

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/367434644>

Πολιτισμός και Παγκοσμιοποίηση [Culture and Globalization], Πανεπιστημιακές παραδόσεις στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας, 2022-23

Presentation · January 2023

DOI: 10.13140/RG.2.2.28160.71687

CITATIONS

0

READS

848

1 author:

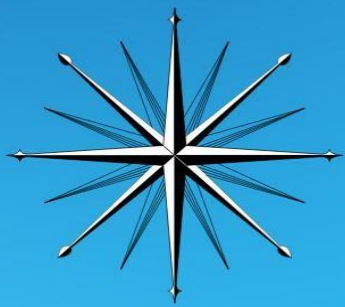


[Elias Toumasatos](#)

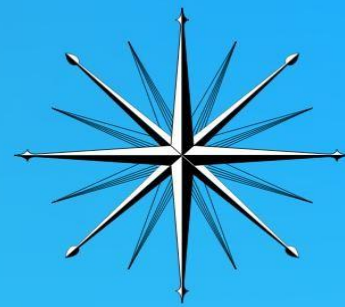
Ionian University

44 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ
ΗΛΙΑΣ ΤΟΥΜΑΣΑΤΟΣ



ΕΚΔΟΣΗ 01
ΑΡΤΟΣΤΟΛΙ 2023

Ηλίας Τουμασάτος
Πολιτισμός και Παγκοσμιοποίηση
Πανεπιστημιακές Σημειώσεις
Ιόνιο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας
Έκδοση 01 – 2022-2023
Αργοστόλι Κεφαλληνίας

Ηλίας Τουμασάτος
Κεραμειές Κεφαλληνίας
281 00 Αργοστόλι
E-,mail: eliastoum@hotmail.com, eliastoum@ionio.gr



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ηλίας Τουμασάτος

ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ
Πανεπιστημιακές σημειώσεις

Έκδοση 01
Αργοστόλι 2023

*Αφιερώνεται στη μνήμη του Νικολάου Μπούκα
Επίκουρου Καθηγητή στο Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και
Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου*

Πίνακας Περιεχομένων

Ενότητα 1: Βασικές Έννοιες	5
Ενότητα 2: Πολιτισμός, Εξέλιξη και αλληλεπίδραση	10
Ενότητα 3: Προσεγγίζοντας την παγκοσμιοποίηση	18
Ενότητα 4: Ποπ κουλτούρα και παγκοσμιοποίηση.....	29
Ενότητα 5: 2010-σήμερα: Η πολυκεντρική παγκοσμιοποίηση	37
Ενότητα 6: Προς μια «ατομική» παγκοσμιοποιημένη κουλτούρα	47
Ενότητα 7: Ενότητα 7: Η παγκοσμιοποίηση ως απειλή (;) και οι εθνικές – τοπικές κουλτούρες	57
Ενότητα 8: Πώς «παγκοσμιοποιείται» ένα πολιτισμικό στοιχείο;.....	62
Αντί επιλόγου	70

Ενότητα 1: Βασικές έννοιες

Πολιτισμός

Τι εννοούμε με τον όρο «πολιτισμός»; Ο Θεοδόσης Πελεγρίνης στο *Λεξικό της Φιλοσοφίας* (Πελεγρίνης, 479) επιχειρεί έναν ορισμό. Σύμφωνα με αυτόν:

Πολιτισμός είναι ο **τρόπος ζωής** ενός λαού, που περιλαμβάνει ο,τιδήποτε:

- ☉ Αφ' ενός **δεν αφορά στην κατάσταση της φύσης** (φυσικό περιβάλλον)
- ☉ Αφ' ετέρου, είναι προϊόν ή προέκταση
 - της **ανθρώπινης νόησης**
 - **Και της ανθρώπινης δράσης.**

Ο «τροχός του πολιτισμού»

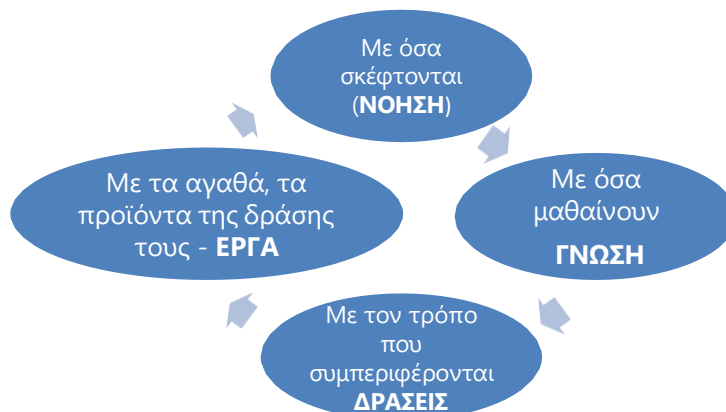
Ένα ενδιαφέρον σχήμα που αποτυπώνει τα επιμέρους στοιχεία του πολιτισμού είναι «ο τροχός του πολιτισμού». Σύμφωνα με αυτό, ο πολιτισμός περιλαμβάνει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά μιας κοινωνίας:

- [Κοινωνικές αξίες](#)
- [Τρόποι κοινωνικής οργάνωσης](#)
- [Επιστήμη και γνώση](#)
- [Λογοτεχνία](#)
- [Γλώσσα](#)
- [Φιλοσοφία - θρησκεία](#)
- [Παραδόσεις και τελετές](#)
- [Τεχνικές και δεξιότητες](#)
- [Εργαλεία και αντικείμενα](#)
- [Τέχνες](#)
- [Φαγητό και ποτό](#)
- [Ήθη, έθιμα, συμπεριφορές, κοινωνικές πρακτικές](#)



Πολιτισμός και άνθρωπος

Ο άνθρωποι, είτε ως άτομα, είτε ως ομάδες, δημιουργούν πολιτισμό, με τους τρόπους που φαίνονται στο σχήμα που ακολουθεί:



Ωστόσο δεν νοείται «ατομικός πολιτισμός». Ο πολιτισμός υπάρχει μέσα στις ανθρώπινες

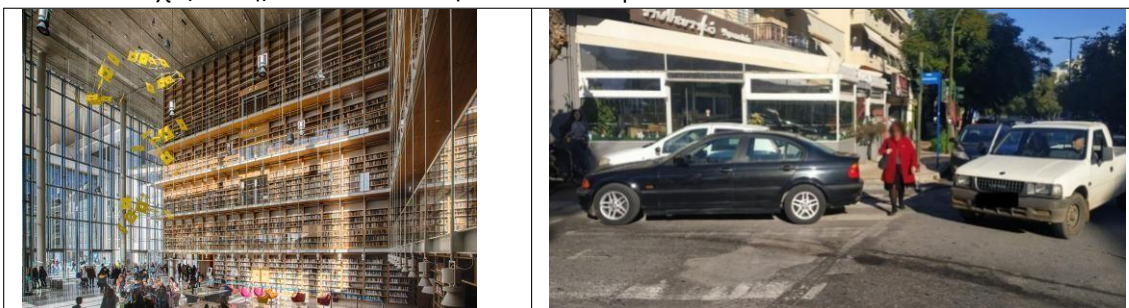
κοινωνίες, μέσα στην ανθρώπινη αλληλεπίδραση

Ο πολιτισμός περιέχει όλες τις διαστάσεις του ατομικού και συλλογικού βίου

- Ⓜ Πολιτισμός είναι η λογοτεχνία, η μουσική, η τέχνη
- Ⓜ Πολιτισμός είναι και ο τρόπος που διαχειρίζεται μια κοινωνία τα απορρίμμάτα της
- Ⓜ Πολιτισμός είναι ένα κινητό τηλέφωνο τελευταίας τεχνολογίας
- Ⓜ Πολιτισμός είναι ένα πλαστικό κουτάλι
- Ⓜ Ο πολιτισμός μιας κοινωνίας περιλαμβάνει όλες τις πτυχές της ζωής, άσχετα αν τις θεωρούμε σημαντικές, ασήμαντες, «υψηλού ενδιαφέροντος» ή «ταπεινές»

Ελληνικός πολιτισμός σήμερα

Για παράδειγμα, στον σύγχρονο ελληνικό πολιτισμό μπορούμε να διακρίνουμε «πτυχές» διαφορετικές και αντιφατικές μεταξύ τους. Στην ίδια πόλη (Αθήνα) θα συναντήσουμε από τη μία το Κέντρο Πολιτισμού-Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, που στεγάζει την Εθνική Βιβλιοθήκη και την Εθνική Λυρική Σκηνή, και λίγο παραπέρα θα συναντήσουμε διπλοπαρκαρισμένα αυτοκίνητα που κλείνουν τις διαβάσεις των πεζών. Και τα δύο αποτελούν χαρακτηριστικά του ελληνικού πολιτισμού



Υλικός πολιτισμός και άυλος πολιτισμός

Το σύνολο των στοιχείων που συνθέτουν τον πολιτισμό μιας κοινωνίας θα μπορούσαν να κατηγοριοποιηθούν σε δύο μεγάλες ομάδες:

Υλικός πολιτισμός: Περιλαμβάνει όλα τα υλικά αντικείμενα που έχουν κατασκευαστεί από τον άνθρωπο με σωματικές και πνευματικές προσπάθειες. Κτήρια, υλικά έργα τέχνης, μηχανήματα, αντικείμενα καθημερινής χρήσης, δημόσια χωροταξία και αρχιτεκτονική, αποτελούν στοιχεία του υλικού πολιτισμού.

Άυλος πολιτισμός: Περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα της νόησης και της γνώσης που δεν λαμβάνουν υλική μορφή: Αξίες, γλώσσα, συνήθειες, θρησκευτικές πεποιθήσεις, πνευματικά έργα, παραδόσεις, ιστορία, πολίτευμα αποτελούν στοιχεία του άυλου πολιτισμού.

Υπάρχουν «ανώτεροι» και «κατώτεροι» πολιτισμοί;

- Ⓜ Όλοι οι πολιτισμοί είναι γεννήματα των ανθρώπινων κοινωνιών, για την ακρίβεια, μιας συγκεκριμένης κοινωνίας σε μια συγκεκριμένη εποχή.
- Ⓜ Οι άνθρωποι σκέφτονται και δημιουργούν για να ικανοποιήσουν υλικές και πνευματικές τους ανάγκες
- Ⓜ Οι ανάγκες αυτές δεν μπορεί να είναι ίδιες για όλους – το φυσικό περιβάλλον, η ιστορική συγκυρία, τυχαία γεγονότα μπορούν να μεταβάλλουν διαρκώς τις ανάγκες τους
- Ⓜ Κάθε πολιτισμός είναι το αποτέλεσμα της προσπάθειας του ανθρώπου για ευημερία.
- Ⓜ Πώς να συγκρίνουμε διαφορετικούς πολιτισμούς με διαφορετικές ανάγκες και συνθήκες ζωής και με ποια κριτήρια θα αποφασίσουμε ότι ο ένας είναι καλύτερος από τον άλλο; Και τι νόημα έχει αυτή η σύγκριση ανάμεσα σε ανόμοια πράγματα;

Πολιτισμός και ευημερία

- 🕒 Οι άνθρωποι σε όλες τις εποχές θέλουν να ζουν καλά (ευ ζην, ευημερία, thriving)
- 🕒 Κάθε πολιτισμός «φωτογραφίζει» το αποτέλεσμα της προσπάθειάς τους να ζήσουν καλά
- 🕒 Κάθε πολιτισμός έχει διαφορετικά μέσα στη διάθεσή του για να το πετύχει, και διαφορετικές ευκαιρίες και πόρους
- 🕒 Επομένως, πρέπει να βλέπουμε όλους τους πολιτισμούς
 - Στη δική τους εποχή (συγχρονία)
 - Με βάση τους δικούς τους διαθέσιμους πόρους

Ποια κριτήρια θα βάζαμε για μια σύγκριση; Ποια βαρύτητα θα δίναμε σε καθένα απ' αυτά;

Αν επιχειρούσαμε να συγκρίνουμε τους πολιτισμούς διαφορετικών κοινωνιών (χωρίς η σύγκριση να έχει απαραίτητα στοιχεία «αξιολογικής κατάταξης» αλλά περισσότερο ως συγκριτική παρατήρηση θα μπορούσαμε να χρησιμοποιήσουμε διαφορετικά κριτήρια. Ανάλογα με τη βαρύτητα που θα δίναμε στο κάθε κριτήριο θα μπορούσαμε να καταλήξουμε σε ποικίλα συμπεράσματα. Τέτοια κριτήρια μπορεί να είναι:

- Η τεχνολογική πρόοδος της συγκεκριμένης κοινωνίας και οι εφαρμογές της στην καθημερινότητα
- Η πνευματική και καλλιτεχνική δραστηριότητα που αναπτύσσεται στην κοινωνία αυτή (γράμματα, τέχνες, επιστήμες)
- Το μορφωτικό επίπεδο των ανθρώπων (τα ποσοστά αλφαριθμητισμού, ή, πλέον, ψηφιακού αλφαριθμητισμού).
- Το εκπαιδευτικό σύστημα (η ποιότητά του, η πρόσβαση στην εκπαίδευση, το ποσοστό αποφοίτων μέσης ή ανώτατης εκπαίδευσης)
- Το εισόδημα των ανθρώπων σε σχέση με την κάλυψη των αναγκών τους (οι πηγές εισοδήματος, η αγοραστική δύναμη, η κατανομή του πλούτου, τα ποσοστά απασχόλησης, φτώχειας και ανεργίας)
- Η αναγνώριση και κατοχύρωση των θεμελιωδών ανθρώπινων δικαιωμάτων για τους πολίτες της κοινωνίας, αλλά και τους ξένους
- Ο βαθμός στον οποίο λειτουργεί το δημοκρατικό πολίτευμα, και γενικότερα ο τρόπος οργάνωσης και άσκησης της εξουσίας
- Η κατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος στην συγκεκριμένη κοινωνία, η ρύπανση και οι πολιτικές που ασκούνται για την προστασία της φύσης
- Η οικονομική ελευθερία, ο βαθμός δηλαδή στον οποίο παρέχονται ίσες ευκαιρίες για επιχειρηματική δράση και υγιής ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων
- Το σύστημα υγείας της χώρας και η ανταπόκρισή του σε περιόδους κρίσεων
- Το σύστημα κοινωνικής προστασίας της χώρας (οι πολιτικές που ασκούνται για την προστασία της οικογένειας, των ευάλωτων ομάδων, την πρόληψη του εγκλήματος κλπ.)

Από ποια σκοπιά κρίνουμε;

- 🕒 Θεωρούμε συχνά «πολιτισμένο» τον κόσμο που ασπάζεται και εφαρμόζει τον δυτικό τρόπο ζωής και τις δυτικές αξίες
- 🕒 Οι θεωρίες του «εκσυγχρονισμού» στην κοινωνιολογία υποστηρίζουν ότι είναι δυνατή η κοινωνική πρόοδος εφ' όσον οι κοινωνίες εφαρμόσουν σταδιακά τις δυτικές αξίες

(δημοκρατία, φιλελεύθερο οικονομικό σύστημα, κράτος δικαίου, κατοχύρωση δικαιωμάτων του ανθρώπου)

- ⊗ Ωστόσο η «πρόοδος» δεν είναι γραμμικό φαινόμενο ούτε έχουμε αξιόπιστη μονάδα μέτρησης...

«Δυτικός πολιτισμός»

- ⊗ Ήδη από την εποχή της αποικιοκρατίας δείχνει να έχει κυριαρχήσει παγκοσμίως ο δυτικός πολιτισμός, ο δυτικός τρόπος ζωής, οι δυτικές αξίες
- ⊗ Στη Δύση έχουμε μάθει άλλωστε να «διαβάζουμε» τον κόσμο με το πρίσμα του «οικείου σε εμάς» δυτικού πολιτισμού
- ⊗ Αυτό μας κάνει να βλέπουμε τον δικό μας τρόπο ζωής ως κανονικό και τα στοιχεία του πολιτισμού των άλλων ως ξένα ή κατώτερα

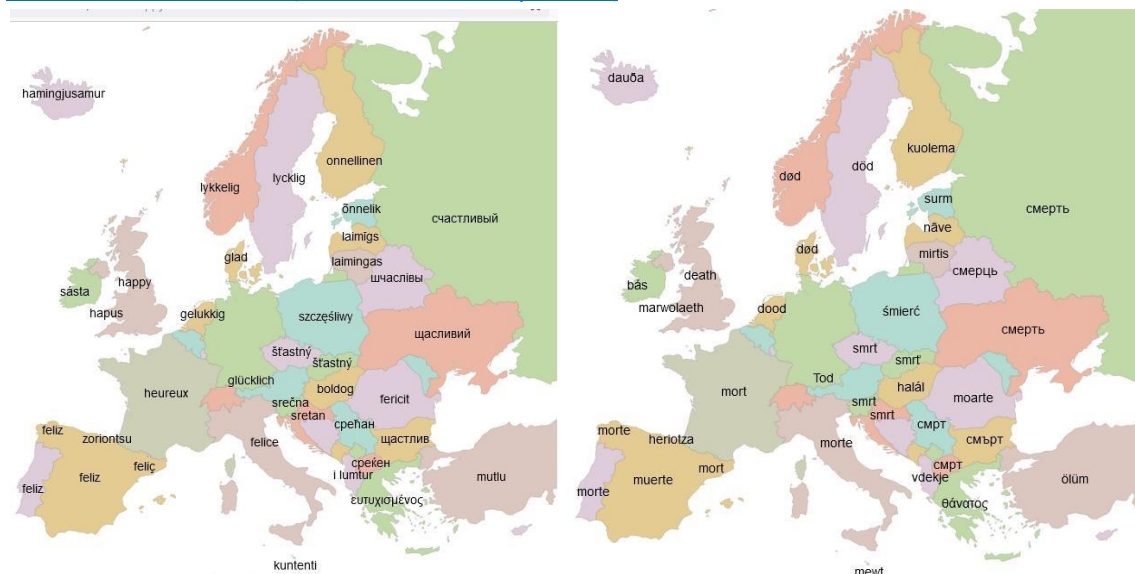
Διαφοροποίηση ανάμεσα στους πολιτισμούς

Η ανθρωπολογική και ιστορική έρευνα έχουν δείξει τεράστιες διαφοροποιήσεις ανάμεσα στους ανθρώπινους πολιτισμούς, στον χώρο και στον χρόνο

- ⊗ Πέρα από πολιτισμικά χαρακτηριστικά όπως η γλώσσα, η θρησκεία, η πολιτική οργάνωση, οι διαφοροποιήσεις εκτείνονται σε λεπτομέρειες της καθημερινής ζωής όπως οι διατροφικές συνήθειες, ή ιδέες, αξίες, βασικές αρχές, αλλά και θεσμούς, κανόνες και έθιμα.

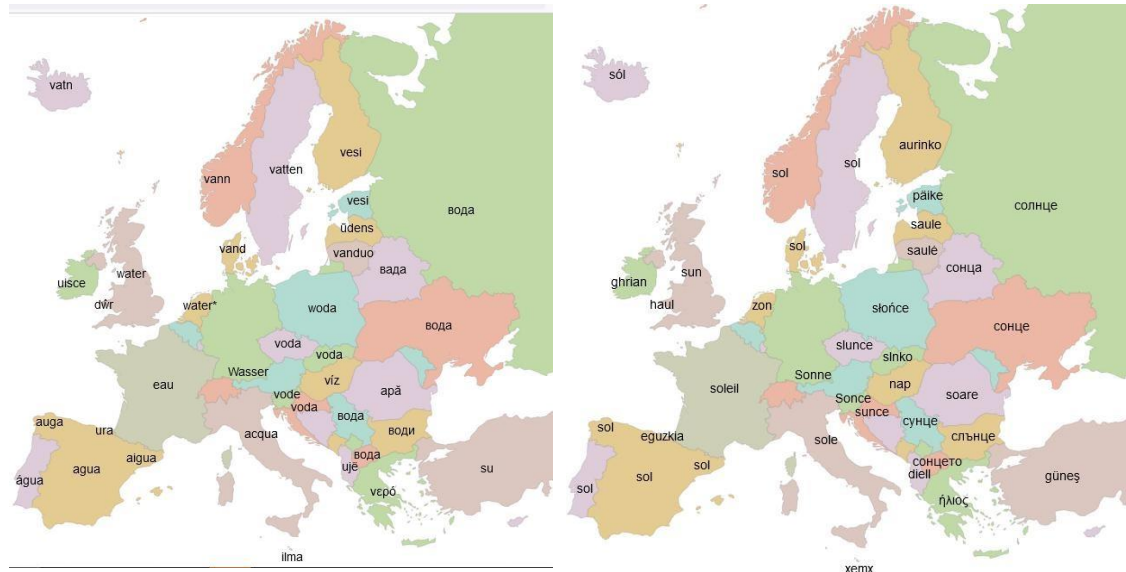
Γλώσσα

Η γλώσσα είναι ίσως το κεντρικό στοιχείο ενός πολιτισμού, ο συνεκτικός ιστός του. Αν θεωρήσουμε τον πολιτισμό ως ένα σύνολο ανθρώπινων συμπεριφορών και δημιουργημάτων, η γλώσσα, ως κώδικας επικοινωνίας είναι το στοιχείο που συνδέει άρρηκτα τους ανθρώπους που τη χρησιμοποιούν, με την έννοια ότι κωδικοποιεί τον τρόπο που αντιλαμβάνονται τον κόσμο, τον τρόπο που προσδιορίζουν και περιγράφουν τον κόσμο, άρα και τον τρόπο που δημιουργούν πολιτισμό. Αξίζει να δούμε πώς διαφορετικές γλώσσες «αποτυπώνουν» έννοιες που είναι πανανθρώπινες:



Πάνω: η λέξη «ευτυχισμένος» που απεικονίζει ένα πανανθρώπινο συναίσθημα

Πάνω: η λέξη «Θάνατος» που απεικονίζει ένα κομβικό γεγονός του βίου παγκοσμίως



Πάνω: Η λέξη «νερό» στις ευρωπαϊκές γλώσσες

Η λέξη «ήλιος» (ένα μακρινό σώμα που βλέπουν όλοι) στις ευρωπαϊκές γλώσσες

Ποικιλομορφία

- ☉ Η γλωσσική ποικιλομορφία μας δείχνει και την πολιτισμική ποικιλομορφία
- ☉ Οι άνθρωποι «κωδικοποιούν» πανανθρώπινες έννοιες με διαφορετικό τρόπο στη γλώσσα τους
- ☉ Επειδή η γλώσσα εκτός* από εργαλείο επικοινωνίας είναι και εργαλείο επεξεργασίας των εννοιών, η γλωσσική ποικιλομορφία και οι ποικίλοι γλωσσικοί μηχανισμοί δείχνουν τον τρόπο που οι διάφοροι πολιτισμοί αντιλαμβάνονται, και άρα επεξεργάζονται τις έννοιες...

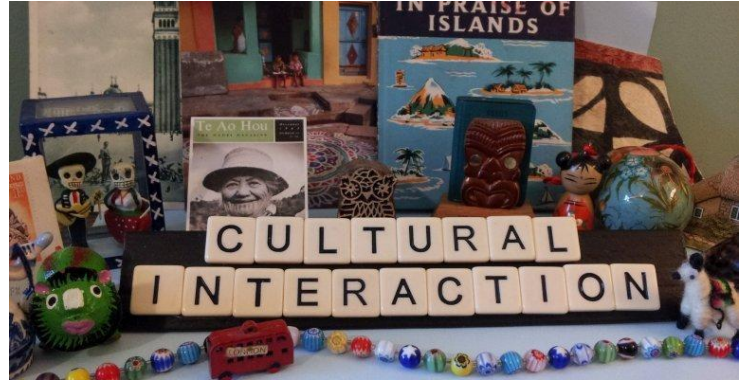
Ονομάζω = κατανοώ = αλληλεπιδρώ

- ☉ Ονομάζοντας κάτι, ένας πολιτισμός δείχνει τον τρόπο που το αντιλαμβάνεται, και μέσα από τους μηχανισμούς της γλώσσας του μπορεί να το επεξεργαστεί.
- ☉ Η γλώσσα παράγει ΛΟΓΟ, και ο λόγος είναι στοιχείο της ανθρώπινης δράσης και συμπεριφοράς, καθοριστικό για τον πολιτισμό κάθε κοινωνίας
- ☉ Ο τρόπος που ονομάζω τον κόσμο γύρω μου καθορίζει και την σημασία που δίνω στις έννοιες γύρω μου...

Η γλώσσα «αποτυπώνει» τον κόσμο

- ☉ «Τα όρια της γλώσσας μου σημαίνουν τα όρια του κόσμου μου» είπε ο Λούντβιχ Βιτγκενστάιν
- ☉ Ο πολιτισμός κατασκευάζεται με τη γλώσσα, αναπαράγεται με τη γλώσσα, εξελίσσεται με τη γλώσσα.

