴ που επιδιώκει την ανάδειξη της γαστρονομικής ταυτότητας διαφόρων ελληνικών περιοχών.

Αξίζει να αναφερθεί ότι τον Ιούλιο του 2020 κυκλοφόρησε από τα ΕΛ.ΤΑ. η ειδική έκδοση γραμματοσήμων της *EUROMED* με θέμα την *Παραδοσιακή γαστρονομία της Μεσογείου*. Σύμφωνα με το Δελτίο Τύπου των ΕΛ.ΤΑ., στα γραμματόσημα απεικονίζονται τέσσερα ελληνικά πιάτα: χορτόπιτα, χταπόδι, αρνάκι και μουσακάς¹⁸⁵. Η αισθητική των απεικονίσεων της έκδοσης προκάλεσε αντιδράσεις σε γαστρονομικούς και δημοσιογραφικούς κύκλους που εκφράστηκε ως δυσaréσκεια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όμως, μία πιο μετριοπαθής και γόνιμη προσέγγιση του θέματος αφορά στον προβληματισμό για τη θέση, την εξέλιξη και τις αντιλήψεις του νεοέλληνα για την ελληνική παραδοσιακή κουζίνα και στην ευκαιρία για μία απόπειρα γαστρονομικής - πολιτισμικής αυτοκριτικής.

Gault & Millau Hellas

Ο διεθνής οδηγός γαστρονομίας *Gault & Millau* αποτελεί έμπνευση δύο Γάλλων γευσιγγνωστών, οι οποίοι πρόβαλαν πρώτοι τη *nouvelle cuisine* κατά τη δεκαετία του 1970. Σήμερα, ο *Gault & Millau* συμπεριλαμβάνει είκοσι χώρες και προωθεί τον γαστρονομικό πολιτισμό τους. Μόλις το 2018, ο *Gault & Millau Hellas* με πρόεδρο τον Στυλιανό Γρηγοριάδη, δήλωσε την παρουσία του και στην Ελλάδα εγκαινιάζοντας τη *διεθνοποίηση της ελληνικής εστίασης*. Ουσιαστικά, πρόκειται για μία στρατηγική προώθησης της γαστρονομίας που έγκειται στην αντικειμενική αξιολόγηση των εστιατορίων από εκπαιδευμένους επιθεωρητές αλλά και σε βραβεύσεις Ελλήνων μαγείρων και παραγόντων της ελληνικής γαστρονομίας. Με αυτόν τον τρόπο, αφενός τα ελληνικά εστιατόρια διεκδικούν επάξια τη θέση τους ανάμεσα σε άλλα του εξωτερικού, αφετέρου οι Έλληνες μάγειρες έχουν την ευκαιρία να προβληθούν στη

¹⁸³ Ανέστη, Κ. (2020). Συνέντευξη στον Γ. Πίττα. Ανακτήθηκε από: <https://www.iefimerida.gr/ellada/gastronomia-ellada-giorgos-pittas-synenteyxi> (2 Δεκεμβρίου 2020).

¹⁸⁴ Οδηγός Ελληνικής Γαστρονομίας. Ανακτήθηκε από: <https://www.greekgastronomyguide.gr/> (15 Σεπτεμβρίου 2020).

¹⁸⁵ Δελτίο Τύπου Ε.Λ.Τ.Α (20/07/2020). Ανακτήθηκε από: <https://tinyurl.com/ELTAMediterranean-cuisine> (2 Δεκεμβρίου 2020).

διεθνή γαστρονομική σκηνή¹⁸⁶. Η λίστα των εστιατορίων είναι διαθέσιμη τόσο σε έντυπη όσο και ηλεκτρονική μορφή¹⁸⁷.

Πρόσωπα

Ολοκληρώνοντας, κρίνεται καίρια η συνεισφορά προσώπων από τον γαστρονομικό κόσμο στην διάδοση της φήμης του ελληνικού φαγητού. Ευφάνταστοι Έλληνες/-ίδες σεφ έχουν διακριθεί διεθνώς για τις δεξιότητες και τις καινοτόμες ιδέες τους στον τομέα της μαγειρικής, έχουν εξελίξει την ελληνική κουζίνα και την έχουν διαδώσει σε πολλά μέρη του κόσμου. Πολλοί από αυτούς διαμένουν στο εξωτερικό ή δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στο χώρο της εστίασης, παρουσιάζουν τηλεοπτικές εκπομπές μαγειρικής, εκδίδουν βιβλία, ή διατηρούν ιστοσελίδες στο διαδίκτυο προωθώντας τα ελληνικά προϊόντα ή έχουν έντονη παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εν ολίγοις, αποτελούν τους πρεσβευτές της ελληνικής γαστρονομίας στο εξωτερικό. Τα εστιατόρια *Eni Eniane* της Ντίνας και Μαρίας Νικολάου στο Παρίσι, το *Philema* του Μάνου Μακρυγιαννάκη στις Βρυξέλλες, το *Orso* με σεφ τη Γεωργιάνα Χιλιάδακη (δύο αστέρια Michelin) και τον Νίκο Ρούσσο, όπως και το *Life Goddess* στο Λονδίνο και τα εστιατόρια και παντοπωλεία των αδελφών Μαυρομάτη στο Παρίσι (αστέρι Michelin) είναι μερικές από τις επιχειρήσεις που έχουν μυήσει το ξένο κοινό στην νέα ελληνική κουζίνα.

4.3.3 Ψηφιακή δημόσια διπλωματία - Το παράδειγμα της *Greece From Home* στην εποχή της COVID - 19

Η ευρεία χρήση ψηφιακών τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (Τ.Π.Ε.) για την επιρροή της κοινής γνώμης έχει τεθεί στην υπηρεσία της Δημόσιας διπλωματίας αλλάζοντας τον τρόπο άσκησης της παραδοσιακής διπλωματίας. Η τεχνολογική πρόοδος έχει καταστεί εργαλείο της διεθνούς κοινότητας στα πεδία της πολιτικής, των επιχειρήσεων, του τουρισμού κ.α.. Οι ενδιαφερόμενοι επικοινωνούν τις ιδέες τους με εύληπτο και άμεσο τρόπο με αποτέλεσμα τη δυνατότητα ενεργούς συμμετοχής απλών πολιτών σε πολιτικοκοινωνικά ζητήματα μέσω *tweets*, *facebook* κ.ά.. Τα ψηφιακά εργαλεία είναι ένα *έξυπνο* μέσον για την

¹⁸⁶Στυλιανός Γρηγοριάδης: Gault Millau Hellas. Ανακτήθηκε από: <https://hospitalityambassadeurs.com/el/stylianos-grigoriadis-gault-millau-hellas/> (25 Ιανουαρίου 2021).

¹⁸⁷ Gault & Millau. Ανακτήθηκε από: <https://gr.gaultmillau.com/> (25 Ιανουαρίου 2021).

ικανοποίηση των στόχων της γαστρονομικής διπλωματίας, αν και σύμφωνα με τον Cull, δεν αποτελούν πανάκεια¹⁸⁸.

Η τεχνολογία αποδείχθηκε ιδιαίτερα χρήσιμη την περίοδο του εγκλεισμού που επέφερε η πανδημία COVID - 19 για συζητήσεις μέσω τηλεδιασκέψεων διπλωματών και αρχηγών κρατών καθώς και για τη δημιουργία ιστοσελίδων ενημέρωσης για θέματα ποικίλης ύλης που αφορούσαν στην μετά COVID εποχή. Όσον αφορά το φλέγον θέμα του τουρισμού στη χώρα μας που δέχτηκε ισχυρό πλήγμα λόγω της πανδημίας, το Υπουργείο Τουρισμού σε συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ., τη *Marketing Greece* και την υποστήριξη του *discovergreece.com* δημιούργησαν τον Απρίλιο του 2020 τη διαδικτυακή πλατφόρμα *Greece From Home* με σκοπό να διατηρηθεί ζωντανή η σχέση κυρίως του διεθνούς αλλά και του εγχώριου κοινού με το ελληνικό *brand* και την ελληνική τουριστική εμπειρία. Η ιδέα στηρίζεται στους τρεις βασικούς πυλώνες *Βλέπω - Ακούω - Μαθαίνω*. Υπηρετούνται από το κανάλι του Ε.Ο.Τ. *Visit Greece* στο YouTube, το *discovergreece.com* και το πρόγραμμα *Grow Greek Tourism Online* της *Google*. Στο διαδίκτυο υπάρχουν διαθέσιμα βίντεο που προβάλλουν ελληνικούς προορισμούς, αξιοθέατα και επιλεγμένο περιεχόμενο θεμάτων που άπτονται της πολιτισμικής εμπειρίας όπως είναι και η οينوγαστρονομία¹⁸⁹. Τέλος, δίνεται η ευκαιρία για πιστοποιημένη επαγγελματική κατάρτιση στον τομέα των επιχειρήσεων¹⁹⁰.

Πρόκειται για μία ενδιαφέρουσα πρωτοβουλία που θα μπορούσε να ενισχυθεί περισσότερο με τη διάθεση της ιστοσελίδας σε πολλές γλώσσες και όχι μόνο στα αγγλικά (ΕΝ). Η πολυγλωσσία δείχνει τη διάθεση εξωστρέφειας και σεβασμού της γλώσσας των ξένων πολιτών και προσεγγίζει με επίγνωση τις ομάδες (χώρες) - στόχους.

¹⁸⁸ ο.π. Public diplomacy Talks. *Turning the Tide. How to reverse a negative image: The case of Greece*.

¹⁸⁹ Ένα εύστοχο παράδειγμα παρουσίασης οίνου με δείγματα εξωστρέφειας μέσω της αναφοράς κοινών σημείων του *Αγιωργήτικου* με διεθνείς επωνυμίες κρασιών είναι το *Wine Tasting Agiorgitiko with Ted Lelekas*. Ανακτήθηκε από: <https://www.youtube.com/watch?v=ueEdQr65v-Y> (5 Αυγούστου 2020).

¹⁹⁰ Greece from home. Ανακτήθηκε από: <https://www.greecefromhome.com/> (10 Μαΐου 2020).

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία στηρίχθηκε σε θεωρητικές και εμπειρικές αναλύσεις στα πεδία της Γαστρονομικής και της Μαγειρικής διπλωματίας. Διερευνήθηκαν και καταγράφηκαν οι εννοιολογικές αποκλίσεις και συγκλίσεις και η πρακτική εφαρμογή τους σε διαφορετικές χώρες και ιστορικές στιγμές. Ακολούθησε ποσοτική έρευνα μέσω ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου στην οποία συμμετείχαν 110 άτομα, 81 άνδρες (73,6%) και 29 γυναίκες (26,4%).

Σε αυτό το κεφάλαιο, παρουσιάζονται ο σκοπός, οι στόχοι και τα ερωτήματα της έρευνας. Έπειτα, περιγράφεται ο ερευνητικός σχεδιασμός, το εργαλείο της ερευνητικής μεθόδου και οι περιορισμοί που τέθηκαν στην έρευνα.

5.1 Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι να εξετάσει και να αναδείξει τα οφέλη από την εφαρμογή της ήπιας ισχύος του φαγητού στην Πολιτιστική διπλωματία.

Ειδικότερα, οι στόχοι της ποσοτικής έρευνας είναι:

- Να διερευνήσει τις στάσεις Ελλήνων σεφ για τη Μαγειρική και τη Γαστρονομική διπλωματία.
- Να διερευνήσει τις θέσεις τους για τον ρόλο, τον χώρο, τις προϋποθέσεις επιτυχίας και τον τρόπο επιτέλεσης των κρατικών δείπνων.
- Να διερευνήσει τις απόψεις τους για τη σύνδεση της γαστρονομικής διπλωματίας με τον τουρισμό.
- Να διερευνήσει τις απόψεις τους για τα εθνικά προϊόντα και τους διαμορφωτικούς πυλώνες της εθνικής κουζίνας.

5.2 Ερευνητικά ερωτήματα

Ως εκ τούτου, τα ερευνητικά ερωτήματα διαμορφώνονται ως εξής:

- Ποια είναι η θέση της ελληνικής γαστρονομίας στην Πολιτιστική διπλωματία;

- Ποια είναι η συμβολή της Γαστρονομικής διπλωματίας στην ενίσχυση του ελληνικού τουρισμού;

5.3 Το ερευνητικό εργαλείο

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί μία δημοφιλή και επιστημονικά τεκμηριωμένη μέθοδο συλλογής ποσοτικών δεδομένων. Μάλιστα, η κατασκευή ενός ελκυστικά διαρθρωμένου ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου με διευκρινιστικές πληροφορίες και κατανοητή διατύπωση δηλώσεων / ερωτήσεων, αυξάνει τις πιθανότητες συμπλήρωσής του από την ομάδα - στόχο στην οποία απευθύνεται, ενώ παράλληλα, διευκολύνει τη συλλογή, επεξεργασία, ανάλυση και επεξεργασία των δεδομένων από τον ερευνητή. Στα πλεονεκτήματα της χρήσης ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου στην έρευνα συγκαταλέγονται η εξασφάλιση της ειλικρίνειας λόγω της ανωνυμίας των συμμετεχόντων, η συντόμευση του χρόνου διεξαγωγής της έρευνας και το μηδενικό κόστος διανομής (Κασκάλης κ.ά., 2004, 457 - 458).

Για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας, σχεδιάστηκε ένα ανώνυμο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο με την εφαρμογή *Google forms*, το οποίο κοινοποιήθηκε σε Έλληνες -ίδες σεφ, είτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, σε όσους -ες είχαν δημόσια αναρτημένη την ηλεκτρονική τους διεύθυνση, είτε μέσω της εφαρμογής *Messenger* με την παράκληση της ερευνήτριας να προωθηθεί σε επαγγελματίες του χώρου. Με πρωτοβουλία ενός από τους συμμετέχοντες αναρτήθηκε στην προσωπική του σελίδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (*Facebook*).

Το ερωτηματολόγιο διαθέτει εισαγωγικό κείμενο στο οποίο τονίζεται η εξασφάλιση της ανωνυμίας, αναφέρεται ο στόχος του ερευνητικού πονήματος, ο εκτιμώμενος χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, όπως επίσης τα στοιχεία της ερευνήτριας και της επιβλέπουσας καθηγήτριας. Διαρθρώνεται σε τρεις βασικές ενότητες και οι ερωτήσεις έχουν υποχρεωτικό χαρακτήρα. Η πρώτη ενότητα, αφορά στα κοινωνικά και δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων με πληροφορίες για το φύλο, την ηλικία, τον τομέα απασχόλησης, τη συχνότητα εμπλοκής τους σε προετοιμασία διπλωματικού δείπνου ή παρουσίας τους ως καλεσμένοι σε ένα διπλωματικό δείπνο. Η δεύτερη ενότητα, αρχικά παρέχει εννοιολογικές διασαφήσεις για τους όρους *ήπια ισχύς*, *γαστρονομική διπλωματία* και *μαγειρική διπλωματία*. Περιλαμβάνονται είκοσι εννέα (29) δηλώσεις για τις οποίες οι συμμετέχοντες καλούνται να εκφράσουν τον βαθμό αποδοχής τους. Οι επιλογές που δίνονται είναι *Διαφωνώ απόλυτα*,

Διαφωνώ, Ούτε συμφωνώ / Ούτε διαφωνώ, Συμφωνώ και Συμφωνώ απόλυτα, κατά την κλίμακα τύπου *Likert*. Η 30^η ερώτηση είναι πολλαπλής επιλογής όπου ο συμμετέχων μπορεί να επιλέξει περισσότερες από μία απαντήσεις ή / και να συμπληρώσει μία δική του (Άλλο). Η τρίτη ενότητα ξεκινά με τον ορισμό της *Πολιτιστικής Διπλωματίας* και έπονται οκτώ (8) δηλώσεις διαβαθμισμένης κλίμακας κατά το πρότυπο των 29 της προηγούμενης ενότητας (βλ. Παρ. Α').

5.4 Ο ερευνητικός σχεδιασμός

5.4.1 Βιβλιογραφική ανασκόπηση

Ο ερευνητικός σχεδιασμός που αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας περιλαμβάνει δύο μέρη. Κατά το πρώτο μέρος έγινε αναζήτηση πληροφοριακού υλικού στη βιβλιογραφία και κυρίως στην επιστημονική αρθρογραφία, ώστε να τεκμηριωθεί θεωρητικά το θέμα. Οι ξενόγλωσσες πηγές αποτέλεσαν την πλειονότητα της αναζήτησης καθώς φάνηκε εξ αρχής ότι διέθεταν καίριες πληροφορίες για την ανάπτυξη του θέματος. Τα επιστημονικά άρθρα αντλήθηκαν από βάσεις δεδομένων όπως *Google scholar* και *Scopus*, από τον ιστότοπο *Academia.edu* και την πύλη έρευνας *ResearchGate*. Απαιτήθηκε κριτική μελέτη και αποδελτίωση του συνόλου της βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας. Λόγω της φύσης του θέματος, έγινε χρήση πλήθους ηλεκτρονικών διαδικτυακών πηγών. Η αναζήτηση εστίασε σε θέματα σχετικά με την πολιτιστική και πολιτική διάσταση του φαγητού.

5.4.2 Ποσοτική έρευνα

Το δεύτερο μέρος της έρευνας έπεται του θεωρητικού πλαισίου που προηγήθηκε, σε μία προσπάθεια να ελεγχθούν και να εμπλουτιστούν τα καταγεγραμμένα στοιχεία (γνώσεις, θεωρίες, πρακτικές) από τις απόψεις της ομάδας των συμμετεχόντων που εκπροσωπούν την ελληνική πραγματικότητα επί του θέματος.

Η ποσοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα μεταξύ 19^{ης} Ιουλίου και 30^{ης} Σεπτεμβρίου 2020. Το ευρύ χρονικό διάστημα που παρέμεινε το ερωτηματολόγιο στο διαδίκτυο καταμαρτυρεί τη δυσκολία συγκέντρωσης ικανού αριθμού συμμετεχόντων από την ομάδα ελέγχου. Ωστόσο, επιτεύχθηκε η ηλεκτρονική συμπλήρωσή του από 110 Έλληνες -ίδες σεφ και ειδικότερα από 81 άνδρες και 29 γυναίκες.

5.5 Στατιστική επεξεργασία

Τα δεδομένα των ερωτηματολογίων εξήχθησαν από τα *Google Forms* στο πρόγραμμα λογιστικών φύλλων *Microsoft Excel* με την ενσωματωμένη διαδικασία *export* που υπάρχει στα *Google Forms*. Επιπλέον, για τα γραφήματα, χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό της Google, *Awesome table*. Το συγκεκριμένο λογισμικό δίνει τη δυνατότητα να προβληθεί η εικόνα των κατανομών συχνοτήτων των διαφόρων απαντήσεων ανά ερώτηση σε πίτες για το συνολικό δείγμα αλλά και για κάθε ένα από τα υποδείγματα ξεχωριστά (στην περίπτωση μας τα δύο φύλα).

Η επεξεργασία των δεδομένων από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στο ερωτηματολόγιο έγινε με το πρόγραμμα *Microsoft Excel*. Για τη μελέτη των απαντήσεων, έγινε αντικατάσταση των λεκτικών τιμών των μεταβλητών διαχωρισμού του δείγματος με αριθμητικές. Για τις ποιοτικές απαντήσεις συμφωνίας - διαφωνίας έγινε η εξής αντικατάσταση: διαφωνώ απόλυτα = 1, διαφωνώ = 2, ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ = 3, συμφωνώ = 4, συμφωνώ απόλυτα = 5. Επομένως μια μέση τιμή κοντά στο 3 δηλώνει ότι το δείγμα κατά μέσο όρο είναι ουδέτερο στη συγκεκριμένη ερώτηση, ενώ τιμές κοντύτερα στα άκρα 1 και 5 δηλώνουν ότι το δείγμα κατά πλειοψηφία διαφωνεί ή, αντίστοιχα, συμφωνεί με την διατυπωθείσα ερώτηση / άποψη.

