

COMUNICARE L'ITALIA OLASZORSZÁGOT KOMMUNIKÁLNI



Comunicare l'Italia. Potrà sembrare superficiale questa idea di partire da un titolo. Ma il titolo, Comunicare l'Italia, da un lato sottolinea un impegno e afferma un obiettivo, dall'altro dovrà aiutarci a definire i confini ed i soggetti di questa comunicazione: tentare un primo bilancio di quanto si è fatto (e non si è fatto), costruire una nuova prospettiva.

Comunicare l'Italia in una forma programmata, diretta e consapevole dovrebbe essere l'obiettivo del nostro mondo istituzionale. Si comunica certamente Italia in modalità, occasioni e tempi diversi, ed anche indiretti e silenziosi: nel nostro comportamento quotidiano di italiani all'estero così come nella vittoria della Ferrari ad Indianapolis. Ma tutto questo è fuori dal perimetro di questa riflessione.

Comunicare l'Italia è invece un obiettivo politico – certamente bi-partisan - che a me sembra oggi essere particolarmente suggerito e sollecitato da nuove condizioni.

Dalla nuova forma di Stato e di governo (federalismo e premierato); dai nuovi impegni e significati che nascono dall'appartenenza all'Europa allargata; da una prima ritrovata consapevo-



Olaszországot kommunikálni. Talán felsziesnek tűnhet az ötlet, hogy a cikket magával a címmel kezdjük. De ez a cím, "Olaszországot kommunikálni" egyfelől kiemeli az előtérbe és megerősíti a célt, másfelől abban kellene segítenie nekünk, hogy megállapítsuk a sajátos kommunikáció tárgyát és kereteit. Megkísérünk egy gyorsmérleget csinálni arról, amit eddig tettünk (és amit nem tettünk) és ehhez képest felvázolni az előttünk álló perspektívát.

Az "Olaszországot kommunikálni" kifejezés egy jól megtervezett programot takar, tudatosan és célirányosan fejezi ki az intézményi rendszerünk előtt álló feladatokat.

Olaszországot, mint "témát" természetesen különböző alkalmakkor, különböző időben szükséges kommunikálni, természetesen olykor közvetett módon, akár csendes formában is: például azzal, ahogy mi, külföldön élő olaszok viselkedünk a mindennapokban, de azzal is, amikor a Ferrari győzedelmeskedik Indianapolisban. Mindez azonban kívül esik jelen gondolatmenetünk körén.

Ugyanis "Olaszországot kommunikálni" nem más, mint egy olyan politikai cél, melynek elérését bizonyos új feltételek megjelenése ma különösen sürgetővé teszi.

Az új állam- és kormányforma (federalizmus és a miniszterelnöki hatalom túlsúlya); az új tagokkal kiegészített Európához tartozásból fakadó új igények és feladatok; azon szükségesség újabb tudatosulása, hogy az olasz fellépést külföldön ésszerűsíteni kell tartalmi vonatkozásban és az összehangoltság tekintetében is (a piac és kultúra dimenzióinak koordinálása); a jogszabályi rendszer megújulása, végül pedig a politikai cselekvés és a diplomáciai kapcsolatok közötti integráció és koordináció előmozdításának igénye, mind a fenti megállapításunkat támasztják alá.

A látszatok ellenére Olaszországban már végbement a nemzeti megbékélés az ország múltjának tekintetében, és úgy tűnik, mostanában már egy kevésbé kielezett kétszotatú jövő elé néz az ország. A Régiók új belpolitikai szerepe kikényszerít egyfajta pluralizmust a nemzetközi kapcsolatokban és ez harmonikusan illeszkedik az új, kiegészített Európa belső dinamikájához. Amennyiben ezeket a folyamatokat sikerül jól becsatormáznunk (kanalizálni) és összehangolni, úgy azok erősíthetik a sikeres diplomáciai tevékenységet is. A külügyek elsődlegességének felismerése és érvényesítése vitathatatlanul elősegíti a külpolitika megemléseztetését akkor is, ha az államforma és a kormányforma tekintetében különbségek is vannak más nyugati államokhoz képest. A jogszabályalkotás és törvényhozás új formája pedig lehetővé teszi, hogy úgy kommunikáljunk Olaszországot, mint a minisztériumok és a gazdaság egyes ágazatainak kompetens szervei közötti interakcióit (Termelesügyi Minisztérium, Külügyminisztérium, Külkereskedelmi Intézet, Kereskedelmi Kamarák, gondoljunk csak a cégek részére bevezetett egyablakos rendszerre), mint a piac-kultúra-piac rendszerei-