Ενότητα 2: Ο πολιτισμός: εξέλιξη και αλληλεπίδραση



Πολιτισμός = δυναμικό φαινόμενο

- ☉ Όλοι οι πολιτισμοί του κόσμου είναι «δυναμικοί».
- ☉ Εξελίσσονται - αλλάζουν στο πέρασμα του χρόνου
- ☉ Ενσωματώνουν νέα στοιχεία, ενώ άλλα στοιχεία, σταδιακά ή σπανιότερα, με πιο ραγδαίους ρυθμούς, αδρανούν
- ☉ Περιέχουν την προηγούμενη εμπειρία και ενσωματώνουν την εμπειρία του παρόντος

Πολιτισμός = αλλαγή



Luiz de Camoens

MUDAM – SE OS TEMPOS

Αλλάζουν οι καιροί, όπως κ' οι θελήσεις
Η ύπαρξη αλλάζει, αλλάζει κ' η εμπιστοσύνη.
Από αλλαγήν ο κόσμος έχει γίνει
όλος, παίρνοντας όλο και νέες φύσεις.
Πράγματα νέα θα δεις όπου γυρίσεις,
πλην μόνο η ελπίδα ελπίδα θ' απομείνει.
Στη μνήμη, του κακού απομένει η οδύνη
και του καλού, αν υπήρξεν, οι αναμνήσεις.
Σκέπει ο καιρός με χλόη χλωρή τη γη,
που άλλοτε την εσκέπαζε κρύο χιόνι
κ' εντός μου, το γλυκό μεταμορφώνει
τραγούδι σε λυγμό. Απ' την αλλαγή
τούτη της πάσας μέρας, πιο μεγάλο
τρόμο, κάνει αλλαγή άλλη, που όπως άλλοτε
δεν γνωρίζει πια την αλλαγή

- ☉ Οι αλλαγές αφορούν όλες τις εκφάνσεις του πολιτισμού (από την καθημερινή ζωή, τον υλικό πολιτισμό έως τις ιδέες και τα υψηλότερα έργα τέχνης)
- ☉ Ωστόσο, οι αλλαγές δεν είναι ομοιόμορφες σε όλο το φάσμα του πολιτισμού
 - Σε κάποιες εκφάνσεις οι αλλαγές γίνονται πολύ πιο εύκολα και είναι περισσότερο εμφανείς
 - Σε άλλες, οι αλλαγές γίνονται δυσκολότερα
- ☉ Οι αλλαγές δεν συντελούνται στον ίδιο χρόνο
 - Άλλοτε γίνονται αργά
 - Άλλοτε γίνονται με ταχύτατους ρυθμούς

- Ⓢ Συχνά δεν συνειδητοποιούμε τις αλλαγές τη στιγμή που συντελούνται, όταν τις βιώνουμε, αλλά μόνον όταν συγκρίνουμε, ως αντικειμενικοί παρατηρητές, δύο χρονικές στιγμές με κάποια απόσταση μεταξύ τους
- Ⓢ Συχνά οι αλλαγές δεν γίνονται χωρίς αντιδράσεις. Πάντοτε είναι αποτέλεσμα
 - Συγκρούσεων
 - Αντιδράσεων
 - Συνθέσεων ανάμεσα στο παλιό και στο καινούριο

Πολιτισμός και συντηρητισμός

- Ⓢ Ανασχετικός παράγοντας για τις πολιτισμικές αλλαγές είναι ο συντηρητισμός.
- Ⓢ Ο συντηρητισμός υπερασπίζεται πάντα την ιδέα της «παράδοσης» – αυτού που έχει παραδοθεί από τις προηγούμενες γενιές.
- Ⓢ Συντηρητισμός: η φοβική στάση απέναντι στην αλλαγή – η τάση να θέλουμε να μην αλλάξουν τα πράγματα
 - Επειδή μας εξυπηρετεί η κατάσταση «ως έχει»
 - Επειδή είμαστε φοβικοί απέναντι στην αλλαγή, θεωρώντας ότι η θέση μας κινδυνεύει

Και η παράδοση;

- Ⓢ Αν εστιάζουμε σε στοιχεία του παρελθόντος για να προσδιορίσουμε την ταυτότητα ενός πολιτισμού, ενδέχεται να βλέπουμε κίνδυνο από την εγκατάλειψη των «παραδεδομένων» πολιτισμικών στοιχείων
- Ⓢ Πολλοί βλέπουν στην εγκατάλειψη της παράδοσης τον κίνδυνο «αλλοίωσης» του πολιτισμού.
- Ⓢ Όμως ο πολιτισμός είναι ένα δυναμικό σύνολο από αντικείμενα, θεσμούς, ιδέες, που αλλάζει έχοντας ενσωματωμένη την παρελθούσα εμπειρία. Οι παραδόσεις, ακόμα κι όταν δεν τηρούνται, έχουν διαμορφώσει τον πολιτισμό όπως είναι σήμερα.
- Ⓢ Επομένως, ο πολιτισμός δεν αλλοιώνεται, αλλάζει. Κι αυτό είναι συστατικό στοιχείο της ζωτικότητάς του.

Πολιτισμός = αλληλεπίδραση

- Ⓢ Οι ανθρώπινες κοινωνίες από τα πανάρχαια χρόνια επικοινωνούν και αλληλεπιδρούν.
- Ⓢ Αυτό έχει συνέπεια να «ανταλλάσσουν» πολιτισμικά στοιχεία
 - Υλικά αντικείμενα (προϊόντα – οι κοινωνίες εμπορεύονται ό,τι τους περισσεύει και αναζητούν ό,τι τους λείπει)
 - Τεχνογνωσία και πρακτικές («αντιγράφουμε» πρακτικές από άλλους λαούς για να βελτιώσουμε ή να προστατεύσουμε τη ζωή μας)
 - Ιδέες, συμπεριφορές, κοινωνικούς θεσμούς
 - Γλωσσικά στοιχεία
 - Θρησκευτικά στοιχεία

Κινητικότητα = επικοινωνία = αλληλεπίδραση

- Ⓢ Επομένως από τα αρχαία χρόνια οι πολιτισμοί «δανείζονται» και «δανείζουν» στοιχεία τους σε άλλους πολιτισμούς με τους οποίους επικοινωνούν.
- Ⓢ Παραδείγματα:
 - οι Έλληνες «δανείζονται» το αλφάβητο από τους Φοίνικες για να κατασκευάσουν το δικό τους,
 - οι Σλάβοι χρησιμοποιούν το ελληνικό αλφάβητο για να φτιάξουν το γλαγολιτικό αλφάβητο
 - η Δύση χρησιμοποιεί τους αραβικούς αριθμούς, η Δυτική Ευρώπη «μαθαίνει» τα μαχαιροπήρουνα από το Βυζάντιο.

- Η Δημοκρατία παγκοσμίως έχει πρότυπο την αρχαία Ελλάδα
 - Ο σύγχρονος κοινοβουλευτισμός (αντιπροσωπευτική Δημοκρατία) έχει «έρθει» από τη Βρετανία.
 - Οι Πέρσες και οι Αιγύπτιοι ενσωμάτωσαν στον αρχαίο πολιτισμό τους το Ισλάμ, ενώ οι Έλληνες στον επίσης αρχαίο πολιτισμό τους τον Χριστιανισμό.
- ☉ Αυτά τα «πολιτισμικά δάνεια» συνέβαιναν από τα αρχαία χρόνια. Κάποια από αυτά τα πολιτισμικά στοιχεία σταδιακά απέκτησαν διεθνή ή και παγκόσμιο χαρακτήρα

Διεθνή και παγκόσμια πολιτισμικά στοιχεία

- ☉ Υπάρχει τρόπος ένας πολιτισμός να μείνει «καθαρός» από την αλληλεπίδραση (και τον αλληλοδανεισμό) με άλλους πολιτισμούς;
- ☉ Αυτό θα μπορούσε να συμβεί στην υποθετική περίπτωση που μια ομάδα ανθρώπων παραμένει παντελώς απομονωμένη από τις υπόλοιπες ομάδες, δεν έρχεται ποτέ σε επικοινωνία μεταξύ τους.
- ☉ Υπάρχουν κοινότητες ανθρώπων που θεωρούν ότι μπορούν να μείνουν ανεπηρέαστοι από άλλους (π.χ. Μορμόνοι, Άμις, Ορθόδοξοι Εβραίοι). Ωστόσο, κάτι τέτοιο είναι ακατόρθωτο από τη στιγμή που δεν είναι ερμητικά απομονωμένοι από άλλες κοινωνίες
- ☉ Θα μπορούσε να υποστηριχθεί για ελάχιστες απομονωμένες πρωτόγονες φυλές.

Πολιτισμός = αφαίρεση

- ☉ Υπάρχει λοιπόν από τα αρχαία χρόνια μια επικοινωνία πολιτισμών που συνοδεύεται από αλληλεπιδράσεις.
- ☉ Επομένως τι είναι αυτό που προσδίδει σε έναν πολιτισμό την ταυτότητά του;
- ☉ Αν ο τρόπος που ντυνόμαστε, η μουσική που ακούμε, οι δρόμοι που κινούμαστε, οι τρόποι με τους οποίους θεραπεύουμε τις ασθένειες, ο τρόπος με τον οποίο είναι οργανωμένες οι κοινωνίες μας κλπ. έχουν τόσο μεγάλες ομοιότητες, τι είναι αυτό που «καθορίζει» την ταυτότητα;
- ☉ Η ταυτότητα ενός πολιτισμού είναι μια διαδικασία **αφαίρεσης**.
- ☉ **Η ταυτότητα ενός πολιτισμού είναι ένας πυρήνας, που περιέχει τα στοιχεία εκείνα**
 - Που διαφοροποιούν τον πολιτισμό από τους άλλους
 - Που κάνουν τις ομάδες που υιοθετούν τα στοιχεία αυτά να αισθάνονται ότι τους «ενώνει» μια πολιτισμική συγγένεια
 - Ένα κοινό παρελθόν (που αποτυπώνεται με κάποιο τρόπο στο παρόν)
 - Ένα παρόν στο οποίο μοιράζονται βασικά πολιτισμικά στοιχεία (γλώσσα, τρόπος οργάνωσης της κοινωνίας, συνήθειες και πρακτικές)
 - Η προσδοκία ενός κοινού μέλλοντος (η οποία δεν αποκλείει τις αλλαγές, αλλά τις ενσωματώνει ως στοιχεία της κοινής εμπειρίας)

Πολιτισμός και υπο-πολιτισμοί (υπο-κουλτούρες)

- ☉ Μέσα σε ένα μεγαλύτερο σύνολο ανθρώπων με κοινά πολιτισμικά στοιχεία (μια ενιαία κουλτούρα) υπάρχουν πάντοτε διαφοροποιήσεις
- ☉ Υπάρχουν πολιτισμικές ομάδες που έχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τις κάνουν να ξεχωρίζουν από το σύνολο, να μοιάζουν με υποκατηγορίες του συνόλου (υπο-κουλτούρες, subcultures)
- ☉ Δεν αντιμετωπίζουμε με αρνητικό τρόπο τον όρο υποκουλτούρα εδώ, αλλά ως μια επιμέρους κατηγορία που μπορούμε να διακρίνουμε μέσα στο σύνολο.

Ποικιλομορφία

- ☉ Αν θεωρήσουμε ότι ο πολιτισμός είναι ένα μωσαϊκό με εκατομμύρια ψηφίδες, είναι λογικό μέσα στο ευρύτερο σύνολό του να υπάρχουν επιμέρους ομάδες που διαφοροποιούνται σε διάφορες εκφάνσεις του πολιτισμού. Παραδείγματα:
 - Θρησκεία: θρησκευτικές μειονότητες
 - Γλώσσα: τοπικές διάλεκτοι (κρητικά, ποντιακά) ή «μειονοτικές» γλώσσες (π.χ. στην Ελλάδα: αρβανίτικα, τσακωνικά, βλάχικα, σλαβομακεδονικά)
 - Διατροφή: Vegetarians, Vegans
 - Ιδεολογία: Αναρχικοί, σοσιαλιστές, φασίστες, φιλελεύθεροι
 - Μουσικές προτιμήσεις: Ροκάδες, μεταλλάδες, χιπ-χοπάδες κλπ.
 - Ταυτότητες φύλου
- ☉ Οι επιμέρους «υπο-πολιτισμοί», πέρα από τα γενικά χαρακτηριστικά του πολιτισμού στον οποίο είναι ενταγμένοι, έχουν και τα δικά τους, ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά, που συνθέτουν τη δική τους κουλτούρα:
- ☉ Αυτά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τους «ενώνουν» είναι και το «στοιχείο ταυτότητας» της επιμέρους «κουλτούρας» τους, π.χ. Queer culture, κουλτούρα των Ρομά κλπ.
- ☉ Συχνά τα ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά αυτά
 - Κάνουν τις ίδιες τις ομάδες να θέλουν να «ξεχωρίζουν» από το σύνολο
 - Συμβάλλουν στο να πέφτουν θύματα διακρίσεων, προκαταλήψεων εξαιτίας αυτών των χαρακτηριστικών
 - Πολλές φορές «τροφοδοτούν» το κύριο πολιτισμικό ρεύμα με δικά τους στοιχεία.

Στην εικόνα βλέπουμε παραδείγματα από υπο-κουλτούρες που αφορούν κατ' αρχήν τον τρόπο που ντύνονται και τη μουσική που ακούνε τα άτομα που ανήκουν σ' αυτές, αλλά στην πραγματικότητα συνδέονται και με έναν γενικότερο τρόπο ζωής που χαρακτηρίζει τα άτομα της ίδιας ομάδας πέρα από τις ενδυματολογικές ή μουσικές τους επιλογές και διαχέεται τόσο στην καθημερινότητά τους όσο και στην ιδεολογική τους «κοσμοθεωρία».



pixtastock.com - 58150149

Παραδείγματα ποικιλομορφίας:

- ☉ Τα ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά της κοινότητας των **Ρομά**:
 - Πολλές φορές κάνουν τα ίδια τα μέλη της κοινότητας να διαφοροποιούνται και να δυσκολεύονται να ενσωματωθούν στο «σύνολο», μη θέλοντας να αρνηθούν ό,τι θεωρούν ότι ανήκει στον πυρήνα της ταυτότητάς τους.

- Πολλές φορές γίνονται αιτία προκαταλήψεων, απομόνωσης και ρατσιστικών συμπεριφορών εις βάρος τους από το «σύνολο»
- Άλλες φορές πάλι, πολιτισμικά τους στοιχεία εντάσσονται και γίνονται συνήθειες στο σύνολο (π.χ. τραγούδια, στοιχεία της ενδυμασίας που γίνονται μόδα)



Ο δίσκος «Παραδέχτηκα» της Αλκηστης Πρωτοψάλτη κυκλοφόρησε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 με τσιγγάνικα τραγούδια του συνθέτη Goran Bregovic, που είχαν πρωτακουστεί στην ταινία «Ο καιρός των τσιγγάνων» του Εμίρ Κουστουρίτσα. Ο δίσκος γνώρισε μεγάλη και διαχρονική απήχηση, όπως και η ταινία.

☉ Τα ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά των **Ελλήνων μεταναστών στις ΗΠΑ**

- Πολλές φορές κάνουν τα ίδια τα μέλη της κοινότητας να διαφοροποιούνται και να τα υπογραμμίζουν (π.χ. γάμοι με Έλληνες, κοινωνικές εκδηλώσεις των αδελφοτήτων με σκοπό τη διατήρηση των ελληνικών εθίμων, εγγραφή σε ελληνικά σχολεία κλπ.)
- Πολλές φορές αντιμετώπισαν προκαταλήψεις, στερεότυπα και ρατσισμό λόγω της καταγωγής τους,
- Άλλες φορές πάλι, πολιτισμικά τους στοιχεία εντάσσονται και γίνονται συνήθειες στο σύνολο των ΗΠΑ (που είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα μιας κουλτούρας που έχει χτιστεί από ποικίλα χαρακτηριστικά όλων των μεταναστευτικών ρευμάτων που έχουν κατοικήσει σ' αυτή)



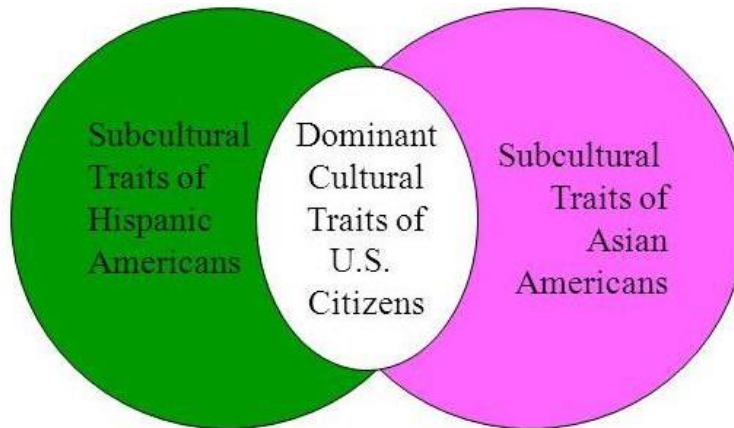
Η ταινία "My Big Fat Greek Wedding" της ελληνοαμερικανίδας Nia Vardalos έκανε τεράστια επιτυχία στο αμερικανικό box office σατιρίζοντας τις συνήθειες της κοινότητας των ελλήνων μεταναστών στις Η.Π.Α.



Το ελληνικό γιαούρτι «ενσωματώθηκε» στο αμερικανικό διατροφικό lifestyle ως μια υγιεινή διατροφική επιλογή. «Εισήχθη» στην Αμερική από τις κοινότητες των ελλήνων μεταναστών.

- ☉ ΗΠΑ: Κοινά «αμερικανικά στοιχεία» και υπο-πολιτισμοί των Ισπανόφωνων Αμερικανών και Ασιατών Αμερικανών.

Στο σχήμα φαίνεται καθαρά ένα παράδειγμα συνύπαρξης δύο υπο-πολιτισμών (των ισπανόφωνων αμερικανών και των ασιατών μεταναστών στις ΗΠΑ και το πώς συνυπάρχουν στην κυρίαρχη αμερικανική κουλτούρα. Τους «ενώνουν» κάποια «κυρίαρχα» πολιτισμικά χαρακτηριστικά της αμερικανικής κοινωνίας. Πέραν αυτών, κάθε ομάδα διατηρεί τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της υπο-κουλτούρας της, που είναι τελείως διαφορετικά για τις δύο μεγάλες αυτές κοινωνικές ομάδες.



Η δυναμική «εντός και εκτός»

Θα μπορούσαμε να μιλήσουμε για δύο μεγάλες κατηγορίες αλληλεπίδρασης:

- **Εντός ενός** πολιτισμού αλληλεπιδρούν
 - Κοινά στοιχεία
 - Στοιχεία των επιμέρους πολιτισμικών ομάδων
 -
- **Μεταξύ των διαφορετικών** πολιτισμών
 - Αλληλεπιδρούν μεταξύ τους «ανταλλάσσοντας» πολιτισμικά στοιχεία

Η αλληλεπίδραση δεν είναι πάντα... ειρηνική

- Ⓢ Σε κάθε περίπτωση προκύπτει από σύνθεση διαφορετικών στοιχείων
- Ⓢ Συχνά η σύνθεση αυτή είναι συγκρουσιακή: «Συγκρούονται» στοιχεία που
 - Εκπροσωπούν διαφορετικές αντιλήψεις, (π.χ. κατάργηση της προίκας, νομιμοποίηση ή όχι της άμβλωσης, γάμος ομοφύλων)
 - Νέα στοιχεία έρχονται να αντικαταστήσουν τα υπάρχοντα, ή να λάβουν θέση πλάι τους (π.χ. ιαπωνική κουζίνα έρχεται να καταλάβει μερίδιο της αγοράς εστίασης στην Ελλάδα)

Η σύνθεση φέρνει αλλαγές

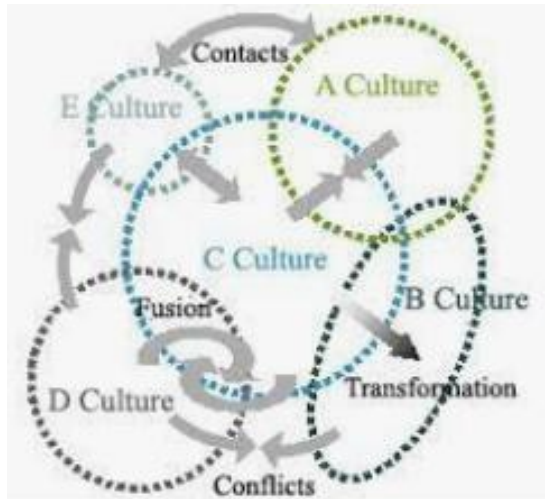
- Ⓢ Κυρίαρχα στοιχεία «υποχωρούν»
 - Ροκ μουσική μετά το 2010
- Ⓢ Νέα στοιχεία γίνονται κυρίαρχα
 - Χιπ-χοπ μουσική
- Ⓢ Στοιχεία μπορεί να χάνονται και να επανεμφανίζονται μετά από κάποιο διάστημα

- Επανεμφάνιση ABBA
- Ⓢ Στοιχεία προσαρμόζονται στις συνθήκες του πολιτισμού που εντάσσονται
 - Ελληνική ροκ σκηνή
- Ⓢ Δημιουργούνται από τη σύνθεση νέα «υβριδικά» πολιτισμικά στοιχεία
 - K-Pop (κορεατικά συγκροτήματα ποπ μουσικής)

Ένα μοντέλο αλληλεπίδρασης διαφορετικών πολιτισμών

Το μοντέλο σχηματικά

Οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των πολιτισμών



Επαφή (Contact)

Ανάμιξη (Fusion)

Συγκρούσεις (Conflicts)

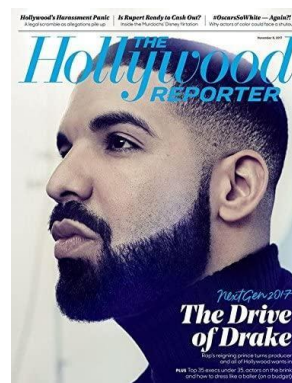
Μετασηματισμός (transformation)

Hip Hop, Rap

- Ⓢ Στην πρώτη της εμφάνιση ήταν η μουσική ανθρώπων που ήταν «στο περιθώριο» της κοινωνίας (άρα ήταν υπο-πολιτισμικό στοιχείο της αφροαμερικανικής κοινότητας των ΗΠΑ)
- Ⓢ Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 γίνεται mainstream και κατακτά αρχικά την Αμερική, και στη συνέχεια και τον υπόλοιπο κόσμο, στην αγγλική γλώσσα
- Ⓢ Στη συνέχεια δημιουργείται ένα ρεύμα χιπ χοπ μουσικής και σε άλλες γλώσσες (γαλλικά, ελληνικά), και σήμερα είναι ένα από τα κυρίαρχα μουσικά είδη, με πωλήσεις εκατομμυρίων
- Ⓢ Το χιπ χοπ από πολιτιστικό στοιχείο των φτωχών αφροαμερικανών έγινε κυρίαρχο μέσο μουσικής έκφρασης σε ολόκληρο τον πλανήτη.



Ο δίσκος Straight Outta Compton του ραπ συγκροτήματος NWA (1988)



Ο Drake στο εξώφυλλο του Hollywood Reporter (2015)

Κινδυνεύουν οι πολιτισμοί από την αλληλεπίδραση;

- Ⓜ Η αλληλεπίδραση μεταξύ των πολιτισμών είναι στοιχείο της ύπαρξής τους.
- Ⓜ Ο «δανεισμός», η «υπερίσχυση» η αποδυνάμωση, η εξαφάνιση στοιχείων ενός πολιτισμού είναι ενδεχόμενα στη διαδικασία εξέλιξης των κοινωνιών
- Ⓜ Ο πολιτισμός «είναι», υπάρχει, με τις αλλαγές, τους μετασχηματισμούς και τις «συγκρούσεις» του
- Ⓜ Η διάσωση, η διατήρηση των πολιτισμικών στοιχείων μιας κοινωνίας ουσιαστικά αποφασίζεται από την ίδια την κοινωνία, την πραγματικότητα, και είναι πολύ δύσκολο να γίνει «κανονιστικά» ή ως αποτέλεσμα μιας πολιτικής
- Ⓜ Η πολιτιστική κληρονομιά ενός λαού έχει αξία μόνο αν είναι κομμάτι της ζωής του, αν ο λαός την αισθάνεται δική του, σημερινή.

Και η παράδοση:

- Ⓜ Η διατήρηση της παράδοσης δεν είναι αυτοσκοπός, η παράδοση είναι ωστόσο η ενσωματωμένη εμπειρία που παραδίδεται από γενιά σε γενιά.
- Ⓜ Στο βαθμό που η παράδοση έχει ζωντανά κύτταρα στο σήμερα, η διατήρησή της είναι κομμάτι του σύγχρονου πολιτισμού
- Ⓜ Η «αναβίωση» της παράδοσης, με την αναβίωση π.χ. κάποιων εθίμων έχει απλά ιστορική αξία και για να μπορέσει να είναι ζωντανό κομμάτι του σύγχρονου πολιτισμού πρέπει να έχει ζωντανό ρόλο σ' αυτόν
- Ⓜ Συχνά βλέπουμε τις παραδόσεις να χρησιμοποιούνται ως τουριστικές ατραξιόν... Τότε η παράδοση επανεντάσσεται στην κουλτούρα μας ως εμπορεύσιμο αγαθό.