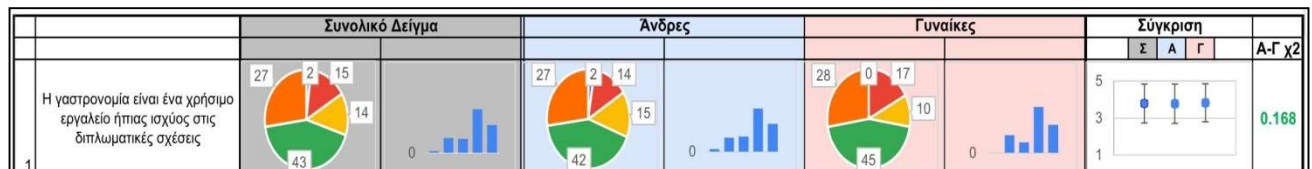
5.6 Περιορισμοί της έρευνας

Ο αρχικός ερευνητικός σχεδιασμός περιελάμβανε και ποιοτική έρευνα με το μεθοδολογικό εργαλείο της συνέντευξης σε διακεκριμένα πρόσωπα της ελληνικής γαστρονομίας. Επιπλέον, υπήρχε η πρόθεση να αναζητηθούν και να μελετηθούν εδεσματολόγια που καταρτίστηκαν για επίσημα δείπνα στο Προεδρικό Μέγαρο ή σε άλλους χώρους κατά τη φιλοξενία ξένων αρχηγών κρατών και άλλων σημαντικών πολιτικών προσώπων. Αυτές οι ενέργειες θα είχαν προστιθέμενη αξία για μία πιο σαφή εικόνα των αντιλήψεων αναφορικά με τη Μαγειρική και τη Γαστρονομική διπλωματία στην Ελλάδα. Δυστυχώς, η ιδιάζουσα κατάσταση που προέκυψε λόγω της πανδημίας COVID - 19 με υγειονομικά μέτρα που περιορίσαν την κινητικότητα και τις επαφές, δεν επέτρεψε την υλοποίηση αυτού του σχεδίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Τρόπος παρουσίασης των αποτελεσμάτων

Οι απαντήσεις των 110 συμμετεχόντων στην έρευνα με αντιστοίχιση 1 - 5 εισήχθησαν στο πρόγραμμα *Microsoft Excel* και από αυτές υπολογίστηκαν η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση ανά ερώτηση. Για κάθε μία από τις ερωτήσεις τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 2 (βλ. Παρ. Β'). Εκεί φαίνονται αναλυτικά οι κατανομές των απαντήσεων στην κλίμακα *Likert* σε όλες τις ερωτήσεις αυτού του τύπου. Για παράδειγμα, παρακάτω φαίνεται η πρώτη από τις ερωτήσεις (Εικόνα 1).



Εικόνα 1. Επεξήγηση του Πίνακα 2 (Παρ. Β')

Η πρώτη και η δεύτερη στήλη περιέχουν τον αύξοντα αριθμό και τη διατύπωση της ερώτησης όπως και στο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο. Στις επόμενες χρωματισμένες περιοχές φαίνονται τα αποτελέσματα για το συνολικό δείγμα (γκρίζο) και για τους άνδρες (γαλάζιο) και τις γυναίκες (ροζ) ξεχωριστά. Καθεμία από τις χρωματισμένες περιοχές περιέχει δύο διαγράμματα. Αριστερά φαίνονται τα ποσοστά των απαντήσεων σε πίτες. Τα χρώματα της κάθε πίτας αντιστοιχούν στις απαντήσεις όπως φαίνεται εδώ:



Εικόνα 2. Χρωματικός συμβολισμός απαντήσεων

Στη δεξιά στήλη κάθε χρωματισμένης περιοχής φαίνεται η κατανομή των ποσοστών των απαντήσεων σε ιστόγραμμα στο οποίο η αριστερότερη στήλη αντιστοιχεί στο *Διαφωνώ απόλυτα* ενώ η δεξιότερη στο *Συμφωνώ απόλυτα*. Μετά τις τρεις χρωματισμένες περιοχές εμφανίζονται η σύγκριση των μέσων τιμών και των τυπικών αποκλίσεων των τριών δειγμάτων δηλαδή του συνόλου των συμμετεχόντων και των ανδρών και γυναικών ξεχωριστά. Στον κατακόρυφο άξονα από 1 έως 5 είναι οι απαντήσεις από *Διαφωνώ απόλυτα* (1) έως *Συμφωνώ απόλυτα* (5), ενώ σημειώνεται με οριζόντια γραμμή η τιμή 3 της ουδέτερης απάντησης. Τα

τρία σημεία αποτυπώνονται στη μέση τιμή των τριών δειγμάτων. Τοποθέτηση ενός σημείου πάνω από την οριζόντια γραμμή υποδηλώνει ότι το συγκεκριμένο δείγμα τείνει προς τη συμφωνία, ενώ κάτω από τη γραμμή ότι το συγκεκριμένο δείγμα τείνει προς τη διαφωνία. Το μήκος της κατακόρυφης γραμμής πάνω και κάτω από κάθε σημείο είναι ίσο με μια τυπική απόκλιση του δείγματος. Συγκρίνοντας τη σχετική θέση των δυο σημείων για άνδρες και γυναίκες, βλέπουμε ότι η μέση τιμή των ανδρών είναι εντός του εύρους της γραμμής τυπικής απόκλισης των γυναικών και αντιστρόφως.

Από τα τρία σημεία για τη συγκεκριμένη ερώτηση του παραπάνω παραδείγματος που βρίσκονται πάνω από την οριζόντια γραμμή και κοντά στο ύψος του 4, συμπεραίνουμε ότι τόσο το συνολικό δείγμα, όσο και οι άνδρες και γυναίκες ξεχωριστά, τείνουν να συμφωνήσουν, όπως θα περιμέναμε τόσο από την υψηλότερη ράβδο στο 4 και στα τρία ραβδογράμματα, όσο και από το μεγαλύτερο κομμάτι που και στις τρεις πίτες είναι το πράσινο (*Συμφωνώ*).

Επιπλέον, στην τελευταία στήλη εμφανίζεται η τιμή του χ^2 που υπολογίζεται από τη σύγκριση μεταξύ των δειγμάτων ανδρών και γυναικών.

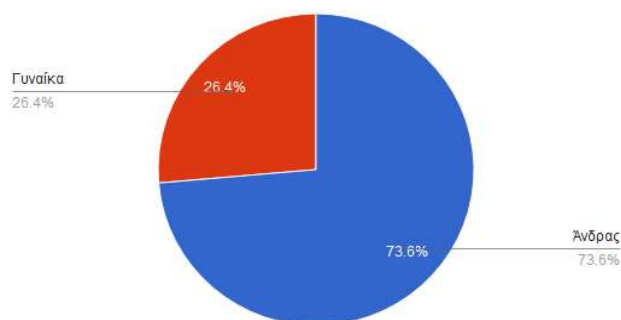
Τέλος, στην κλίμακα κατά *Likert* με ίσες αποστάσεις μονάδας μεταξύ των διαβαθμίσεων με άκρα το *Διαφωνώ απόλυτα* (1) και *Συμφωνώ απόλυτα* (5), η μέση τιμή (MT) των απαντήσεων με τις τυπικές αποκλίσεις (TA) για το σύνολο των συμμετεχόντων και για κάθε φύλο ξεχωριστά παρουσιάζονται στον Πίνακα 1 του Παραρτήματος Β'.

6.1.1 Τα αποτελέσματα για το σύνολο των συμμετεχόντων

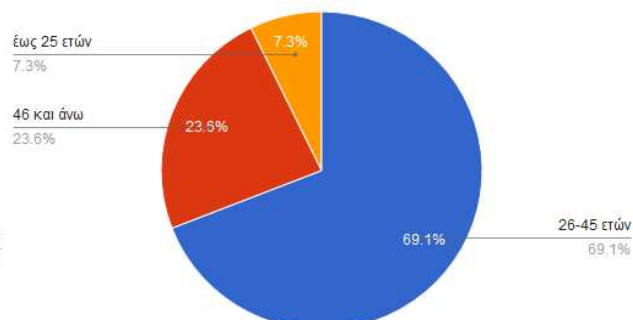
- 1^η Ενότητα Ερωτηματολογίου: *Κοινωνικά και δημογραφικά στοιχεία*

Αρχικά, παρουσιάζονται τα στοιχεία που προέκυψαν από τη διενέργεια της έρευνας ως προς το *φύλο*, την *ηλικία* και τον *τομέα απασχόλησης* για το σύνολο των συμμετεχόντων. Έπειτα, δίνονται πληροφορίες για τη συχνότητα *εμπλοκής* τους στην προετοιμασία ενός διπλωματικού δείπνου και της *παρουσίας* τους ως καλεσμένοι σε ένα τέτοιο δείπνο.

Οι άνδρες αποτελούν την πλειονότητα των συμμετεχόντων. Συγκεκριμένα, συμμετείχαν 81 άνδρες, ποσοστό 73,6%, και 29 γυναίκες, ποσοστό 26,4% (Γράφημα 1). Οι συμμετέχοντες ανήκουν σε τρεις ηλικιακές ομάδες, με αυτήν της τάξεως από 26 έως 45 ετών που έχει 76 συμμετοχές, να αποτελεί την πλειοψηφία, με ποσοστό 69,1%. Ακολουθεί η ομάδα των ατόμων από 45 ετών και άνω με 26 συμμετοχές και ποσοστό 23,6%. Η ομάδα των ατόμων έως 25 ετών, έχει μόλις 8 συμμετοχές, ποσοστό 7,3% (Γράφημα 2).



Γράφημα 1. Κατανομή φύλου



Γράφημα 2. Η ηλικία των συμμετεχόντων

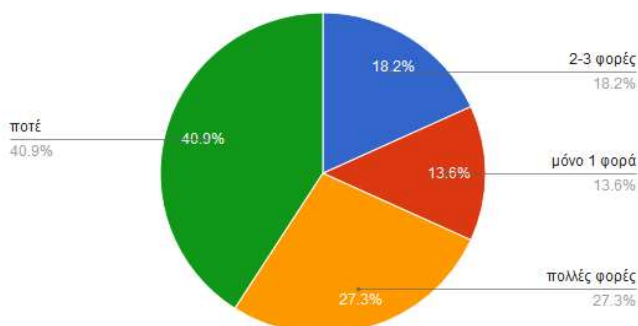
Στη συνέχεια παρουσιάζεται ο τομέας απασχόλησης των συμμετεχόντων (Γράφημα 3). Οι απαντήσεις υπερβαίνουν σε αριθμό τους συμμετέχοντες, καθώς οι τελευταίοι μπορούσαν να επιλέξουν περισσότερες από τις πέντε πρώτες που τους δίνονταν (εστιατόριο, Πρεσβεία, ως private chef, Προεδρικό ή Κυβερνητικό Μέγαρο, ξενοδοχείο 5 αστέρων) και να προσθέσουν δικές τους. Σημειώνεται ότι στην απάντηση *Τύπος* συμπεριλαμβάνονται οι απαντήσεις *περιοδικά γαστρονομίας* και *δημοσιογράφος γεύσης*. Επίσης, αναλογικά με το ποσοστό συμμετοχής, οι άνδρες που εργάζονται σε εστιατόριο ή σε ξενοδοχείο 5 αστέρων είναι περισσότεροι από τις γυναίκες ενώ μεγαλύτερο είναι το ποσοστό γυναικών που εργάζονται ως private chef. Τέλος, αξιωματικά ότι σε ελάχιστο ποσοστό συμμετείχαν άτομα που η σχέση τους με το επάγγελμα του σεφ δεν είναι εξακριβωμένη (π.χ. παιδικός σταθμός, ιδιωτικός υπάλληλος, νοσοκομείο).



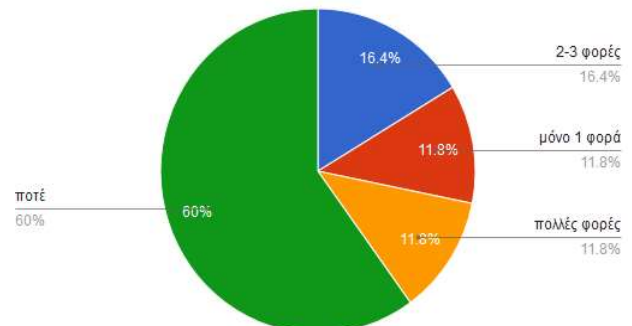
Γράφημα 3. Εργασία συμμετεχόντων

Όσον αφορά την εμπλοκή των συμμετεχόντων σε προετοιμασία διπλωματικού δείπνου, 45 άτομα, ποσοστό 40,9%, δήλωσαν ότι δεν έχουν πάρει μέρος. Αντίθετα, 55 άτομα έχουν εμπλακεί από μία έως πολλές φορές (59,1%). Συγκεκριμένα, έχουν εμπλακεί μόνο μία φορά τα 15 άτομα από τους συμμετέχοντες, ποσοστό 13,6%, δύο με τρεις φορές τα 20 άτομα, ποσοστό 18,2%, ενώ πολλές φορές, τα 30 άτομα, ποσοστό 27,3% (Γράφημα 4).

Επίσης, από τα 110 άτομα, η πλειοψηφία των 66 ατόμων, ποσοστό 60%, δεν έχει προσκληθεί σε διπλωματικό δείπνο. Αντίθετα, 44 άτομα ήταν καλεσμένα από μία έως πολλές φορές, ποσοστό 59,1%. Συγκεκριμένα, έχουν προσκληθεί μόνο μία φορά τα 13 άτομα από τους συμμετέχοντες, ποσοστό 11,8%, δύο με τρεις φορές τα 18 άτομα, ποσοστό 16,4%, ενώ πολλές φορές, τα 13 άτομα, ποσοστό 11,8% (Γράφημα 5).



Γράφημα 4. Προετοιμασία διπλωματικού δείπνου



Γράφημα 5. Προσκεκλημένοι σε διπλωματικό δείπνο

- 2^η Ενότητα Ερωτηματολογίου: *Γαστρονομική και Μαγειρική διπλωματία*

Στη δεύτερη ενότητα με θέμα *Γαστρονομική και Μαγειρική διπλωματία* περιλαμβάνονται δηλώσεις για τις οποίες οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να εκφράσουν το βαθμό συμφωνίας τους επιλέγοντας την απάντησή τους από τη διαβαθμισμένη κλίμακα (1-5) *διαφωνώ απόλυτα, διαφωνώ, ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ, συμφωνώ, συμφωνώ απόλυτα* (βλ. Παρ. Β', Πιν. 2). Για τη σαφέστερη εικόνα των αποτελεσμάτων, επιλέχθηκε να δημιουργηθούν οι εξής υποενότητες:

1^η υποενότητα: Εννοιολογική προσέγγιση Γαστρονομικής και Μαγειρικής διπλωματίας

Σύμφωνα με το θεωρητικό πλαίσιο της εργασίας, αν και αρχικά οι δύο όροι - Γαστρονομική και Μαγειρική διπλωματία - ταυτίζονταν ως προς το νόημα, την τελευταία δεκαετία οι P.Rockower και S.Chapple Sokol επεσήμαναν διαφορές ως προς το πεδίο αναφοράς τους. Η παρούσα εργασία ακολούθησε αυτήν την εννοιολογική οροθέτηση για την πληρέστερη θεωρητική διερεύνηση του θέματος.

Η πρώτη υποενότητα αφορά στην *εννοιολογική προσέγγιση* της γαστρονομικής και της μαγειρικής διπλωματίας από τους Έλληνες σεφ. Αντιστοιχεί στις δηλώσεις (2), (3) και (4) του ερωτηματολογίου.

Με τη 2^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο οι συμμετέχοντες θεωρούν τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) και τη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) ταυτόσημες έννοιες. Από τους συμμετέχοντες, εξέφρασαν απόλυτη συμφωνία και συμφωνία με την ταύτιση των εννοιών 13 (11,8%) και 36 άτομα (32,7%) αντίστοιχα. Οι αναποφάσιστοι αποτελούν το 23,6% με 26 συμμετοχές. Με τη δήλωση διαφώνησαν 22 άτομα (20%), ενώ απόλυτη διαφωνία δήλωσαν τα 13 (11,8%).

Με την 3^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο θεωρούν οι συμμετέχοντες ότι η μαγειρική διπλωματία συνδέεται με τα πολιτικά δρώμενα. Οι 13 (11,8%) συμφωνούν απόλυτα, οι 34 (30,9%) συμφωνούν, οι 23 (20,9%) δηλώνουν αναποφάσιστοι, οι 25 (22,7%) διαφωνούν και οι 15 (13,6%) διαφωνούν απόλυτα.

Με την 4^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται αν η άσκηση γαστρονομικής διπλωματίας (gastronomy diplomacy) αφορά όλες τις χώρες ανεξαρτήτως ισχύος (π.χ. Μαλαισία, Ελλάδα, Η.Π.Α., κ.α.). Η συντριπτική πλειοψηφία δήλωσε ότι συμφωνεί, με 27

άτομα (24,5 %) να συμφωνούν απόλυτα και άλλα 53 (48,2%) να συμφωνούν. Διαφωνία και απόλυτη διαφωνία εξέφρασαν 11 (10%) και 2 (1,8%) άτομα αντίστοιχα. Τέλος, 17 άτομα (15,5%) δεν πήραν θέση.

2^η υποενότητα: Απόψεις των Ελλήνων σεφ για το φαγητό ως εργαλείο ήπιας ισχύος

Η δεύτερη υποενότητα αφορά στη χρησιμότητα της γαστρονομίας ως εργαλείου ήπιας ισχύος. Αντιστοιχεί στις δηλώσεις (1) και (5) του ερωτηματολογίου.

Με την 1^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται ο βαθμός συμφωνίας για τη χρησιμότητά της στις διπλωματικές σχέσεις. Η πλειοψηφία δήλωσε ότι συμφωνεί, με 30 άτομα (27,3 %) να συμφωνούν απόλυτα και άλλα 47 (42,7%) να συμφωνούν. Διαφωνία και απόλυτη διαφωνία εξέφρασαν 16 (14,5%) και 2 (1,8%) άτομα αντίστοιχα. Τέλος, 15 άτομα (13,6%) δεν είχαν ξεκάθαρη τοποθέτηση, καθώς δήλωσαν ότι ούτε συμφωνούν/ούτε διαφωνούν. Με την 5^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες με το ότι η διατροφική κουλτούρα μπορεί να εκφράσει την ήπια ισχύ ενός έθνους. Και εδώ η πλειοψηφία δήλωσε ότι συμφωνεί, με 35 άτομα (31,8%) να συμφωνούν απόλυτα και άλλα 43 (39,1%) να συμφωνούν. Διαφωνία και απόλυτη διαφωνία εξέφρασαν 13 (11,8%) και 3 (2,7%) άτομα αντίστοιχα. Τέλος, 16 άτομα (14,5%) δεν είχαν ξεκάθαρη τοποθέτηση, καθώς δήλωσαν ότι ούτε συμφωνούν/ούτε διαφωνούν.

3^η υποενότητα: Απόψεις των Ελλήνων σεφ για τη γαστρονομική διπλωματία στην Ελλάδα

Η τρίτη υποενότητα αφορά στο εάν η χώρα μας χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία και για ποιο σκοπό, καθώς εάν επενδύει σε αυτήν. Αντιστοιχεί στις δηλώσεις (6), (7), (8), (11) και (13) του ερωτηματολογίου.

Με την 6^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες με το ότι η Ελλάδα κάνει χρήση της γαστρονομικής διπλωματίας προκειμένου να ενισχύσει τις διακρατικές της σχέσεις. Από το δείγμα, εξέφρασαν απόλυτη συμφωνία και συμφωνία με αυτή τη δήλωση 10 (9,1%) και 25 άτομα (22,7%) αντίστοιχα. Οι αναποφάσιστοι αποτελούν το 31,8% με 35 συμμετοχές. Διαφώνησαν με τη δήλωση 26 άτομα (20%), ενώ 14 άτομα (12,7%) εξέφρασαν απόλυτη διαφωνία.

Με την 7^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες με το ότι η Ελλάδα κάνει χρήση της γαστρονομικής διπλωματίας προκειμένου να ενισχύσει την εθνική της ταυτότητα. Από το δείγμα, εξέφρασαν απόλυτη συμφωνία και συμφωνία με αυτή τη δήλωση 20 (18,2%) και 32 άτομα (29,1%) αντίστοιχα. Οι αναποφάσιστοι αποτελούν το 22,7% με 25 συμμετοχές. Με τη δήλωση διαφώνησαν 22 άτομα (20%), ενώ απόλυτη διαφωνία δήλωσαν 11 άτομα (10%).

Με την 8^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες με το ότι η Ελλάδα κάνει χρήση της γαστρονομικής διπλωματίας προκειμένου να ενισχύσει τον τουρισμό της. Η πλειοψηφία δήλωσε ότι συμφωνεί, με 31 άτομα (28,2 %) να συμφωνούν απόλυτα και άλλα 38 (34,5%) να συμφωνούν. Διαφωνία και απόλυτη διαφωνία εξέφρασαν 17 (15,5%) και 10 (9,1%) άτομα αντίστοιχα. Τέλος, 14 άτομα (13,6%) δήλωσαν ότι ούτε συμφωνούν/ούτε διαφωνούν. Με την 11^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες στο ότι η χώρα μας επενδύει σε ικανοποιητικό βαθμό στη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy). Η πλειοψηφία δήλωσε ότι διαφωνεί, με 18 άτομα (16,4 %) να διαφωνούν απόλυτα και άλλα 47 (42,7%) να διαφωνούν. Συμφωνία και απόλυτη συμφωνία εξέφρασαν 17 (15,5%) και 6 (5,5%) άτομα αντίστοιχα. Τέλος, 22 άτομα (20%) δήλωσαν ουδετερότητα.

