

Διδάσκων-εισηγητής: Αλέξανδρος Μπαλτζής

Τίτλος: Κουλτούρες Πολιτιστικής Παραγωγής και Κατανάλωσης (E206)

Κατεύθυνση: Επικοινωνίας και Πολιτισμού

Τύπος: Μάθημα επιλογής

Σκοποί του μαθήματος:

- Να κατανοηθεί η πολυπλοκότητα της πολιτισμικής διαμεσολάβησης.
- Να αναδειχθούν οι ιδεολογικές και αξιολογικές πτυχές της πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης.
- Να ασκηθούν οι φοιτητές στην εκπόνηση σχεδίων έρευνας στο αντικείμενο του μαθήματος.

Περίληψη περιεχομένου: Το μάθημα επικεντρώνει στις βιομηχανίες εκείνες οι οποίες συνδέονται στενότερα με τις διάφορες μορφές τέχνης. Εξετάζονται οι τρόποι με τους οποίους η επιχειρηματική και οργανωσιακή κουλτούρα επηρεάζει την όλη διαδικασία παραγωγής και διανομής πολιτιστικών αγαθών (υλικών και άυλων) και τελικά τη διαχείριση της δημιουργικότητας, διαμορφώνοντας την ιδιοτυπία της κάθε πολιτιστικής ή δημιουργικής βιομηχανίας. Παράλληλα, εξετάζονται οι διαφορετικές κουλτούρες της πολιτιστικής κατανάλωσης, οι οποίες σχετίζονται με διαφορετικές κατηγορίες κοινού, διαφορετικούς τρόπους ζωής και διαφορετικές πολιτιστικές ανάγκες. Αναλύονται η ετερογένεια της κουλτούρας και η πολλαπλή σημασία της για την πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση, στοιχεία που είναι απαραίτητο να λαμβάνονται υπόψη για το σχεδιασμό και την υλοποίηση στρατηγικής από πολιτιστικούς οργανισμούς.

Ενδεικτική βιβλιογραφία/αρθρογραφία:

Σημείωση: Συμπληρωματική βιβλιογραφία/αρθρογραφία προτείνεται ανάλογα με τις εργασίες.

Barnett, Lisa A., Michael Patrick Allen (2000): «Social Class, Cultural Repertoires, and Popular Culture: The Case of Film». *Sociological Forum*, 15(1): 145-163.

Bourdieu, Pierre (2002): *Η Διάκριση: Κοινωνική Κριτική της Καλαισθητικής Κρίσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Gans, Herbert J. (1975): *Popular Culture and High Culture; an Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books

Hennion, Antoine (1989): «An Intermediary between Production and Consumption: The Producer of Popular Music». *Science, Technology, & Human Values*, 14(4): 400-424.

Hirsch, Paul M. (1972): «Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems». *The American Journal of Sociology*, 77(4): 639-659.

- Jepperson, Ronald L. & Ann Swidler (1994): «What Properties of Culture should we Measure?». *Poetics*, 22(4): 359-371.
- Katz-Gerro, Tally (2004): «Cultural Consumption Research: Review of Methodology, Theory, and Consequence». *International Review of Sociology*, 14(1): 11-29.
- Lizardo, Omar & Sara Skiles (2008): «Cultural Consumption in the Fine and Popular Arts Realms». *Sociology Compass*, 2(2): 485-502.
- Negus, Keith (1998): «Cultural Production and the Corporation: Musical Genres and the Strategic Management of Creativity in the US Recording Industry». *Media, Culture & Society*, 20(3): 359-379.
- Negus, Keith (2002): «The Work of Cultural Intermediaries and the Enduring Distance between Production and Consumption». *Cultural Studies*, 16(4): 501-515.
- Peterson, Richard A. & N. Anand (2004): «The Production of Culture Perspective». *Annual Review of Sociology*, 30: 311-334.
- Peterson, Richard A. (1992): «Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore». *Poetics*, 21(4): 243-258.
- Toffler, Alvin (1992): *Κουλτούρα και Κατανάλωση: Ποιοι είναι οι Καταναλωτές της Κουλτούρας*. Αθήνα: Κάκτος.
- Warde Alan, David Wright, Modesto Gayo-Cal (2007): «Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore». *Cultural Sociology*, 1(2): 143-164.