Παραδείγματα

- Ⓜ Παραδοσιακοί χοροί: Στο βαθμό που εξακολουθούν να επιτελούν τον ρόλο που είχαν, πράγμα που βλέπουμε στα πανηγύρια, οι χοροί είναι ζωντανό κομμάτι του σύγχρονου πολιτισμού (γιατί οι άνθρωποι συμμετέχουν σ' αυτούς με τον ίδιο τρόπο που το έκαναν παλιά, για να χορέψουν και να χαρούν)
- Ⓜ Όταν τους χρησιμοποιούμε για τις ανάγκες μιας παράστασης, «επανεντάσσονται» στον σύγχρονο πολιτισμό ως ένα δημόσιο θέαμα, δηλαδή κάτι στο οποίο ο θεατής δεν συμμετέχει. Επομένως υπάρχουν στον σύγχρονο πολιτισμό μας, ωστόσο ο ρόλος τους έχει μετασχηματιστεί.

Πολιτισμός = αυτό που ζει

- Ⓜ Ο σύγχρονος πολιτισμός
 - Περιέχει την εμπειρία του παρελθόντος, αλλά υπάρχει στο παρόν
 - Διαρκώς εξελίσσεται και μετασχηματίζεται, μέσα από συνθέσεις που συμβαίνουν στο εσωτερικό του, αλλά και αλληλεπιδράσεις με άλλους πολιτισμούς
 - Έχει έναν «πυρήνα» βασικών πολιτισμικών χαρακτηριστικών που δίνουν στα μέλη του την αίσθηση του «ανήκειν», αλλά και πολλά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που «ταυτοποιούν» ιδιαίτερες ομάδες μέσα στο γενικό σύνολο.
 - Δεν είναι ποτέ «ανόθευτος» ή «αλλοιωμένος», είναι μια δυναμική κατασκευή που «πλάθεται» κάθε λεπτό.

Ενότητα 3: Προσεγγίζοντας την παγκοσμιοποίηση



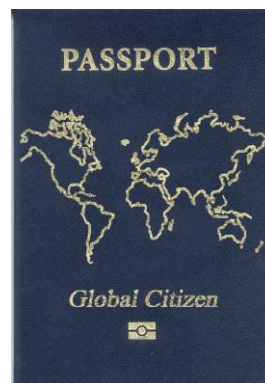
Κοσμοπολιτισμός

Ⓢ [Cosmopolitanism – cosmopolitisme](#)

Ⓢ [Η θεωρία σύμφωνα με την οποία ολόκληρη η γη είναι μια κοινότητα, μία πατρίδα, της οποίας τα μέλη είναι συμπολίτες και μεταξύ τους ίσα.](#)

▮ [\(Πελεγρίνης, Λεξικό της Φιλοσοφίας, 338\)](#)

- Ⓢ Η αντίληψη αυτή (χωρίς να χρησιμοποιείται ο αντίστοιχος όρος) έχει διατυπωθεί από τα αρχαία χρόνια:
- Ⓢ Αντιφών: (ρήτορας της αρχαιότητας): *Ως προς τη φύση είμαστε από κάθε άποψη όμοιοι – είτε είμαστε βάρβαροι είτε Έλληνες. Αυτό μας δίνουν τη δυνατότητα να το καταλάβουμε εκείνα που εκ φύσεως είναι αναγκαία για όλους τους ανθρώπους. Ουδείς από μας έχει καθοριστεί εκ φύσεως να είναι βάρβαρος ή Έλληνας. Διότι όλοι αναπνέουμε τον αέρα από το στόμα και τη μύτη.*



Κράτος του Μ. Αλεξάνδρου: Συγκρητισμός

- Ⓢ Στην μεγάλη επικράτεια του κράτους του Μ. Αλεξάνδρου, που καταλάμβανε ένα μεγάλο μέρος του γνωστού τότε κόσμου, κατοικούν δεκάδες λαοί με ποικίλες γλώσσες και θρησκείες.
- Ⓢ Στην εποχή εκείνη παρατηρείται το φαινόμενο του συγκρητισμού: Αναμιγνύονται στοιχεία από διάφορους πολιτισμούς στη θρησκεία, τη διοίκηση, τη γλώσσα.
- Ⓢ Σε ένα βαθμό ο Μ. Αλέξανδρος το επιχειρεί αυτό στοχευμένα: Για να πετύχει την διατήρηση του κράτους του, προσπαθεί να συνδυάσει την δική του κουλτούρα (ελληνική) με τα τοπικά στοιχεία των περιοχών που καταλαμβάνει.

Το πολυεθνικό κράτος του Μ. Αλεξάνδρου



Ένα παράδειγμα συγκρητισμού: Ο Ερμάνουβις

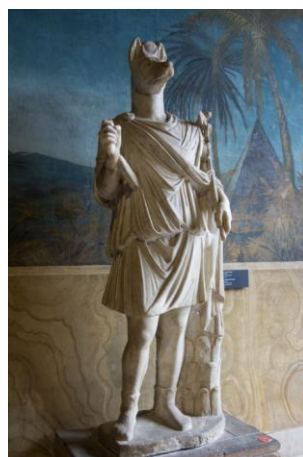
Ερμάνουβις

(Ερμής + Ανούβις)

Στην ελληνιστική εποχή είναι πολύ

συνηθισμένες οι «μίξεις» θεών

Ο Ερμής (αγγελιοφόρος των θεών και θεός του εμπορίου και των επικοινωνιών αλλά και ψυχοπομπός – οδηγούσε τους νεκρούς στον κάτω κόσμο) «συνδυάζεται» με τον Ανουβι (ο οποίος στην αρχαία Αίγυπτο οδηγεί τους ανθρώπους στον κάτω κόσμο)



Πολυπολιτισμικότητα

- ☉ Συνύπαρξη στον ίδιο γεωγραφικό χώρο (στα διοικητικά όρια μιας χώρας ή μιας περιοχής) πολλών πολιτισμικών ομάδων με διακριτές διαφορές (γλωσσικές, εθνοτικές, θρησκευτικές κλπ.).
- ☉ Το φαινόμενο μπορεί να οφείλεται:
 - Στη μακρόχρονη συνύπαρξη των πολιτισμικών ομάδων μέσα στα ίδια όρια
 - Στην «αναγκαστική» συνύπαρξη πολιτισμικών ομάδων που βρέθηκαν στα ίδια διοικητικά όρια μετά από χάραξη ή επαναχάραξη συνόρων
 - Στην συνύπαρξη που οφείλεται σε μαζικές ή λιγότερο μαζικές μετακινήσεις πληθυσμών (μετακινήσεις λόγω φυσικών καταστροφών, οικονομική μετανάστευση, προσφυγιά, μετακινήσεις λόγω πολεμικών συγκρούσεων ή συνθηκών που προέκυψαν από αυτές)
- ☉ Ο όρος παγκοσμιοποίηση αναφέρεται στην αυξανόμενη διασύνδεση (connectedness) και αλληλεξάρτηση (interdependence) των πολιτισμών και των οικονομιών του κόσμου.
 - ▮ Ορισμός από την National Geographic Resource Library (2022)
<https://education.nationalgeographic.org/resource/globalization>
- ☉ Η παγκοσμιοποίηση ουσιαστικά:
- ☉ έχει οικονομική αφετηρία (την εξάπλωση του εμπορίου)
- ☉ Όχημά της είναι η εξέλιξη της τεχνολογίας (βιομηχανία, μεταφορές, πληροφορική, τηλεπικοινωνίες)

Η οικονομία γεννά... αλληλεπιδράσεις

Η παγκοσμιοποίηση είναι μια διαδικασία... δυναμική και εξελισσόμενη...

Εμπόριο: Οι άνθρωποι μετακινούνται για να βρουν πρώτες ύλες ή να πωλήσουν τα αγαθά τους, τα αγαθά κυκλοφορούν

Επικοινωνία: Οι μετακινήσεις φέρνουν τους ανθρώπους σε επαφή με στοιχεία των άλλων πολιτισμών

Αλληλεπίδραση: Οι άνθρωποι ανταλλάσσουν πολιτισμικά στοιχεία

Γιατί η συζήτηση «φουντώνει» μετά το 1990;

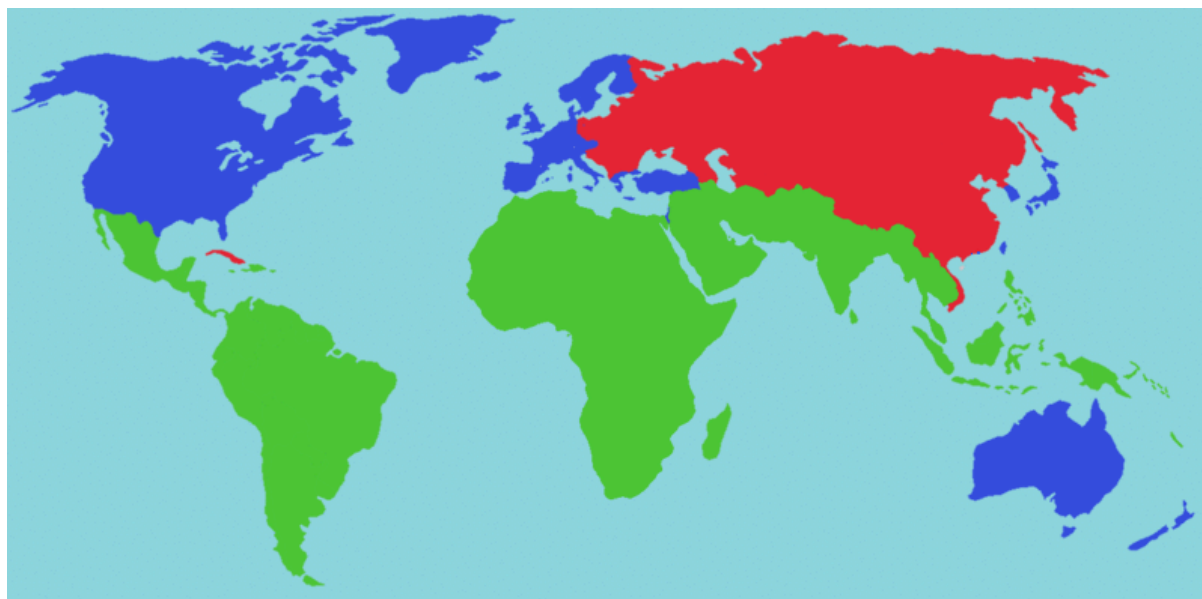
- ⊗ Αφού οι πολιτισμοί επικοινωνούν και αλληλεπιδρούν από τα αρχαία χρόνια, γιατί μιλάμε με τόση ένταση για την παγκοσμιοποίηση κυρίως μετά τη δεκαετία του 1990 και ποιες είναι οι πολιτισμικές της διαστάσεις;
- ⊗ Επειδή... στη δεκαετία αυτή συντελείται μια τεράστια γεωπολιτική-οικονομική αλλαγή που θα «ανοίξει» τα σύνορα για την παγκόσμια οικονομία και θα αλλάξει τις ισορροπίες...
- ⊗ Ας αρχίσουμε την ιστορία μας... από το τέλος...

Προσπαθώντας να ορίσουμε την παγκοσμιοποίηση

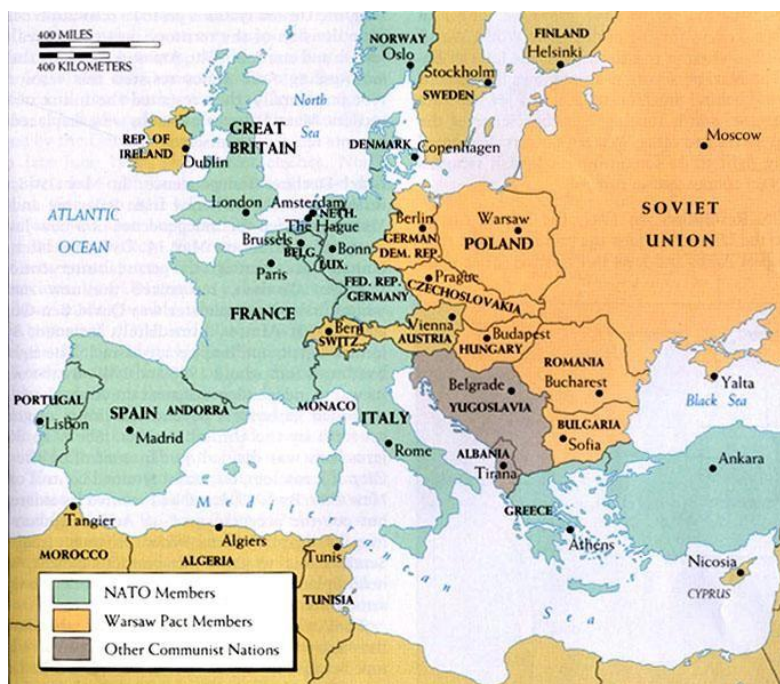
- ⊗ Μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990 η ανθρωπότητα ζούσε στην εποχή του «ψυχρού πολέμου».
- ⊗ Ο κόσμος έμοιαζε χωρισμένος σε δύο μεγάλα «στρατόπεδα» που αντιστοιχούσαν σε δύο διαφορετικά οικονομικά συστήματα



Τρεις κόσμοι (ως το 1990)



Ευρώπη του ψυχρού πολέμου



Πρώτος κόσμος (ΔΥΣΗ)

Θα μπορούσαμε να εντοπίσουμε τα βασικά χαρακτηριστικά του «Δυτικού κόσμου» (των φιλελεύθερων χωρών της Δύσης) στα εξής:

- Ελεύθερη οικονομία της αγοράς
- «Δυτικός» καταναλωτικός τρόπος ζωής
Εκτεταμένα ατομικά δικαιώματα
- Αντιπροσωπευτικό δημοκρατικό σύστημα διακυβέρνησης
- Προσπάθειες για ενοποίηση των αγορών – Ε.Ο.Κ.
- Μικρότερη ή μεγαλύτερη κρατική παρέμβαση στην οικονομία (από νεοφιλελευθερισμό έως σοσιαδημοκρατία)
- Εκτεταμένο δίκτυο εισαγωγών και εξαγωγών μεταξύ των χωρών, αλλά και στις χώρες του τρίτου (και ελάχιστα του δεύτερου) κόσμου
- Ιδιωτική πρωτοβουλία – κινητήρια δύναμη της οικονομίας – Μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις
- Πλουραλιστικό πολιτικό σύστημα (πολυκομματισμός, κινήματα, ομάδες συμφερόντων)
- Ελεύθερη έκδοση εντύπων, κρατικοί και ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί
- Ελευθερία καλλιτεχνικών ρευμάτων και έκφρασης (χωρίς να αποκλείεται η λογοκρισία)
- Σχετική ελευθερία κυκλοφορίας προσώπων (με τελωνειακούς και συνοριακούς ελέγχους)
- Εκμετάλλευση πλουτοπαραγωγικών πηγών και ανθρωπίνων πόρων από ασθενέστερες οικονομικά χώρες

Δεύτερος κόσμος (Σοσιαλιστικά καθεστώτα)

Θα μπορούσαμε να εντοπίσουμε τα βασικά χαρακτηριστικά του «Δεύτερου κόσμου» (των σοσιαλιστικών χωρών πριν από το 1990) στα εξής:

- Κεντρικά σχεδιασμένη οικονομία (σοσιαλιστική)
- Οι ατομικές ελευθερίες υποχωρούν για το δημόσιο συμφέρον - περιορισμοί
- Περιορισμένες επιλογές στον καταναλωτή -
- Σοσιαλιστικό σύστημα διακυβέρνησης ως μεταβατικό στάδιο προς τον κομμουνισμό (που δεν ήρθε...)
- «Κλειστή» οικονομία με προσπάθεια για ενοποιημένη αγορά μεταξύ της ΕΣΣΔ και των «δορυφόρων» της
- Απόλυτος έλεγχος και σχεδιασμός της οικονομίας από το κράτος
- Λίγες οικονομικές συναλλαγές μεταξύ σοσιαλιστικών κρατών και δυτικού κόσμου – περισσότερες μεταξύ των σοσιαλιστικών χωρών
- Δεν υπάρχει ιδιωτική πρωτοβουλία, οι πολίτες είναι υπάλληλοι του κράτους
- Μονοκομματικό πολιτικό σύστημα (Το Κ.Κ., μέλη του οποίου μπορούν να αναρριχηθούν στη διοίκηση)
- Τύπος, ραδιόφωνο και τηλεόραση ελέγχονται από το Κράτος – το Κ.Κ.
- Στρατευμένη στην υπηρεσία του σοσιαλισμού τέχνη, η οποία «στραγγαλίζει» την ελεύθερη έκφραση - εκτεταμένη λογοκρισία
- Οι πολίτες δεν μπορούν να ταξιδεύουν ελεύθερα σε χώρες εκτός ανατολικού μπλοκ.
- Εκμετάλλευση πλουτοπαραγωγικών πηγών και ανθρώπινων πόρων από ασθενέστερες οικονομικά χώρες

Τρίτος κόσμος (Αφρική, Ασία, Λατ. Αμερική, πρώην αποικίες)

Θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε τα χαρακτηριστικά των χωρών του τρίτου κόσμου (πριν το 1990) ως εξής:

- Ελεύθερη ή κεντρικά σχεδιασμένη οικονομία, ανάλογα με την εξάρτησή τους από το δυτικό ή το ανατολικό μπλοκ
- Περιορισμένες ατομικές ελευθερίες
- Υψηλά ποσοστά φτώχειας, αναλφαβητισμού
- Συχνότατα αυταρχικά πολιτεύματα (δικτατορίες) που ενίοτε υποστηρίζονται από μεγάλες δυνάμεις, ή ευάλωτες δημοκρατίες
- Οικονομίες εξαρτημένες από τις μεγάλες οικονομίες, τις οποίες τροφοδοτούν με πρώτες ύλες και φθηνά εργατικά χέρια
- Είτε ελεύθερη, είτε κεντρικά σχεδιασμένη, η οικονομία χαρακτηρίζεται από υψηλό χρέος και εξάρτηση από ξένα κεφάλαια
- Μικρή πρόσβαση σε καταναλωτικά αγαθά λόγω της χαμηλής αγοραστικής δύναμης
- Η οικονομία στα χέρια μεγάλων ξένων επιχειρηματιών ή ντόπιων ολιγαρχών
- Πολιτική αστάθεια που συχνά υποκινείται από τη Δύση ή την Ανατολή
- Περιορισμένη ή καθόλου ελευθερία του τύπου, ανάλογα με το πολιτικό σύστημα
- Η τέχνη δεν στηρίζεται από την πολιτεία – η λαϊκή τέχνη έχει μεγάλη επίδραση και πέραν των συνόρων των φτωχών χωρών
- Οι χώρες δέχονται πολλούς επισκέπτες ως εξωτικοί προορισμοί και στέλνουν οικονομικούς μετανάστες σε πλούσιες χώρες.

- Χαμηλότερο προσδόκιμο ζωής, υψηλά ποσοστά θνησιμότητας (και από λοιμώδεις νόσους)

Πολιτισμός... δύο μοντέλα...

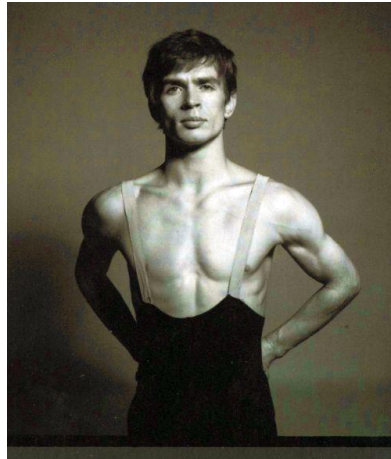
- **Δύση**
 - Τα πολιτιστικά αγαθά είναι και εμπορεύματα – διακινούνται σε όλο τον δυτικό κόσμο (ποπ κουλτούρα)
 - Το κράτος συχνά ενισχύει τον πολιτισμό (με κρατικούς οργανισμούς – ενισχύσεις και άλλες πολιτικές), όμως η παρουσία ιδιωτών (ατόμων και επιχειρήσεων) είναι καθοριστική
 - Ήδη μπορούμε να διακρίνουμε από τη δεκαετία του 1960 κάποια «διεθνοποιημένα χαρακτηριστικά» που γίνονται mainstream σε όλον τον δυτικό κόσμο (π.χ. αγγλική γλώσσα, αμερικανικός κινηματογράφος, ευρωπαϊκή μόδα)
- **Ανατολή**
 - Τα πολιτιστικά αγαθά «παράγονται» στο πλαίσιο του κρατικού σχεδιασμού – συχνά υπηρετούν την κρατική προπαγάνδα, αυτό όμως δεν αποκλείει τη δημιουργία σπουδαίων έργων τέχνης
 - Ο πολιτισμός «στρατεύεται» στην υπηρεσία του σοσιαλισμού, περιορισμός στην καλλιτεχνική ελευθερία
 - Όλη η καλλιτεχνική παραγωγή γίνεται από κρατικούς οργανισμούς
 - Κλειστότητα προς τα πολιτιστικά αγαθά της Δύσης – η ρωσική γλώσσα είναι η lingua franca του σοσιαλιστικού κόσμου

... και ο τρίτος κόσμος:

- **Καταναλωτής του δυτικού πολιτισμού**
 - Ο τρίτος κόσμος «καταναλώνει» τα πολιτιστικά αγαθά των πλούσιων χωρών, με την προϋπόθεση ότι έχει την αγοραστική δύναμη να τα αποκτήσει
 - Οι πλουσιότερες χώρες πραγματοποιούν μια ειρηνική πολιτιστική επίθεση στον τρίτο κόσμο
 - Ίδρυση σχολείων
 - Προσπάθεια μετάδοσης του δυτικού τρόπου ζωής σε μια προσπάθεια εκσυγχρονισμού
- **Παραγωγός (και ανατροφοδότης) του δυτικού πολιτισμού**
 - Ο τρίτος κόσμος παράγει κυρίως λαϊκό πολιτισμό, ωστόσο προϊόντος του χρόνου διαμορφώνει τη δική του «ποπ» κουλτούρα, αξιοποιώντας μέσα του δυτικού κόσμου, κυρίως τον κινηματογράφο και την τηλεόραση
 - Συχνά, το «φολκλόρ» του τρίτου κόσμου εξάγεται και γίνεται εμπορεύσιμο προϊόν κυρίως στις χώρες της Δύσης (στη μόδα, στην κουζίνα, αλλά και στη μουσική – έθνικ, και λιγότερο στον κινηματογράφο)
 - Συχνά λογοτέχνες του τρίτου κόσμου, όταν μεταφράζονται στα αγγλικά ή στα γαλλικά γνωρίζουν επιτυχία στη Δύση.

Η Δύση... έλκει και ενσωματώνει στοιχεία από παντού...

- ☉ Στον δυτικό κόσμο του 20ού αιώνα, όπου τα πολιτισμικά αγαθά είναι και εμπορεύματα, η Δύση είναι πιο δεκτική να ενσωματώσει στην ποπ κουλτούρα της στοιχεία από άλλους πολιτισμούς
- ☉ Τα στοιχεία αυτά συχνά καταφθάνουν σ' αυτήν μαζί
 - με τους οικονομικούς μετανάστες του τρίτου κόσμου (ή των φτωχότερων χωρών του πρώτου κόσμου)
 - Με τους πολιτικούς πρόσφυγες ή όσους έχουν αυτομολήσει από τα ανατολικά κράτη ζητώντας μια καλύτερη τύχη στη Δύση.



Ο Ρούντολφ Νουρέγιεφ (1938-1993), ρώσος χορευτής και χορογράφος που εγκατέλειψε την ΕΣΣΔ και έκανε μεγάλη καριέρα στη Δύση

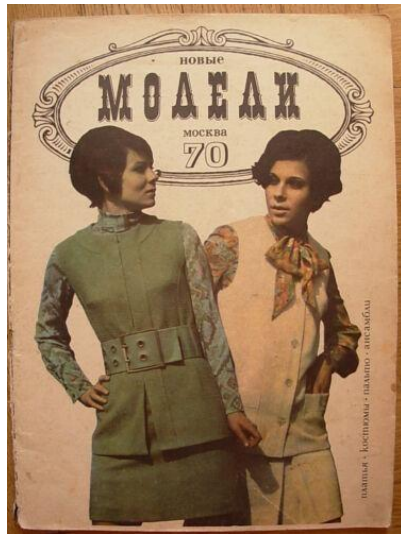


Εξώφυλλα του περιοδικού "VOGUE" της δεκαετίας του 1970. Η «βίβλος της μόδας», όπως έχει χαρακτηριστεί, δείχνει ότι η τέχνη της Αφρικής αλλά και της Μέσης Ανατολής εμπνέει τους σχεδιαστές υψηλής μόδας στη Δύση, σε ένα ολόκληρο διαφορετικό οικονομικό και πολιτισμικό περιβάλλον.