Με την 13^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες στο ότι δεν υπάρχει ένα στρατηγικό σχέδιο γαστρονομικής διπλωματίας στην Ελλάδα. Η πλειοψηφία δήλωσε ότι συμφωνεί, με 43 άτομα (39,1%) να συμφωνούν απόλυτα και άλλα 29 (26,4%) να συμφωνούν. Διαφωνία και απόλυτη διαφωνία εξέφρασαν 10 (9,1%) και 10 (9,1%) άτομα αντίστοιχα. Τέλος, 18 άτομα (16,4%) δήλωσαν ουδέτεροι.

4^η υποενότητα: Απόψεις των Ελλήνων σεφ για τη μαγειρική διπλωματία στην Ελλάδα

Η τέταρτη υποενότητα αφορά στο εάν η χώρα μας χρησιμοποιεί τη μαγειρική διπλωματία και για ποιο σκοπό καθώς εάν επενδύει σε αυτήν. Αντιστοιχεί στις δηλώσεις (9), (10) και (12) του ερωτηματολογίου.

Με την 9^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες με το ότι η Ελλάδα κάνει χρήση της μαγειρικής διπλωματίας προκειμένου να ενισχύσει τον τουρισμό. Η πλειοψηφία δήλωσε ότι συμφωνεί, με 31 άτομα (28,2 %) να συμφωνούν απόλυτα και άλλα 34 (30,9%) να συμφωνούν. Διαφωνία και απόλυτη διαφωνία

εξέφρασαν 16 (14,5%) και 12 (10,9%) άτομα αντίστοιχα. Τέλος, 17 άτομα (15,5%) δήλωσαν ουδετερότητα.

Με την 10^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες με το ότι η Ελλάδα κάνει χρήση της μαγειρικής διπλωματίας προκειμένου να ενισχύσει τις διακρατικές της σχέσεις. Το μεγαλύτερο ποσοστό (36,4%) των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσε ουδετερότητα. Από το δείγμα, μόλις 8 άτομα (7,3%) συμφωνούν απόλυτα και 25 άτομα (22,7%) συμφωνούν. Διαφωνία και απόλυτη διαφωνία εξέφρασαν 26 (23,6%) και 11 (10%) άτομα αντίστοιχα.

Με την 12^η δήλωση του ερωτηματολογίου ελέγχεται κατά πόσο συμφωνούν οι συμμετέχοντες στο ότι η χώρα μας επενδύει σε ικανοποιητικό βαθμό στη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy). Η πλειοψηφία δήλωσε ότι διαφωνεί, με 15 άτομα (13,6 %) να διαφωνούν απόλυτα και άλλα 48 (43,6%) να διαφωνούν. Συμφωνία και απόλυτη συμφωνία εξέφρασαν 15 (13,6%) και 7 (6,4%) άτομα αντίστοιχα. Τέλος, 25 άτομα (22,7%) δήλωσαν ουδετερότητα.

5^η υποενότητα: Απόψεις των Ελλήνων σεφ για τους βασικούς πυλώνες στην προώθηση της εθνικής κουζίνας

Η πέμπτη υποενότητα εξετάζει ποια πρέπει να είναι τα χαρακτηριστικά στοιχεία της ελληνικής κουζίνας. Αντιστοιχεί στις δηλώσεις (15) και (16) του ερωτηματολογίου.

Με την 15^η δήλωση ελέγχεται εάν πρέπει να στηριχτεί στις τοπικές κουζίνες για να διαμορφώσει μία εθνική ταυτότητα. Η συντριπτική πλειοψηφία των 86 ατόμων συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα σε συνολικό ποσοστό 78,2%. Οι διαφωνούντες και οι αναποφάσιστοι κατέχουν αμφότεροι ποσοστό 10,9%.

Με την 16^η δήλωση ελέγχεται εάν πρέπει να στηριχτεί στα χαρακτηριστικά της Μεσογειακής Διατροφής. Επίσης, εδώ περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες συμφωνούν (25,5%) ή συμφωνούν απόλυτα (33,6%). Μόνο 3 άτομα διαφωνούν απόλυτα (2,7%) και 17 διαφωνούν (15,5). Το 22,7% δήλωσε ουδετερότητα.

6^η υποενότητα: Προϋποθέσεις ενός επιτυχημένου κρατικού δείπνου

Στην έκτη υποενότητα ελέγχεται εάν ένα φαγητό από έναν ικανό σεφ, ο χώρος επιτέλεσης και η πλαισίωση ενός κρατικού δείπνου από ενδεικτικά δρώμενα τοπικής κουλτούρας, μπορούν να συμβάλλουν στη λήψη θετικών αποφάσεων. Αντιστοιχεί στις δηλώσεις (20), (21), (22) και (23) του ερωτηματολογίου.

Με την 20^η δήλωση που αφορά στη δύναμη ενός νόστιμου και άρτια τεχνικά φαγητού συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα το 40% (44 άτομα) και το 24,5% (27 άτομα) από τους συμμετέχοντες αντίστοιχα. Βαθμό διαφωνίας εκφράζουν 17 άτομα ενώ είναι άξιο παρατήρησης το ποσοστό του 20% που διαφωνεί.

Από τα δεδομένα της 21^{ης} δήλωσης ενδεχομένως αντλούνται στοιχεία για την αυτοεικόνα των σεφ. Πάνω από τους μισούς συμμετέχοντες συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα στο ότι ένας ικανός σεφ μπορεί να συμβάλλει στην επιτυχία ενός κρατικού δείπνου. Ένα μικρό ποσοστό διαφωνεί ή διαφωνεί απόλυτα (19,1%). Αίσθηση προκαλεί το 28,2% που δήλωσε ουδέτερο ως προς τη δήλωση.

Η 22^η δήλωση εξετάζει τη σημασία του χώρου επιτέλεσης ενός κρατικού δείπνου. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι σεφ αναγνωρίζουν τη σπουδαιότητα του χώρου για την έκβαση των αποφάσεων. Το ποσοστό που συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα είναι υψηλό, 40,9% και 16,4% αντίστοιχα. Ένα αξιόλογο ποσοστό 20% δηλώνει προβληματισμό, ενώ αθροιστικά εκφράζει διαφωνία και απόλυτη διαφωνία το 22,7%.

Η 23^η δήλωση αφορά σε ποιο βαθμό μπορούν να συμβάλλουν τα δρώμενα της τοπικής κουλτούρας στην αίσθηση μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας κρατικού δείπνου. Και εδώ το μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνεί (36,4%) ή συμφωνεί απόλυτα (22,7%) για τη συμβολή τέτοιου είδους δρώμενων, ενώ παραμένει αξιόλογο το ποσοστό του 20,9% που δηλώνει ουδετερότητα. Το υπόλοιπο 20% διαφωνεί ή διαφωνεί απόλυτα.

7^η υποενότητα: Απόψεις των Ελλήνων σεφ για τον ρόλο των κρατικών δείπνων

Στην έβδομη υποενότητα ελέγχεται ο βαθμός συμβολής των κρατικών δείπνων στην βελτίωση των διακρατικών σχέσεων και την ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό. Αντιστοιχεί στις δηλώσεις (18) και (19) του ερωτηματολογίου.

Η 18^η δήλωση εξετάζει το ρόλο των κρατικών δείπνων στην βελτίωση των διακρατικών σχέσεων. Το υψηλό ποσοστό συμφωνίας (40%) και απόλυτης συμφωνίας (21,8%) δείχνει ότι

υποστηρίζεται η σπουδαιότητα ενός τέτοιου ρόλου. Ένα μικρό ποσοστό (15,4%) δηλώνει αθροιστικά ότι διαφωνεί ή διαφωνεί απόλυτα, ενώ 25 συμμετέχοντες ούτε συμφωνούν, ούτε διαφωνούν (22,7%).

Η 19^η δήλωση εξετάζει το ρόλο των κρατικών δείπνων στην ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό. Η δήλωση, αθροιστικά, βρίσκει σύμφωνο το μεγαλύτερο μέρος των συμμετεχόντων (61,8%). Το 16,3% διαφωνεί και διαφωνεί απόλυτα, ενώ το 21,8% παραμένει αναποφάσιστο.

8^η υποενότητα: Απόψεις των Ελλήνων σεφ για την επιλογή του χώρου επιτέλεσης των κρατικών δείπνων

Στην όγδοη υποενότητα ελέγχεται η καταλληλότητα του χώρου επιτέλεσης για τα κρατικά δείπνα. Αντιστοιχεί στις δηλώσεις (27), (28) και (29) του ερωτηματολογίου. Από τους τρεις προτεινόμενους χώρους - Προεδρικό Μέγαρο, βραβευμένο εστιατόριο και χώρος ιστορικής σημασίας - φαίνεται πως η πλειοψηφία τείνει να συμφωνήσει σε ποσοστό 56,3% ότι ο πιο κατάλληλος είναι ένας χώρος ιστορικής σημασίας. Ωστόσο, έχει ενδιαφέρον ότι ένα μεγάλο ποσοστό κρατάει ουδέτερη στάση τόσο για την επιλογή του Προεδρικού Μεγάρου (38,2%), όσο και του βραβευμένου εστιατορίου (33,6%).

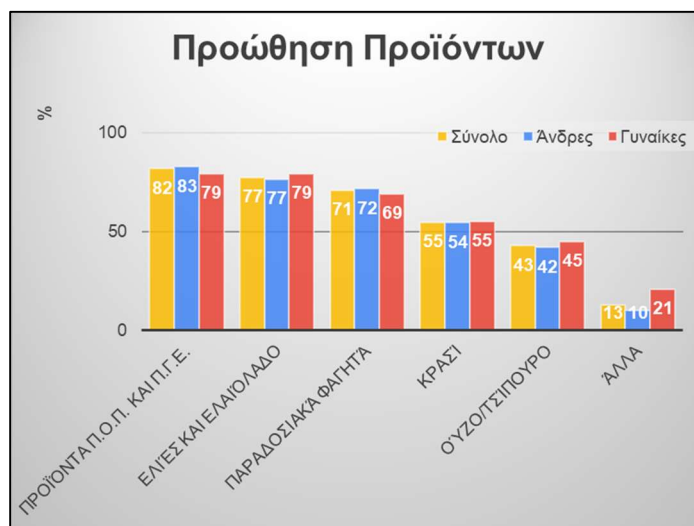
9^η υποενότητα: Απόψεις των Ελλήνων σεφ για το εδεσματολόγιο (μενού) του ελληνικού κρατικού δείπνου

Στην ένατη ενότητα ελέγχονται οι δηλώσεις του ερωτηματολογίου (24^η , 25^η , 26^η) που αφορούν στο φαγητό που προσφέρεται σε ένα κρατικό δείπνο.

Τόσο η Μ.Δ., όσο και ο σεβασμός στις διατροφικές συνήθειες του φιλοξενούμενου συγκεντρώνουν υψηλό βαθμό συμφωνίας από τους συμμετέχοντες, αφού αθροιστικά συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα το 54,5% και το 49,1% αντίστοιχα. Η συντριπτική πλειοψηφία των 90 ατόμων (81,9%) συμφωνεί ή συμφωνεί απόλυτα ότι ένα ελληνικό κρατικό δείπνο θα πρέπει να συστήνει διακριτά στοιχεία της ελληνικής κουζίνας στο φιλοξενούμενο.

10^η υποενότητα: Τα εθνικά προϊόντα που αξίζουν προώθησης μέσω των κρατικών δείπνων

Στη 10^η ενότητα που αντιστοιχεί στην 30^η ερώτηση του ερωτηματολογίου, παρουσιάζονται τα εθνικά προϊόντα διατροφής που οι Έλληνες σεφ θεωρούν άξια να προωθούνται μέσω των κρατικών δειπνών. Η ερώτηση επέτρεπε την επιλογή περισσότερων από μίας απαντήσεων και τη συμπλήρωση και άλλων προτάσεων (Γράφημα 6).



Γράφημα 6. Εθνικά προϊόντα που αξίζουν προώθησης

Το μεγαλύτερο ποσοστό προτίμησης συγκεντρώνουν τα προϊόντα Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε. (81,8%, 67 άνδρες και 23 γυναίκες) και έπονται με φθίνουσα σειρά οι ελιές και το ελαιόλαδο (77,3%, 62 άνδρες και 23 γυναίκες), τα παραδοσιακά φαγητά (70,9%, 58 άνδρες και 20 γυναίκες), το κρασί (54,5%, 44 άνδρες και 16 γυναίκες) και το Ούζο/Τσίπουρο (42,7%, 34 άνδρες και 13 γυναίκες). Επιπλέον, από άνδρες σημειώνονται από μία φορά ως προϊόντα άξια προώθησης η μαστίχα, η φάβα Σαντορίνης, τα όσπρια, ο κρόκος Κοζάνης, τοπικά εποχικά φρούτα/λαχανικά, η Νέα Σύγχρονη ελληνική κουζίνα, τα μοντέρνα ελληνικά γλυκά. Από γυναίκες συμμετέχουσες σημειώνονται από μία φορά το μέλι, το γιαούρτι, τοπικά τυριά και αξιόλογα προϊόντα ανεξάρτητα αν είναι Π.Ο.Π. ή Π.Γ.Ε, αρωματικά φυτά και λαϊκά ιδιοσκευάσματα, εμβληματικά προϊόντα (αυγοτάραχο ή τυριά) και τέλος, μοναδικά προϊόντα που πηγάζουν από τη διατροφή των αρχαίων Ελλήνων και τη Μοναστηριακή διατροφή από συνταγές αιώνων που μένουν αναλλοίωτες μέχρι και σήμερα.

Ολοκληρώνοντας την δεύτερη ενότητα παρουσιάζεται ξεχωριστά ο βαθμός συμφωνίας της ομάδας ελέγχου με τις δηλώσεις (14) και (17) του ερωτηματολογίου. Ελέγχεται κατά πόσον θεωρούν ότι η Ελλάδα έχει επενδύσει επαρκώς στην προβολή της διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς (14^η) και αν οι Έλληνες σεφ που διαμένουν στο εξωτερικό αποτελούν τους

γαστρονομικούς πρεσβευτές της χώρας μας (17^η). Αναφορικά με το αν είναι επαρκής η προβολή της διατροφικής κληρονομιάς, η συντριπτική πλειοψηφία διαφωνεί (35,5%) και διαφωνεί απόλυτα (23,6%). Τέλος, μόλις το 17,3% συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα, ενώ το 23,6% τηρεί ουδέτερη στάση. Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες, οι επαγγελματίες του χώρου που δραστηριοποιούνται στο εξωτερικό αποτελούν τους γαστρονομικούς πρεσβευτές της χώρας μας. Αυτό προκύπτει από το σημαντικό ποσοστό συμφωνίας, αθροιστικά 61,8% και το χαμηλό ποσοστό διαφωνίας και απόλυτης διαφωνίας, 18,2% συνολικά. Οι αναποφάσιστοι αποτελούν το 20%.

- 3^η Ενότητα Ερωτηματολογίου: *Γαστρονομικός τουρισμός και Πολιτιστική διπλωματία*

Στην τρίτη ενότητα με θέμα *Γαστρονομικός τουρισμός και Πολιτιστική διπλωματία* περιλαμβάνονται δηλώσεις για τις οποίες οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να εκφράσουν το βαθμό συμφωνίας τους επιλέγοντας την απάντησή τους από τη διαβαθμισμένη κλίμακα (1-5) *διαφωνώ απόλυτα, διαφωνώ, ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ, συμφωνώ, συμφωνώ απόλυτα* (βλ. Πιν. 2, Παρ. Β').

Αρχικά, ελέγχεται κατά πόσον συμφωνούν οι Έλληνες σεφ με τη σύνδεση ανάμεσα στην καθιέρωση ενός *place branding* (μάρκας προορισμού) και στον ελληνικό γαστρονομικό τουρισμό, καθώς και ανάμεσα στην ανάδειξη της διατροφικής κληρονομιάς και τον τουρισμό στη χώρα μας. Τα θέματα αντιστοιχούν στις δηλώσεις (32) και (33) του ερωτηματολογίου.

Ειδικότερα, η συντριπτική πλειοψηφία αναγνωρίζει τη σύνδεση *place branding* και γαστρονομικού τουρισμού, αφού το 76,4% δήλωσε ότι συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα με αυτήν. Διαφωνία και απόλυτη διαφωνία εξέφρασε μόλις το 10%, ενώ το 13,6% ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί.

Αναφορικά με τα οικονομικά οφέλη που ενδεχομένως να αποφέρει η ανάδειξη της διατροφικής κληρονομιάς στον ελληνικό τουρισμό οι 97 από τους 110 συμμετέχοντες απάντησαν ότι συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα σε ποσοστά 45,5% και 42,7% αντίστοιχα.

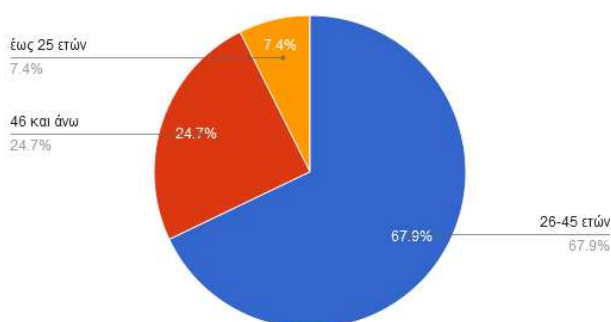
Έπειτα, με την 34^η δήλωση εξετάζεται ο βαθμός συμφωνίας με το ότι το φαγητό μπορεί να επηρεάσει τις αντιλήψεις του ξένου κοινού για την Ελλάδα. Από τα 110 άτομα, τα 89 συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα (81%) με τη δήλωση, οπότε οι διαφωνούντες και οι αναποφάσιστοι αποτελούν περίπου το 20% του δείγματος.

Τέλος, με τις δηλώσεις (35), (36), (37) και (38) εξετάζεται κατά πόσο υπάρχει συμφωνία με το ότι ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να αποτελέσει το έναυσμα για να επισκεφθεί κάποιος την Ελλάδα, να ενημερωθεί για την πολιτιστική της κληρονομιά, να αναζητήσει τα ελληνικά προϊόντα στην αγορά ή να μοιραστεί πληροφορίες για την Ελλάδα με τον κοινωνικό του περίγυρο. Τα ποσοστά συμφωνίας είναι πολύ υψηλά. Από τα 110 άτομα, τα 84, 89, 98, και 96 εξέφρασαν συμφωνία ή απόλυτη συμφωνία με καθεμία από τις παραπάνω δηλώσεις αντίστοιχα.

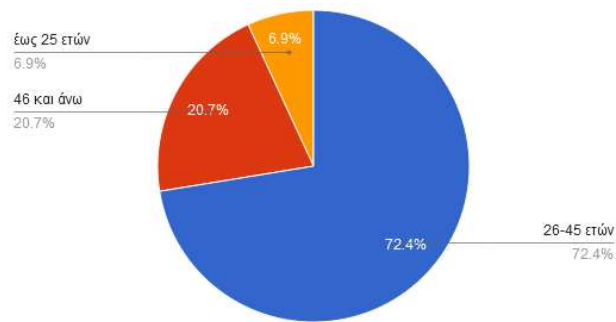
6.1.2 Τα αποτελέσματα της έρευνας ανάλογα με το φύλο των συμμετεχόντων

1^η Ενότητα Ερωτηματολογίου: Κοινωνικά και δημογραφικά στοιχεία

Όπως προαναφέρθηκε, οι περισσότεροι συμμετέχοντες στην έρευνα είναι άνδρες. Η πλειοψηφία τους ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 26-45 ετών (67,9%). Στην ίδια ηλικιακή ομάδα ανήκουν και οι γυναίκες σε ποσοστό 72,4% (Γραφήματα 7, 8).