Ενδεικτικό πρόγραμμα:

1. Εισαγωγή: Η οργάνωση της παραγωγής πολιτισμού και η μελέτη της πολιτισμικής κατανάλωσης (βασικές τάσεις και προσεγγίσεις).
2. Η θεωρία για την παραγωγή πολιτισμού και η θεωρία για την κουλτούρα των παραγωγών.
3. Πολιτισμική διαμεσολάβηση και κουλτούρα των παραγωγών: Στρατηγικές διαχείρισης της δημιουργικότητας.
4. Οι έρευνες για την παραγωγή πολιτισμού: μεταβλητές για τα συστήματα αξιών των παραγωγών. Ανάλυση ερευνών σε διαφορετικούς κλάδους της παραγωγής πολιτισμού.
5. Κατανοώντας τα ακροατήρια: από τη θεωρία της επιλεκτικής κατανάλωσης στη θεωρία της πολιτισμικής *παμφαγίας* και οι σχετικές εμπειρικές έρευνες.
6. Οι έρευνες για την πολιτισμική κατανάλωση: μεταβλητές για τους τρόπους ζωής, το πολιτισμικό κεφάλαιο, την κοινωνική στρωμάτωση. Ανάλυση ερευνών σε διάφορες χώρες και νεότερες τάσεις.
7. Ο σχεδιασμός της έρευνας για την κουλτούρα των παραγωγών και των καταναλωτών του πολιτισμού. Η σημασία της για τη στρατηγική των πολιτιστικών οργανισμών.
8. Ανάλυση ερωτηματολογίων από πραγματικές έρευνες (ποιοτικές και ποσοτικές) για την κουλτούρα των παραγωγών και των καταναλωτών του πολιτισμού. Η διεθνής εμπειρία.
9. Ανάλυση και συζήτηση της προόδου (βιβλιογραφικής επισκόπησης). Σχεδιασμός εργα-

σιών.

10. Πειραματική συνέντευξη βάθους από παραγωγούς πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών.
11. Ανάλυση και συζήτηση της πειραματικής συνέντευξης βάθους.
12. Ανακεφαλαίωση-συζήτηση για την εκπόνηση των εργασιών.

Τρόπος αξιολόγησης/διαδικασία μαθήματος: Το μάθημα είναι σεμιναριακού χαρακτήρα και διεξάγεται κυρίως με συζητήσεις πάνω στη σχετική αρθρογραφία και βιβλιογραφία. Οι συζητήσεις, εκτός από την ανάλυση των συγκεκριμένων κειμένων και τη συστηματική προσέγγιση της θεωρίας για τις κουλτούρες της πολιτισμικής παραγωγής και κατανάλωσης, έχουν ως στόχο την αποσαφήνιση μεταβλητών που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν σε αντίστοιχες εμπειρικές έρευνες, ώστε να είναι δυνατή η εκπόνηση σχεδίου έρευνας στο πεδίο αυτό. Η διαδικασία του μαθήματος περιλαμβάνει την ανοικτή συζήτηση με παραγωγούς πολιτισμικών αγαθών και υπηρεσιών (πειραματική συνέντευξη βάθους), καθώς και την ανάλυση ερωτηματολογίων από πραγματικές έρευνες, σχετικές με το αντικείμενο. Το μάθημα αξιολογείται με βάση:

- Τη συμμετοχή στις συζητήσεις (20%)
- Πρόοδο (2.500-3.000 λέξεις) που θα πρέπει να υποβληθεί κατά την 7η-8η εβδομάδα και η οποία αποτελεί τη βιβλιογραφική επισκόπηση σχεδίου έρευνας (30%)
- Γραπτή εργασία (5.000-6.000 λέξεις) η οποία συνίσταται στην εκπόνηση σχεδίου έρευνας πάνω σε σχετικό αντικείμενο και με συγκεκριμένα ερωτήματα και υποθέσεις (50%)

Ενδεικτικό θεματολόγιο: Κριτήρια επιλογής πολιτισμικών αγαθών και υπηρεσιών (βιβλία, μουσική, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογραφικές ταινίες κ.λπ.), σχέδιο έρευνας για τα κίνητρα της πολιτισμικής κατανάλωσης σε διάφορους τομείς, πολιτισμικές αξίες και προτεραιότητες των παραγωγών πολιτισμού (σε συγκεκριμένο πολιτισμικό οργανισμό – κερδοσκοπικό ή μη – ή σε κατηγορία πολιτισμικών οργανισμών), σχεδιασμός μελέτης πολιτισμικού κεφαλαίου (παραγωγών ή καταναλωτών) σε ορισμένο τομέα του πολιτισμού, σχέδιο έρευνας για νέες μορφές πολιτισμικής κατανάλωσης (ή παραγωγής πολιτισμού) σε συνάρτηση με την κουλτούρα των καταναλωτών (ή των παραγωγών).