... ενώ... η Ανατολή...

- ☉ Τα σοσιαλιστικά κράτη είναι περισσότερο «φοβικά» στις επιρροές από τη Δύση, καθώς θεωρούν ότι είναι στοιχεία του καπιταλισμού που προσπαθούν να εισβάλουν στη σοσιαλιστική πραγματικότητα
- ☉ Αυτό κάνει την πολιτισμική της ζωή πιο «κλειστή», ενώ οι περιορισμοί στις ελευθερίες αναγκάζει πολλούς ανθρώπους της τέχνης να διαφύγουν στη Δύση
- ☉ Από τη στιγμή που κάποιος φεύγει προς τη Δύση αντιμετωπίζεται ως προδότης.
- ☉ Παρ' όλα αυτά σταδιακά τα «απαγορευμένα» «σπάνε» το παραπέτασμα και εισβάλλουν στην Ευρώπη
- ☉ Σ' αυτό συμβάλλει κυρίως το ραδιόφωνο (εκπομπές από τη Δύση στα βραχεία ή στα μεσαία κύματα, Voice of America ή Radio Free Europe), το οποίο και η Δύση αξιοποιεί ως μηχανισμό προπαγάνδας, σε μια εποχή που δεν μπορούν εύκολα να φτάσουν έντυπα, ταινίες ή ακόμα και ρούχα από τη Δύση στο ανατολικό μπλοκ.
- ☉ Στη δεκαετία του 1980, στο πλαίσιο της «Περεστρόικα» (Ανασυγκρότηση), της πολιτικής

του τότε ηγέτη της ΕΣΣΔ Μιχαήλ Γκορμπατσόφ, η «κλειστή» αγορά ανοίγει



Σοβιετικά περιοδικά (μόδας και κινηματογράφου) της δεκαετίας του 1970

Το ανατολικό μπλοκ προσπαθεί να «εξαχθεί» στη Δύση

Τα αυτοκίνητα LADA, σοβιετικής κατασκευής, ήταν μια από τις «ναυαρχίδες» των εξαγωγίμων προϊόντων της ΕΣΣΔ στη Δύση.

Λιτός σχεδιασμός με τα απολύτως απαραίτητα, οικονομική τιμή και ανθεκτικότητα, με ένα υπόστρωμα ιδεολογικής συμπάθειας προς τον σοσιαλισμό.



Η Δύση «ενσωματώνει» την Ανατολή στην ποπ κουλτούρα της

Πρόσωπα – πρωταγωνιστές του ανατολικού «μπλοκ» όπως ο Ιωσήφ Στάλιν ή ο κοσμοναύτης Γιούρι Γκαγκάριν, αξιοποιούνται από τον δυτικό τύπο (εδώ εξώφυλλα στο περιοδικό TIME)



Η ανοικτότητα της Δύσης, προάγγελος της παγκοσμιοποίησης

- ⊗ Ήδη μετά τον 2^ο Π. Πόλεμο διαμορφώνεται μια mainstream δυτική κουλτούρα που κυριαρχεί σε πρώτη φάση στις χώρες του δυτικού κόσμου και εν συνεχεία και στον τρίτο και, με μεγαλύτερες δυσκολίες, στην Ανατολή.
- ⊗ Αυτή «διεθνοποιεί» και τοπικά χαρακτηριστικά απ' όλον τον κόσμο, φτιάχνοντας μια μεγάλη αγορά πολιτισμού βασισμένη στην αγγλική γλώσσα, κυρίως στους ακόλουθους τομείς:
 - Ποπ και ροκ μουσική
 - Κινηματογράφος (και αργότερα: τηλεόραση)
 - Μόδα και lifestyle (κουζίνα, διακόσμηση, well-being, fitness)

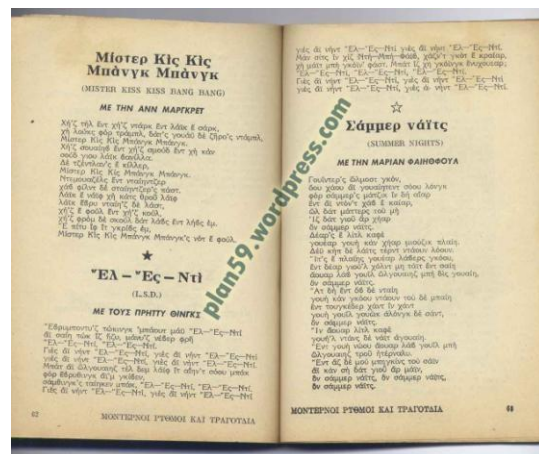
Τα ΜΜΕ αγωγοί μετάδοσης των διεθνών τάσεων

- ⊗ Διεθνή Πρακτορεία ειδήσεων τροφοδοτούν τα τοπικά ΜΜΕ με τηλεγραφήματα, telex, fax και αργότερα οπτικοακουστικό υλικό (φωτογραφίες) τα τοπικά ΜΜΕ με ειδήσεις γύρω από τα «διεθνή» πολιτισμικά αγαθά
- ⊗ Δισκογραφικές εταιρείες ανοίγουν γραφεία σε μικρές χώρες και προωθούν στα τοπικά ραδιόφωνα (ενίοτε αγοράζοντας ραδιοφωνικό χρόνο) τα νέα «διεθνή είδη» μουσικής, ενώ προωθούν ανάλογα είδη διεθνούς μουσικής στις κατά τόπους χώρες
- ⊗ Τα τοπικά έντυπα «αντιγράφουν» τον σχεδιασμό και την θεματολογία των εντύπων με διεθνή κυκλοφορία
- ⊗ Εκδίδονται τοπικές εκδόσεις ξένων περιοδικών

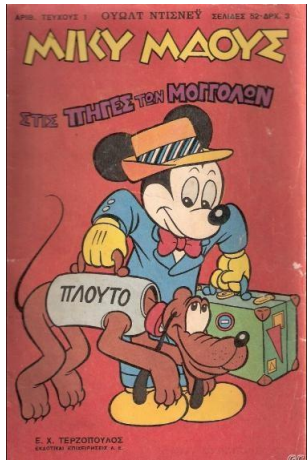
Εξώφυλλα των περιοδικών "Paris Match" (Γαλλία) και «Εικόνες» (Ελλάδα) στη δεκαετία του 1970 – είναι χαρακτηριστική η μίμηση του λογότυπου και το στήσιμο και η θεματική του εξωφύλλου με δύο διάσημα ζευγάρια



Εσωτερικό του περιοδικού «Μοντέρνοι ρυθμοί και τραγούδι» της δεκαετίας του 1960, όπου δημοσιεύονται σίχοι ξένων ροκ τραγουδιών γραμμένοι με ελληνικούς χαρακτήρες.



Ελληνικές εκδόσεις ξένων περιοδικών: Το «Μίκυ Μάους» (ελληνική έκδοση του ιταλικού Torolino) στη δεκαετία του 1960 και Playboy (με franchising από το ομώνυμο περιοδικό των ΗΠΑ) στη δεκαετία του 1980



1989: Το τέλος του διπολικού κόσμου

- Ⓢ 9 Νοεμβρίου 1989. Το σύμβολο του Ψυχρού Πολέμου, το τείχος που χώριζε το Ανατολικό και το Δυτικό Βερολίνο αρχίζει να «γκρεμίζεται» από πολίτες της Ανατολικής Γερμανίας που ήθελαν να μετακινηθούν στο Δυτικό τμήμα.
- Ⓢ Σταδιακά σχεδόν όλα τα σοσιαλιστικά καθεστώτα θα καταρρεύσουν
- Ⓢ Δεκέμβριος του 1991: διαλύεται η ΕΣΣΔ, ο κόσμος των σοσιαλιστικών κρατών τελειώνει οριστικά
- Ⓢ Η Κίνα και άλλες χώρες εξακολουθούν να παραμένουν «σοσιαλιστικές» αλλά ο κόσμος έχει αλλάξει, τα σύνορα ανάμεσα στον πρώτο και τον δεύτερο κόσμο έχουν καταρρηθεί.

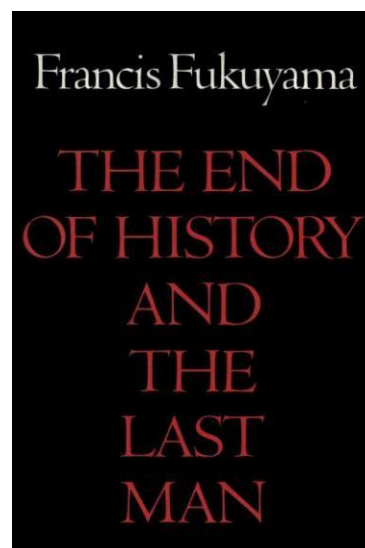


...Ακόμα και το τέλος της ΕΣΣΔ γίνεται παγκόσμια είδηση (πρωτοσέλιδο στους New York Times). Από τη μία συμβολίζει τη νίκη του «δυτικού» φιλελεύθερου συστήματος απέναντι στο σοσιαλιστικό (δηλ. του πρώτου έναντι του δεύτερου κόσμου). Από την άλλη, η ήττα του αντιπάλου γίνεται και ένα εμπορικό θέμα που «πουλάει» στα ΜΜΕ.



Το τέλος της Ιστορίας;

- ☉ Το 1992 κυκλοφορεί το βιβλίο του Φράνσις Φουκουγιάμα «Το τέλος της ιστορίας και ο τελευταίος άνθρωπος».
- ☉ Υποστηρίζει ότι με την επικράτηση της δυτικής φιλελεύθερης δημοκρατίας, το τέλος του ψυχρού πολέμου και την κατάρρευση της Σοβιετικής Ένωση δεν τελειώνει απλώς μια εποχή, τελειώνει ή Ιστορία.
- ☉ Εννοεί ότι αυτό είναι το σημείο όπου ολοκληρώνεται η γραμμική εξέλιξη της ανθρώπινης ιδεολογίας, και η δυτική φιλελεύθερη δημοκρατία είναι η τελική μορφή οργάνωσης και διακυβέρνησης των κοινωνιών (σε αντίθεση προς τον Μαρξ που πίστευε ότι μια κομμουνιστική κοινωνία θα ήταν η τελική μορφή).
- ☉ Τελικά, ούτε ο Μαρξ ούτε ο Φουκουγιάμα είχαν δίκιο...



Η ιστορία δεν τελείωσε...

- ☉ Η δυτικού τύπου φιλελεύθερη δημοκρατία δεν επικράτησε παγκοσμίως.
- ☉ Αντίθετα, πολλές νέες δυνάμεις αναδείχθηκαν: οι αραβικές χώρες, η ιδιαίτερη περίπτωση της Κίνας, η μετα-κομμουνιστική Ρωσία, η Ευρωπαϊκή Ένωση, η Ινδία, οι αναδυόμενες οικονομίες (Μεξικό, Βραζιλία, Τουρκία, Ινδονησία), τα ποπουλιστικά καθεστώτα της λατινικής Αμερικής (Βενεζουέλα), το Ισραήλ κλπ.
- ☉ Το διεθνές σύστημα δεν είναι πλέον «μονοπολικό» ούτε διπολικό, αλλά κατακερματισμένο σε πολλές δυνάμεις, που συχνά αμφισβητούν την κυριαρχία των ΗΠΑ και της Δύσης.
- ☉ Η «νέα τάξη πραγμάτων» που είχε υποστηρίξει ο αμερικανός πρόεδρος Τζωρτζ Μπους είναι ένα παζλ με πολλά κομμάτια.

... Ωστόσο, τα «τείχη» έπεσαν για τις αγορές

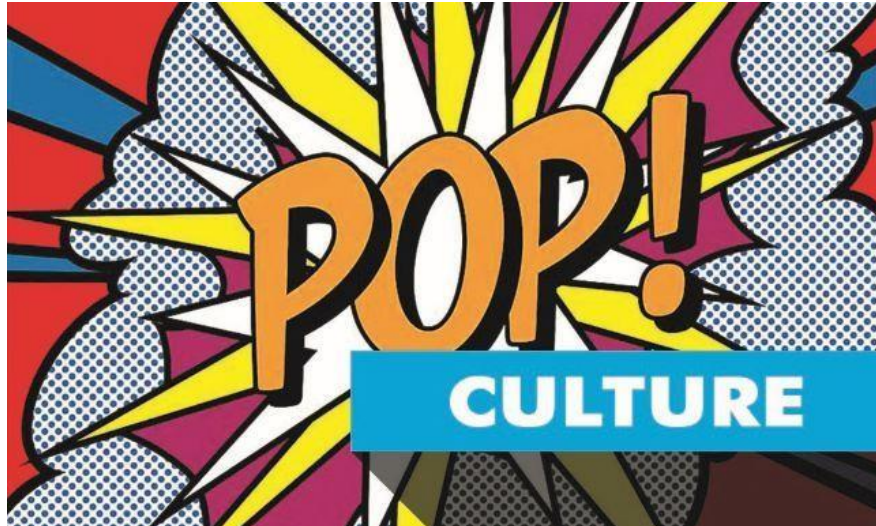
- ☉ Καθώς ο δεύτερος γεωπολιτικός και οικονομικός πόλος της σοσιαλιστικής οικονομίας παύει να υπάρχει, κυριαρχεί η οικονομία των ελεύθερων και ανοικτών αγορών
- ☉ Οι πρώην σοσιαλιστικές χώρες υιοθετούν το σύστημα της ανοικτής φιλελεύθερης οικονομίας, και γίνονται νέες αγορές...
- ☉ Η Κίνα παρότι παραμένει σοσιαλιστική, στις εξωτερικές της οικονομικές σχέσεις «ανοίγεται» με επιθετικά καπιταλιστικό τρόπο.
- ☉ Την ίδια δεκαετία, έχουμε και το πρώτο μεγάλο βήμα για μια ενιαία ευρωπαϊκή αγορά (Ευρωπαϊκή Ένωση- 1992)

Ένας νέος κόσμος γεννιέται...



Οι σοσιαλιστικές χώρες πριν (1988) και μετά την κατάρρευση των σοσιαλιστικών καθεστώτων (1994). Με ανοικτότερο χρώμα τα καθεστώτα που αυτοχαρακτηρίζονταν ως «σοσιαλιστικά» (αλλά ήταν ουσιαστικά σοσιαλδημοκρατικά δυτικού τύπου)

Ενότητα 4: Ποπ κουλτούρα και παγκοσμιοποίηση



Ποπ κουλτούρα (κουλτούρα των μαζών)

- ☉ Με τον όρο «ποπ κουλτούρα» (λαϊκή κουλτούρα, κουλτούρα των μαζών) εννοούμε το σύνολο των πρακτικών και συνηθειών, αξιών που επικρατούν στην καθημερινότητα των πλατιών λαϊκών στρωμάτων
- ☉ Ο όρος ουσιαστικά «λανσάρεται» μετά τη βιομηχανική επανάσταση και την αστικοποίηση
- ☉ Διακρίνει ουσιαστικά τη λαϊκή κουλτούρα από την κουλτούρα των ελίτ (των ανώτερων κοινωνικών τάξεων)

Τι γινόταν πριν;

- ☉ Αναγέννηση: η υψηλή τέχνη, η επιστήμη, τα επιτεύγματα του πολιτισμού καλλιεργούνται στις αυλές των ανώτερων κοινωνικών τάξεων
- ☉ Τα λαϊκά στρώματα βρίσκονται αποκλεισμένα από τα πολιτισμικά επιτεύγματα και ζουν επί αιώνες κάτω από τις ίδιες συνθήκες, με υψηλότατα ποσοστά αναλφαβητισμού και χωρίς καμία πρόσβαση στη γνώση
- ☉ Ο κόσμος της Αναγέννησης, του Μπαρόκ, του Ροκοκό ήταν ένας κόσμος που τα οφέλη του απολάμβαναν πολύ λίγοι άνθρωποι.

Πριν το «ποπ» το “folk”

- ☉ Ωστόσο ο κόσμος των κατώτερων κοινωνικών τάξεων είχε και αυτός την κουλτούρα του, το “folk culture”, που ήταν ο πρόγονος του “pop culture”
- ☉ Υπήρχαν συνήθειες, πρακτικές, τεχνήματα και έργα τέχνης του λαϊκού πολιτισμού που είχαν ευρύτατη απήχηση
 - Λαϊκοί μύθοι
 - «Δημοτικά» τραγούδια
 - Λαϊκό θέατρο (παντομίμες, καρναβάλια, λαϊκά δρώμενα)
 - Πανηγύρια και μαζικές λαϊκές εκδηλώσεις

Το πάντρεμα του “folk” με την ελίτ

- ☉ Υπήρχαν στιγμές που οι κουλτούρες του λαού και των ελίτ «συναντιούνταν»

- Πολλοί από τους καλλιτέχνες που εργάζονταν για τους πλούσιους προέρχονταν από τις λαϊκές τάξεις
- Το κτισμένο περιβάλλον και τα δημόσια κτήρια (μέγαρα και ναοί)
- Τα δημόσια έργα τέχνης (αγάλματα, κρήνες, μνημεία)
- Οι δημόσιες συναθροίσεις και τελετές (γιορτές προς τιμήν του ηγεμόνα), αλλά και οι δημόσιες εκτελέσεις
- Οι θρησκευτικές τελετές
- Οι θεατρικές παραστάσεις, όταν γίνονται σε δημόσιους χώρους (θέατρα, πλατείες) και παρακολουθούνται από πλούσιους και φτωχούς, έστω και από διαφορετικά σημεία (θεωρεία για τους ευγενείς, πλατεία για τους φτωχότερους)

Ο Διαφωτισμός έφερε... το ποπ στοιχείο

- ☉ Ο συνδυασμός βιομηχανικής επανάστασης και Διαφωτισμού έφεραν την ανθρωπότητα στην... ποπ εποχή της... Γιατί...
- ☉ Ο Διαφωτισμός βγάζει τη γνώση και την τέχνη από τα σαλόνια και τα πανεπιστήμια και επιδιώκει τη μετάδοσή της σε όλα τα στρώματα της κοινωνίας
- ☉ Η συγκέντρωση του πληθυσμού στις μεγάλες βιομηχανικές πόλεις, και η απαγόρευση της εργασίας των παιδιών στα εργοστάσια
 - Δημιουργεί τον θεσμό του σχολείου – καταπολέμηση του αναλφαβητισμού
 - Δημιουργεί τις συνθήκες για να αποκτήσουν οι άνθρωποι των πόλεων κοινές συνήθειες, πρακτικές, τρόπους διασκέδασης

Η ποπ των πόλεων

- ☉ Η ποπ κουλτούρα χτίζεται σταδιακά στις μεγάλες πόλεις – οι συνήθειες της εξαπλώνονται σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού
- ☉ Οι μεγάλες πόλεις είναι τόποι ανάμιξης πολλών τοπικών στοιχείων, αλλά και τόποι που έρχονται ευκολότερα σε επαφή με διεθνή πολιτισμικά στοιχεία. Όλη αυτή η σύνθεση στοιχείων και η αλληλεπίδραση δημιουργεί την ποπ κουλτούρα
 - Ομογενοποιώντας - αποκρυσταλλώνοντας κάποια τοπικά στοιχεία
 - Αφομοιώνοντας (μιμητικά ή δημιουργικά) κάποια ξένα στοιχεία

Η «ποπ» Αθήνα

- ☉ Σημείο συνύπαρξης και ώσμωσης ανθρώπων
 - Από όλες τις περιοχές της Ελλάδας
 - Έλληνες από τις παροικίες του εξωτερικού που επέστρεψαν σταδιακά στην Ελλάδα
 - Πρόσφυγες από τη Μ. Ασία (μετά το 1922)
 - Η Αθήνα από τη στιγμή που γίνεται πρωτεύουσα του κράτους γίνεται «πόλος έλξης» Ελλήνων απ' όλα τα κέντρα του Ελληνισμού.
 - Αυτό συμβαίνει για τον επιπρόσθετο λόγο ότι η Αθήνα είναι ένα «παρθένο έδαφος», όπου μπορεί να οικοδομηθεί μια νέα πραγματικότητα – κάτι που δεν ίσχυε στα άλλα κέντρα του ελληνισμού

Η «ποπ» Αθήνα

- ☉ Η Αθήνα φτιάχνει τον αστικό της ιστό την εποχή που και στις μεγάλες πόλεις της Ευρώπης γεννιέται η ποπ κουλτούρα
- ☉ Η Αθήνα δεν είχε μια ισχυρή «προηγούμενη» κουλτούρα - ήταν ένας χώρος που, πέρα από την ιστορικότητά της, δεν είχε στον 19^ο αιώνα μια διαμορφωμένη αστική κουλτούρα, ούτε μια προηγούμενη κουλτούρα «ελίτ».
- ☉ Η Αθήνα, στο δεύτερο μισό του 19^{ου} αιώνα γίνεται μια «ποπ» πόλη, δεδομένου ότι οι «ελίτ» της δεν υπήρχαν...

Πώς χτίζεται η ποπ κουλτούρα της Αθήνας

- ⊗ Τα μνημεία του φυσικού τοπίου
- ⊗ Οι παλαιοί Αθηναίοι «γκάγκαροι» και οι Αρβανίτες των περιχώρων
- ⊗ Οι επεμβάσεις των Γερμανών που συνόδευσαν τον Όθωνα και τα δημόσια κτήρια που φτιάχνονται για να στεγάσουν τη διοίκηση
- ⊗ Ο Πειραιάς, σημείο εισόδου και εξόδου με τα νησιά του Αιγαίου
- ⊗ Οι Έλληνες που συρρέουν από παντού για να στελεχώσουν το νέο κράτος, να βρουν ευκαιρίες

Πώς χτίζεται η ποπ κουλτούρα της Αθήνας

- ⊗ Οι εύποροι Έλληνες του εξωτερικού που βλέπουν τη νέα πόλη ως πεδίο επενδυτικών ευκαιριών, και κουβαλούν μαζί τους στοιχεία από τις «παροικίες»
- ⊗ Το Πανεπιστήμιο της Αθήνας, όπου έρχονται νέοι από όλοι την Ελλάδα για να σπουδάσουν
- ⊗ Η δυτική επίδραση των Επτανησίων και ο κοσμοπολιτισμός των νησιωτών του Αιγαίου που έρχονται στην Αθήνα
- ⊗ Η μεγάλη είσοδος των προσφύγων από τη Μικρά Ασία που άλλαξε άρδην το πρόσωπο της Αθήνας
- ⊗ Η εσωτερική μετανάστευση, ιδιαίτερα μετά τον 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο, που γιγαντώνει τον αστικό ιστό.
- ⊗ Η εισδοχή οικονομικών μεταναστών μετά το 1990, αρχικά από τις πρώην σοσιαλιστικές χώρες και κατόπιν και από τον αραβικό κόσμο, την Ασία και την Αφρική

Γιατί όχι αλλού;

- ⊗ Στα άλλα κέντρα του Ελληνισμού υπήρχαν διαμορφωμένες ισχυρές κουλτούρες που δεν επέτρεπαν να γίνει αυτή η «κοσμογονία» της Αθήνας
- ⊗ Στις μικρότερες πόλεις, αλλά και στις παροικίες του Ελληνισμού, βλέπουμε μια σταδιακή υποχώρηση του τοπικού – τοπικιστικού στοιχείου, και την έλξη προς την Αθήνα, έλξη που θα γίνει τελικά εξάρτηση

Θεσσαλονίκη

- ⊗ Η Θεσσαλονίκη είναι μια πιο κοσμοπολίτικη πόλη από την Αθήνα – ωστόσο εκεί υπάρχουν τέσσερις κυρίαρχες κουλτούρες που δεν θα επιτρέψουν να γίνει ελεύθερα η ώσμωση που έγινε στην Αθήνα.
 - Ελληνικό στοιχείο
 - Εβραϊκό στοιχείο (που εξαλείφεται με τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και το ολοκαύτωμα των Εβραίων)
 - Οθωμανικό στοιχείο
 - Σλαβικό – βουλγαρικό στοιχείο (τα δύο τελευταία εξασθενίζουν και χάνονται μετά την απελευθέρωση της πόλης στους Βαλκανικούς Πολέμους)

Σήμερα: Η Αθήνα διαμορφώνει την ποπ κουλτούρα

- ⊗ Η Αθήνα είναι από τις λίγες πρωτεύουσες που παίζει τόσο πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαμόρφωση της ελληνικής ποπ κουλτούρας
- ⊗ Στην Αθήνα εδρεύουν τα περισσότερα θέατρα, οι μεγάλες εταιρείες παραγωγής, τα μεγάλα ΜΜΕ
- ⊗ Οι τοπικές κοινωνίες δυσκολεύονται να παρουσιάσουν μια δική τους «ποπ» ταυτότητα και στρέφονται περισσότερο στο παρελθόν για να δηλώσουν τη διακριτή τους ταυτότητα. Το παρόν τους όμως είναι στραμμένο στην Αθήνα.