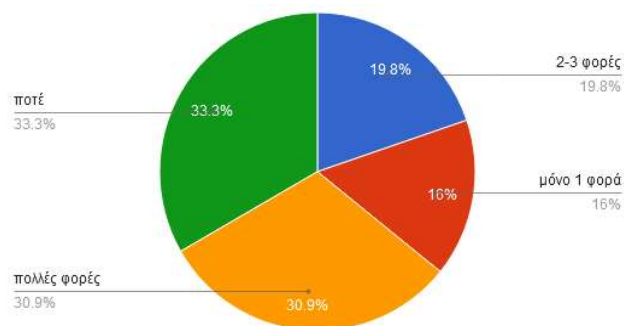


Γράφημα 7. Ηλικία ανδρών

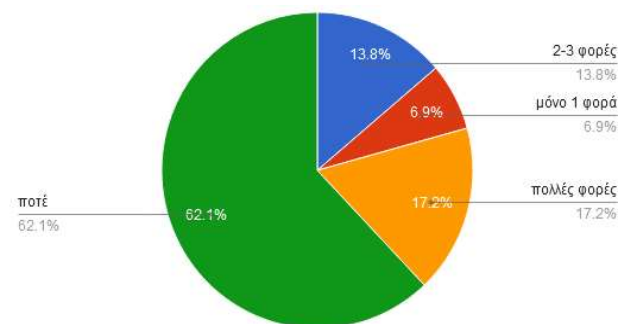


Γράφημα 8. Ηλικία γυναικών

Όσον αφορά τη συχνότητα εμπλοκής των δύο φύλων στην προετοιμασία διπλωματικού δείπνου, το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών (62,1%) δήλωσε ότι δεν συμμετείχε ποτέ ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες είναι 33,3%. Περισσότεροι από τους μισούς άνδρες, το 66,7%, έχουν πάρει μέρος στην προετοιμασία ενός διπλωματικού δείπνου από μία έως πολλές φορές, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών είναι μόλις 37,9% (Γραφήματα 9, 10).

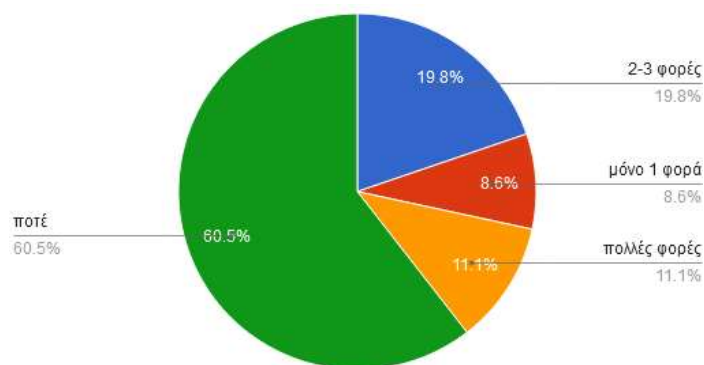


Γράφημα 9. Προετοιμασία διπλωματικού δείπνου (Άνδρες)

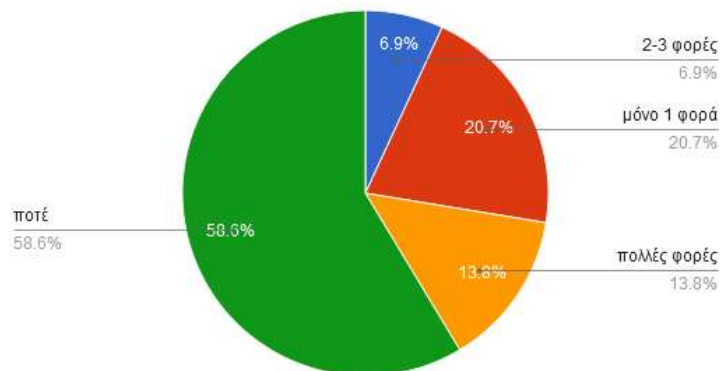


Γράφημα 10. Προετοιμασία διπλωματικού δείπνου (Γυναίκες)

Στην ερώτηση εάν έχουν παραστεί ως καλεσμένοι σε διπλωματικό δείπνο, η πλειοψηφία τόσο των αντρών όσο και των γυναικών απάντησε αρνητικά. Ωστόσο, το 39,5% των ανδρών και το 41,4 % των γυναικών υπήρξαν προσκεκλημένοι σε διπλωματικό δείπνο από μία έως πολλές φορές (Γραφήματα 11, 12).



Γράφημα 11. Προσκεκλημένοι σε διπλωματικό δείπνο (Άνδρες)



Γράφημα 12. Προσκεκλημένοι σε διπλωματικό δείπνο (Γυναίκες)

Έπειτα, για κάθε μια από τις ερωτήσεις που απαντώνται στην κλίμακα Likert, διερευνούμε αν υπάρχει διαφορά στον τρόπο που απαντούν άνδρες και γυναίκες υπολογίζοντας την τιμή της απόστασης χ^2 μεταξύ των ποσοστών των ίδιων απαντήσεων. Πιο συγκεκριμένα, για κάθε απάντηση θεωρούμε το ποσοστό των ανδρών ως την αναμενόμενη (θεωρητική) τιμή και εξετάζουμε πόση είναι η απόσταση χ^2 από αυτήν του ποσοστού της αντίστοιχης απάντησης των γυναικών. Για τον υπολογισμό της απόστασης χ^2 σε κάθε απάντηση, λαμβάνεται υπ' όψιν το στατιστικό σφάλμα στη μέτρηση των γυναικών, που είναι και το μεγαλύτερο, λόγω του μικρότερου στατιστικού δείγματος σε σχέση με αυτό των ανδρών. Για κάθε ερώτηση, αθροίζουμε τις αποστάσεις χ^2 κάθε απάντησης και διαιρούμε με τον αριθμό 5 των προσφερόμενων απαντήσεων, για να πάρουμε ένα γενικό μέτρο της απόστασης χ^2 μεταξύ των κατανομών ανδρών και γυναικών για τη συγκεκριμένη ερώτηση. Τιμές του μέτρου αυτού μικρότερες της μονάδας ή κοντά στη μονάδα, δηλώνουν ότι ο τρόπος που απαντούν οι γυναίκες στη συγκεκριμένη ερώτηση είναι όμοιος με τον τρόπο που απαντούν οι άνδρες. Αντίθετα, τιμές αρκετά μεγαλύτερες από τη μονάδα δηλώνουν ότι άνδρες και γυναίκες απαντούν διαφορετικά.

Στην τελευταία στήλη του Πίνακα 2 (βλ. Παρ. Β') εμφανίζεται η τιμή αυτού του μέτρου για κάθε ερώτηση. Για να γίνει πιο ξεκάθαρη η εικόνα, τιμές του μέτρου αυτού μικρότερες του 2, που δηλώνουν συμφωνία, εμφανίζονται με πράσινο χρώμα ενώ τιμές μεγαλύτερες του 2, που δηλώνουν ασυμφωνία, εμφανίζονται με κόκκινο χρώμα.

Παρατηρούμε λοιπόν ότι ενώ από οπτική σύγκριση μέσων τιμών και τυπικών αποκλίσεων ανδρών και γυναικών δεν φαίνεται να υπάρχει διαφορά στον τρόπο που απαντούν, εμφανίζονται διαφορές σε κάποιες από τις ερωτήσεις αν υπολογιστεί η τιμή του χ^2 μεταξύ τους. Ωστόσο, το μικρό μέγεθος του δείγματος δεν επιτρέπει να εξάγουμε ασφαλή συμπεράσματα για διαφορετική συμπεριφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών. Συμπεραίνουμε δηλαδή, γενικά, ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στις απαντήσεις ανδρών και γυναικών (βλ. Πιν. 1 & 2, Παρ. Β').

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

7.1 Συμπεράσματα έρευνας

Ο γενικός σκοπός της έρευνας ήταν να εξετάσει και να αναδείξει την ήπια ισχύ του φαγητού στην Πολιτιστική διπλωματία. Η ξενόγλωσση επιστημονική αρθρογραφία παρείχε σύγχρονο πληροφοριακό υλικό για την υποστήριξη του θέματος. Στο πρώτο μέρος της εργασίας, τα ιστορικά παραδείγματα Μαγειρικής διπλωματίας κατέδειξαν τον διαμορφωτικό ρόλο της στις διπλωματικές σχέσεις. Επιπλέον, εξετάστηκαν περιπτώσεις χωρών που υιοθέτησαν εθνικές πρακτικές Γαστρονομικής διπλωματίας θέτοντας νέες βάσεις για την ενίσχυση του τουριστικού τους κεφαλαίου. Στην Ελλάδα ωστόσο, η περιορισμένη σχετική βιβλιογραφία έδειξε ότι τόσο η Πολιτιστική διπλωματία, όσο και η σύνδεσή της με τη γαστρονομία είναι ένα θέμα που χρήζει περαιτέρω ελέγχου και εμβάθυνσης.

Οι στόχοι που έθεσε η ποσοτική έρευνα ήταν η διερεύνηση στάσεων ενός δείγματος από Έλληνες μάγειρες για τη Μαγειρική και Γαστρονομική διπλωματία, για τα κρατικά δείπνα, όπως επίσης και η διερεύνηση των απόψεών τους για το ρόλο της γαστρονομικής διπλωματίας στον τουρισμό και την ταυτότητα της εθνικής κουζίνας μας. Ως εκ τούτου, τον βασικό πυρήνα της έρευνας αποτέλεσαν δύο ερωτήματα τα οποία άπτονται θεμάτων με κοινή αφετηρία το φαγητό ως εργαλείο ήπιας ισχύος, οπότε σε έναν βαθμό αλληλοσυμπληρώνονται.

1^ο ερώτημα: Ποια είναι η θέση της ελληνικής γαστρονομίας στην Πολιτιστική διπλωματία;

Στα ελάχιστα ελληνικά συγγράμματα που εντοπίστηκαν στη διάρκεια της έρευνας για την ελληνική Πολιτιστική διπλωματία, η προβολή της διατροφικής κουλτούρας δεν αποτελεί πρωταρχικό θέμα μελέτης. Αντίθετα, από το πολιτισμικό πεδίο προτάσσονται τα αρχαία μνημεία, οι τέχνες, η γλώσσα, οι παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα, η θρησκεία κ.ο.κ. Εν τούτοις, το φαγητό δηλώνει διαχρονικά *παρών* σε όλες τις πτυχές του πολιτισμού. Συστήνει την τέχνη της πρώτης ύλης, της νοστιμιάς και της περίτεχνης παρουσίασης. Μιλάει τη γλώσσα της αποδοχής ή της απόρριψης. Υπηρετεί τις θρησκευτικές υπαγορεύσεις ή απαγορεύσεις. Συνομιλεί με την παράδοση και τον νεωτερισμό. Με λίγα λόγια, διηγείται μία ιστορία καθόλα ανθρώπινη.

Στα αποτελέσματα της έρευνας συμπεριλαμβάνονται οι κυρίαρχες απόψεις των συμμετεχόντων για τους όρους *Γαστρονομική* και *Μαγειρική* διπλωματία που, σύμφωνα με τη

θεωρία, εμπίπτουν στο πλαίσιο της Πολιτιστικής διπλωματίας. Η εικόνα είναι ασαφής για το αν οι σεφ διαχωρίζουν ή όχι τις δύο έννοιες. Όμως, πέρα από τον εννοιολογικό διαχωρισμό που σχετίζεται μάλλον με ακαδημαϊκές αναζητήσεις και προτείνεται για διευκόλυνση της μελέτης, η ποσοτική έρευνα αναδεικνύει την άποψη για τη σπουδαιότητα του ρόλου της γαστρονομίας στην Πολιτιστική διπλωματία. Βεβαίως, το ερώτημα παραμένει εάν η Ελλάδα ασκεί ή προτίθεται να ασκήσει Πολιτιστική διπλωματία. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα τείνουν στην πεποίθηση ότι η διατροφική κουλτούρα είναι ικανή να εκφράσει την ήπια ισχύ ενός έθνους και ακολούθως ότι η γαστρονομία συνιστά ένα χρήσιμο εργαλείο ήπιας ισχύος στις διπλωματικές σχέσεις. Ο ένας στους τρεις - κατά προσέγγιση - συμφωνεί ότι η γαστρονομία μπορεί να έχει ενεργητικό ρόλο στην βελτίωση των διακρατικών σχέσεων.

Συγχρόνως, ενώ η προβολή της διατροφικής κουλτούρας εκλαμβάνεται ως μείζονος σημασίας, η προώθησή της κρίνεται ανεπαρκής, αφού οι συμμετέχοντες υποστήριξαν ότι απουσιάζει ένας συντονισμένος σχεδιασμός για αυτό το θέμα. Επίσης, μεγάλο μέρος των συμμετεχόντων δεν εμφανίζεται ικανοποιημένο από την επενδυτική πρόθεση του ελληνικού κράτους για τη Γαστρονομική και Μαγειρική διπλωματία.

Ωστόσο, τα στοιχεία που προέκυψαν για τις θέσεις τους αναφορικά με τη συμβολή των κρατικών δείπνων στην ενίσχυση διπλωματικών σχέσεων (Μαγειρική διπλωματία) είναι περισσότερο ενθαρρυντικά, καθώς από την έρευνα αναδεικνύεται η εμπιστοσύνη στην ήπια ισχύ του φαγητού να επηρεάζει την έκβαση των αποφάσεων και στον ρόλο ενός ικανού σεφ, υπεύθυνου για την προετοιμασία ενός κρατικού δείπνου. Η πλειονότητα συμφωνεί ότι τα κρατικά δείπνα που συνδυάζουν το νόστιμο φαγητό, την καταλληλότητα του χώρου και την πλαισίωση από πολιτιστικά δρώμενα αντιπροσωπευτικά της τοπικής κουλτούρας μπορούν να συμβάλλουν στην ενίσχυση των διπλωματικών σχέσεων αλλά και στην ενδυνάμωση της εθνικής εικόνας στο ξένο κοινό.

2^ο ερώτημα: Ποια είναι η συμβολή της γαστρονομικής διπλωματίας στην ενίσχυση του ελληνικού τουρισμού;

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκκινεί από την πολιτισμική και πολιτική χροιά του όρου *Γαστρονομική διπλωματία* και εξετάζει το θέμα του τουρισμού στο πλαίσιο της Πολιτιστικής διπλωματίας και ευρύτερα της Δημόσιας διπλωματίας. Το επιτυχημένο αφήγημα που καλούνταν να προτάξει μία χώρα για την προσέλκυση τουριστών, πλέον φαίνεται ότι δεν αρκεί

ή έστω, έχει την ανάγκη ανασύνθεσης. Η χώρα που θέλει να βελτιώσει και να σταθεροποιήσει την εθνική εικόνα και φήμη της οφείλει να υιοθετήσει μία συνολική προσέγγιση του πολιτιστικού της υπόβαθρου. Μία τέτοια προσέγγιση προϋποθέτει τη γνώση του πολιτιστικού πλούτου της χώρας, την εμπιστοσύνη στις αξίες της, τη βαθιά αντίληψη της *αυτοεικόνας* της και της εικόνας που έχουν οι αλλοεθνείς για εκείνη.

Αν λάβουμε υπόψη ότι ο Rockower (2012) όρισε ως βασική επιδίωξη της γαστρονομικής διπλωματίας την επικοινωνία των λαών, γίνεται αντιληπτό ότι τα οφέλη από τον τουρισμό δεν είναι μόνο οικονομικά και κοινωνικά αλλά και πολιτισμικά. Στο φάσμα της γαστρονομικής διπλωματίας, η καθιέρωση γαστρονομικών προορισμών, η διατροφική - πολιτιστική κληρονομιά και ο τουρισμός συνενώνονται με τους αρμούς της γεύσης, της μνήμης και της εμπειρίας.

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα συμφωνεί για την έλλειψη ενός στρατηγικού σχεδίου προς αυτήν την κατεύθυνση αλλά, παράλληλα, από τη στιγμή που αποδέχεται ότι ένα τέτοιο σχέδιο μπορεί να αφορά όλες τις χώρες ανεξάρτητα από την ισχύ τους, υπαγορεύει και την ανάγκη ενός τέτοιου για την περίπτωση της Ελλάδας. Ένας στρατηγικός σχεδιασμός απαιτεί συντονισμό δράσεων από ποικίλους φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, με κυβερνητική χρηματοδότηση και οργανωσιακό προσανατολισμό. Οι περισσότερες χώρες που πρωτοπόρησαν οικοδομώντας τη γαστρονομική τους ταυτότητα, ώστε να ανοιχθούν στο κόσμο και να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών, αντιμετώπιζαν προβλήματα στην διάκριση της εθνικής τους ταυτότητας ή στο παρεχόμενο τουριστικό προϊόν τους (Ταϊλάνδη, Ταϊβάν, Κορέα κ.ά.). Με τη γνωστοποίηση της διατροφικής τους κουλτούρας προσπάθησαν να επηρεάσουν την ξένη κοινή γνώμη και συγχρόνως να εδραιώσουν την εθνική κουζίνα τους. Άλλωστε, σύμφωνα με τη θεωρία, ο Γαστροεθνικισμός εκφράζεται συχνά με αντιπαραθέσεις για την προέλευση διατροφικών προϊόντων και εθνικών πιάτων.

Ωστόσο, στα αποτελέσματα της έρευνας η χρήση της γαστρονομικής διπλωματίας έχει θετικό πρόσημο ενώ η εφαρμογή της, αναφορικά με το θέμα της ενίσχυσης του τουρισμού, αρνητικό. Κατά την άποψη της γράφουσας, αρχικά προβληματίζει η αντίληψη περί *χρήσης* και *εφαρμογής*. Έπειτα, η παραδοχή της απουσίας ενός στρατηγικού σχεδίου που βρίσκεται στον αντίποδα, κάνει απαιτητή την περαιτέρω διερεύνηση των στοιχείων με μία μελλοντική ποιοτική έρευνα.

Επιπλέον, αναδύεται από την έρευνα, το αίτημα να αναδειχθούν τα συστατικά στοιχεία της εθνικής μας κουζίνας. Η άποψη ότι η ελληνική κουζίνα πρέπει να στηριχθεί στις τοπικές κουζίνες συγκέντρωσε έναν από τους μεγαλύτερους βαθμούς αποδοχής ξεπερνώντας έστω και ελάχιστα την μεσογειακή μαγειρική παράδοση που έτσι κι αλλιώς είναι αλληλένδετη με την ελληνική διατροφική κουλτούρα. Τα σήματα ποιότητας, με πιο πρόσφατο το πρωτοποριακό ελληνικό σήμα AFQ που διατίθεται σταδιακά στις ξένες αγορές και οι προωθητικές δράσεις γαστρονομίας σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο φαίνεται ότι τονώνουν το γενικό αίσθημα για την ποιότητα των προϊόντων. Μέσω της έρευνας, ακόμη και στο πλαίσιο της Μαγειρικής διπλωματίας, εκφράζεται η συντριπτικώς αποδεκτή άποψη ότι στα κρατικά δείπνα το φαγητό θα πρέπει να συστήνει στον φιλοξενούμενο διακριτά στοιχεία της ελληνικής κουζίνας. Όμως, είναι βασική η καινοτόμος διαχείρισή τους με τρόπο που να είναι κατανοητός από το ξένο κοινό και με πρόθεση συμπερίληψης στην γαστρονομική εμπειρία.

Οι Έλληνες σεφ αναγνωρίζουν με σαφήνεια τόσο τα οικονομικά όσο και τα πολιτιστικά οφέλη που προκύπτουν μέσω του τουρισμού από την ανάδειξη της διατροφικής κληρονομιάς. Τονίζεται δε, ότι στο πλαίσιο της γαστρονομικής διπλωματίας απαιτείται μια νεωτεριστική οπτική, εξασφάλιση κατάλληλων συνεργασιών και συνεργειών και οπωσδήποτε αποφασιστική διάθεση για εξωστρεφείς χειρισμούς. Σε αυτή τη βάση, μία καλά συντονισμένη εθνική καμπάνια γαστρονομικής διπλωματίας οφείλει να θέτει μακροπρόθεσμους στόχους. Πιο ειδικά, αναμένεται να συνδράμει στη συνειδητή αναζήτηση ελληνικών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού και του εσωτερικού και να επηρεάσει την ξένη κοινή γνώμη. Απώτερες επιδιώξεις είναι η εκούσια προσέγγιση ποικίλων πτυχών της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς μέσα από την *εδώδιμη* οδό, η δημιουργία της επιθυμίας να επισκεφτεί κανείς τη χώρα, να γευτεί τον πολιτισμό της και να τον επικοινωνήσει στον κοινωνικό του περίγυρο. Σε αυτήν την προσπάθεια, οι Έλληνες μάγειρες καθίστανται οι γαστρονομικοί πρεσβευτές της χώρας αποδεχόμενοι έναν ρόλο με ιδιαίτερη βαρύτητα.