Η «παγκοσμιοποιημένη» ποπ κουλτούρα

- Ⓞ Και η Αθήνα είναι ένας «περιφερειακός» πόλος αναφορικά με τη διαμόρφωση της παγκόσμιας ποπ κουλτούρας
- Ⓞ Η Ελλάδα (λόγω γλώσσας και λόγω όγκου της αγοράς των πολιτισμικών αγαθών) ουσιαστικά «παρακολουθεί» και ακολουθεί τις τάσεις της παγκόσμιας ποπ κουλτούρας
- Ⓞ Ακόμη και στον «χωρισμένο» κόσμο πριν την πτώση του υπαρκτού σοσιαλισμού, η Ελλάδα είχε ήδη προσδεθεί στο άρμα της δυτικής ποπ κουλτούρας, όπως και όλες οι ευρωπαϊκές (όχι όμως ακόμα οι βαλκανικές χώρες)
- Ⓞ Και οι βαλκανικές χώρες, μετά την αλλαγή του καθεστώτος, εντάχθηκαν «απότομα» και «βίαια» στη δυτική ποπ κουλτούρα.

Το τέλος της ιστορίας δεν ήρθε...

- Ⓞ Ήδη πριν καταρρεύσει η Σοβιετική Ένωση, η υφήλιος ζει τον πρώτο της πόλεμο σε live τηλεοπτική μετάδοση. Είναι ο Πόλεμος του Κόλπου (1991), μετά την εισβολή του Ιράκ (υπό τον Σαντάμ Χουσεΐν) στο γειτονικό Κουβέιτ
- Ⓞ Ένα καλωδιακό αμερικανικό κανάλι, το CNN γίνεται παγκόσμια γνωστό δίκτυο ενημέρωσης

Η τηλεόραση όχημα μιας παγκόσμιας κουλτούρας

- Ⓞ Ήδη στη δεκαετία του 1980, μεγάλα γεγονότα είχαν καλυφθεί τηλεοπτικά και είχαν παγκόσμια εμβέλεια
- Ⓞ Η δορυφορική τηλεόραση μεταδίδει προγράμματα χωρίς συννοριακό περιορισμό – έρχεται και στην Ελλάδα
- Ⓞ Οι κινηματογραφικές επιτυχίες του Χόλιγουντ και οι τηλεοπτικές σειρές γίνονται παγκόσμιες επιτυχίες
- Ⓞ Η αγγλόφωνη μουσική στα διάφορα είδη της έχουν κυριαρχήσει σε όλο τον δυτικό κόσμο.

Μεγάλα γεγονότα με τηλεοπτική κάλυψη

- Ⓞ Ο γάμος του πρίγκιπα Καρόλου με την λαίδη Νταϊάνα Σπένσερ
- Ⓞ Η πτώση του τείχους του Βερολίνου (1989)
- Ⓞ Ο Πόλεμος του Κόλπου (1991)
- Ⓞ Η έκρηξη του διαστημοπλοίου Τσάλεντζερ λίγο μετά την απογείωσή του
- Ⓞ Η εκτέλεση του ηγέτη της Ρουμανίας Νικολάε Τσαουσέσκου

Μεγάλα γεγονότα με τηλεοπτική κάλυψη

- Ⓞ Μεγάλες παγκόσμιες αθλητικές διοργανώσεις (Μουντιάλ 1982, 1986, 1990), Ολυμπιακοί Αγώνες (θερινοί 1980, 1984, 1988), χειμερινές ολυμπιάδες, διεθνή πρωταθλήματα και κύπελλα ποδοσφαίρου και μπάσκετ, προβάλλονται με μεγάλες τηλεθεάσεις

Μουσική και ποπ είδωλα

- Ⓞ Το MTV αλλά και άλλα μουσικά δίκτυα μεταδίδουν βίντεο γνωστών επιτυχιών, που «οπτικοποιούνται» μαζικά για να γνωρίσουν μεγαλύτερη προβολή και επιτυχία
- Ⓞ Η pop, rock, heavy metal, dance μουσικές χορεύονται παντού
- Ⓞ Το φεστιβάλ τραγουδιού της Γιουροβίζιον μετατρέπεται σταδιακά σε μεγάλο τηλεοπτικό σόου με τεράστια τηλεθέαση

Τα ποπ είδωλα

- Ⓞ Δημόσια πρόσωπα (πολιτικοί, επιχειρηματίες)
- Ⓞ Αθλητές (κυρίως ποδοσφαιριστές)
- Ⓞ Τραγουδιστές και συγκροτήματα

- ☉ Ηθοποιοί του κινηματογράφου και των τηλεοπτικών σειρών

Τα ποπ είδωλα

- ☉ Πολλά είναι τα ποπ είδωλα που λατρεύτηκαν από τον κόσμο επειδή πριν κατακτήσουν τη διασημότητα ήταν «ένας από εμάς», ξεπήδησαν μέσα από το πλήθος
- ☉ Richard Branson (ιδρυτής της Virgin)
- ☉ Madonna (ποπ τραγουδίστρια)

Ταινίες και σειρές που αφήνουν εποχή

- ☉ Η αμερικανική (και λιγότερο η βρετανική) κουλτούρα φαίνεται να υπερισχύει
- ☉ Μεγάλες επιτυχίες του αμερικανικού κινηματογράφου, καθώς και τηλεοπτικές σειρές, «σαρώνουν» διεθνώς και δημιουργούν τις προϋποθέσεις για ένα παγκόσμιο lifestyle (Dallas, Falcon Crest, Dynasty, Miami Vice, Knight Rider, Dirty Dancing, E.T. The Extra-Terrestrial κλπ.)

Η αγγλική γλώσσα

- ☉ Η αγγλική γλώσσα στη δεκαετία του 1980 κυριαρχεί ολοκληρωτικά στη διαμόρφωση της παγκόσμιας ποπ κουλτούρας, εκτοπίζοντας σχεδόν ολοκληρωτικά τη «μεγάλη της ανταγωνίστρια» γαλλική, αλλά και τη γερμανική και ιταλική γλώσσα, που είχαν «καλύτερη τύχη» στις προηγούμενες δεκαετίες, στη μουσική, στον κινηματογράφο, στην τηλεόραση
- ☉ Στη λογοτεχνία δεν έχουμε αντίστοιχη κυριαρχία της αγγλικής λογοτεχνίας, αλλά δεν είναι πλέον η λογοτεχνία αυτή που καθορίζει τις παγκόσμιες τάσεις
- ☉ Οι άλλες γλώσσες αντιμετωπίζονται όπως κάποτε αντιμετωπιζόταν η "φορκ κουλτούρα", ως Ethnic ή local πινελιές σε ένα παγκόσμιο αγγλόφωνο πολιτισμικό σύμπαν
- ☉ Στο αγγλόφωνο αυτό σύμπαν θα ενσωματωθούν και οι πρώην κομμουνιστικές χώρες.

Οι πρώην κόκκινοι μιλάνε... αγγλικά

- ☉ Οι πρώην σοσιαλιστικές χώρες μπαίνουν με ορμητικό τρόπο στο φιλελεύθερο οικονομικό σύστημα αλλά και στην δυτική ποπ κουλτούρα
- ☉ Η αγγλική γλώσσα κυριαρχεί – γίνεται εργαλείο επικοινωνία με τη Δύση
- ☉ Η ρωσική γλώσσα παραμένει συνεκτικός πολιτισμικός παράγοντας για τις χώρες της πρώην ΕΣΣΔ, όμως το «τοπικό στοιχείο»
- ☉ Αντίθετα, οι «μη σοβιετικές» σοσιαλιστικές χώρες (Βαλτικές Δημοκρατίες, Πολωνία, Τσεχία, Σλοβακία, Ρουμανία, Βουλγαρία), φαίνεται να απογαλακτίζονται πολύ γρήγορα από τη ρωσική κουλτούρα, και φαίνεται να επιδιώκουν την αποσύνδεση με το κυρίαρχο ρωσικό στοιχείο, και την προσέγγιση στη δυτική «ποπ» κουλτούρα
- ☉ Για τις χώρες αυτές η πρόσδεση στο άρμα της Δύσης σε πολλά επίπεδα σημαίνει και τη χειραφέτησή τους από το σοβιετικό (=ρωσικό) παρελθόν και την οικοδόμηση μιας νέας, χωριστής ταυτότητας

Η δυτική κουλτούρα «ενσωματώνει» την αλλαγή

- ☉ "Wind of Change" – Scorpions
- ☉ "Go West" – Pet Shop Boys
- ☉ Γερμανικές ταινίες «Goodbye Lenin», «Οι ζωές των άλλων»

Τέλος της ψυχροπολεμικής ποπ κουλτούρας

- ☉ Οι ταινίες τύπου Rambo και Rocky (όπου οι αντίπαλοι είναι συχνά οι «κακοί» κόκκινοι αλλάζουν θεματολογία
- ☉ Το κλασικότερο ψυχροπολεμικό είδωλο, ο James Bond, παθαίνει «κρίση ταυτότητας», καθώς ο κομμουνιστικός κίνδυνος έχει πλέον εκλείψει

- Ⓢ Οι πρώην «κομμουνιστές» ενσωματώνονται είτε στις χώρες τους είτε ως μετανάστες (φθηνά εργατικά χέρια) στον δυτικό κόσμο, οπότε δεν αντιμετωπίζονται πλέον ως εχθροί.

Πολιτικός κατακερματισμός, πολιτισμική αφομοίωση

- Ⓢ Ενώ ο ανατολικός κόσμος κατακερματίζεται πολιτικά (διάλυση ΕΣΣΔ, διάλυση της Γιουγκοσλαβίας), η παγκόσμια ποπ κουλτούρα φαίνεται ότι ενοποιείται, σε όλες τις διαστάσεις της, προσαρμοσμένη στα αγγλοσαξονικά (αλλά κυρίως τα αμερικανικά) πρότυπα με όχημα την αγγλική γλώσσα.

Η δεκαετία του 1990

- Ⓢ Η Ευρώπη ενοποιείται κυρίως σε οικονομικό επίπεδο και σταδιακά ενσωματώνει και άλλες χώρες - το 2004 θα επιχειρήσει τη μεγάλη διεύρυνση που θα συμπεριλάβει και πολλές πρώην ανατολικές χώρες
- Ⓢ Ωστόσο η προσπάθεια της Ευρώπης να «ανακτήσει» έδαφος μπροστά στην κυριαρχία της αμερικανικής ποπ κουλτούρας δεν θα επιτύχει – ακόμα και στη μόδα, όπου παραδοσιακά η Ευρώπη καθόριζε τις τάσεις, η Αμερική θα εισβάλει δυναμικά
- Ⓢ Η κυριαρχία της Αμερικής επισφραγίζεται με την διάδοση του διαδικτύου, από τα μέσα της δεκαετίας, ενός μέσου που είναι σχεδιασμένο από εταιρείες που σταδιακά θα κατακτήσουν δεσπάζοντα ρόλο στην αγορά.

Ενδείξεις ότι το τέλος του κόσμου δεν είχε έρθει

- Ⓢ Ο εμφύλιος πόλεμος στη Γιουγκοσλαβία (η πρώτη αιματοχυσία στην Ευρώπη μετά τον 2° Παγκόσμιο Πόλεμο)
- Ⓢ Ο περσικός πόλεμος ως τηλεοπτικό θέαμα – η «ανακάλυψη» ενός νέου εχθρού στην πολιτική (αλλά και στην ποπ κουλτούρα): αυταρχικά καθεστώτα – ηγέτες αραβικών κρατών – αραβικές εξτρεμιστικές οργανώσεις είναι οι «κακοί» στις mainstream ταινίες
- Ⓢ Ένα ποπ είδωλο γίνεται πρόεδρος των ΗΠΑ (Bill Clinton) και τα σκάνδαλά του γίνονται παγκόσμιο θέμα
- Ⓢ Ένα άλλο ποπ είδωλο (Diana) πεθαίνει με βίαιο τρόπο – και εδώ η τηλεοπτική κάλυψη είναι ευρύτατη
- Ⓢ Η προσδοκία του Millennium γίνεται γεγονός παγκόσμιας εμβέλειας – όπως και οι θεωρίες συνωμοσίας γύρω από αυτό

Millennium

- Ⓢ Το 2000 βρίσκει τον κόσμο, δέκα χρόνια μετά από το τέλος του ψυχρού πολέμου, να προσδοκά την πρόοδο, βλέποντας αμήχανα ότι τα τεράστια προβλήματα δεν είχαν επιλυθεί
- Ⓢ Το 2001, με την επίθεση στο Παγκόσμιο Κέντρο Εμπορίου της Νέας Υόρκης, μια καινούρια πραγματικότητα ξεπροβάλλει.
- Ⓢ Η απειλή για την παγκόσμια ισορροπία πλέον δεν προέρχεται από ένα συγκεκριμένο κράτος ή κέντρο, αλλά είναι ασύμμετρη (οι τρομοκράτες μπορούν να χτυπήσουν παντού, ανά πάσα στιγμή, αδιαφορούν για τις δυτικές αξίες και τους κανόνες που είχαν εδραιωθεί στη Δύση, αλλά ήταν σεβαστοί και από τον κομμουνιστικό κόσμο)

Ο φονταμενταλισμός ως ανταγωνιστική κουλτούρα

- Ⓢ Στον δυτικό τρόπο ζωής και τις δυτικές αξίες έρχεται να αντιπαρατεθεί μια ολότελα διαφορετική κουλτούρα που εκδηλώνεται
- Ⓢ Στις χώρες που κυριαρχεί το ριζοσπαστικό ισλάμ (π.χ. Ιράν, Σαουδική Αραβία)
- Ⓢ Σε χώρες που ασκούν μεγάλη επιρροή ένοπλες ισλαμιστικές ομάδες (Al Qaeda στο Αφγανιστάν, Ριζοσπαστικά κινήματα στην Παλαιστίνη κλπ.)
- Ⓢ Στις δυτικές χώρες όπου η μετανάστευση φέρνει μεγάλα ρεύματα μετανάστευσης από

ισλαμικές χώρες της Ασίας και της Αφρικής. Συχνά οι μετανάστες «γκετοποιούνται», αποκλείονται από την κυρίαρχη κουλτούρα και αυτό κάνει πιο εύκολη τη ριζοσπαστικοποίησή τους και την ένταξή τους σε ακραίες ομάδες.

Η ανεκτικότητα της Δύσης

- ⊗ Οι δυτικές αξίες επιβάλλουν την ανεκτικότητα απέναντι στις άλλες κουλτούρες (ανεξιθρησκεία, παραχώρηση πολιτικών και κοινωνικών δικαιωμάτων)
- ⊗ Αυτό δεν γίνεται πάντοτε ανεκτό από κοινωνικές ομάδες της δύσης, που αντιμετωπίζουν ενίοτε τους «διαφορετικούς ξένους» που γίνονται όλο και περισσότεροι, με προκατάληψη, που συχνά οδηγεί σε ρατσισμό
- ⊗ Από την άλλη, οι μετανάστες στη Δύση αξιοποιούν την ανεκτικότητά της και διεκδικούν τον σεβασμό της ταυτότητάς τους
- ⊗ Σε πάρα πολλές περιπτώσεις ενσωματώνονται και ενστερνίζονται τις βασικές αξίες ενός δυτικού τρόπου ζωής
- ⊗ Επειδή όμως στις δικές τους χώρες δεν υπάρχει ανεκτικότητα απέναντι στο διαφορετικό, σε ορισμένες περιπτώσεις αντιμετωπίζουν με εχθρικότητα αυτό που για εκείνους είναι διαφορετικό.
- ⊗ Σε ακραίες περιπτώσεις αυτό οδηγεί σε βίαιες συμπεριφορές.

Συγκρουσιακές «υποκουλτούρες»

- ⊗ Αν στον Ψυχρό Πόλεμο οι διαφορές των δύο κόσμων είχαν οικονομικό και πολιτικό περιεχόμενο, ο πυρήνας των βασικών αξιών ήταν κοινός
- ⊗ Στην καινούρια πραγματικότητα, πέρα από την κυρίαρχη κουλτούρα (ΗΠΑ), διαμορφώνονται κουλτούρες με έντονες διαφορές σε θεμελιώδη ζητήματα (π.χ. η θέση της γυναίκας στη Δύση και τον ισλαμικό κόσμο, η στάση απέναντι στα θρησκευτικά σύμβολα και τις ιερές μορφές, η ενδυμασία των ανθρώπων, η διατροφή και η ηθική)
- ⊗ Η κυρίαρχη κουλτούρα είναι πλέον ο «λευκός» «δυτικός» «αμερικανοκεντρικός - ευρωπαϊκός χριστιανικός κόσμος»

Συγκρουσιακές «υποκουλτούρες»

- ⊗ Μ' αυτό το πρότυπο συγκρούονται πολλές «υποκουλτούρες» που συχνά συνυπάρχουν με την κυρίαρχη κουλτούρα
- ⊗ Πιο συγκρουσιακή είναι η κουλτούρα του ισλαμικού φονταμενταλισμού, η οποία επιβάλλει ένα δικό της πρότυπο, μια δική της «ποπ» εκδοχή, που βασιίζεται σε διαφορετικές κλίμακες αξιών, τις οποίες υπερασπίζεται, και για τις οποίες αισθάνεται ότι απειλούνται από την κυρίαρχη δυτική κουλτούρα

Έλλογη και άλογη σύγκρουση

- ⊗ Συχνά η σύγκρουση ανάμεσα στις διαφορετικές κουλτούρες είναι έλλογη, βασίζεται δηλαδή σε ορθολογικά κριτήρια:
- ⊗ Π.χ.: Δυτική κουλτούρα: Η γυναίκα καταπιέζεται όταν φορά μαντίλα. Η μαντίλα, η μπούρκα, το μπουρκίνι, προσβάλλουν το δικαίωμα της γυναίκας στην εμφάνισή της.[άρα η απαγόρευση της μαντίλας ή της μπούρκα προστατεύει τα δικαιώματά της]
- ⊗ Ισλαμική κουλτούρα: Είναι δικαίωμα της γυναίκας να φοράει την μαντίλα, που εκφράζει την πίστη της στο δικό της σύστημα αξιών [Άρα η απαγόρευση της μαντίλας καταπατά τα δικαιώματά της!]
- ⊗ Ωστόσο, η εκατέρωθεν επίκληση των «δικαιωμάτων» (που εντάσσεται στο κλίμα μιας γενικευμένης «πολιτικής ορθότητας») αγνοεί ότι:
- ⊗ Σε περίπτωση σύγκρουσης, ή περιορισμού των δικαιωμάτων, στον δυτικό κόσμο, θα πρέπει να υπερισχύσει το δικαίωμα που είναι πιο θεμελιώδες, ενώ ο περιορισμός ενός δικαιώματος δεν πρέπει να επιδρά στον «πυρήνα» του δικαιώματος, δεν πρέπει δηλαδή στην ουσία να το καταργεί

☉ Επομένως:

- Ούτε η υποχρεωτική χρήση της μαντίλας «προστατεύει» το δικαίωμα της γυναίκας να επιλέξει την ενδυμασία της σύμφωνα με τη θρησκευτική της ελευθερία
- Ούτε η καθολική απαγόρευση της μαντίλας προστατεύει τη γυναίκα από την καταπίεση από ένα σύστημα αξιών που περιορίζει τις ελευθερίες της

Άλογη σύγκρουση

- ☉ Συχνά ο «διάλογος» ανάμεσα στην κυρίαρχη κουλτούρα και την κουλτούρα που συγκρούεται με αυτήν δεν γίνεται με επιχειρήματα, αλλά με ασύμμετρες πράξεις, χωρίς να βασίζεται σε ορθολογικά κριτήρια
- ☉ Μετά το 2000, το ριζοσπαστικό Ισλάμ απαντά με βίαιο τρόπο σε ό,τι θεωρεί πρόκληση εκ μέρους της κυρίαρχης δυτικής κουλτούρας
- ☉ Και η ίδια η Δύση έχει επιχειρήσει ωστόσο, επί αιώνες να επιβάλει την κουλτούρα της στις άλλες κουλτούρες. Δεν είναι λίγοι οι μελετητές που αποδίδουν στην εκμετάλλευση των αποικιών από τη Δύση την εχθρότητα με την οποία αντιμετωπίζεται η Δύση σήμερα

Οι ασύμμετρες απειλές

- ☉ Τα τυφλά τρομοκρατικά χτυπήματα δυναμιτίζουν τη δυτική ποπ κουλτούρα σε αυτό που είναι προϋπόθεση για την εκδήλωση και ανάπτυξή της.
- ☉ Αυτό είναι το αίσθημα της ασφάλειας που οι πολίτες του δυτικού κόσμου σε Ευρώπη και Αμερική νιώθουν μέσα σε μια προβληματική μεν, ωστόσο υπαρκτή δημοκρατία, που τους περιβάλλει με δικαιώματα και τους εξασφαλίζει την ελευθερία να απολαμβάνουν τα αγαθά του υλικού πολιτισμού της Δύσης
- ☉ Ωστόσο η ποπ κουλτούρα της Δύσης έχει τον τρόπο να ενσωματώνει αυτή την ανασφάλεια και να την εμπορευματοποιεί (Οι «κακοί» στις ταινίες και τις σειρές είναι άραβες τρομοκράτες), ακόμη και αναγνωρίζοντας τις ευθύνες της Δύσης (ταινίες για την 11^η Σεπτεμβρίου, ταινίες που αποτυπώνουν τις ευθύνες των ΗΠΑ και της Δύσης για την κατάσταση που διαμορφώνεται (π.χ. Wag The Dog, Λέοντες Αντί Αμυνών)

Η κουλτούρα των όπλων ως δήθεν άμυνα στην ανασφάλεια

- ☉ Οι τρομοκρατικές επιθέσεις προκάλεσαν:
 - Αύξηση της αστυνόμευσης
 - Περιορισμούς στα ατομικά δικαιώματα
 - Αυξημένους ελέγχους στα αεροδρόμια, περισσότερες κάμερες που καταγράφουν τις καθημερινές κινήσεις χιλιάδων πολιτών
 - Ενδυνάμωση της κουλτούρας της οπλοκατοχής ως μέσου «αυτοάμυνας», κυρίως στις ΗΠΑ, που έχει οδηγήσει σε μεγαλύτερο αριθμό θυμάτων από εγκληματικές πράξεις σε σχέση με τις τρομοκρατικές επιθέσεις που έχουν δεχθεί οι ΗΠΑ

Δεκαετία 2000-2010

- ☉ Πόλεμοι κατά της τρομοκρατίας και τρομοκρατικές ενέργειες
- ☉ Μεγάλη οικονομική κρίση (Lehman Brothers) στις ΗΠΑ στα τέλη της δεκαετίας
- ☉ Ο κόσμος αποκτά περισσότερους «δυναμικούς παίκτες»
- ☉ Ανάδυση νέων δυνάμεων που διεκδικούν τον ρόλο τους στην παγκόσμια οικονομία και το δικό τους μερίδιο στην παγκόσμια ποπ κουλτούρα
 - Κίνα
 - Ρωσία
 - Ισπανόφωνος Κόσμος
 - Ινδία
 - Τουρκία και αραβικός κόσμος

Ενότητα 5: 2010- σήμερα

Η «πολυκεντρική» παγκοσμιοποίηση



Η διεθνής made in USA ποπ κουλτούρα

- Η διεθνής ποπ κουλτούρα που προωθήθηκε από τη βιομηχανία ψυχαγωγίας των ΗΠΑ είναι ένα εξαγωγίμο εμπορικό προϊόν που
 - Εξασφαλίζει θέσεις εργασίας, επομένως οικονομική ανάπτυξη στις ΗΠΑ
 - Δημιουργεί τις οικονομικές συνθήκες για παραγωγή πολιτισμικών αγαθών με υψηλό προϋπολογισμό, και επομένως μια «πολιτισμική ηγεμονία» των ΗΠΑ στο παγκόσμιο πολιτισμικό στερέωμα
 - Προσπορίζει τεράστια κέρδη παγκοσμίως στις μεγάλες εταιρείες παραγωγής των ΗΠΑ και σε πολυεθνικές μεγάλες εταιρείες

Η made in USA ποπ κουλτούρα

- Υπάρχουν και οι παράπλευρες ωφέλειες της πολιτισμικής κυριαρχίας της Δύσης
- Τα πολιτιστικά αγαθά (ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, μουσική, μόδα και σε μικρότερο βαθμό η λογοτεχνία) προβάλλουν ένα συγκεκριμένο καταναλωτικό πρότυπο (καταναλωτικές συνήθειες που «παγκοσμιοποιούνται» πολύ ευκολότερα απ' ό,τι παλαιότερα)
- Παράλληλα, η δυτική κουλτούρα «μεταφέρεται έμμεσα σε όλο τον κόσμο, σε επίπεδο ιδεολογίας – το πρότυπο του δυτικού τύπου εκσυγχρονισμού, οι δυτικές αξίες, βρίσκουν έναν τρόπο μετάδοσης πιο αποτελεσματικό από κάθε άλλου τύπου «προπαγάνδα»

Ο κινηματογράφος και ιδιαίτερα οι δημοφιλέστερες ταινίες που γνωρίζουν παγκόσμια επιτυχία (blockbusters) είναι, μαζί με η μουσική το χαρακτηριστικότερο παράδειγμα της κουλτούρας της παγκοσμιοποίησης. Στους ακόλουθους πίνακες, που προέρχονται από την ιστοσελίδα boxoffice Mojo.com βλέπουμε ότι ήδη από τη δεκαετία του 1980 οι χολιγουντιανές παραγωγές κυριαρχούν στις προτιμήσεις των κινηματογραφόφιλων παγκοσμίως. Σταδιακά το ενδοαφέρον του κοινού παγκοσμίως κατακτούν ταινίες – υπερπαραγωγές με υπερήρωες (action-movies) αμερικανικής παραγωγής, οι οποίες σταδιακά εκτοπίζουν τις κοινωνικές κ.ά. ταινίες από τις πρώτες θέσεις. Στα μέσα της δεκαετίας του 2010 θα δούμε και κινεζικές ταινίες να εκτοξεύονται στις πρώτες θέσεις, κυρίως όμως από τις εισπράξεις που πραγματοποιούν στην αγορά της Κίνας. Οι ταινίες αυτές ωστόσο, υιοθετούν τις νόρμες επιτυχίας των χολιγουντιανών παραγωγών, στοχεύοντας, με παρόμοια μέσα και κώδικες, στην παγκόσμια αγορά.