Η ελληνική γαστρονομία ως αναπόσπαστο στοιχείο του πολιτισμού, καλείται να επανεφεύρει και να επικοινωνήσει την ταυτότητά της, να αφουγκραστεί τις επιταγές της Δημόσιας διπλωματίας και να ανταποκριθεί στις αναδυόμενες ανάγκες του κοινού είτε πρόκειται για τουριστικούς επισκέπτες, είτε για ένθερμους υποστηρικτές της στο εξωτερικό. Για την εκπλήρωση των στόχων είναι σημαντικός ο ρόλος της εκπαίδευσης στη διαμόρφωση της εθνικής γαστρονομικής συνείδησης.

7.2 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Η ολοκλήρωση της συγγραφής της παρούσας διπλωματική εργασίας συμπίπτει με την ιδιάζουσα περίοδο της πανδημίας COVID - 19. Το ισχυρότατο πλήγμα που δέχτηκαν οι τομείς του πολιτισμού και του τουρισμού κάνει την ασφαλή επαναπροσέγγιση των λαών να θεωρείται παγκόσμιο στοίχημα. Είναι στην ευχέρεια της κάθε χώρας να αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματά της, ώστε να ανακάμψει σε οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό επίπεδο.

Το φαγητό προσφέρει ανεξάντλητα πεδία για έρευνα. Ακολουθούν ενδεικτικά, ορισμένες προτάσεις σχετικές με το αντικείμενο της παρούσας μελέτης. Τα πεδία της Μαγειρικής και Γαστρονομικής διπλωματίας που απασχόλησαν την έρευνα αποτελούν δίαυλους επικοινωνίας του πολιτισμού με την πολιτική. Η δυσκολία πρόσβασης σε αρχειακό υλικό δεν επέτρεψε να συμπεριληφθούν ιστορικά γεγονότα της ελληνικής Μαγειρικής διπλωματίας. Επομένως, θα είχε ενδιαφέρον να ερευνηθεί εκ νέου το θέμα και να διενεργηθεί ποιοτική έρευνα με το εργαλείο της συνέντευξης σε μάγειρες που κατά καιρούς έχουν εμπλακεί στην προετοιμασία κρατικών δείπνων. Οι προτιμήσεις των εκάστοτε κυβερνώντων και φιλοξενουμένων, λανθασμένες διατροφικές επιλογές στα μενού, παραλήψεις και ευτράπελα γύρω από ένα τραπέζι μπορούν να συνθέσουν μια πληρέστερη εικόνα για το πεδίο της Μαγειρικής διπλωματίας στην Ελλάδα. Ιδιαίτερη αξία θα είχε η αναζήτηση και συγκριτική μελέτη δεσματολογίων που έχουν καταρτιστεί για ελληνικά κρατικά δείπνα. Με την ιστορική προσέγγιση μπορεί κανείς να επισημάνει τυχόν αστοχίες του παρελθόντος και να προχωρήσει συνειδητά σε μελλοντικό σχεδιασμό.

Επιπλέον, προτείνεται να ερευνηθούν οι πρωτοβουλίες των ελληνικών πρεσβειών του εξωτερικού ή άλλων φορέων της Δημόσιας διπλωματίας για τη διάδοση της ελληνικής κουζίνας. Παράλληλα, να διερευνηθεί ο ρόλος της εστίασης στην προώθηση των ελληνικών τοπικών προϊόντων και να αναδειχθεί η συνεισφορά Ελλήνων μαγείρων που διαπρέπουν διεθνώς στον τομέα της εστίασης και προωθούν μέσα από τις κουζίνες τους εμβληματικά ελληνικά προϊόντα.

Μία άλλη πρόταση αφορά την εξέταση της Μαγειρικής διπλωματίας που εκπηγάζει από ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Είναι ένα πεδίο που ο S. Chapple-Sokol (2016) ορίζει ως *Citizen Culinary Diplomacy* και σχετίζεται με τη διαπολιτισμική προσέγγιση μέσω του φαγητού σε επίπεδο ιδιωτών (*pop-up* δείπνα, *conflict café*, κουζίνα των μεταναστών).

Ακόμα, η έρευνα μπορεί να εστιάσει στην ανάδειξη του κινήματος του *slow food* στο πλαίσιο της ελληνικής πραγματικότητας και τη σημασία του για τη βιώσιμη ανάπτυξη, την ελληνική μαγειρική παράδοση και την πολιτιστική κληρονομιά εν γένει.

Τέλος, ιδιαίτερου ενδιαφέροντος είναι το θέμα του Γαστροεθνικισμού (Gastronationalism). Με αφορμή ένα φαγητό με αμφιλεγόμενη εθνική ταυτότητα συχνά ασκείται πολεμική σε μια ολόκληρη χώρα. Πολλές χώρες, ανάμεσά τους και η Ελλάδα, αντιμετωπίζουν ζητήματα πατρότητας ή αυθεντικότητας συνταγών που αξίζουν διερεύνησης. Απαιτούνται λεπτοί χειρισμοί για να προσεγγιστούν οι λαοί μέσω του φαγητού και όχι να βαθύνουν τις μεταξύ τους διαφορές.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Ξενόγλωσση

- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, London: Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2(1), 6–12. Retrieved from: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>
- Appadurai, A. (1988). How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India. *Comparative Studies in Society and History*, 30(1), 3-24. DOI: <https://doi.org/10.1017/s0010417500015024>
- Beck, E. (1998). Dinesen's Babette's Feast. *The Explicator*, 56(4), 210-213. DOI: <https://doi.org/10.1080/00144949809595318>
- Bogoliubova, N. & Nikolaeva, J. (2017). Gastronomic Diplomacy as a Way of Preserving Ethnocultural Identity of Modern Nations. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(2), 9-21.
- Boudou, B. (2012). Éléments pour une anthropologie politique de l'hospitalité. *Revue Du MAUSS*, 40(2), 267-284. DOI: <https://doi.org/10.3917/rdm.040.0267>
- Carrió-Invernizzi, D. (2008). Gift and diplomacy in seventeenth-century Spanish Italy. *The Historical Journal*, 51(4), 881-899. DOI: <https://doi.org/10.1017/s0018246x08007115>
- Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8(2), 161-183. DOI: <https://doi.org/10.1163/1871191x-12341244>
- Civitello, L. (2008). *Cuisine and Culture: A history of food and people*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. <http://repository.ottimmo.ac.id/36/1/CUISINE%20AND%20CULTURE.pdf>
- Constantinou, C. M. (1996). *On the way to diplomacy*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Craggs, R. (2014). Hospitality in geopolitics and the making of Commonwealth international relations. *Geoforum*. Geoforum 52, 90–100. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2014.01.001>
- Cramer, J. M., Greene, C. P., & Walters, L. M. (2011). *Food as Communication/Communication as Food*. New York: Peter Lang Publishers.
- Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31-54. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716207311952>
- DeSousey, M. (2010). Gastronationalism. *American Sociological Review*, 75(3), 432-455. DOI: <https://doi.org/10.1177/0003122410372226>
- DeSousey, M. (2016). *Contested Tastes: Foie Gras and the Politics of Food*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. UK: Elsevier, Butterworth Heinemann. Retrieved from:

[http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Nation Branding - Concepts, Issues, Practice - Keith Dinnie.pdf](http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Nation_Branding_-_Concepts,_Issues,_Practice_-_Keith_Dinnie.pdf)

Dirks, R., & Hunter, G. (2013). *The Anthropology of Food* (Ken Albala, Ed.). Abingdon: Routledge.

Douglas, M. (1972). Deciphering a Meal. *Daedalus*, 101(1), 61-81. Retrieved from: <http://www.jstor.org/stable/20024058>

Douglas M., Isherwood, B. (1996). *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. London: Routledge.

Dursteler, E. R. (2013). "A Continual Tavern in My House": Food and Diplomacy in Early Modern Constantinople. In eds. Machtelt Israëls and Louis A. Waldman (Ed.), *Renaissance Studies in Honor of Joseph Connors*.

Ermatinger, J. W. (2015). *The world of ancient Rome: A daily life encyclopedia [2 volumes]: A daily life encyclopedia*. Greenwood.

Fedyukin, I., Collis, R. & Zitser, E. A. (2019). Drinking Diplomacy: The St. Petersburg 'Ordre des Antisobres' and Fraternal Culture among European Envoys in Early Imperial Russia. *The International History Review*, 42(1), 60–76. DOI: <https://doi.org/10.1080/07075332.2018.1541421>

Ferguson, P. (2004). *Accounting for Taste: The Triumph of French Cuisine*. Chicago: University of Chicago Press.

Fischler, C. (2011). Commensality, society and culture. *Social Science Information*, 50(3–4), 528–548. DOI: <https://doi.org/10.1177/0539018411413963>

Flitsch, M. (2011). Hesitant hands on changing tables: Negotiating dining patterns in diaspora food culture transfer. *Asiatische Studien / Études Asiatiques*, 65(4).

Freeman, C. W. (1997). *The Diplomat's Dictionary*. Washington, D.C., DC: United States Institute of Peace Press.

Giacoman, C. (2016). The dimensions and role of commensality: A theoretical model drawn from the significance of communal eating among adults in Santiago, Chile. *Appetite*, 107, 460–470. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.08.116>

Goldstein, E. (2008). The Politics of the State Visit. *The Hague Journal of Diplomacy*, 3(2), 153–178. DOI: <https://doi.org/10.1163/187119108x323646>

Goody, J. (2013). *Industrial Food: Towards the Development of a World Cuisine* (C. Counihan & P, Eds.). New York, NY: Van Esterik. Routledge.

Gunkel, A. H. (2016). *Food and Culture* (G. A. Burns, Ed.). Malden: John Wiley and Sons Ltd.

Heal, F. (2008). Food Gifts, the Household and the Politics of Exchange in Early Modern England. *Past & Present*, 199(1), 41–70. DOI: <https://doi.org/10.1093/pastj/gtn002>

Ing, L. C. (2011). A Brief Introduction to Anthropological Perspectives on Diet: Insights into the Study of Overseas Chinese. *Asian Culture and History*, 3(1), 86–93. DOI: <https://doi.org/10.5539/ach.v3n1p86>

Jung, C. (1968). Archetypes and the Collective Unconscious, In *Collected Works of C. G. Jung*, 9, Part 1.

Kivela, J. & Crotts, C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, (30), 354-377.

- Kyriakaki, A., Zagkotsi, S., & Trihas, N. (2016). Gastronomy, tourist experience and location. The case of the 'greek breakfast.' *TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM*, 11, Number 3, 227–261.
- Lee, M. (2011). Food as a Symbol. *Journal of Symbols & Sandplay Therapy*, 2(2), 9–23. DOI: <https://doi.org/10.12964/jsst.110012>
- Leer, J. (2018). Monocultural and multicultural gastronationalism: National narratives in European food shows. *European Journal of Cultural Studies*, 22(5–6), 817–834. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367549418786404>
- Lima, R., et al. (2015). Food and culture: the exercise of commensality, *Demetra: food, nutrition & health*, 10(3), 507–522.
- Luša, Đ., & Jakešević, R. Ž. (2017). The Role of Food in Diplomacy: Communicating and “Winning Hearts and Minds” Through Food. *Medijske Studije*, 8(16), 99–119. DOI: <https://doi.org/10.20901/ms.8.16.7>
- Marovelli, B. (2019). Cooking and eating together in London: Food sharing initiatives as collective spaces of encounter. *Geoforum*, 99, 190–201. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.09.006>
- Matta, R. (2016). Food incursions into global heritage: Peruvian cuisine’s slippery road to UNESCO. *Social Anthropology*, 24(3), 338–352. DOI: <https://doi.org/10.1111/1469-8676.12300>
- Mauss, M. (1990). *Gift: The form and reason for exchange in archaic societies*. New York, NY: WW Norton.
- McAndrews, K. M. (2016). King David Kalakaua’s Last Diplomatic Dinner: A Discussion of the Rhetoric of the Menu. *Food and Revolution*. Gastronomy Dublin Symposium.
- McBride, A. B. (2016). In *Is the kitchen the new venue of foreign policy? Ideas on food as a tool for diplomacy, building peace and cultural awareness*.
- Mesotten, L. (2018). A Taste of Diplomacy: Food Gifts for the Muscovite Embassy in Venice (1582). *Legatio: The Journal for Renaissance and Early Modern Diplomatic Studies*, 1, 131. DOI: <https://doi.org/10.12775/legatio.2017.05>
- Mintz, S. (1985). *Sweetness and power: the place of sugar in modern history*. Harmondsworth: Penguin.
- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. New York: Columbia University Press.
- Moore, R., (1985). *Third-World Diplomats in Dialogue with the First World: The New Diplomacy*, Palgrave Macmillan UK.
- Morgan, L. (2012). Diplomatic Gastronomy: Style and Power at the Table. *Food and Foodways* 20 (2). Routledge: Taylor and Francis Group.146–166. DOI: [10.1080/07409710.2012.680366](https://doi.org/10.1080/07409710.2012.680366)
- Narayanan, D. (2015). *Cultures of Food and Gastronomy in Mughal and post-Mughal India*, Dissertation, Heidelberg.
- Nirwandy N., Awang, A.A. (2014). Conceptualizing Public Diplomacy Social Convention Culinary: Engaging Gastro Diplomacy Warfare for Economic Branding, Procedia. *Social and Behavioral Sciences*, 130, 325 – 332.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109.

- Osipova, Y. (2014). From gastronationalism to gastrodiploacy: Reversing the securitization of the dolma in the south Caucasus. *Public Magazine*, 11, 18–22.
- Poulain, J. P. (2013). *Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: Ed.
- Ranta, R. (2015). Food and Nationalism: From Foie Gras to Hummus. *World Policy Journal*, 32(3), 33–40.
- R., C. J., & Riley, K. C. (2017). *Introduction to Linguistic Anthropology In Food Research Methods Food Culture: Anthropology, Linguistics and Food Studies* (J. Chrzan, J. Brett, & B. Journals, Eds.).
- Reynolds, C. J. (2012). The Soft Power of Food: A Diplomacy of Hamburgers and Sushi?, *Food Studies: An Interdisciplinary Journal*, 1(2), 47–60. DOI: <https://doi.org/10.18848/2160-1933/cgp/v01i02/40518>
- Richards, G. (2012). *Food and the tourism experience: Major findings and policy orientations* (D. Dodd, Ed.). Paris: OECD.
- Richards, G. (2015). Evolving gastronomic experiences: from food to foodies to foodscapes. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 1, 1–14.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.
- Rockower, P. (2014). The state of gastrodiploacy. *Public Diplomacy Magazine*, (ue 11. Winter).
- Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiploacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(3), 235–246. DOI: <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>
- Ruch, M. (2017). Babette’s Feast as Sacramental: The Eternal and the Mundane Meet, *Humanities and Theological Studies. Wheaton Writing: A Journal of Academic Essays*, Vol. 2, 27–32.
- Ruddy, B. (2014). Hearts, minds, and stomachs: Gastrodiploacy and the potential of national cuisine in changing public perceptions of national image. *Public Diplomacy Magazine*, 11, 29–32.
- Sciolino, E. (2011). *La Seduction: How the French Play the Game of Life*. New York: Times Books.
- Smith, D. J. (2015). Dinner and Diplomacy in the Deeds of the Conqueror, *eHumanista / . IVITRA*, 7, 86–92.
- Solleh, F. M. (2018). Gastrodiploacy: Psychological Persuasion via National Cuisine. *Proceedings of the 7th International Conference on Kansei Engineering and Emotion Research*, 129–139.
- Spence, C. (2016). Gastrodiploacy: Assessing the role of food in decision-making. *Flavour*, 5(4), 1–16. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13411-016-0050-8>
- Spence, C. (2018). Contemporary fusion foods: How are they to be defined, and when do they succeed/fail? *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 13, 101–107. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2018.07.005>
- Stajcic, N. (2013). Understanding Culture: Food as a Means of Communication, *Hemispheres. Studies on Cultures and Societies*, (Issue 28), 77–87.
- Still, J. (2010). *Derrida and Hospitality, Theory and Practice*. Edinburg: University Press.

- Suntikul, W. (2017). Gastrodiplomacy in tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1076–1094. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1363723>
- Tariqul, I. (2005). Changing nature and agenda of diplomacy: a critical analysis. *Asian Affairs*, 27(1), 56–71.
- Tettner, S. & Kalyoncu, B. (2016). Gastrodiplomacy 2. 0: culinary tourism beyond nationalism. *ARA: Journal of Tourism Research*, 6(2), 47–55.
- White, C., Kolesnicov, I. (2015). Nation branding in a transitional democracy: The role of corporate diplomacy in promoting national identity. *Place Brand Public Dipl.* 11, 324–337. DOI: <https://doi.org/10.1057/pb.2015.13>
- Woolgar, C. M. (2011). Gifts of food in late medieval England. *Journal of Medieval History*, 37(1), 6–18. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jmedhist.2010.12.004>
- Woolley, K., & Fishbach, A. (2017). A recipe for friendship: Similar food consumption promotes trust and cooperation. *Journal of Consumer Psychology: The Official Journal of the Society for Consumer Psychology*, 27(1), 1–10.
- Woolley, K., & Fishbach, A. (2019). Shared plates, shared minds: Consuming from a shared plate promotes cooperation. *Psychological Science*, 30(4), 541–552.
- Young, J.Z. (1968). *Influence of the mouth on the evolution of the brain*. P. Person (Ed.), *Biology of the Mouth: A symposium presented at the Washington meeting of the American Association for the Advancement of Science*, American Association for the Advancement of Science, 21-35.
- Zahari, MSM., Jalis, MH., et al. (2009). «Gastronomy: An Opportunity for Malaysian Culinary Educators». *International Education Studies*. 2(2), 66-71. Retrieved from: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1065685.pdf>

B. Ξενόγλωσση μεταφρασμένη

- Appadurai, A. (1998). «Πως Φτιάχνεται μια Εθνική Κουζίνα: Τα Βιβλία Μαγειρικής στη Σύγχρονη Ινδία». Στο Ματθαίου Α. (επιμ.). *Ιστορία της Διατροφής: Προσεγγίσεις της Σύγχρονης Ιστοριογραφίας*. Αθήνα: Εταιρεία Μελέτης Νέου Ελληνισμού - Μνήμων.
- Barthes R. (1998). «Για μια Ψυχοκοινωνιολογία της Διατροφής». Στο Ματθαίου Α. (επιμ.). *Ιστορία της Διατροφής: Προσεγγίσεις της Σύγχρονης Ιστοριογραφίας*. Αθήνα: Εταιρεία Μελέτης Νέου Ελληνισμού – Μνήμων.
- Bloch, M. (1998). «Οι τροφές στην παλαιά Γαλλία». Στο Ματθαίου Α. (επιμ.). *Ιστορία της Διατροφής: Προσεγγίσεις της Σύγχρονης Ιστοριογραφίας*. Αθήνα: Εταιρεία Μελέτης Νέου Ελληνισμού – Μνήμων.
- Braudel F. (2014). *Γραμματική των πολιτισμών*. Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης.
- Dinnie, K. (2014). «Nation Branding και οι εικόνες των κρατών - Δυνατότητες και περιορισμοί». Στο Σαμαράς Α. Ν. (επιμ.), *Εικόνες Κρατών – Στρατηγική Επικοινωνία, Ήπια Ισχύς και Μέσα Ενημέρωσης*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Levi-Strauss, C. (2001). *Το Ωμό και το Μαγειρεμένο*. (μτφρ. Λώμη Μ.). Αθήνα: Δ.Ι. Αρσενίδη.
- Mennell, St. (1998). «Αποκλίσεις και συγκλίσεις στην ανάπτυξη της Μαγειρικής κουλτούρας». Στο Ματθαίου Α. (επιμ.). *Ιστορία της Διατροφής: Προσεγγίσεις της Σύγχρονης Ιστοριογραφίας*. Αθήνα: Εταιρεία Μελέτης Νέου Ελληνισμού – Μνήμων.

- Μπένγκτσον, Χ. (1991). *Ιστορία της Αρχαίας Ελλάδος*. Αθήνα: ΜΕΛΙΣΣΑ.
- Norbert E. (1997). *Η εξέλιξη του πολιτισμού*. Τομ. Α'. Αθήνα: Νεφέλη.
- Nye, J. S. (2005). *Ήπια ισχύς: το μέσο επιτυχίας στην παγκόσμια πολιτική*. Αθήνα: Παπαζήση.
- Σαβαρέν, Μ.Ζ.Α. (2008). *Η Γαστρονομία ως Καλή Τέχνη: Η Φυσιολογία της Γεύσης*. (μτφρ. Ανδρέου Δ.). Αθήνα: Στοχαστής.
- Smith, P. (2006). *Πολιτισμική Θεωρία*. Αθήνα: Κριτική.