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (1982)

Rank ^	Release Group	Worldwide ↕
1	E.T. the Extra-Terrestrial	\$359,197,037
2	Tootsie	\$177,200,000
3	An Officer and a Gentleman	\$129,795,554
4	Rocky III	\$124,146,897
5	Porky's	\$105,492,483
6	Star Trek II: The Wrath of Khan	\$78,912,963
7	48 Hrs.	\$78,868,508
8	Pottergeist	\$76,606,280
9	The Best Little Whorehouse in Texas	\$69,701,637
10	Annie	\$57,059,003

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (1992)

Rank ^	Release Group	Worldwide ↕	Domestic ↕	% ↕
1	Aladdin	\$346,476,295	\$217,350,219	62.7%
2	Home Alone 2: Lost in New York	\$173,585,516	\$173,585,516	100%
3	Batman Returns	\$162,831,698	\$162,831,698	100%
4	Lethal Weapon 3	\$144,731,527	\$144,731,527	100%
5	A Few Good Men	\$141,340,178	\$141,340,178	100%
6	Sister Act	\$139,605,150	\$139,605,150	100%
7	The Bodyguard	\$121,945,720	\$121,945,720	100%
8	Wayne's World	\$121,697,323	\$121,697,323	100%
9	Basic Instinct	\$117,727,224	\$117,727,224	100%
10	A League of Their Own	\$107,533,928	\$107,533,928	100%

Rank ^	Release Group	Worldwide ↕	Domestic ↕	% ↕	Foreign ↕	% ↕
1	The Lord of the Rings: The Two Towers	\$936,689,735	\$339,789,881	36.3%	\$596,899,854	63.7%
2	Harry Potter and the Chamber of Secrets	\$878,979,634	\$261,988,482	29.8%	\$616,991,152	70.2%
3	Spider-Man	\$821,708,551	\$403,706,375	49.1%	\$418,002,176	50.9%
4	Star Wars: Episode II - Attack of the Clones	\$645,256,452	\$302,191,252	46.8%	\$343,065,200	53.2%
5	Men in Black II	\$441,818,803	\$190,418,803	43.1%	\$251,400,000	56.9%
6	Die Another Day	\$431,971,116	\$160,942,139	37.3%	\$271,028,977	62.7%
7	Signs	\$408,247,917	\$227,966,634	55.8%	\$180,281,283	44.2%
8	Ice Age	\$383,257,136	\$176,387,405	46%	\$206,869,731	54%
9	My Big Fat Greek Wedding	\$368,744,044	\$241,438,208	65.5%	\$127,305,836	34.5%
10	Minority Report	\$358,372,926	\$132,072,926	36.9%	\$226,300,000	63.1%

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (2002)

Rank ^	Release Group	Worldwide ↕	Domestic ↕	% ↕	Foreign ↕	% ↕
1	Pirates of the Caribbean: At World's End	\$960,996,492	\$309,420,425	32.2%	\$651,576,067	67.8%
2	Harry Potter and the Order of the Phoenix	\$941,676,843	\$292,004,738	31%	\$649,672,105	69%
3	Spider-Man 3	\$894,983,373	\$336,530,303	37.6%	\$558,453,070	62.4%
4	Shrek the Third	\$813,367,380	\$322,719,944	39.7%	\$490,647,436	60.3%
5	Transformers	\$709,709,780	\$319,246,193	45%	\$390,463,587	55%
6	Ratatouille	\$623,726,085	\$206,445,654	33.1%	\$417,280,431	66.9%
7	I Am Legend	\$585,410,052	\$256,393,010	43.8%	\$329,017,042	56.2%
8	The Simpsons Movie	\$536,414,270	\$183,135,014	34.1%	\$353,279,256	65.9%
9	National Treasure: Book of Secrets	\$459,242,249	\$219,964,115	47.9%	\$239,278,134	52.1%
10	300	\$456,068,181	\$210,614,939	46.2%	\$245,453,242	53.8%

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (2007)

Rank ^	Release Group	Worldwide ↕	Domestic ↕	% ↕	Foreign ↕	% ↕
1	The Avengers	\$1,518,812,988	\$623,357,910	41%	\$895,455,078	59%
2	Skyfall	\$1,108,561,013	\$304,360,277	27.5%	\$804,200,736	72.5%
3	The Dark Knight Rises	\$1,081,041,287	\$448,139,099	41.5%	\$632,902,188	58.5%
4	The Hobbit: An Unexpected Journey	\$1,017,003,568	\$303,003,568	29.8%	\$714,000,000	70.2%
5	Ice Age: Continental Drift	\$877,244,782	\$161,321,843	18.4%	\$715,922,939	81.6%
6	The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 2	\$829,746,820	\$292,324,737	35.2%	\$537,422,083	64.8%
7	The Amazing Spider-Man	\$757,930,663	\$262,030,663	34.6%	\$495,900,000	65.4%
8	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	\$746,921,274	\$216,391,482	29%	\$530,529,792	71%
9	The Hunger Games	\$694,394,724	\$408,010,692	58.8%	\$286,384,032	41.2%
10	Men in Black 3	\$654,213,485	\$179,020,854	27.4%	\$475,192,631	72.6%

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (2012)

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (2017)

Rank ^	Release Group	Worldwide ↕	Domestic ↕	% ↕	Foreign ↕	% ↕
1	Star Wars: Episode VIII - The Last Jedi	\$1,332,539,889	\$620,181,382	46.5%	\$712,358,507	53.5%
2	Beauty and the Beast	\$1,263,521,126	\$504,014,165	39.9%	\$759,506,961	60.1%
3	The Fate of the Furious	\$1,236,005,118	\$226,008,385	18.3%	\$1,009,996,733	81.7%
4	Despicable Me 3	\$1,034,799,409	\$264,624,300	25.6%	\$770,175,109	74.4%
5	Jumanji: Welcome to the Jungle	\$962,077,546	\$404,515,480	42%	\$557,562,066	58%
6	Spider-Man: Homecoming	\$880,166,924	\$334,201,140	38%	\$545,965,784	62%
7	Wolf Warrior 2	\$870,325,439	\$2,721,100	0.3%	\$867,604,339	99.7%
8	Guardians of the Galaxy Vol. 2	\$863,756,051	\$389,813,101	45.1%	\$473,942,950	54.9%
9	Thor: Ragnarok	\$853,977,126	\$315,058,289	36.9%	\$538,918,837	63.1%
10	Wonder Woman	\$821,847,012	\$412,563,408	50.2%	\$409,283,604	49.8%

Wolf Warrior 2 (2017) – Κίνα

- Κινέζικο action movie (στα πρότυπα των αμερικανικών), με πατριωτικό θέμα
- Κάνει εισπράξεις περίπου 800.000.000 δολάρια μόνο στην Κίνα (στο εξωτερικό δεν γνωρίζει αντίστοιχη απήχηση)
- Έχει τη μεγαλύτερη εισπραξη παγκοσμίως σε μία και μόνη αγορά όλων των εποχών (μετά από το Star Wars: The Force Awakens)
- Η Κίνα αξιοποιεί τις «νόρμες» της αμερικανικής ποπ κουλτούρας για να φτιάξει ένα εξαιρετικά κερδοφόρο φιλμ δράσης προσαρμοσμένο στη δική της κουλτούρα
- Υπάρχει στους ρόλους και ο αδιάστατος αμερικανός...
- Και στην Αμερική έκανε εισπραξη πάνω από 2 εκ. δολάρια



Ne Zha (2019)

- Κινέζικο 3Danimation movie, βασισμένο (αλλά όχι προσηλωμένο) στην κινεζική μυθολογία
- Κόστισε μόλις 20 εκατομμύρια δολάρια
- Εισέπραξε πάνω από 700 εκατομμύρια δολάρια, στην αγορά της Κίνας κυρίως (στις

ΗΠΑ περίπου 4 εκ.)

- Η βιομηχανία θεάματος της Κίνας αξιοποιεί
 - Τη νέα τεχνολογία
 - Την παράδοση της ανατολής (anime) που ήταν ήδη δημοφιλής στη Δύση.

The Wandering Earth – Κίνα 2019

- Επιστημονική φαντασία made in China
- Διαστημική περιπέτεια με κινέζους αστροναύτες στο μέλλον, που προσπαθούν να σώσουν τη γη
- Κόστισε 50 εκ. δολάρια
- Εισέπραξε πάνω από 700 εκ. δολάρια (κυρίως στην Κίνα)

Rank ^	Release Group	Worldwide ↕	Domestic ↕	% ↕	Foreign ↕	% ↕
1	Avengers: Endgame	\$2,797,501,328	\$858,373,000	30.7%	\$1,939,128,328	69.3%
2	The Lion King	\$1,656,943,394	\$543,638,043	32.8%	\$1,113,305,351	67.2%
3	Frozen II	\$1,450,026,933	\$477,373,578	32.9%	\$972,653,355	67.1%
4	Spider-Man: Far from Home	\$1,131,927,996	\$390,532,085	34.5%	\$741,395,911	65.5%
5	Captain Marvel	\$1,128,274,794	\$426,829,839	37.8%	\$701,444,955	62.2%
6	Joker	\$1,074,251,311	\$335,451,311	31.2%	\$738,800,000	68.8%
7	Star Wars: Episode IX - The Rise of Skywalker	\$1,074,144,248	\$515,202,542	48%	\$558,941,706	52%
8	Toy Story 4	\$1,073,394,593	\$434,038,008	40.4%	\$639,356,585	59.6%
9	Aladdin	\$1,050,693,953	\$355,559,216	33.8%	\$695,134,737	66.2%
10	Jumanji: The Next Level	\$801,693,929	\$320,314,960	40%	\$481,378,969	60%
11	Fast & Furious Presents: Hobbs & Shaw	\$760,732,926	\$173,956,935	22.9%	\$586,775,991	77.1%
12	Ne Zha	\$726,063,471	\$3,695,533	0.5%	\$722,367,938	99.5%
13	The Wandering Earth	\$699,856,699	\$5,971,413	0.9%	\$693,885,286	99.1%

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (2019)

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (2020)

Η χρονιά του κορωνοϊού φέρνει μεγάλη πτώση στα εισιτήρια, αλλά και... τεράστια ανατροπή. Με τις αίθουσες σχεδόν κλειστές παγκοσμίως, την πρώτη θέση καταλαμβάνει μια κινέζικη ταινία.

Rank ^	Release Group	Worldwide ↕	Domestic ↕	% ↕	Foreign ↕	% ↕
1	The Eight Hundred	\$461,421,559	\$372,755	<0.1%	\$461,048,804	99.9%
2	Demon Slayer the Movie: Mugen Train	\$453,210,959	\$49,505,008	10.9%	\$403,705,951	89.1%
3	Bad Boys for Life	\$426,505,244	\$206,305,244	48.4%	\$220,200,000	51.6%
4	My People, My Homeland	\$422,390,820	-	-	\$422,390,820	100%
5	Tenet	\$365,294,355	\$58,504,105	16%	\$306,790,250	84%
6	Sonic the Hedgehog	\$319,715,683	\$148,974,665	46.6%	\$170,741,018	53.4%
7	Dolittle	\$251,410,631	\$77,047,065	30.6%	\$174,363,566	69.4%
8	Legend of Deification	\$240,646,355	\$214,670	<0.1%	\$240,431,685	99.9%
9	A Little Red Flower	\$216,000,000	-	-	\$216,000,000	100%
10	The Croods: A New Age	\$215,905,815	\$58,568,815	27.1%	\$157,337,000	72.9%

Οι 800 – Κίνα, 2020

- Ιστορικό δράμα, από τον 2^ο σινοϊαπωνικό πόλεμο (1937)
- Παρουσιάζει, στο πρότυπο των «300» την αυτοθυσία των κινέζων στρατιωτών στη μάχη της Σαγκάης
- Πάνω από 400 εκ. εισπράξεις, κυρίως στην Κίνα, παρά τον κορωνοϊό

□ Η ταινία με τις μεγαλύτερες εισπράξεις της παράξενης εκείνης χρονιάς

- ▣ Άλλες 2 κινεζικές ταινίες στο top-10 του 2020
- ... και 2^η η Ιαπωνία! **Demon Slayer the Movie: The Mugen Train**
- ▣ Τα ιαπωνικά anime γνωρίζουν τις τελευταίες δεκαετίες μεγάλη επιτυχία παγκοσμίως με φανατικό κοινό – είναι ο πολιορκητικός κριός της Ιαπωνίας στην παγκόσμια ποπ κουλτούρα
- ▣ Το 2020 μια ταινία anime γίνεται η 2^η της χρονιάς (κάνοντας και 50 εκ. δολ. Εισπράξεις στις ΗΠΑ, αλλά και περίπου 8 εκ. στην Ευρώπη!)

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (2021)

Τα εισιτήρια ανακάμπτουν από την πανδημία, αλλά η εισβολή της Κίνας στο παγκόσμιο box office είναι γεγονός. 3 στις 10 ταινίες είναι κινεζικές...

Rank ^	Release Group	Worldwide ◊	Domestic ◊	% ◊	Foreign ◊	% ◊
1	Spider-Man: No Way Home	\$1,906,693,477	\$804,793,477	42.2%	\$1,101,900,000	57.8%
2	The Battle at Lake Changjin	\$902,548,476	\$342,411	<0.1%	\$902,206,065	100%
3	Hi, Mom	\$822,009,764	-	-	\$822,009,764	100%
4	No Time to Die	\$774,153,007	\$160,891,007	20.8%	\$613,262,000	79.2%
5	F9: The Fast Saga	\$726,229,501	\$173,005,945	23.8%	\$553,223,556	76.2%
6	Detective Chinatown 3	\$686,257,563	-	-	\$686,257,563	100%
7	Venom: Let There Be Carnage	\$506,863,592	\$213,550,366	42.1%	\$293,313,226	57.9%
8	Godzilla vs. Kong	\$470,067,014	\$100,916,094	21.5%	\$369,150,920	78.5%
9	Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings	\$432,243,292	\$224,543,292	51.9%	\$207,700,000	48.1%
10	Sing 2	\$407,452,213	\$162,790,990	40%	\$244,661,223	60%

Συγκρίνοντας...

#1 Spider Man: No Way Home (ΗΠΑ)

- ▣ Θέμα: super hero movie
- ▣ Κόστος: 200 εκατ. Δολάρια
- ▣ Εισπράξεις: 1,9 δις δολ. (804 εκ. στις ΗΠΑ)
- ▣ Διάρκεια: 148 λεπτά

#2 Η μάχη στη λίμνη Τσάνγκτζιν (Κίνα)

- ▣ Θέμα: Πόλεμος της Κορέας
- ▣ Κόστος: 200 εκατ. Δολάρια
- ▣ Εισπράξεις: 913 εκατ. Δολ. (900 στην Κίνα)
- ▣ Διάρκεια: 178 λεπτά

Rank ^	Release Group	Worldwide ◊	Domestic ◊	% ◊	Foreign ◊	% ◊
1	Top Gun: Maverick	\$1,486,657,763	\$716,657,763	48.2%	\$770,000,000	51.8%
2	Jurassic World: Dominion	\$1,001,136,080	\$376,009,080	37.6%	\$625,127,000	62.4%
3	Doctor Strange in the Multiverse of Madness	\$955,775,804	\$411,331,607	43%	\$544,444,197	57%
4	Minions: The Rise of Gru	\$939,220,210	\$369,500,210	39.3%	\$569,720,000	60.7%
5	The Batman	\$770,836,163	\$369,345,583	47.9%	\$401,490,580	52.1%
6	Thor: Love and Thunder	\$760,928,081	\$343,256,830	45.1%	\$417,671,251	54.9%
7	Black Panther: Wakanda Forever	\$676,036,389	\$367,471,452	54.4%	\$308,564,937	45.6%
8	Water Gate Bridge	\$626,571,697	\$117,294	<0.1%	\$626,454,403	100%
9	Fantastic Beasts: The Secrets of Dumbledore	\$405,161,334	\$95,850,844	23.7%	\$309,310,490	76.3%
10	Sonic the Hedgehog 2	\$402,656,846	\$190,872,904	47.4%	\$211,783,942	52.6%

Οι δημοφιλέστερες ταινίες παγκοσμίως (2022)

Το 2022 οι αίθουσες παγκοσμίως ξανανοίγουν μετά την καραντίνα. Οι χολιγουντιανές παραγωγές επανακάμπτουν, αλλά και οι κινεζικές παραγωγές επιμένουν.

Water Gate Bridge (2022)

- Sequel της Μάχης στη Λίμνη ΤσανγκΤζίν
- Αντίπαλοι αυτή τη φορά οι (υπερασπιστές της νότιας Κορέας) Αμερικανοί...
- Ένα νέο «ψυχροπολεμικό» αφήγημα χτίζεται σιγά σιγά...
- Πάνω από 600 εκατ. εισπράξεις (σχεδόν αποκλειστικά στην Κίνα)
- Η Κίνα μέχρι στιγμής πραγματοποιεί μεγάλες εισπράξεις, επενδύει επίσης τεράστια ποσά αλλά δεν μπορεί να διεισδύσει στην παγκόσμια αγορά πολιτισμικών αγαθών (οι εισπράξεις προέρχονται κυρίως από τη δική της, τεράστια αγορά, και δεν έχουν την παγκόσμια απήχηση των φιλμ του Χόλιγουντ)

Σε τι στηρίζεται η κυριαρχία των αμερικανικών φιλμ;

- Πλέον, η βιομηχανία «παράγει» για μαζική κατανάλωση
 - σειρές ταινιών με υπερήρωες της Marvel Comics
 - Σειρές κινουμένων σχεδίων ή 3d animation
 - Action movies
 - Η κουλτούρα αυτή, που έχει συνδεθεί με τη διάδοση των video games στηρίζεται περισσότερο στη γρήγορη εναλλαγή εικόνων, στα σπέσιαλ εφέ και στη δράση
 - Τα μεγάλα blockbusters ουσιαστικά μονοπωλούν τους υψηλούς προϋπολογισμούς και τις μεγάλες εισπράξεις
 - Το γεγονός ότι η πλοκή έχει υποχωρήσει σε σχέση με τον εντυπωσιασμό από τις σκηνές δράσης, λειτουργεί εις βάρος της καλλιτεχνικής ελευθερίας, του πειραματισμού, της ποιότητας
 - Η συνταγή είναι «εύκολο να αντιγραφεί» από τις αναδυόμενες βιομηχανίες εκτός Αμερικής (κυρίως την Κίνα)

Η εξέλιξη των πραγμάτων

- Η κυριαρχία της αμερικανικής ποπ κουλτούρας είναι σχεδόν απόλυτη στα τέλη του 20ού και στην πρώτη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα
- Τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης και το διαδίκτυο φαίνεται ότι αρχικά συμβάλλουν στη διατήρηση μιας εδραιωμένης από την εποχή της τηλεόρασης κατάσταση
- Οι παλαιοί «ανταγωνιστές» (κυρίως η Ευρώπη) δεν μπορούν να δώσουν ανταγωνιστικά πολιτισμικά προϊόντα
- Ωστόσο, οι αναδυόμενες οικονομίες, παράλληλα με τα καταναλωτικά τους αγαθά, αξιοποιούν τα εργαλεία της νέας τεχνολογίας και τις «συνταγές επιτυχίας» που έχουν δοκιμαστεί στην Αμερική για να «πλάσουν» τις δικές τους μεγάλες επιτυχίες και τα δικά τους είδωλα

Αναλογίες

Η Κίνα προσπαθεί να «χτίσει» μια κινηματογραφική βιομηχανία στα πρότυπα εκείνης των ΗΠΑ, και με τα «χολιγουντιανά» εργαλεία

- Οι παραγωγές κατορθώνουν να πραγματοποιήσουν τεράστια κέρδη, ωστόσο η απήχηση των πολιτισμικών αγαθών είναι πολύ μικρότερη συγκριτικά με την εμπορική απήχηση των άλλων κινεζικών προϊόντων (π.χ. κινητά τηλέφωνα, ηλεκτρονικές αγορές κλπ).
- Εμπόδια: Η γλώσσα και η θεματολογία.
- Το 2016 η κινεζική κινηματογραφική βιομηχανία κάνει μια μεγάλη προσπάθεια διείσδυσης στη διεθνή αγορά με την ταινία

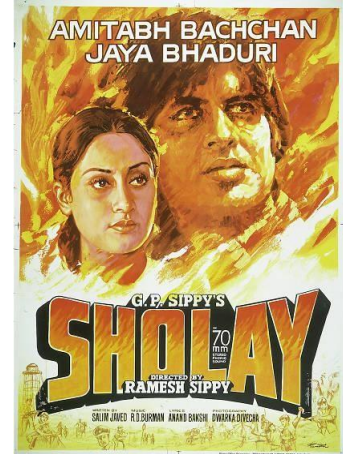


“The Great Wall”.

- Η ταινία, σε σκηνοθεσία του βραβευμένου σκηνοθέτη Ζανγκ Γιμού, με χολιγουντιανούς ηθοποιούς κόστισε 150 εκατομμύρια δολάρια, εισέπραξε περίπου τα διπλάσια, θεωρήθηκε όμως ότι δεν ανταποκρίθηκε, ούτε από καλλιτεχνική, ούτε από εμπορική άποψη, στις προσδοκίες

Άλλες δυνάμεις: Η Ινδία

- Η Ινδία από δεκαετίες (ήδη από την δεκαετία του 1950) είχε διαμορφώσει, για την τεράστια πληθυσμιακά αγορά της, μια κινηματογραφική και τηλεοπτική βιομηχανία.
- Το 2019, στο “Bollywood” θα κυκλοφορήσουν 4500 ταινίες σε 41 διαφορετικές γλώσσες.
- Η τεράστια αυτή παραγωγή γίνεται γνωστή και στον υπόλοιπο κόσμο, κυρίως όμως ως ένα «εξωτικό προϊόν» περισσότερο απ’ ό,τι ένα mainstream καλλιτεχνικό ρεύμα.
- Στην Ελλάδα, οι ινδικές ταινίες θα γνωρίσουν πολύ μεγάλη επιτυχία τη δεκαετία του 1960
- Σήμερα, ο ινδικός κινηματογράφος και οι τηλεοπτικές σειρές γνωρίζουν επίσης μεγάλη απήχηση στις ινδικές κοινότητες του δυτικού κόσμου



Ισπανόφωνες ταινίες και σειρές

- Σταδιακά ισπανόφωνες σειρές (κυρίως από χώρες της Λατινικής Αμερικής), μεταδίδονται από αμερικανικά καλωδιακά κανάλια, για την ισπανόφωνη κοινότητα της Αμερικής.
- Η συνέχεια θα είναι ισπανόφωνες παραγωγές made in USA, μια και η ισπανόφωνη κοινότητα μεγαλώνει ολοένα και περισσότερο
- Ισπανόφωνες παραγωγές (πλέον και από την Ισπανία) φιγουράρουν και στις πρώτες θέσεις σε διαδικτυακές πλατφόρμες



Νότια Κορέα

- Η Νότια Κορέα (παράλληλα με την έκρηξη της K-POP) «παράγει» και παγκόσμιες τηλεοπτικές επιτυχίες. Το “Squid Game” είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα
- Η αισθητική του video-game και το ακραίο περιεχόμενο έστρεψε την προσοχή της παγκόσμιας κοινότητας σε περισσότερες νοτιοκορεατικές παραγωγές



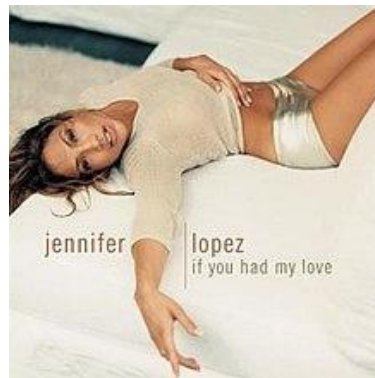
Τουρκία

- Η Τουρκία έχει επενδύσει πολλά σε μια κινηματογραφική και κυρίως τηλεοπτική βιομηχανία, η οποία παρουσιάζει μεγάλη διείσδυση στις αγορές των αραβικών κρατών, αλλά και των «τουρκογενών» κρατών της κεντρικής Ασίας (αλλά και στην Ελλάδα).
- Η διείσδυση εξηγείται από τη θεματολογία, την αισθητική, το σενάριο των παραγωγών, οι οποίες είναι περισσότερο «κατάλληλες» για το συντηρητικότερο κοινό των χωρών αυτών (απουσία ερωτικών σκηνών, προκλητικών ντυσιμάτων)
- Ωστόσο η Τουρκία στρέφει το ενδιαφέρον της και στις διεθνείς πλατφόρμες, με πολλές παραγωγές της να φιλοξενούνται στο Netflix



Η μουσική, προσφορότερο μέσο ανάδειξης «νέων δυνάμεων»

- Ήδη από τη δεκαετία του 1990 η μουσική world είχε βρει τη θέση της σε ένα ειδικό κοινό
- Καλλιτέχνες με καταγωγή από τη λατινική Αμερική, αλλά με αφετηρία και προώθηση αμερικανικών εταιριών είχαν παγκόσμια απήχηση
 - Gloria Estefan and Miami Sound Machine
 - Jennifer Lopez
 - Christina Aguilera
 - Ricky Martin
 - Enrique Inglesias
 - Marc Anthony κ.α.
 - Επιπλέον, λάτιν τραγούδια γίνονταν παγκόσμιες mainstream επιτυχίες (π.χ. La Bamba, Macarena, Lambada)



Η ισπανόφωνη μουσική σταδιακά κυριαρχεί

- 2017: Το τραγούδι "Despacito" των Luis Fonsi και Daddy Yankee από το Puerto Rico γνωρίζει σαρωτική παγκόσμια επιτυχία
- Στην επιτυχία του τραγουδιού θα συμβάλει και η συμμετοχή σε μια από τις εκτελέσεις του, του αμερικανού Justin Bieber
- Θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε την επιτυχία του "Despacito" το ορόσημο στο οποίο η ισπανόφωνη μουσική αρχίζει να «απειλεί» ουσιαστικά την κυριαρχία του αγγλόφωνου τραγουδιού στην παγκόσμια ποπ κουλτούρα, κυρίως επειδή διαδέχθηκαν το "Despacito" πολλές ακόμα ισπανόφωνες επιτυχίες
- Η ισπανόφωνη μουσική δεν είναι απλώς ένα «εξωτικό είδος» που κάνει μία μεγάλη επιτυχία στα charts και κατόπιν χάνεται αλλά ένα mainstream παγκόσμιο ρεύμα που έχει συνέχεια με πολλούς καλλιτέχνες



Η περίπτωση Bad Bunny

- Ο Bad Bunny από το Puerto Rico, το 2022 κατορθώνει, με το ισπανόφωνο άλμπουμ του Un Verano sin ti να μείνει για 13 εβδομάδες στην κορυφή του album chart των ΗΠΑ
- Η περιοδεία του που ξεκίνησε τον Αύγουστο του 2022 είχε εισπράξει μέχρι τον Οκτώβριο 232,5 εκατομμύρια δολάρια – είναι το μεγαλύτερο ποσό που έχει εισπράξει ισπανόφωνος καλλιτέχνης.
- Ο χρόνος θα δείξει αν η ισπανόφωνη μουσική θα παραμείνει mainstream στα επόμενα χρόνια



Νότια Κορέα

- Το 2011-12 ένα τραγούδι από τη Νότια Κορέα γνωρίζει παγκόσμια επιτυχία κυρίως μέσα από το YouTube. Είναι το Gangnam Style του PSY.
- Έφτασε ως το Νο2 του Billboard Hot 100 και δημιούργησε παγκόσμια αίσθηση, ενώ είναι το πρώτο βίντεο στο YouTube που πέρασε τα 1 δις. θεάσεις

K-POP

- Σχεδόν 10 χρόνια αργότερα, (2020) καθολική παγκόσμια επιτυχία θα γνωρίσει το K-POP συγκρότημα των BTS από τη Νότια Κορέα
- Το Dynamite είναι το πρώτο τους τραγούδι εξ ολοκλήρου στην αγγλική γλώσσα και θα γνωρίσει σαρωτική παγκόσμια επιτυχία.
- Θα ακολουθήσουν και άλλα K-Pop συγκροτήματα (π.χ. Blackpink) που θα κατακτήσουν τις αγορές της Δύσης, χρησιμοποιώντας τα ίδια υλικά με τα οποία επί δεκαετίες η Δύση κατασκεύαζε τα ποπ είδωλα

Τα clean cut είδωλα της KPOP

- Οι BTS είναι ένα project καλοφυλαγμένο και λειτουργικό, κατασκευασμένο να λάμψει παγκοσμίως, σύμφωνα με τις οδηγίες των παραγωγών
- Αυτό που είναι διαφορετικό σε σχέση με τα είδωλα της Δύσης είναι ότι τα είδωλα της KPOP αποφεύγουν τα σκάνδαλα. Είναι σαν τα ιαπωνικά ή κορεάτικα αυτοκίνητα. Λειτουργικά, απεγάδιαστα, με προσεγμένη κάθε τους κίνηση.
- Στη Δύση, αντίθετα, ένα μέρος της ποπ κουλτούρας γύρω από τα είδωλα, διαμορφώνεται πέρα από την τέχνη που υπηρετούν και από το lifestyle τους, που ενίοτε παρουσιάζει προβλήματα οικογενειακά, υγείας, με τη δικαιοσύνη, με την εν γένει συμπεριφορά
- Στους BTS τίποτα από αυτά δεν χωράει στην εικόνα που εξυπηρετεί τον βασικό στόχο: μια καλοκουρδισμένη μηχανή ψυχαγωγίας που δεν δίνει λαβή σε κανέναν να μιλήσει για αρνητικά πρότυπα ζωής.



Κορέα: "Baby Shark"

- Ίσως ο ορισμός ενός παγκόσμιου πολιτισμικού φαινομένου, μια και απευθύνεται σε παιδιά, προέρχεται από την Pinkfong, μια νοτιοκορεάτικη εταιρεία που ασχολείται με την παραγωγή εκπαιδευτικού και ψυχαγωγικού υλικού για παιδιά.
- Το τραγούδι δεν είναι κορεάτικο, ωστόσο αυτή η εκτέλεση έγινε το βίντεο με τις περισσότερες θεάσεις στο YouTube όλων των εποχών (11 δις. Views) αριθμός μεγαλύτερος από τον πληθυσμό της γης
- Οι επιτυχίες «μη αμερικανών» από ένα κατεχορήγ made in USA μέσο, το YouTube,



δείχνουν πως η παγκοσμιοποίηση μπορεί να λειτουργήσει πλέον όχι μόνο ως επέκταση της αμερικανικής –δυτικής ποπ κουλτούρας, αλλά και ως... αντεπίθεση άλλων ρευμάτων (που ωστόσο ακολουθούν τις δυτικές νόρμες και πρότυπα) και φαίνεται πως μπορούν να υπερισχύσουν, δημιουργώντας μια πιο πολύπλοκη πολιτισμική πραγματικότητα, όχι όμως απαραίτητα πιο πολυφωνική.

Τα δημοφιλέστερα στο YouTube

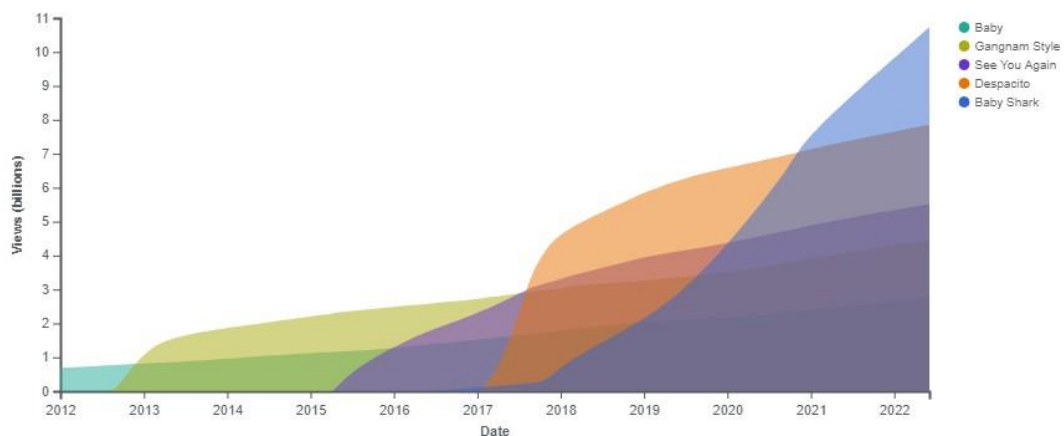
- Το YouTube είναι ένας ανοιχτός σε όλους διάλογος ανεβάσματος και παρακολούθησης βίντεο.
- Επομένως συνδυάζει την παραγωγή περιεχομένου με την κατανάλωσή του, σε ένα διαρκώς ανανεούμενο και χαοτικό όγκο περιεχομένου.
- Μπορούμε να διακρίνουμε ότι τα δημοφιλέστερα βίντεο που έχουν προβληθεί μέχρι στιγμής από το 2005 που ξεκίνησε τη λειτουργία της η πλατφόρμα έχουν να κάνουν:
 - Με παγκόσμιες ποπ επιτυχίες
 - Με παιδικά τραγούδια ή βίντεο
 - Αυτό δείχνει και ποιοι τομείς της βιομηχανίας της διασκέδασης και της ψυχαγωγίας είναι προσφορότεροι για την πολιτισμική παγκοσμιοποίηση.

Τα 10 πρώτα βίντεο σε θεάσεις στο YouTube (27-11-2022, πηγή: Wikipedia)

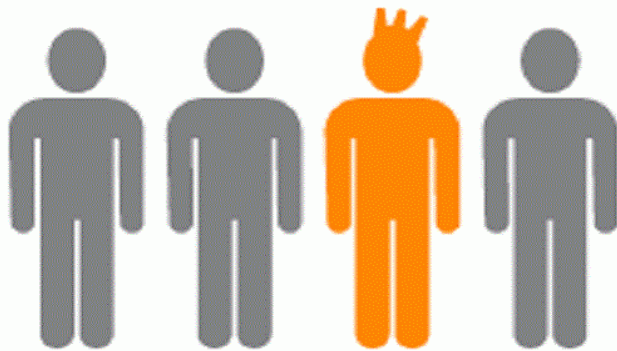
No. ↕	Video name ↕	Uploader ↕	Views (billions) ↕
1.	"Baby Shark Dance" ^[4]	Pinkfong Baby Shark - Kids' Songs & Stories	11.74
2.	"Despacito" ^[7]	Luis Fonsi	8.01
3.	"Johnny Johnny Yes Papa" ^[14]	LooLoo Kids	6.53
4.	"Shape of You" ^[15]	Ed Sheeran	5.85
5.	"Bath Song" ^[17]	Cocomelon – Nursery Rhymes	5.77
6.	"See You Again" ^[18]	Wiz Khalifa	5.70
7.	"Phonics Song with Two Words" ^[23]	ChuChu TV	5.02
8.	"Uptown Funk" ^[24]	Mark Ronson	4.76
9.	"Learning Colors – Colorful Eggs on a Farm" ^[25]	Miroshka TV	4.73
10.	"Wheels on the Bus" ^[26]	Cocomelon – Nursery Rhymes	4.63
11.	"Gangnam Style" ^[27]	Psy	4.61
12.	"Masha and the Bear – Recipe for Disaster" ^[32]	Get Movies	4.51

Οι πρώτοι 2012-2022

No. 1 most viewed video (Jan 2012 – Jun 2022)



Ενότητα 6: Προς μια «ατομική» παγκοσμιοποιημένη κουλτούρα



T

Η άνωθεν και κάτωθεν παγκοσμιοποίηση

- ▣ **«Άνωθεν»**
 - ▣ Η κυρίαρχη ποπ κουλτούρα και τα είδωλά της διαμορφώνουν πολιτισμικά αγαθά με παρόμοια χαρακτηριστικά σε όλον τον κόσμο
 - ▣ Τα αγαθά αυτά έχουν και τον χαρακτήρα εμπορεύματος – παράγουν οικονομική αξία
- ▣ **«Κάτωθεν»**
 - ▣ Οι μετακινήσεις των πληθυσμών και οι πολλές «υποκουλτούρες» που διαμορφώνονται στις πολυπολιτισμικές κοινωνίες (κυρίως στη μεγάλη πόλη) προσφέρουν μεγαλύτερη ποικιλομορφία στην παραγωγή πολιτισμικών αγαθών

Άνωθεν vs κάτωθεν

- ⊕ Συχνά η mainstream κουλτούρα και οι ποικίλες υποκουλτούρες λειτουργούν συγκρουσιακά:
- ⊕ Η άνωθεν (και με οικονομικό αποτύπωμα) κουλτούρα βρίσκει αντίσταση στις τοπικές κουλτούρες ή στις υποκουλτούρες συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων.
- ⊕ Οι υποκουλτούρες θεωρούν ότι το mainstream απειλεί τα δικά τους ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και αμύνονται
- ⊕ Οι υποκουλτούρες ή η τοπικές κουλτούρες θεωρούν τη διατήρηση των χαρακτηριστικών τους ως «υπεράσπιση» της ταυτότητάς τους

Άνωθεν X κάτωθεν

- ⊕ Συχνά όμως οι δύο κουλτούρες (κυρίαρχη και υποκουλτούρες) λειτουργούν ως συγκοινωνούντα δοχεία.

Με την εν τοις πράγμασι σλληλεπίδρασή τους

Με την «ενθυλάκωση» στοιχείων από τις υποκουλτούρες στην κυρίαρχη κουλτούρα

Με την «εμπορευματοποίηση» της υποκουλτούρας ως ανταγωνιστικού αγαθού σε ένα περιβάλλον ποικιλομορφίας

Άνωθεν X κάτωθεν: Αλληλεπίδραση

- ⊕ Οι μητροπόλεις του πολιτισμού, όπου διαμορφώνονται οι τάσεις της κυρίαρχης ποπ κουλτούρας (Νέα Υόρκη, Λονδίνο, Παρίσι) είναι πολυπολιτισμικές
- ⊕ Μέσα από τα Πανεπιστήμια αναδεικνύονται νέα στελέχη (τεχνοκράτες, επιστήμονες και

καλλιτέχνες) τα οποία αναλαμβάνουν επαγγελματικούς ρόλους σε κυρίαρχους πολιτιστικούς οργανισμούς (Μουσεία, Δισκογραφικές Εταιρείες, Εταιρείες παραγωγής, και πλέον εταιρείες του διαδικτύου). Αυτά τα στελέχη μπορεί να έχουν πολλά και διαφορετικά πολιτισμικά χαρακτηριστικά

- Ⓜ Οι δυτικές κοινωνίες είναι πλέον περισσότερο δεκτικές στην ενσωμάτωση διαφορετικών πολιτισμικών αξιών και προτύπων
- Ⓜ Επιπλέον, αυτή η ποικιλομορφία έχει και «εμπορική» διάσταση, μια και καλύπτει τις ανάγκες κατανάλωσης πολιτισμικών αγαθών από διάφορες κοινωνικές ομάδες, με διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο
- Ⓜ Έννοιες που ευνοούν την αλληλεπίδραση πολιτισμικών στοιχείων από διάφορες κουλτούρες:

<u>Ανοικτότητα</u>	Ποικιλομορφία	Συμπερίληψη	Πολιτική ορθότητα
Ορατότητα	Ανεκτικότητα	Διαφορετικότητα	Πλουραλισμός

- Ⓜ Η κυρίαρχη κουλτούρα ενσωματώνει αυτές τις αρχές, και μέσω αυτών των αρχών μπορεί να μεταδώσει πιο εύκολα τα ποικιλόμορφα πολιτισμικά αγαθά
- Ⓜ Δηλαδή,
 - γίνεται πρώτα mainstream η αξία της ανοικτότητας, της ανεκτικότητας, της διαφορετικότητας, της πολιτικής ορθότητας
 - Αφού αυτό γίνεται «κανόνας» η mainstream κουλτούρα «ανοίγει» και αλληλεπιδρά με τις υποκουλτούρες.

Πώς γίνεται mainstream η ποικιλομορφία;

- Ⓜ Αναρωτιέται κανείς, πώς περνάμε από την εποχή που η δυτική κουλτούρα «επιβάλλεται» με αποικιοκρατικό τρόπο στον πλανήτη στην εποχή που η Δύση γίνεται ανοικτή στις ξένες επιδράσεις.
- Ⓜ Είναι μια αξιακή πρόοδος που έφερε η εξέλιξη και η επίδραση ιδεολογικών ρευμάτων όπως ο Διαφωτισμός;
- Ⓜ Είναι μια εκδήλωση ενοχής – εξιλέωσης απέναντι στην προηγούμενη συμπεριφορά της Δύσης απέναντι στις τοπικές κουλτούρες; (π.χ. τη λεηλασία πολιτισμικών θησαυρών από όλον τον κόσμο που βρίσκονται σε μουσεία της Δύσης;)
- Ⓜ Είναι ένα φαινόμενο με οικονομική σημασία και αποτύπωμα, μια που «εμπορευματοποιεί» τις αξίες της ανεκτικότητας και της διαφορετικότητας και τις μετατρέπει σε οικονομικό αγαθό με κερδοφορία;
- Ⓜ Ή μήπως... είναι λίγο απ' όλα;

Ο εκδημοκρατισμός ως μέσο αποδοχής της ποικιλομορφίας

- Ⓜ Αν οι αιώνες της αποικιοκρατίας χαρακτηρίστηκαν από την προσπάθεια (συχνά βίαιη) «εκπολιτισμού» των αποικιών από την «φωτισμένη Δύση», ο 20ός αιώνας έδειξε στις ανθρώπινες κοινωνίες ότι αυτή η βίαιη επιβολή πολιτισμικών προτύπων ήταν ζήτημα έλλειψης δημοκρατίας, και ότι οι κοινωνίες θα μπορούσαν να γίνουν περισσότερο

δημοκρατικές και φιλελεύθερες αν αποδέχονταν πέρα από την κυρίαρχη κουλτούρα τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά των διαφόρων μειονοτήτων

- ☉ Το δυτικό πολιτισμικό πρότυπο εμφανίζεται μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο ως αντιπαραβολή στα ολοκληρωτικά πρότυπα

Ποικιλομορφία: Η δυτική δημοκρατική απάντηση στους ολοκληρωτισμούς

- ☉ Ολοκληρωτισμοί: Επιβάλλουν ένα καθολικό πολιτισμικό πρότυπο που υπηρετεί την κυρίαρχη ιδεολογία και δεν επιτρέπει παρεκκλίσεις

- Ναζιστική Γερμανία: η εξαφάνιση όσων έχουν πολιτισμικές και κοινωνικές ιδιαιτερότητες είναι στρατηγικός στόχος του καθεστώτος
- Σοβιετική Ένωση: Η «στρατευμένη τέχνη» στην υπηρεσία του κομμουνιστικού καθεστώτος είναι η μόνη που ενθαρρύνεται σε ένα κεντρικά σχεδιασμένο σύστημα
- Κίνα: Η «πολιτιστική Επανάσταση» του Μάο Τσε Τουνγκ «εξαφανίζει» εκατομμύρια αντιπάλους
- Αλλά και πέραν των ολοκληρωτισμών, και η ίδια η Αμερική στα μέσα του 20ού αιώνα περνάει μια φοβική φάση απέναντι
 - ☐ Στην κομμουνιστική ιδεολογία (μακαρθισμός)
 - ☐ Στην μαύρη κουλτούρα (που σταδιακά «εντάσσεται» στην ποπ κουλτούρα και γίνεται mainstream)
 - ☐ Στην κουλτούρα των ισπανόφωνων (που θα αργήσει πολύ περισσότερο να γίνει αποδεκτή)
 - ☐ Στην κουλτούρα των ιθαγενών αμερικανών

Η δεκαετία του 1960 «σπάει» το γυαλί στη Δύση

- ☉ Η Δύση «φιλελευθεροποιείται» απέναντι στη διαφορετικότητα μετά τη δεκαετία του 1960 και αποφασίζει να γίνει πιο ανεκτική απέναντι στη διαφορετικότητα, και την πολιτισμική ποικιλομορφία:

- Με τα κοινωνικά κινήματα
- Με τις πολιτικές κεντρώων, σοσιαλδημοκρατικών και κεντροαριστερών κομμάτων που εμφανίζονται ως εναλλακτική προοδευτική λύση έναντι του κομμουνισμού
- Με την ενσωμάτωση των πρώτων γενιών μεταναστών στη Δυτική Ευρώπη και στις ΗΠΑ, τα παιδιά των οποίων σπουδάζουν στις χώρες αυτές και εντάσσονται δυναμικά στις οικονομίες της.
- Με τη ροκ μουσική, που «σπάει» τα στερεότυπα της mainstream κουλτούρας

Κοινωνικά κινήματα στα 60s

- ☉ Αντιπολεμικό κίνημα (ενάντια στον πόλεμο του Βιετνάμ)
- ☉ Ειρηνιστικό κίνημα (ενάντια στα πυρηνικά όπλα και τους εξοπλισμούς, υπό τον φόβο του Ψυχρού Πολέμου)
- ☉ Φεμινιστικό κίνημα (χειραφέτηση γυναικών)
- ☉ Κίνημα για τα δικαιώματα των αφροαμερικανών
- ☉ Φοιτητικό Κίνημα (Γαλλικός Μάης του '68)
- ☉ Κοινοτιστικές συλλογικότητες (Παιδιά των Λουλουδιών)
- ☉ Τα κινήματα αυτά θα είναι προάγγελος και για άλλα κινήματα που θα εξελιχθούν σταδιακά στις επόμενες δεκαετίες
 - Οικολογικό κίνημα
 - LGBTQI+ κίνημα
 - Δικαιώματα εθνικών, γλωσσικών, θρησκευτικών μειονοτήτων
 - Δικαιώματα μεταναστών

Προοδευτικές πολιτικές κινήσεις

- Ⓢ Η ενδυνάμωση κεντρικών, σοσιαλδημοκρατικών κομμάτων στη Δυτική Ευρώπη (Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο)
- Ⓢ Η αποκατάσταση της Δημοκρατίας σε Ισπανία, Πορτογαλία και Ελλάδα
- Ⓢ Το μοντέλο εξουσίας του ανοικτού και ανεκτικού κοινωνικού κράτους που αναπτύσσεται κυρίως στις Σκανδιναβικές χώρες αλλά και στην Ολλανδία και το Βέλγιο
- Ⓢ Η σταδιακή οικοδόμηση της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης, που ξεκίνησε με το όραμα ενός χώρου ειρήνης και ελευθερίας (ανεξάρτητα από την κατάληξή της)
- Ⓢ Η πνευματική κίνηση - τα ρεύματα πολιτικής σκέψης που αναπτύσσονται σε αμερικανικά και δυτικοευρωπαϊκά πανεπιστήμια και βρίσκουν «φωνή» σε προοδευτικά έντυπα που κυκλοφορούν και γνωρίζουν ευρεία απήχηση

Ενσωμάτωση μεταναστών

- Ⓢ Οι χώρες της δυτικής Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής (αλλά και η Αυστραλία) ενσωματώνουν τις πρώτες γενιές μεταναστών – οι επόμενες γενιές σταδιακά αποκτούν
 - πρόσβαση στο δυτικό σύστημα εκπαίδευσης, και συνακόλουθα
 - επαγγελματική εξειδίκευση και
 - κοινωνική κινητικότητα. Αυτό τους προσφέρει αυξημένη κοινωνική ισχύ, και σε ορισμένες περιπτώσεις τους δίνει τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν στοιχεία της δικής τους κουλτούρας ως συνδιαμορφωτές των πολιτισμικών τάσεων.