Γ. Ελληνική

- Αριστοτέλης. (2006). *Πολιτικά*. Τομ. Α'. (μτφρ. Παπαδής, Δ.). Θεσσαλονίκη: ΖΗΤΡΟΣ. (Το πρωτότυπο έργο γράφτηκε τον 4^ο αιώνα π. Χ.).
- Βαρβαρούσης, Π. (1999). *Οι ρίζες των διεθνών σχέσεων: σχηματισμοί διεθνών σχέσεων στις αρχαίες ελληνικές πόλεις - η συμβολή των αρχαίων Ελλήνων*. Αθήνα: Παπαζήση.
- Βασιλειάδης, Ν., Μπουτσιούκη, Σ. (2015). *Πολιτιστική Διπλωματία Ελληνικές και Διεθνείς διαστάσεις*. Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Ανακτήθηκε από: https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4424/1/15527_Vasileiadis%20Total-KOY.pdf
- Βασιλείου, Μ., Μανίτσας, Κ., Τσακοπούλου, Κ. (2015). *Γαστρονομικός τουρισμός: ελληνικές γεύσεις και τοπική ανάπτυξη. Ψηφιακή Βιβλιοθήκη Θεόφραστος*. Τμήμα Γεωλογίας Α.Π.Θ.
- Γιαλούρη, Ε. (2012). *Υλικός πολιτισμός. Η ανθρωπολογία στη χώρα των πραγμάτων*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Δημητρίου-Κοτσώνη, Σ. (2001). «Το τραπέζι του φαγητού, συμβολικός διάλογος. Πρακτική και επιτέλεση». Στο Δημητρίου Σ. (επιμ.). *Ανθρωπολογία των φύλων*. Αθήνα: Σαββάλας.
- Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Larousse Britannica. Τόμ. 16, λήμμα «Γαστρονομία», σελ. 214.
- Έλύτης, Ό. (1990). *Τὰ δημόσια καὶ τὰ ἰδιωτικά*. Αθήνα: Ίκαρος.
- Επίκουρος, (2012). *Η νέα ελληνική κουζίνα*. Αθήνα: Ίκαρος.
- Κακολύρης, Γ. (2016). «Η ηθική και η πολιτική της φιλοξενίας». Στο Κακολύρης Γ. (επιμ.) *Η φιλοξενία* (αφιέρωμα), Ένεκεν, τχ.42, Οκτ - Δεκ. 2016, 8-37.
- Καλπίδης Χ. (2014). *Γαστρονομικός Τουρισμός. Μία συνολική θεώρηση στη σύνδεση γαστρονομίας και τουρισμού*. Αθήνα: CaptainBook.
- Κασκάλης Θ.Χ., Μαλέτσκος Α.Α., Ευαγγελίδης Κ.Ε. (2004). Χρήση και αξιοποίηση ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων σε έναν εκπαιδευτικό δικτυακό τόπο. *4ο Συνέδριο ΕΤΠΕ*. Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Καφούρος, Β. (2015). *Προτάσεις για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα*. Αθήνα: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών.
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.
- Κόνσολα, Ντ. (2013). *Στρατηγικό Σχέδιο πολιτιστικού τουρισμού για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. 11^ο Τακτικό Επιστημονικό Συνέδριο. Αγροτική Οικονομία, Ύπαιθρος Χώρος, Περιφερειακή και Τοπική Ανάπτυξη*, 14-15 Ιουνίου 2013. Πάτρα: Ελληνικό τμήμα της Ευρωπαϊκής Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης (ERSA-GR).

Κοσμίδου, Ζ. (2000). Ο πολιτισμός ως επικοινωνιακό μέσο για τη βελτίωση των διεθνών σχέσεων και η ελληνική πολιτιστική διπλωματία (Διδακτορική διατριβή). Διαθέσιμο από: Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών.

Κράββα, Β. (2018). «Οι λαογράφοι, τα πράγματα και ο υλικός βίος: Θεωρητικές και Μεθοδολογικές διαδρομές στη μακρά λαογραφική διάρκεια». Στο Νιτσιάκος Β. & Ποτηρόπουλος Π. (επιμ.), *Λαογραφία και Ανθρωπολογία*. Αθήνα: Ι. Σιδέρης.

Λιαρόπουλος, Α.Ν. (2014). «Ήπια ισχύς και κρατική εικόνα- Η προσέγγιση των διεθνών σχέσεων». Στο Σαμαράς Α.Ν. (επιμ.). *Εικόνες Κρατών - Στρατηγική Επικοινωνία, Ήπια Ισχύς και Μέσα Ενημέρωσης*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Ματάλα, Α.Λ. (2015). *Βιοπολιτισμικές προσεγγίσεις της επιλογής τροφής*. Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Ανακτήθηκε από: https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/3801/2/1536_Matala.pdf

Ματθαίου, Α. (1998). «Προλογικό σημείωμα». Στο Ματθαίου Α. (επιμ.). *Ιστορία της Διατροφής: Προσεγγίσεις της Σύγχρονης Ιστοριογραφίας*. Αθήνα: Εταιρεία Μελέτης Νέου Ελληνισμού – Μνήμων.

Μοίρα, Π., & Μυλωνόπουλος, Δ. (2014). Η γαστρονομία ως μορφή πολιτισμικού τουρισμού. Η περίπτωση της Ελλάδας. *e-Περιοδικό Επιστήμης & Τεχνολογίας, 2014* (θεματικό τχ), σ. 81-105. Ανακτήθηκε από: http://e-jst.teiath.gr/triantaokto_teuxos.htm

Μότσιας Χ. (1982). *Τι έτρωγαν οι αρχαίοι Έλληνες*. Αθήνα: Κάκτος.

Μπαμπινιώτης, Γ. (2002). *Λεξικό της νέας ελληνικής γλώσσας*, Β' έκδοση, Κέντρο Λεξικολογίας ΕΠΕ, Αθήνα.

Μπόκλουντ-Λαγοπούλου, Κ. (2016). Γιατί η Σημειωτική; Στο Ε. Deltsoy, Μ. Papadopoulou (επιμ.), *Changing Worlds & Signs of the Times, Selected Proceedings of the 10th International Conference of the Hellenic Semiotics Society*, (σ. 88-99). Βόλος: Ελληνική Σημειωτική Εταιρεία.

Πλακωτός, Γ. (2015). «Οι μεταβαλλόμενες συνθήκες στη Μεσόγειο και στον ιταλικό χώρο κατά τον μακρύ 16^ο αιώνα». Στο Κιοσέογλου Ν. & Μαργαριτούλη Ε. (επιμ.). *Ιστορία της Βενετίας και της Βενετικής Αυτοκρατορίας, 11ος-18ος αι. Κοινωνία, Οικονομία, Πολιτισμός* (σ. 54-63). Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

Πλάτων. (2011). *Νόμοι*, τομ. Γ'. Βιβλία Ε' και ΣΤ' (μτφρ. Νικολούδης Η. Π.). Αθήνα: Δαίδαλος, Ι. Ζαχαρόπουλος (Το πρωτότυπο έργο γράφτηκε πιθανόν μετά το 360 π. Χ.).

ΣΕΤΕ (2009). *Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού τουρισμού*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Σιγάλα Μ. και Χρήστου Ε. (2014). «Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό εμπειρίας». Στο Μασουράκης Ν. & Γκόρτσος Χ. (επιμ.). *Ανταγωνιστικότητα για ανάπτυξη. Προτάσεις πολιτικής* (σ. 191-206). Αθήνα: Ελληνική Ένωση Τραπεζών.

Στεφανή, Ε., Σολομών, Ε. (2010). «Ο άνθρωπος είναι ό,τι τρώει. Προσεγγίσεις στην ιστορία της διατροφής». Στο Γκατζόλης Χ. (επιμ.). *Ο Πολιτισμός στο Τραπέζι* (σ. 11-21). Θεσσαλονίκη: Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης.

Στοιήλη, Μ. (2015). *Και διηγώντας τα... να τρως*. Αθήνα: Κίχλη.

Δ. Ξενόγλωσση δικτυογραφία

Aegean Air, *Δελτίο Τύπου*. (2018) <https://el.about.egeanair.com/media-center/deltia-typou/2018/i-aegean-fernei-konta-koryfaious-ekfrastes-tis-ellinikis-gastronomias/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Σεπτεμβρίου 2020).

Aegean cuisine <http://www.aegeancuisine.gr/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

All about festivals <https://www.allaboutfestivals.gr/categories/gastronomia/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Amore, K. (2011). <https://www.italymagazine.com/featured-story/pizza-margherita-history-and-recipe> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιανουαρίου 2020).

Annual Survey Report. (2019). <https://admin.taiwan.net.tw/Handlers/FileHandler.ashx?fid=22945a76-2a26-41c6-824e-fa1a12593eb8&type=4&no=1> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

Bigas Luna https://en.wikipedia.org/wiki/Bigas_Luna (τελευταία πρόσβαση στις 17 Ιανουαρίου 2020).

Chandler, D. (1999). Σημειωτική για Αρχάριους, (μτφρ. Μ. Κωνσταντοπούλου). <https://www.ellopos.gr/semiotics/sem02.asp> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Ιανουαρίου 2020).

Chapple-Sokol, S. (2016). *A New Structure for Culinary Diplomacy* <http://culinarydiplomacy.com/blog/2016/08/28/a-new-structure-for-culinary-diplomacy/> (τελευταία πρόσβαση στις 5 Φεβρουαρίου 2020).

Cloake, F. (2010). How to make perfect ice-cream, *The Guardian* <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/wordofmouth/2010/jun/17/how-to-make-ice-cream> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2019).

Club des chefs des chefs <http://www.chefs-des-chefs.com/> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Μαρτίου 2020).

Cook's Info. *Taillevent: Medieval French Cook, Author of Le Viandier*. <https://www.cooksinfo.com/taillevent> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Μαρτίου 2020).

Cull, N. (2006). 'Public Diplomacy' Before Gullion: The Evolution of a Phrase <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> (τελευταία πρόσβαση στις 13 Φεβρουαρίου 2020).

de Callières, F. (1716). *L'Art de négocier avec les Princes*, <https://www.diplotaxis.com/quotations-on-diplomacy-and-foreign-policy/> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

de Callières, F. (1716). *The Art of Diplomacy* <https://www.classicsofstrategy.com/2015/10/the-art-of-diplomacy-callieres-1698.html> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

Dejevsky, M. (2015). *The trouble with diplomatic dining: Iranian presidents* <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/nov/12/diplomatic-dining-alcohol-french-iranian-presidents> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Απριλίου 2020).

Dorset, L. (2013). *A Holiday Nights Dessert Favorite: The Charlotte Russe* <https://www.thehenryford.org/explore/blog/a-holiday-nights-dessert-favorite-the-charlotte-russe/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιανουαρίου 2020).

Eataly https://www.eataly.com/us_en (τελευταία πρόσβαση στις 2 Σεπτεμβρίου 2020).

Eating Europe. *Share a taste of local life*. <https://www.eatingeurope.com/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Encyclopedia. *Totem/Totemism*. <https://www.encyclopedia.com/psychology/dictionaries-thesauruses-pictures-and-press-releases/totemtotemism> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Ιανουαρίου 2020).

Ewbank, A. (2017). *The Nixon Dinners That Taught Americans to Stop Worrying and Love Peking Duck*. <https://tinyurl.com/nixonduck> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Φεβρουαρίου 2020).

Foodtourist. *Stories about food, wine and travel* <https://foodtourist.com/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Greece from home <https://www.greecefromhome.com/> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Μαΐου 2020).

GTBB <https://www.greektastebeyondborders.com/about/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Hickey, C.K. (2019). *All the presidents' meals* <https://foreignpolicy.com/all-the-presidents-meals-state-dinners-white-house-infographic/> (τελευταία πρόσβαση στις 8 Ιανουαρίου 2020).

History Collection. *French Chef Kills Himself Because He Was Ashamed of a Banquet* <https://historycollection.com/10-historical-deaths-weirder-than-the-movies/6/> (τελευταία πρόσβαση στις 16 Μαρτίου 2020).

Korean Cultural Center <https://www.kccla.org/kfood/> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

Lesvos Food Fest <https://lesvosfoodfest.com/about/> (τελευταία πρόσβαση στις 21 Ιουλίου 2020).

LSE Digital Library, Mrs. Bannerman's Cabinet Pudding <https://digital.library.lse.ac.uk/objects/lse:box736max> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

MedDiet <https://www.uhc.gr/sites/default/files/MedDiet.pdf> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Michelin Guide <https://guide.michelin.com/tw/en/restaurants> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

Mount Vernon. *Kennedy's State Dinner* <https://www.mountvernon.org/the-estate-gardens/famous-visitors/kennedy-state-dinner/> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

Passmore, N. (2010). *Η αγαπημένη σαμπάνια του Τσόρτσιλ*: <https://www.capital.gr/businessweek-online/1107570/i-agapimeni-sampania-tou-tsortsil> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Φεβρουαρίου, 2020).

Peruvian Food & Drinks News <https://www.perutelegraph.com/news/peruvian-food-drinks/mistura-2019> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Νοεμβρίου 2020).

Portland Communications. (2019). *Countries with the most soft power in the world according to the Soft Power 30 index in 2019*. Statista. Statista Inc. <https://www.statista.com/statistics/726921/top-30-portland-soft-power-index/> (τελευταία πρόσβαση στις 7 Φεβρουαρίου 2020).

Rakona, S. (2008). *Βενετοί στην Κωνσταντινούπολη, Εγκυκλοπαίδεια Μείζονος Ελληνισμού, Κωνσταντινούπολη* <https://tinyurl.com/Vbailo> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιανουαρίου 2020).

Rosenblatt, J. (2012). *The Dictator on the Ranch* <https://www.texasobserver.org/the-dictator-on-the-ranch/> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

Rushford, G. (2003). *Kimchi Diplomacy*, The Rushford Report Archives http://www.rushfordreport.com/2003/4_2003_Publius.htm (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

Scharf, S. (2016). *The Campaign to Make You Eat Kimchi* <https://priceconomics.com/the-campaign-to-make-you-eat-kimchi/> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

Schramsberg <http://www.schramsberg.com/about/history/> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Φεβρουαρίου 2020).

Science-Community. *Table and diplomacy from the Middle Ages to the present day* <https://www.science-community.org/en/node/144211> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

The Food timeline <http://www.foodtimeline.org/presidents.html> (τελευταία πρόσβαση στις 8 Ιανουαρίου 2020).

The Food Timeline: *History notes* <http://www.foodtimeline.org/foodpuddings.html#cabinet> (τελευταία πρόσβαση στις 21 Ιανουαρίου 2020).

The Government Public Relations Department, (2016). *World Food Valley Programme* https://thailand.prd.go.th/ewt_news.php?nid=3823&filename=index (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

The Government Public Relations Department, (2019). *Thai SELECT Logo to Promote the Policy of Thai Kitchen to the World* https://thailand.prd.go.th/ewt_news.php?nid=8089&filename=index (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

The Government Public Relations Department, (2020). *Thai Gastronomy and Food Culture in Thailand – Season 2* https://thailand.prd.go.th/ewt_news.php?nid=9017&filename=index (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

The Government Public Relations Department, (2020). News Room: <https://thailand.prd.go.th/main.php?filename=index> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

The Local. *Hollande to welcome Iran's Rouhani but not for lunch* <https://www.thelocal.fr/20160127/hollande-rouhani-lunch-cancelled-over-wine-row> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Απριλίου 2020).

UNESCO. *Kimjang, making and sharing kimchi in the Republic of Korea* <https://ich.unesco.org/en/RL/kimjang-making-and-sharing-kimchi-in-the-republic-of-korea-00881#diaporama> (τελευταία πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020).

UNESCO. *Lists of Intangible Cultural Heritage*. [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00084&multinational=3&display1=inscription1D#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00084&multinational=3&display1=inscription1D#tabs) (τελευταία πρόσβαση στις 21 Ιουλίου 2020).

UNESCO. *Σύμβαση για την προστασία της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς*: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Μαΐου 2020).

We do local <http://www.wedolocal.gr/gr> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Wikipedia. *Auguste Escoffier* https://en.wikipedia.org/wiki/Auguste_Escoffier (τελευταία πρόσβαση στις 17 Μαρτίου 2020).

Wikipedia. *Kalakaua*: <https://en.wikipedia.org/wiki/Kal%C4%81kaua> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Ιανουαρίου 2020).

Wikipedia. *List of foods named after people* https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_foods_named_after_people (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

Wikipedia. *List of state dinners in the United States*: <https://tinyurl.com/statedinners> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

Wikipedia. *On Civility in Children* https://en.wikipedia.org/wiki/On_Civility_in_Children. (τελευταία πρόσβαση στις 2 Φεβρουαρίου 2020).

Wine story Delicatessen. *Οίνοι Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π)* <https://winestory.gr/oinoi-pop-proelefsis/> (τελευταία πρόσβαση στις 21 Ιουλίου 2020).

Ε. Ελληνική δικτυογραφία

Ανέστη, Κ. (2020). Συνέντευξη στον Γ. Πίττα: <https://www.iefimerida.gr/ellada/gastronomia-ellada-giorgos-pittas-synenteyxi> (τελευταία πρόσβαση στις 2 Δεκεμβρίου 2020).

Άυλη πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας <http://ayla.culture.gr/diatrofiki-politistiki-klironomia-k-agrotiko-topio/> (τελευταία πρόσβαση στις 21 Ιουλίου 2020).

Βικιπαίδεια. *Συνθήκη Η.Π.Α. και της Ε.Σ.Σ.Δ για την Εξάλειψη των Πυραύλων Μεσαίας Εμβέλειας και Μικρότερης Εμβέλειας* <https://tinyurl.com/treatusrus> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης & Επικοινωνίας <https://media.gov.gr/organogramma/> (τελευταία πρόσβαση στις 25 Οκτωβρίου 2020).

Γρηγοριάδης, Στυλιανός: Gault Millau Hellas. Ανακτήθηκε από: <https://hospitalityambassadeurs.com/el/stylianos-grigoriadis-gault-millau-hellas/> (τελευταία πρόσβαση στις 25 Ιανουαρίου 2021).

Δουγλερίδης, Δ. (2011). *Οι μυστικοί δείπνοι της πολεμικής διπλωματίας*. <https://www.tanea.gr/2011/10/14/lifearts/by-the-book/oi-mystikoi-deipnoi-tis-polemikis-diplwmatias/> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Φεβρουαρίου, 2020).

Δρόμοι της Ελιάς <https://olivetreeroute.gr/> (τελευταία πρόσβαση στις 22 Ιουλίου 2020).

Δρόμοι του Κρασιού <https://wineroads.gr/el/> (τελευταία πρόσβαση στις 22 Ιουλίου 2020).

Ε.Ι.Δ.Π. <https://www.helleniculturaldiplomacy.com/> (τελευταία πρόσβαση στις 5 Ιανουαρίου 2020).

Ε.Ι.Π. (2015). *Η Κουζίνα της Ειρήνης: make food, not war - Ουάσιγκτον*: <https://tinyurl.com/peacecuisine> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Νοεμβρίου 2019).

Ελληνικό Πρωινό <https://www.greekbreakfast.gr/elliniko-proino/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

ΕΛ.ΤΑ. *Δελτίο Τύπου*, (20/07/2020) <https://tinyurl.com/ELTAMediterranean-cuisine> (τελευταία πρόσβαση στις 2 Δεκεμβρίου 2020).

Επτακοίλη, Γ. (2016). *Η διπλωματία της κουζίνας*. <https://www.kathimerini.gr/world/880070/i-diplomatia-tis-koyzinas/> (τελευταία πρόσβαση στις 12 Μαρτίου 2020).

Ηλεκτρονική εφημερίδα, *iefimerida.gr*. (2018). *Η διπλωματία της γαστρονομίας στις σχέσεις Αθήνας - Μόσχας με φόντο το ναό του Ποσειδώνα* <https://tinyurl.com/chefsummit> (τελευταία πρόσβαση στις 10 Απριλίου 2020).

Κοντογιάννη, Σ. (2020). *Aegean: Πώς να μετατρέψετε τα μίλια σας σε γαστρονομία και τέχνη* <https://www.tornosnews.gr/metafores/aeroporikes/42000-aegean-pos-na-metatrepsete-ta-milia-sas-se-gastronomia-kai-technh.html> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Σεπτεμβρίου 2020).

Κρητική διατροφή. *Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας* <http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?lang=el> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Μακεδονική Κουζίνα https://www.macedoniancuisine-pkm.gr/?page_id=2367 (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Μπαμπινιώτης, Γ. https://e-didaskalia.blogspot.com/2016/08/blog-post_152.html (τελευταία πρόσβαση στις 18 Φεβρουαρίου 2020).

Νυφούδης, Ν. (2015). *Γαστρονομική διπλωματία. Gr(eat)!*: <https://tinyurl.com/GdiplGreat> (τελευταία πρόσβαση στις 5 Νοεμβρίου 2020).

Οδηγός Ελληνικής Γαστρονομίας: <https://www.greekgastronomyguide.gr/> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Σεπτεμβρίου 2020).

Τριανταφυλλίδη, Κ. (2008). *Θανάσης Σκούρας, Η ελληνική γεύση της Προεδρίας*: <https://tinyurl.com/ThanasisSkouras> (τελευταία πρόσβαση στις 15 Μαρτίου 2020).

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων [ΠΟΠ-ΠΓΕ -Εγγυημένα Παραδοσιακά Ιδιότυπα Προϊόντα \(ΕΠΙΠ\)](#) (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

ΥΠ. ΕΞ. <https://www.mfa.gr/katalogos.html> (τελευταία πρόσβαση στις 25 Οκτωβρίου 2020).

ΥΠ.ΠΟ.Α. *Θόλος αρχαίας Αγοράς* http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=10301 (τελευταία πρόσβαση στις 10 Φεβρουαρίου 2020).

Υπουργείο Τουρισμού <https://mintour.gov.gr/to-ypourgeio-toyrismoy-dimioyrgise-neo-logotypo-gia-to-eidiko-sima-poiotitas-ellinikis-koyzinas-thespizontas-epipleon-kritiria-gia-ti-chorigisi-toy-2/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Φιλεκαπιδευτική Εταιρεία <https://www.arsakeio.gr/gr/latest/40925-parousiastike-to-programma-aksiopoiisis-tou-arsakeiou-megarou> (τελευταία πρόσβαση στις 4 Ιανουαρίου 2020).

Χάρτης των Γεύσεων <https://www.mapofflavours.gr/el/content/The-wine-show.1/> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

Ψηφιακή Βιβλιοθήκη της Αρχαίας Ελληνικής Γραμματείας. *Ηρόδοτος. Ιστορίαι. Γ' Θάλεια*. https://www.greeklanguage.gr/digitalResources/ancient_greek/library/browse.html?text_id=30&page=76 Το πρωτότυπο έργο γράφτηκε τον 5^ο αιώνα π.Χ. (τελευταία πρόσβαση 20 Απριλίου 2020).

ΣΤ. Διαδικτυακές προβολές

Axel, G. (1987). *Babette's Feast*. Denmark: Nordisk Film. <https://www.dailymotion.com/video/x3m1gir> (31:50', 3ο μέρος, τελευταία πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2020).

Nye, J. (2010). *Global Power Shifts*.

https://www.ted.com/talks/joseph_nye_global_power_shifts#t-375087 (τελευταία πρόσβαση στις 07 Φεβρουαρίου 2020).

Public diplomacy Talks. *Turning the Tide: How to reverse a negative image*, The case of Greece.

<https://pdtalks.dmh.gr/> (τελευταία πρόσβαση στις 11 Οκτωβρίου 2020).

Wine Tasting Agiorgitiko with Ted Lelekas. (2020). [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ueEdQr65v-Y> (τελευταία πρόσβαση στις 5 Αυγούστου 2020).

Z. Νομοθεσία

Νόμος 4582/2018 - ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018 (Κωδικοποιημένος) <https://www.e-nomothesia.gr/kat-tourismos/nomos-4582-2018-phek-208a-11-12-2018.html> (τελευταία πρόσβαση στις 20 Ιουλίου 2020).

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΓΩΓΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ: «Το φαγητό ως εργαλείο ήπιας ισχύος στην Πολιτιστική διπλωματία: Ερευνητική προσέγγιση των στάσεων Ελλήνων μαγείρων για τη Μαγειρική και τη Γαστρονομική διπλωματία»



Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε για τους σκοπούς της εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας στα πλαίσια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Πολιτισμική Αγωγή» του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου. Απευθύνεται σε επαγγελματίες Έλληνες/-ίδες σεφ με στόχο τη διερεύνηση απόψεων για τη Γαστρονομική και Μαγειρική διπλωματία στην Ελλάδα.

Παρακαλώ να λάβετε υπόψη ότι το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και αποτελεί αποκλειστικά ερευνητικό εργαλείο, απολύτως αναγκαίο για την διπλωματική μου εργασία. Δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις. Ο εκτιμώμενος χρόνος συμπλήρωσης είναι 5 -7 λεπτά.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων

Κατερίνα Σαρρή - Μεταπτυχιακή φοιτήτρια

Βασιλική Κωσταρέλλη - Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Διατροφικής Συμπεριφοράς & Υγείας

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

Επιλέξτε το φύλο σας *

- ☐ Άνδρας
- ☐ Γυναίκα

Ηλικία *

- ☐ έως 25 ετών
- ☐ 26-45 ετών
- ☐ 46 και άνω

Εργάζεστε: *

(Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Σε εστιατόριο
- ☐ Σε Πρεσβεία
- ☐ Ως private chef
- ☐ Σε Προεδρικό ή Κυβερνητικό Μέγαρο
- ☐ Σε ξενοδοχείο 5 αστέρων
- ☐ Άλλο: _____

Έχετε εμπλακεί στην προετοιμασία κάποιου διπλωματικού δείπνου; *

- ☐ ποτέ
- ☐ μόνο 1 φορά
- ☐ 2-3 φορές
- ☐ πολλές φορές

Υπήρξατε καλεσμένος σε κάποιο διπλωματικό δείπνο; *

- ☐ ποτέ
- ☐ μόνο 1 φορά
- ☐ 2-3 φορές
- ☐ πολλές φορές

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΜΑΓΕΙΡΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

Η "ήπια ισχύς" (soft power) είναι η ικανότητα να επηρεάζεις τους άλλους μέσω του πολιτισμού (π.χ. διατροφή), ώστε να κάνουν αυτό που θες εσύ (Nye, 2005).

"Η Γαστρονομική διπλωματία (Gastronomy diplomacy) επιδιώκει την πολιτισμική επικοινωνία αλλοεθνών πολιτών και τη βελτίωση των διαπροσωπικών σχέσεων μέσω της κοινής εμπειρίας του φαγητού" (Rockower, 2012).

"Η Μαγειρική διπλωματία (Culinary diplomacy) είναι η χρήση της τροφής και της κουζίνας ως μέσο που προάγει τη διαπολιτισμική κατανόηση με την προσδοκία να βελτιωθούν οι αλληλεπιδράσεις και η συνεργασία" (Chapple-Sokol, 2013).

Παρακαλώ, χρησιμοποιείτε την παρακάτω διαβαθμισμένη κλίμακα για να εκφράσετε τον βαθμό συμφωνίας σας στις δηλώσεις που ακολουθούν. *

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ/Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
--------------------	---------	---------------------------------	---------	--------------------

1. Η γαστρονομία είναι ένα χρήσιμο εργαλείο ήπιας ισχύος στις διπλωματικές σχέσεις.
2. Κατά τη γνώμη σας, η γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) και η μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) είναι ταυτόσημες έννοιες.
3. Η μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) συνδέεται με τα πολιτικά δρώμενα.
4. Η άσκηση γαστρονομικής διπλωματίας (gastronomy diplomacy) αφορά όλες τις χώρες ανεξαρτήτως ισχύος (π.χ. Μαλαισία, Ελλάδα, Η.Π.Α., κ.α.).
5. Η διατροφική κουλτούρα μπορεί να εκφράσει την ήπια ισχύ ενός έθνους.
6. Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση των διακρατικών της σχέσεων.
7. Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση της εθνικής της ταυτότητας.
8. Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού.
9. Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού.
10. Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) για την ενίσχυση των διακρατικών της σχέσεων.
11. Η χώρα μας επενδύει σε ικανοποιητικό βαθμό στη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy).
12. Η χώρα μας επενδύει σε ικανοποιητικό βαθμό στη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy).
13. Στην Ελλάδα απουσιάζει ένα στρατηγικό σχέδιο γαστρονομικής διπλωματίας.
14. Η Ελλάδα έχει επενδύσει επαρκώς στην προβολή της διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς της.
15. Η ελληνική κουζίνα πρέπει να στηριχθεί στις τοπικές κουζίνες, για να χαρακτηριστεί εθνική.
16. Η ελληνική κουζίνα πρέπει να στηριχθεί στα χαρακτηριστικά της μεσογειακής διατροφής, για να χαρακτηριστεί εθνική.
17. Οι Έλληνες σεφ που διαμένουν στο εξωτερικό αποτελούν τους γαστρονομικούς πρεσβευτές της χώρας μας.
18. Τα επίσημα δείπνα αρχηγών κρατών ή διπλωματών ομολόγων μπορούν να συμβάλλουν στη βελτίωση διακρατικών σχέσεων.

19. Πιστεύετε ότι τα κρατικά δείπνα σε αρχηγούς ξένων κρατών συμβάλλουν στην ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό;
20. Ένα νόστιμο και άρτια τεχνικά φαγητό σε ένα διπλωματικό γεύμα συμβάλλει στη λήψη θετικών αποφάσεων.
21. Η επιτυχία ενός επίσημου κρατικού δείπνου εξαρτάται από τον σεφ.
22. Ο χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων μπορεί να επηρεάσει την έκβαση των αποφάσεων.
23. Η εμπειρία ενός επίσημου κρατικού δείπνου θεωρείται ολοκληρωμένη, όταν πλαισιώνεται και από άλλα δρώμενα (π.χ. μουσική, χορός) που αποτελούν μέρος της τοπικής κουλτούρας.
24. Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να προσαρμόζεται στις διατροφικές συνήθειες του φιλοξενούμενου.
25. Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να ακολουθεί τις επιταγές της μεσογειακής διατροφής.
26. Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να συστήνει στον φιλοξενούμενο διακριτά στοιχεία της ελληνικής κουζίνας.
27. Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι το Προεδρικό Μέγαρο.
28. Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι ένα βραβευμένο εστιατόριο.
29. Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι ένας χώρος ιστορικής σημασίας.

30. Ποια από τα παρακάτω εθνικά προϊόντα θεωρείτε άξια να προωθηθούν μέσω των κρατικών δείπνων; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις). *

- ☐ Ελιές/Ελαιόλαδο
- ☐ Κρασί
- ☐ Ούζο/Τσίπουρο
- ☐ Προϊόντα Π.Ο.Π. - Π.Γ.Ε.
- ☐ Παραδοσιακά φαγητά
- ☐ Άλλο: _____

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

Η πολιτιστική διπλωματία είναι η άσκηση θεμιτής επιρροής μέσα από την οδό του πολιτισμού και συνδέεται με την ήπια ισχύ μιας χώρας.

Παρακαλώ, χρησιμοποιείτε την παρακάτω διαβαθμισμένη κλίμακα για να εκφράσετε τον βαθμό συμφωνίας σας στις δηλώσεις που ακολουθούν. *

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ/Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
--------------------	---------	---------------------------------	---------	--------------------

31. Η Ελλάδα εφαρμόζει τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού.
32. Η καθιέρωση μιας μάρκας (branding) προορισμού μπορεί να συμβάλλει στην προώθηση του ελληνικού γαστρονομικού τουρισμού.
33. Η ανάδειξη της ελληνικής διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να συμβάλλει στην οικονομική ενίσχυση της χώρας μας μέσω του τουρισμού.
34. Το φαγητό μπορεί να επηρεάσει τις αντιλήψεις ενός ατόμου για τη χώρα μας.
35. Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ενθαρρύνει για την επίσκεψη στη χώρα μας.
36. Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να προκαλέσει την επιθυμία κάποιου να ενημερωθεί περισσότερο για την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας μας.
37. Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ωθήσει στην αναζήτηση της αγοράς τροφίμων της χώρας μας.
38. Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ωθήσει τον επισκέπτη να μοιραστεί πληροφορίες για τη χώρα μας στον κοινωνικό του περίγυρο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β΄

Πίνακας 1. Μέση τιμή (ΜΤ) και τυπική απόκλιση (ΤΑ) ανά ερώτηση

Α/Α	Ερώτηση	Σύνολο		Άνδρες		Γυναίκες	
		ΜΤ	ΤΑ	ΜΤ	ΤΑ	ΜΤ	ΤΑ
1	Η γαστρονομία είναι ένα χρήσιμο εργαλείο ήπιας ισχύος στις διπλωματικές σχέσεις	3.79	1.05	3.78	1.07	3.83	1.02
2	Κατά τη γνώμη σας, η γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) και η μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) είναι ταυτόσημες έννοιες	3.13	1.21	3.25	1.18	2.79	1.21
3	Η μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) συνδέεται με τα πολιτικά δρώμενα	3.05	1.25	2.93	1.25	3.38	1.16
4	Η άσκηση γαστρονομικής διπλωματίας (gastronomy diplomacy) αφορά όλες τις χώρες ανεξαρτήτως ισχύος (π.χ. Μαλαισία, Ελλάδα, Η.Π.Α., κ.α.)	3.84	0.97	3.77	1.00	4.03	0.85
5	Η διατροφική κουλτούρα μπορεί να εκφράσει την ήπια ισχύ ενός έθνους	3.85	1.08	3.74	1.11	4.17	0.91
6	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση των διακρατικών της σχέσεων.	2.92	1.15	2.75	1.07	3.38	1.24
7	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση της εθνικής της ταυτότητας	3.25	1.25	3.15	1.21	3.55	1.30
8	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού	3.57	1.29	3.49	1.30	3.79	1.24
9	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού	3.51	1.33	3.46	1.30	3.66	1.40
10	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) για την ενίσχυση των διακρατικών της σχέσεων.	2.94	1.07	2.80	1.05	3.31	1.05
11	Η χώρα μας επενδύει σε ικανοποιητικό βαθμό στη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy)	2.51	1.10	2.36	0.99	2.93	1.28
12	Η χώρα μας επενδύει σε ικανοποιητικό βαθμό στη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy)	2.55	1.08	2.40	0.95	3.00	1.29
13	Στην Ελλάδα απουσιάζει ένα στρατηγικό σχέδιο γαστρονομικής διπλωματίας.	3.77	1.30	3.68	1.35	4.03	1.10

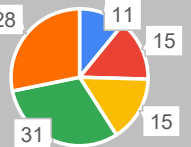
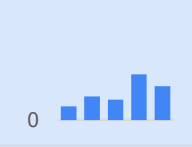
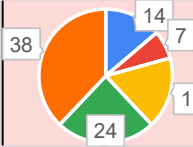
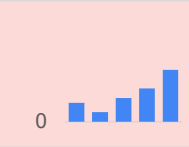
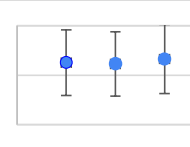
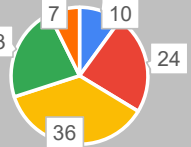
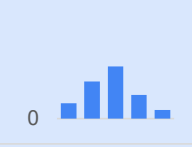
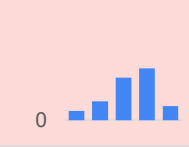
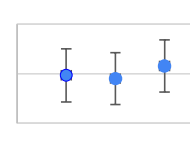
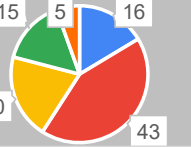
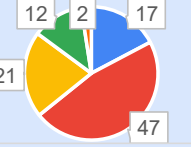
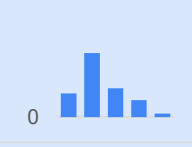
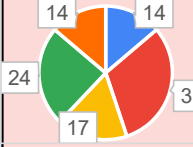
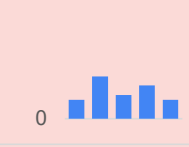
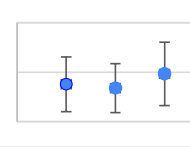
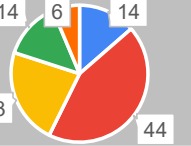
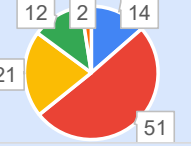
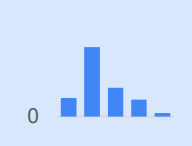
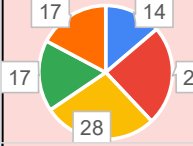
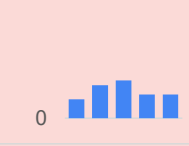
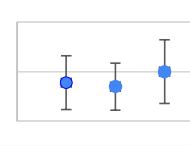
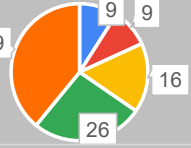
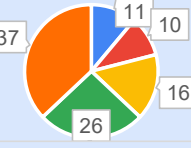
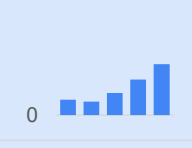
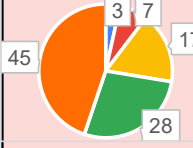
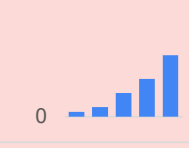
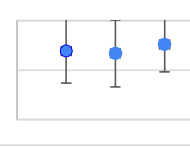
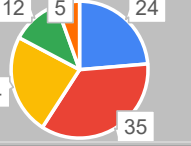
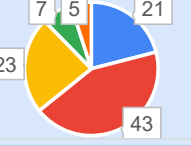
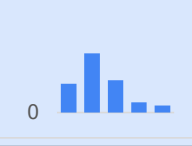
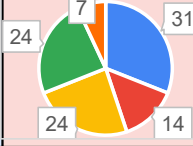
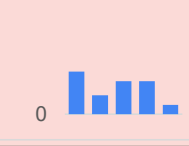
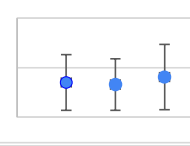
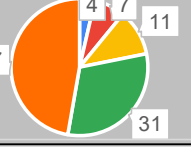
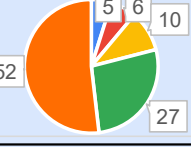
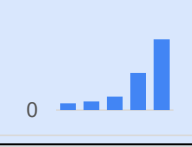
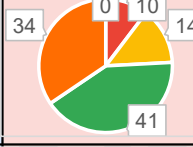
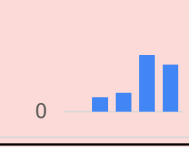
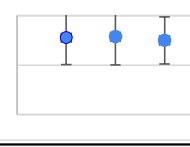
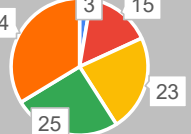
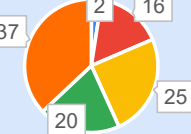
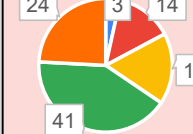
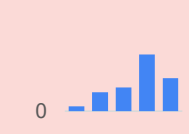
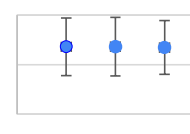
14	Η Ελλάδα έχει επενδύσει επαρκώς στην προβολή της διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς	2.40	1.13	2.32	1.04	2.62	1.32
15	Η ελληνική κουζίνα πρέπει να στηριχθεί στις τοπικές κουζίνες, για να χαρακτηριστεί εθνική	4.11	1.09	4.15	1.13	4.00	0.95
16	Η ελληνική κουζίνα πρέπει να στηριχθεί στα χαρακτηριστικά της μεσογειακής διατροφής, για να χαρακτηριστεί εθνική	3.72	1.16	3.73	1.19	3.69	1.09
17	Οι Έλληνες σεφ που διαμένουν στο εξωτερικό αποτελούν τους γαστρονομικούς πρεσβευτές της χώρας μας.	3.64	1.24	3.56	1.31	3.86	1.01
18	Τα επίσημα δείπνα αρχηγών κρατών ή διπλωματών ομολόγων μπορούν να συμβάλλουν στη βελτίωση διακρατικών σχέσεων	3.65	1.04	3.53	1.07	4.00	0.87
19	Πιστεύετε ότι τα κρατικά δείπνα σε αρχηγούς ξένων κρατών συμβάλλουν στην ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό;	3.65	1.11	3.53	1.13	4.00	0.95
20	Ένα νόστιμο και άρτια τεχνικά φαγητό σε ένα διπλωματικό γεύμα συμβάλλει στη λήψη θετικών αποφάσεων αποφάσεις	3.70	1.07	3.59	1.14	4.00	0.79
21	Η επιτυχία ενός επίσημου κρατικού δείπνου εξαρτάται από τον σεφ	3.52	1.15	3.59	1.14	3.31	1.15
22	Ο χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων μπορεί να επηρεάσει την έκβαση των αποφάσεων	3.43	1.16	3.33	1.17	3.69	1.12
23	Η εμπειρία ενός επίσημου κρατικού δείπνου θεωρείται ολοκληρωμένη, όταν πλαισιώνεται και από άλλα δρώμενα (π.χ. μουσική, χορός) που αποτελούν μέρος της τοπικής κουλτούρας	3.55	1.16	3.54	1.17	3.59	1.16
24	Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να προσαρμόζεται στις διατροφικές συνήθειες του φιλοξενούμενου	3.30	1.12	3.25	1.14	3.45	1.04
25	Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να ακολουθεί τις επιταγές της μεσογειακής διατροφής	3.55	1.11	3.54	1.18	3.55	0.89
26	Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να συστήνει στον φιλοξενούμενο διακριτά στοιχεία της ελληνικής κουζίνας	4.10	1.08	4.04	1.14	4.28	0.87
27	Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι το	2.83	1.13	2.81	1.13	2.86	1.11

	Προεδρικό Μέγαρο						
28	Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι ένα βραβευμένο εστιατόριο	2.73	1.08	2.72	1.11	2.76	0.97
29	Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι ένας χώρος ιστορικής σημασίας	3.53	1.15	3.57	1.14	3.41	1.16
31	Η Ελλάδα εφαρμόζει τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού	2.97	1.10	2.93	1.11	3.10	1.06
32	Η καθιέρωση μιας μάρκας (branding) προορισμού μπορεί να συμβάλλει στην προώθηση του ελληνικού γαστρονομικού τουρισμού	3.83	0.94	3.81	0.98	3.86	0.82
33	Η ανάδειξη της ελληνικής διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να συμβάλλει στην οικονομική ενίσχυση της χώρας μας μέσω του τουρισμού.	4.21	0.92	4.20	0.94	4.24	0.86
34	Το φαγητό μπορεί να επηρεάσει τις αντιλήψεις ενός ατόμου για τη χώρα μας	4.02	1.03	3.98	1.02	4.14	1.04
35	Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ενθαρρύνει για την επίσκεψη στη χώρα μας	3.95	0.99	3.81	1.04	4.31	0.70
36	Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να προκαλέσει την επιθυμία κάποιου να ενημερωθεί περισσότερο για την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας μας	4.05	0.93	3.99	1.00	4.24	0.68
37	Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ωθήσει στην αναζήτηση της αγοράς τροφίμων της χώρας μας	4.23	0.92	4.16	0.97	4.41	0.72
38	Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ωθήσει τον επισκέπτη να μοιραστεί πληροφορίες για τη χώρα μας στον κοινωνικό του περίγυρο	4.26	0.90	4.17	0.94	4.52	0.72

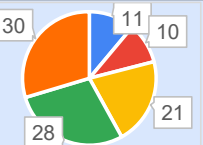
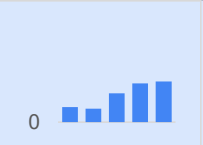
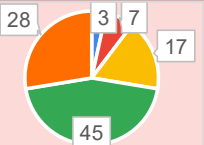
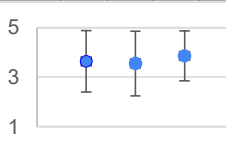
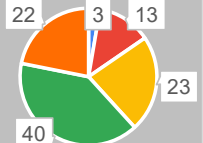
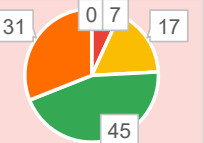
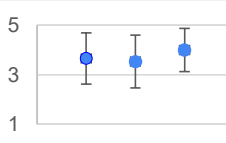
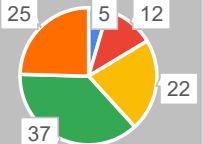
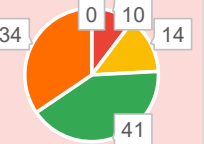
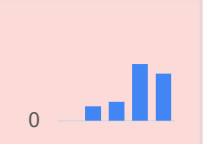
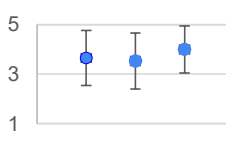
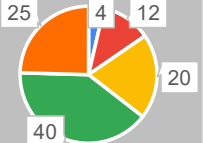
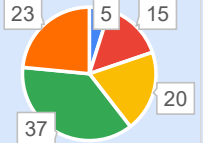
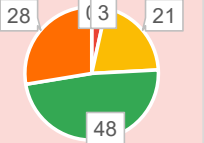
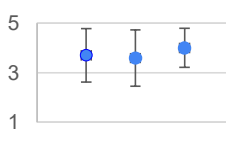
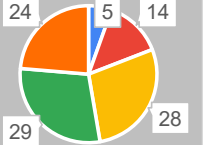
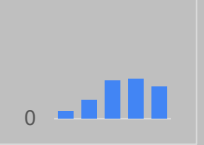
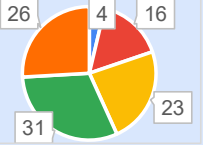
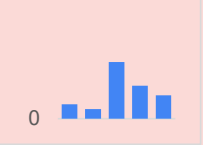
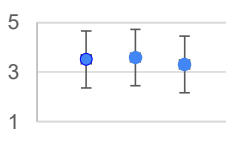
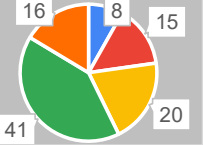
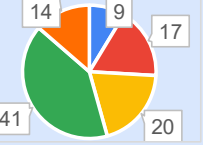
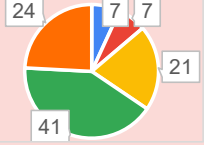
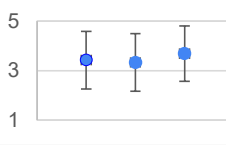
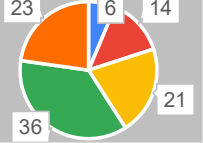
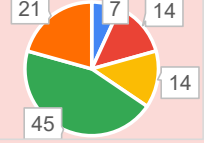
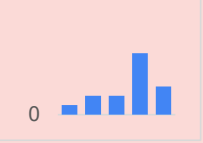
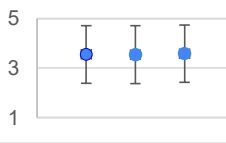
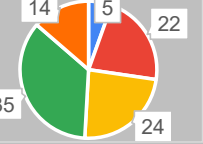
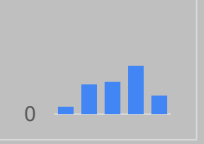
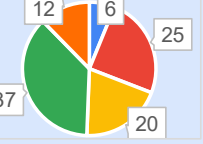
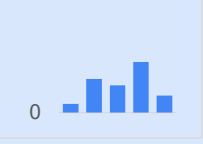
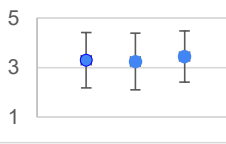
Πίνακας 2. Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομών.

#	Ερώτηση	Συνολικό Δείγμα		Άνδρες		Γυναίκες		Σύγκριση				A-Γ χ ²
								Σ	A	Γ		
1	Η γαστρονομία είναι ένα χρήσιμο εργαλείο ήπιας ισχύος στις διπλωματικές σχέσεις											0.168
2	Κατά τη γνώμη σας, η γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) και η μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) είναι ταυτόσημες έννοιες											1.345
3	Η μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) συνδέεται με τα πολιτικά δρώμενα											1.160
4	Η άσκηση γαστρονομικής διπλωματίας (gastronomy diplomacy) αφορά όλες τις χώρες ανεξαρτήτως ισχύος (π.χ. Μαλαισία, Ελλάδα, Η.Π.Α., κ.α.)											2.268
5	Η διατροφική κουλτούρα μπορεί να εκφράσει την ήπια ισχύ ενός έθνους											0.850
6	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση των διακρατικών της σχέσεων.											2.005
7	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση της εθνικής της ταυτότητας											1.652
8	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού											0.927

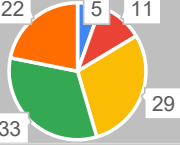
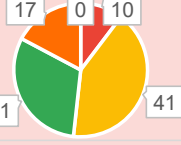
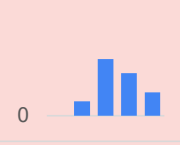
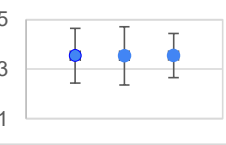
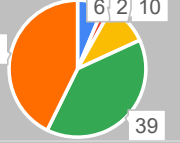
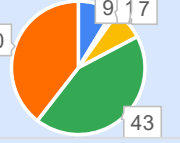
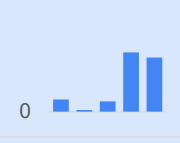
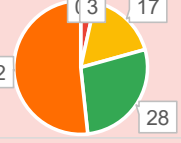
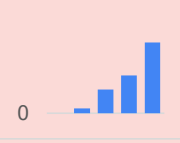
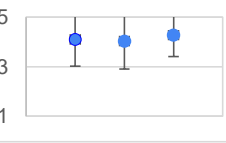
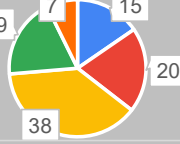
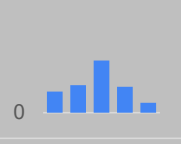
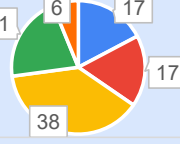
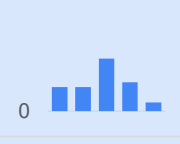
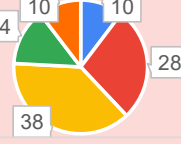
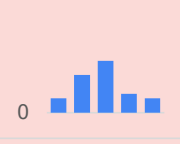
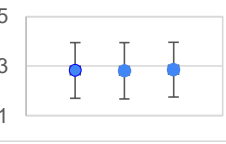
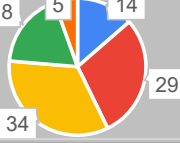
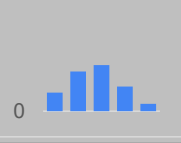
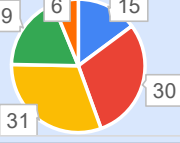
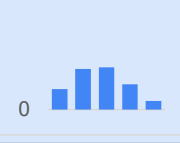
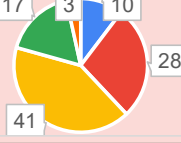
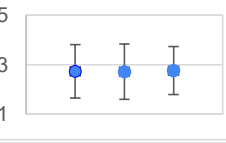
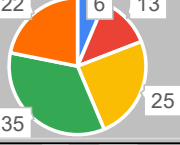
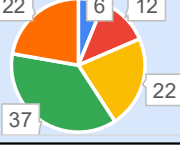
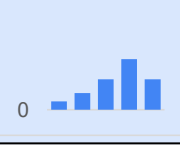
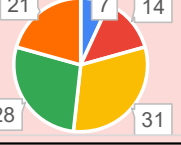
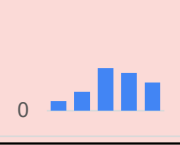
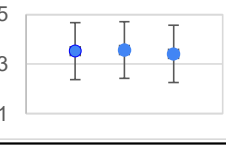
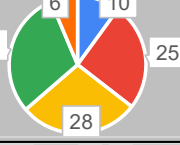
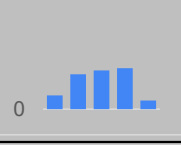
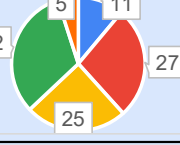
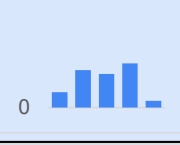
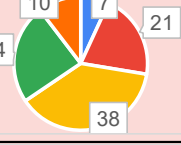
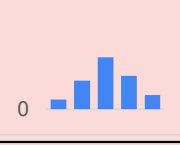
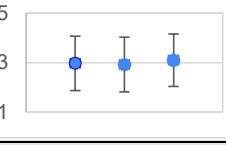
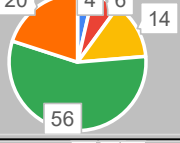
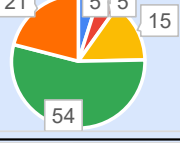
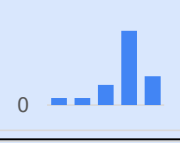
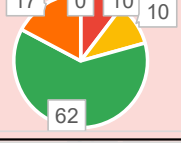
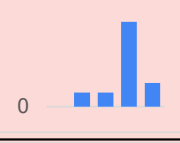
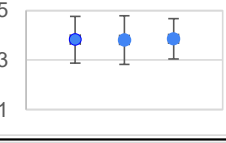
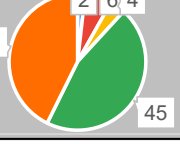
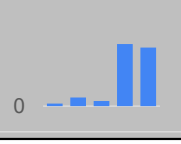
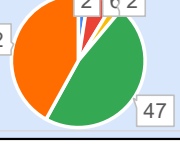
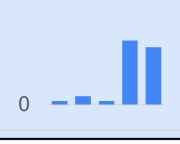
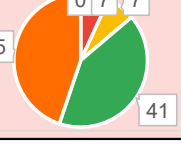
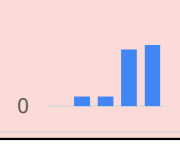
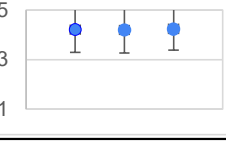
Πίνακας 2. Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομών.

#	Ερώτηση	Συνολικό Δείγμα		Άνδρες		Γυναίκες		Σύγκριση			Α-Γ χ ²
								Σ	Α	Γ	
9	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού								1.463		
10	Η Ελλάδα χρησιμοποιεί τη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy) για την ενίσχυση των διακρατικών της σχέσεων.								1.748		
11	Η χώρα μας επενδύει σε ικανοποιητικό βαθμό στη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy)								1.443		
12	Η χώρα μας επενδύει σε ικανοποιητικό βαθμό στη μαγειρική διπλωματία (culinary diplomacy)								2.591		
13	Στην Ελλάδα απουσιάζει ένα στρατηγικό σχέδιο γαστρονομικής διπλωματίας.								1.151		
14	Η Ελλάδα έχει επενδύσει επαρκώς στην προβολή της διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς								4.533		
15	Η ελληνική κουζίνα πρέπει να στηριχθεί στις τοπικές κουζίνες, για να χαρακτηριστεί εθνική								0.953		
16	Η ελληνική κουζίνα πρέπει να στηριχθεί στα χαρακτηριστικά της μεσογειακής διατροφής, για να χαρακτηριστεί εθνική								1.280		

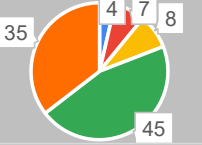
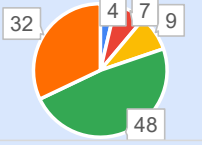
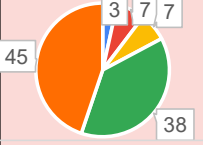
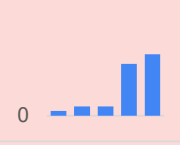
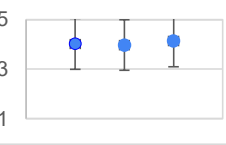
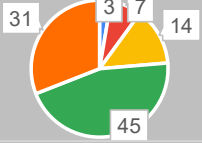
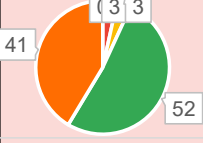
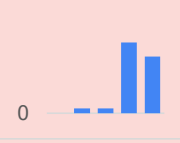
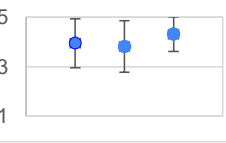
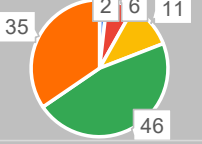
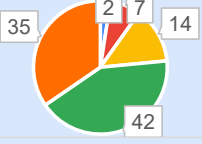
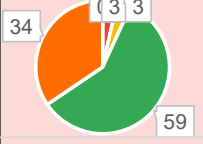
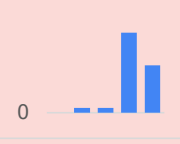
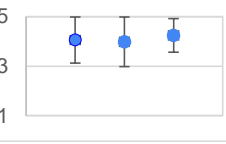
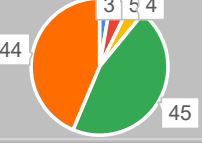
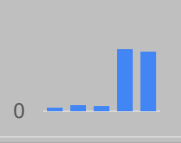
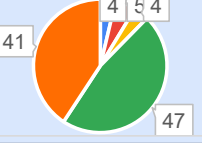
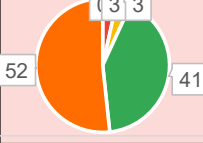
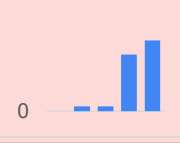
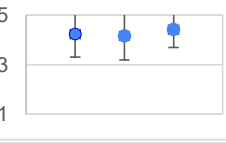
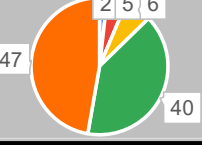
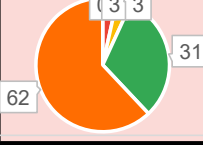
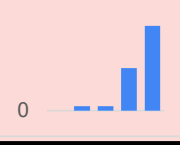
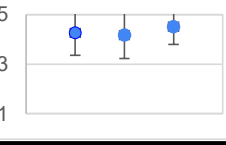
Πίνακας 2. Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομών.

#	Ερώτηση	Συνολικό Δείγμα		Άνδρες		Γυναίκες		Σύγκριση				A-Γ χ ²
								Σ	A	Γ		
17	Οι Έλληνες σεφ που διαμένουν στο εξωτερικό αποτελούν τους γαστρονομικούς πρεσβευτές της χώρας μας.											1.468
18	Τα επίσημα δείπνα αρχηγών κρατών ή διπλωματών ομολόγων μπορούν να συμβάλλουν στη βελτίωση διακρατικών σχέσεων											1.062
19	Πιστεύετε ότι τα κρατικά δείπνα σε αρχηγούς ξένων κρατών συμβάλλουν στην ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό;											0.872
20	Ένα νόστιμο και άρτια τεχνικά φαγητό σε ένα διπλωματικό γεύμα συμβάλλει στη λήψη θετικών αποφάσεων											2.363
21	Η επιτυχία ενός επίσημου κρατικού δείπνου εξαρτάται από τον σεφ											1.764
22	Ο χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων μπορεί να επηρεάσει την έκβαση των αποφάσεων											1.204
23	Η εμπειρία ενός επίσημου κρατικού δείπνου θεωρείται ολοκληρωμένη, όταν πλαισιώνεται και από άλλα δρώμενα (π.χ. μουσική, χορός) που αποτελούν μέρος της τοπικής κουλτούρας											0.590
24	Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να προσαρμόζεται στις διατροφικές συνήθειες του φιλοξενούμενου											1.137

Πίνακας 2. Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομών.

#	Ερώτηση	Συνολικό Δείγμα		Άνδρες		Γυναίκες		Σύγκριση				A-Γ χ ²
								Σ	A	Γ		
25	Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να ακολουθεί τις επιταγές της μεσογειακής διατροφής											0.533
26	Στην Ελλάδα, το προσφερόμενο φαγητό σε ένα επίσημο κρατικό δείπνο θα πρέπει να συστήνει στον φιλοξενούμενο διακριτά στοιχεία της ελληνικής κουζίνας											1.088
27	Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι το Προεδρικό Μέγαρο											0.809
28	Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι ένα βραβευμένο εστιατόριο											0.406
29	Ο πιο κατάλληλος χώρος επιτέλεσης των επίσημων κρατικών δείπνων είναι ένας χώρος ιστορικής σημασίας											0.353
31	Η Ελλάδα εφαρμόζει τη γαστρονομική διπλωματία (gastronomy diplomacy) για την ενίσχυση του τουρισμού											0.851
32	Η καθιέρωση μιας μάρκας (branding) προορισμού μπορεί να συμβάλει στην προώθηση του ελληνικού γαστρονομικού τουρισμού											0.379
33	Η ανάδειξη της ελληνικής διατροφικής πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ενίσχυση της χώρας μας μέσω του τουρισμού.											0.223

Πίνακας 2. Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομών.

#	Ερώτηση	Συνολικό Δείγμα		Άνδρες		Γυναίκες		Σύγκριση				Α-Γ χ ²
								Σ	Α	Γ		
34	Το φαγητό μπορεί να επηρεάσει τις αντιλήψεις ενός ατόμου για τη χώρα μας											0.398
35	Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ενθαρρύνει για την επίσκεψη στη χώρα μας											4.038
36	Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να προκαλέσει την επιθυμία κάποιου να ενημερωθεί περισσότερο για την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας μας											2.264
37	Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ωθήσει στην αναζήτηση της αγοράς τροφίμων της χώρας μας											0.217
38	Ένα συγκεκριμένο φαγητό μπορεί να ωθήσει τον επισκέπτη να μοιραστεί πληροφορίες για τη χώρα μας στον κοινωνικό του περίγυρο											0.955

Διαφωνώ απόλυτα
 Διαφωνώ
 Ούτε συμφωνώ/Ούτε διαφωνώ
 Συμφωνώ
 Συμφωνώ απόλυτα