Ροκ μουσική

- Ⓢ Η ροκ μουσική έρχεται στη δεκαετία του 1960 να «σπάσει» τους κώδικες της κυρίαρχης ως τότε ποπ κουλτούρας και της «κανονικότητας» που αυτή απεικόνιζε.
- Ⓢ Δεν είναι μόνο η αντισυμβατικότητα της μουσικής (που μπορεί κανείς να συναντήσει και σε προγενέστερα μουσικά ρεύματα όπως η τζαζ) αλλά και
 - Το ανατρεπτικό και κόντρα στις νόρμες περιεχόμενο των στίχων, που συμβάδιζε συχνά με τα αιτήματα των κοινωνικών κινημάτων ή απλώς καυτηρίαζε την κυρίαρχη κουλτούρα, την παραδοσιακή ηθική
 - Το lifestyle των ροκ μουσικών που αναδεικνύονται σε ποπ είδωλα ευρισκόμενοι μακριά από την εμφάνιση, τον τρόπο ζωής και το καταναλωτικό πρότυπο του μέσου πολίτη της Δυτικής Ευρώπης ή της Αμερικής αλλά και τις βασικές του αξίες

Περισσότερη δημοκρατία > Περισσότερη ποικιλομορφία

- Ⓢ Στα τέλη του 20ού αιώνα, σε εθνικό και διεθνές επίπεδο κατοχυρώνονται ή ενισχύονται τα δικαιώματα των μειονοτήτων, των ευάλωτων κοινωνικών ομάδων σε πολλά επίπεδα
 - Γλώσσα
 - Θρησκευτική ελευθερία
 - Ελευθερία έκφρασης διά του τύπου
 - Η διανόηση, και σταδιακά και το ευρύ κοινό «σκύβει» περισσότερο πάνω από τις ιδιαίτερες κοινωνικές ομάδες, δεν τις απορρίπτει εκ των προτέρων, δεν προσπαθεί να τις αφομοιώσει σε πρώτο επίπεδο τις αντιμετωπίζει με ανοχή, και σταδιακά επιχειρεί να τις κατανοήσει.

Γιατί άραγε «άργησε» η ανοικτότητα;

- Ⓢ Οι αντιλήψεις για την ανεκτικότητα, την αποδοχή της διαφορετικότητας, υπάρχουν ήδη στο «τραπέζι» από την εποχή του Διαφωτισμού και έχουν επηρεάσει, μέσω των επαναστάσεων του 18^{ου} και του 19^{ου} αιώνα τις πολιτικές εξελίξεις στη Δύση.

- ☉ Γιατί όμως άργησε σχεδόν έναν αιώνα αυτό να «περάσει» και στα πολιτισμικά αγαθά και την ανοχή απέναντι στις «μη δυτικές» κουλτούρες;

Η αντιφατικότητα της Δύσης

- ☉ Μέχρι τα μισά του 20ού αιώνα, η Δύση παρουσίαζε μια μεγάλη αξιακή αντίφαση:
 - Προχωρά με γοργά βήματα στη φιλελευθεροποίησή της και στη σταδιακή κατοχύρωση δημοκρατικών δικαιωμάτων
 - Από την άλλη, ακόμα και παραδοσιακά φιλελεύθερες χώρες της Δύσης (ΗΠΑ, Γαλλία, Αγγλία) συμπεριφέρονται με δυναστικό τρόπο απέναντι στις αποικίες τους (και όσον αφορά την επίδρασή τους στην πολιτιστική ζωή των αποικιών)
 - Η σταδιακή αποαποικιοποίηση (ιδίως μετά την ανεξαρτησία της Ινδίας από την Αγγλία στη δεκαετία του 1940 και της Αλγερίας από τη Γαλλία στη δεκαετία του 1960) θα σηματοδοτήσει μια αλλαγή, που θα συνδυαστεί και με την αύξηση του αριθμού των μεταναστών από τις πρώην αποικίες και από τις άλλες χώρες

Ενοχές; Εξιλέωση;

- ☉ Μήπως η Δύση με την ανοικτότητα, την πολιτική ορθότητα, τις πολιτικές ανοχής και συμπεριληψης προσπαθεί να εξιλεωθεί για τα λάθη του παρελθόντος;
- ☉ Μήπως αυτή η πολιτισμική συμπεριληψη δεν συνοδεύεται με ταυτόχρονη κοινωνική ενσωμάτωση των ατόμων που ανήκουν σε διάφορες υποκουλτούρες;
- ☉ Π.χ. η χιπ χοπ μουσική γίνεται mainstream ήδη από τη δεκαετία του 1990 και κυριαρχεί παγκόσμια στις αρχές του νέου αιώνα αλλά πολλοί αφροαμερικανοί εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν ρατσισμό, αστυνομική βία, κοινωνικό αποκλεισμό και να έχουν λιγότερες ευκαιρίες κοινωνικής κινητικότητας
- ☉ Η ινδική κουζίνα ή η πολυχρωμία των αφρικανικών υφασμάτων γίνονται τάση στη μόδα, δεν συμβαίνει όμως το ίδιο με τους ινδούς και αφρικανούς μετανάστες, ακόμη κι αν ...ξέχρουν να μαγειρεύουν ινδικά ή φορούν πρωτότυπα αφρικανικά ρούχα και κοσμήματα
- ☉ Η ενσωμάτωση ενός πολιτισμικού χαρακτηριστικού στην ποπ κουλτούρα μιας εποχής, μιας κοινωνίας ή ακόμη και παγκοσμίως, δεν σημαίνει απαραίτητα αποδοχή και ενσωμάτωση της κοινωνικής ομάδας από την οποία προέρχεται αυτό το πολιτισμικό χαρακτηριστικό.

Το παράδειγμα της queer κουλτούρας

- ☉ Στον δυτικό κόσμο, για πολλές δεκαετίες, η ομοφυλοφιλία ήταν ποινικό αδίκημα, ή στην καλύτερη περίπτωση, θεωρείτο ψυχική διαταραχή και τα κράτη επέτρεπαν θεραπείες «μεταστροφής» σε άνδρες ομοφυλόφιλους.
- ☉ Χρειάστηκαν επίσης δεκαετίες για να αποκτήσουν δικαίωμα στην ταυτότητα φύλου και τα διεμφυλικά άτομα.
- ☉ Στην ποπ κουλτούρα των ίδιων εποχών υπήρχαν queer στοιχεία και «εκκεντρικοί» όπως χαρακτηρίζονταν από τα ΜΜΕ της εποχής καλλιτέχνες, που είχαν mainstream επιτυχία (π.χ. τα glam rock ή τα νεορομαντικά συγκροτήματα των δεκαετιών 1970 και 1980, η Divine, οι Culture Club, οι Dead or Alive)
- ☉ Την ίδια εποχή όμως που οι άνθρωποι αγόραζαν τους δίσκους αυτών των συγκροτημάτων κατά εκατομμύρια, εξακολουθούσαν να φέρονται ρατσιστικά εντός της κοινωνίας σε queer άτομα
- ☉ Είναι χαρακτηριστικός ο τρόπος με τον οποίο αποτυπώνεται η ομοφυλοφιλία στον ελληνικό κινηματογράφο (Σταύρος Παράβας) αλλά και στις ελληνικές βιντεοταινίες και τα πρώτα ελληνικά σίριαλ.

Είδωλα και διπλανή πόρτα

- ☉ Στη Δύση παρατηρείται το φαινόμενο, τα ποπ είδωλα να αποθεώνονται για τα

«εκκεντρικά» τους χαρακτηριστικά, αλλά να μην υπάρχει αντίστοιχη αποδοχή, ανοχή, ενσωμάτωση των ατόμων με αντίστοιχα χαρακτηριστικά στην κοινωνία

- Ⓢ Ο χώρος της τέχνης ασφαλώς θεωρείται πιο «προοδευτικός» ως προς την έκφραση της διαφορετικότητας, συχνά όμως λειτουργεί και ως άλλοθι για να διασκεδάσει τον συντηρητισμό μιας κοινωνίας φοβικής απέναντι στο διαφορετικό
- Ⓢ Αυτή η απόσταση ανάμεσα στην αποθέωση των διαφορετικών ποπ ειδώλων και τον στιγματισμό της διαφορετικότητας σε επίπεδο πραγματικής κοινωνίας είναι πιο έκδηλη σε χώρες
 - Που άργησαν να γίνουν πολυπολιτισμικές, με την έννοια να δεχθούν σε μεγάλους αριθμούς οικονομικούς μετανάστες
 - Που οι παραδοσιακοί θεσμοί ασκούν μεγάλη επίδραση στις κοινωνικές αξίες (π.χ. Εκκλησία, ή εν γένει θρησκευτικές πεποιθήσεις)

Οικονομική αξία της ποικιλομορφίας

- Ⓢ Η ανοχή και αποδοχή του διαφορετικού είναι οπωσδήποτε ένα ανθρώπινο δικαίωμα που πρέπει να κατοχυρώνεται
- Ⓢ Στην ποπ κουλτούρα, η διαφορετικότητα και η προβολή της όμως αποκτούν και εμπορική, οικονομική αξία
- Ⓢ Επομένως, η «άνωθεν» διαμορφούμενη κυρίαρχη κουλτούρα συχνά αξιοποιεί την πολιτισμική ποικιλομορφία σε όλα τα επίπεδα, αναδεικνύοντάς την σε εμπορικό, οικονομικό αγαθό.
- Ⓢ Τα παραδείγματα των «εκκεντρικών» καλλιτεχνών είναι χαρακτηριστικά.

Τι έχει να κερδίσει η κυρίαρχη κουλτούρα

- Ⓢ Δημιουργεί «υβριδικά» προϊόντα, αναμειγνύοντας mainstream στοιχεία με στοιχεία από υποκουλτούρες, προσανατολισμένα στο να έχουν απήχηση ως «πρωτότυπα», «ιδιαιτέρα» ή ακόμα και «παράξενα». Το να «παραξενέψω» το δυνητικό μου ακροατήριο είναι ένας τρόπος να του τραβήξω την προσοχή. (π.χ. έθνικ ηχογραφήσεις σε mainstream καλλιτέχνες, όπως το τραγούδι Desert Rose του Sting)
- Ⓢ Αξιοποιεί ισχυρά στοιχεία μιας υποκουλτούρας για να απευθυνθώ στη συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα (π.χ. υποστηρίζοντας έναν χιπ χοπ καλλιτέχνη μια δισκογραφική επιχειρεί να κερδίσει μια μεγάλη κοινότητα, των αφροαμερικανών). Δεν αξιοποιείται βέβαια «ωμό» και ανεπεξέργαστο αυτό το στοιχείο. Αντίθετα «φιλτράρεται» με στοιχεία mainstream, με σκοπό να απευθυνθεί στη συνέχεια και σε ένα πιο διευρυμένο ακροατήριο (π.χ. συνεργασία ενός χιπ-χοπ καλλιτέχνη με έναν καθαρόαιμο ποπ καλλιτέχνη που θα απευθυνθεί σε μεγαλύτερο κοινό, ή και «λουστράρισμα» του χιπ χοπ καλλιτέχνη για να «ταξιδέψει» πέρα από το αρχικό κοινό-στόχο).

Τι έχει να κερδίσει η κυρίαρχη κουλτούρα

- Ⓢ Όσο περισσότερες «υποκουλτούρες» αξιοποιεί η κυρίαρχη κουλτούρα, σε τόσο διαφορετικά κοινά απευθύνεται, κι αυτό είναι μάλλον επιβεβλημένο σε μια εποχή που οι κοινωνίες έχουν μεγάλο βαθμό ποικιλομορφίας και διαφοροποίησης (π.χ. στις ΗΠΑ ένα μπουκέτο καναλιών μπορεί να έχει και κανάλια με αμιγώς ισπανόφωνο πρόγραμμα και παραγωγές), ή κανάλια που απευθύνονται σε ειδικές κατηγορίες (π.χ. Vintage πρόγραμμα για συνταξιούχους, κινούμενα σχέδια για τα παιδιά)
- Ⓢ Αυτό που στην αρχή φαντάζει πρωτόγνωρο και εξωτικό μπορεί σιγά σιγά να γίνει mainstream.

Η «κάτωθεν» διείσδυση πολιτισμικών στοιχείων στη mainstream κουλτούρα

- Ⓢ Όταν μια υποκουλτούρα (π.χ. η ισπανόφωνη ή αφροαμερικανική κουλτούρα στην Αμερική) «διεισδύει» στην κυρίαρχη κουλτούρα:

- Η συγκεκριμένη ανθρώπινη κοινότητα νιώθει ότι «δικαιώνεται» ή «αναγνωρίζεται», παρόλο που έχει επίγνωση ότι αυτό δεν συμβαίνει για το σύνολο της κοινότητας αλλά για συγκεκριμένους εκπροσώπους της.
- Θεωρεί ότι μέσω αυτών των εκπροσώπων μπορεί να διεκδικήσει ορατότητα και περισσότερα δικαιώματα (π.χ. η Kim Kardashian θεωρείται «εκπρόσωπος» της Αρμενίας στα διεθνή lobby, ενώ η ζωή και η δράση της δεν έχει καμία σχέση με την εθνική κουλτούρα της Αρμενίας.
- Η παρουσία και η ορατότητά της «μέσα» στην κυρίαρχη κουλτούρα θεωρείται συχνά ως «εκ των έσω αντίσταση»

Η περίοδος της εξατομίκευσης

- Ⓢ Η πραγματικότητα του 21^{ου} αιώνα περιέχει το παράδοξο μιας κουλτούρας που είναι ταυτόχρονα μαζική και εξατομικευμένη.
- Ⓢ **Μαζική:** Γιατί τα πολιτισμικά αγαθά προβάλλονται, προωθούνται, καταναλώνονται ταχύτατα μέσω του διαδικτύου
- Ⓢ **Εξατομικευμένη:** Γιατί πλέον ο καταναλωτής πολιτισμικού περιεχομένου έχει μια πληθώρα επιλογών, μπορεί να κατασκευάσει το δικό του πολιτισμικό σύμπαν, μέσα από πληθώρα επιλογών στις οποίες έχει εξαιρετικά εύκολη (και με χαμηλό κόστος) πρόσβαση.

Ατομικά καθορισμένα πολιτισμικά αγαθά

- Ⓢ Ο άνθρωπος της σημερινής εποχής έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει τη δική του λίστα πολιτισμικών αγαθών, που προέρχονται από ένα παγκόσμιο δίκτυο.
- Ⓢ Μοιάζει με «πελάτη» σε ένα τεράστιο σουπερμάρκετ που έχει τη δυνατότητα να επιλέξει προϊόντα ανάμεσα σε χιλιάδες μάρκες, δημιουργώντας έτσι το δικό του πολιτισμικό σύμπαν.

Κάποτε και τώρα

Πριν την ψηφιακή εποχή

▣ Επιλέγω τα θεάματα που θα δω:

- Από τους κινηματογράφους της πόλης
- Από τα θέατρα της πόλης
- Από τα τηλεοπτικά κανάλια (ανάλογα με το πρόγραμμά τους)
- Από τα δορυφορικά κανάλια
- Από το βίντεο -dvd

Στην ψηφιακή εποχή

▣ Επιλέγω τα θεάματα που θα δω, (πέρα από τα σινεμά και τα θέατρα της πόλης)

- Από μπουκέτα τηλεοπτικών καναλιών (ελεύθερων. Δορυφορικών, καλωδιακών)
- Από διαδικτυακές πλατφόρμες όπου επιλέγω on demand το πρόγραμμα που θα δω, έναντι συνδρομής
- Από το ελεύθερο διαδίκτυο διά μέσου πλατφορμών όπου ο καθένας μπορεί να δημιουργήσει περιεχόμενο

Κάποτε και τώρα

Πριν την ψηφιακή εποχή

▣ Επιλέγω τη μουσική που θα ακούσω

- Από ζωντανές μουσικές σκηνές
- Από το ραδιόφωνο
- Από τηλεοπτικές μουσικές εκπομπές ή εξειδικευμένα μουσικά τηλεοπτικά

- κανάλια
- Από δίσκους, κασέτες, cd

Στην ψηφιακή εποχή

- ▣ Επιλέγω τη μουσική που θα ακούσω
 - Από ζωντανές μουσικές σκηνές – ράδιο – TV, δίσκους και cd, αλλά και επιπλέον:
 - Από διαδικτυακές πλατφόρμες streaming όπου μπορώ να ακούσω ανά πάσα στιγμή ό,τι κυκλοφορεί τη στιγμή που το θέλω

Κάποτε και τώρα

Πριν την ψηφιακή εποχή

- ▣ Η επιλογή πολιτισμικών αγαθών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την προσφορά (που είναι περιορισμένη: όσα είναι διαθέσιμα και προσβάσιμα από μένα στον τόπο μου)

Στην ψηφιακή εποχή

- ▣ Η επιλογή πολιτισμικών αγαθών εξαρτάται σε μεγαλύτερο βαθμό από τη ζήτηση. Τι θα αναζητήσω δηλαδή ο ίδιος ανάμεσα σε μια πλειάδα διαθέσιμων επιλογών, online και offline

Κάποτε και τώρα

Πριν την ψηφιακή εποχή

- ▣ Η διαφήμιση
 - Απευθύνεται στο μαζικό κοινό
 - Προωθεί αγαθά μαζικής κατανάλωσης
 - Καθορίζει η ίδια σε μεγάλο βαθμό τις προτιμήσεις των καταναλωτών
 - Στηρίζεται στην έμφυτη τάση του ανθρώπου για μίμηση

Στην ψηφιακή εποχή

- ▣ Η διαφήμιση
 - Είναι εξατομικευμένη
 - Προωθεί αγαθά μαζικής κατανάλωσης, αλλά στοχευμένα
 - Η προώθηση γίνεται με βάση τις προτιμήσεις του υποψήφιου καταναλωτή
 - Στηρίζεται στην τάση του ανθρώπου να νιώθει μοναδικός

Κάποτε και τώρα

Πριν την ψηφιακή εποχή

- ▣ Το κοινό:
 - Είναι μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων, χωρίς διακριτά ατομικά χαρακτηριστικά, με κοινό σημείο ότι θαυμάζει και παρακολουθεί κάποιο είδος ή καλλιτέχνη και «καταναλώνει» τα πολιτισμικά αγαθά που σχετίζονται μ' αυτόν

Στην ψηφιακή εποχή

- ▣ Το κοινό:
 - Είναι ένα σύνολο από άτομα που το καθένα επιλέγει το είδος ή τον καλλιτέχνη που ακολουθεί με βάση τις ατομικές του προτιμήσεις, που έχουν καθοριστεί μέσα από προσωποποιημένη διαφήμιση και εξατομικευμένες «μέσω αλγορίθμων» προτάσεις των πλατφορμών («Για Σένα»)

Για όλους, για σένα

Πριν την ψηφιακή εποχή

- Η κυρίαρχη κουλτούρα στόχευε στο να γνωρίσουν τα πολιτισμικά αγαθά της καθολική αποδοχή (σε ευρύτερα ή λιγότερο ευρεία αλλά πάντως πολυπληθή σύνολα)

Στην ψηφιακή εποχή

- Η κυρίαρχη κουλτούρα επιδιώκει τα αγαθά της να μπουν στη λίστα επιλογών όσο το δυνατόν περισσότερων ατόμων που θα τα επιλέξουν μέσα από μια πιο ατομική διαδικασία και σε σχετικά μικρό χρόνο

Για πόσα χρόνια ακόμα θα έχουμε mega stars?

- Ⓞ Μήπως η πολιτισμική παγκοσμιοποίηση σε έναν κόσμο με «εξατομικευμένες» επιλογές οδηγείται προς το τέλος της;
- Ⓞ Μήπως σε λίγο καιρό ο καθένας θα είναι star σε έναν πολύ στενό κύκλο;
- Ⓞ Μήπως θα επαληθευθεί η ρήση του Andy Warhol ότι ο καθένας θα είναι διάσημος για δεκαπέντε λεπτά;
- Ⓞ Μήπως η εποχή των mega stars τελειώνει
 - Ως προς την καθολικότητα της αποδοχής τους;
 - Ως προς το χρονικό διάστημα που «μεσουραρούν»;

Η τεράστια λίστα επιλογών σημαίνει ελευθερία;

- Ⓞ Το γεγονός ότι έχουμε μια τεράστια γκάμα πολιτισμικών αγαθών για να επιλέξουμε, δεν σημαίνει ότι έχουμε την απόλυτη ελευθερία της επιλογής.
- Ⓞ Ποια είναι τα κριτήρια με βάση τα οποία στις διάφορες πλατφόρμες βλέπουμε τα προτεινόμενα για μας;
- Ⓞ Με ποια κριτήρια επιλέγονται οι εξατομικευμένες προτάσεις για μας
- Ⓞ Ο ίδιος μηχανισμός που «παγκοσμιοποιεί» στοιχεία της ποπ κουλτούρας μέσω της διαφήμισης λειτουργεί και στην εποχή της ατομικής διαφήμισης
- Ⓞ Το ότι όλοι μπορούμε να είμαστε δημιουργοί περιεχομένου και να αναρτούμε περιεχόμενο δεν μας δίνει σε καμιά περίπτωση ίσες ευκαιρίες επιλογής σε σύγκριση με πολιτισμικά αγαθά που έχουν την υποστήριξη μεγάλων εταιρειών παραγωγής

Είμαστε στ' αλήθεια ελεύθεροι να επιλέξουμε;

- Ⓞ Και στην εποχή του διαδικτύου, η mainstream κουλτούρα δεν «εκθρονίστηκε» από ένα σύνολο από άπειρες εναλλακτικές «κουλτούρες». Αντίθετα βρήκε τρόπο να ενσωματώνει, να διαχειρίζεται, και να καρπώνεται οικονομικά από την πολυμορφία.
- Ⓞ Την ίδια στιγμή, η πανσπερμία επιλογών που έχει ο καταναλωτής πολιτισμικών αγαθών δημιουργεί πολύ «θόρυβο» στη διαδικασία της επιλογής. Τα άτομα δεν έχουν χρόνο να ακούσουν ό,τι νέο κυκλοφορεί – σε μεγάλο ποσοστό περιορίζονται στις «προτάσεις»
- Ⓞ Πόσες φορές έχουμε άραγε προχωρήσει στη δεύτερη σελίδα των επιλογών αναζήτησης της Google, του YouTube, του Spotify

Είμαι κι εγώ εδώ

- Ⓞ Σε ένα ψηφιακό παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, ο άνθρωπος
 - Από τη μια καλείται να παρακολουθήσει τις «τάσεις»
 - Από την άλλη καλείται ο ίδιος να δημιουργήσει περιεχόμενο για να δείξει ότι υπάρχει (I post, therefore I am)

- Μέσω των κοινωνικών δικτύων ο άνθρωπος
 - Από τη μια παρακολουθεί τα είδωλά του
 - Από την άλλη, μέσω του δικού του λογαριασμού, προσπαθεί να τα ανταγωνιστεί.

Πώς θα ανταγωνιστώ τα είδωλά μου;

- Ⓢ Ο άνθρωπος δεν είναι απλός καταναλωτής πολιτισμικών αγαθών
- Ⓢ Δεν είναι απλός «οπαδός» ενός καλλιτέχνη ή ενός ρεύματος
- Ⓢ Είναι ένας «ακόλουθος» του καλλιτέχνη
- Ⓢ Ταυτόχρονα ο άνθρωπος επιδιώκει και ο ίδιος να έχει «ακολούθους»
- Ⓢ Πώς θα το πετύχει αυτό;
 - Από τη μία, προβάλλοντας τη μοναδικότητά του (θέλω να δείξω ότι ξεχωρίζω)
 - Από την άλλη υιοθετώντας όλα τα μέσα της mainstream κουλτούρας.

Ατομοκεντρική παγκοσμιοποίηση των πολιτισμικών αγαθών

- Ⓢ Αν κάποτε ο άνθρωπος, ανάλογα με τα πολιτισμικά αγαθά που ήθελε να καταναλώνει, αισθανόταν ότι είναι μέρος μιας υποκουλτούρας (π.χ. «είμαι ροκάς», «είμαι Ολυμπιακός», «είμαι κουλτουριάρης», είμαι «κουλτουριάρης», είμαι «χατζιδακικός»)...
- Ⓢ Τώρα νιώθει ότι είναι ένας μοναδικός πελάτης, ο οποίος φτιάχνει μόνος του τη λίστα των αγαθών του, και ότι δεν μοιάζει με κανέναν άλλον

Ποια όμως είναι η λίστα;

- Ⓢ Η «λίστα» των επιλογών όμως δεν καθορίζεται από το ίδιο το άτομο.
- Ⓢ Πιστεύουμε ότι έχουμε την παντοδυναμία της επιλογής από ένα απέραντο φάσμα αγαθών που ούτως ή άλλως δεν θα προλάβουμε να απολαύσουμε και να καταναλώσουμε ποτέ
- Ⓢ Όμως, αυτά που τελικά επιλέγουμε, μας «σερβίρονται»
 - Πρόκειται για αγαθά ούτως ή άλλως προορισμένα για μαζική κατανάλωση (που εμείς νομίζουμε... «χειροποίητα»)
 - Οι μηχανισμοί που μας «προτείνουν» αυτά που τελικά θα καταναλώσουμε είναι συχνά προϊόντα αυτοματοποιημένης τεχνητής νοημοσύνης...

Κι έτσι, από άλλο δρόμο...

- Ⓢ Το άτομο – καταναλωτής, μέσα στο μικρό του σύμπαν, τελικά καταλήγει και ο ίδιος σε ένα σύμπαν μαζικής κουλτούρας, μαζικών – παγκοσμιοποιημένων πολιτισμικών αγαθών.
- Ⓢ Κι έτσι, επιστρέφουμε θεωρώντας τους εαυτούς μας άτομα με ελεύθερες επιλογές... σε μαζική κατανάλωση που έχουν επιλέξει άλλοι, πριν από μας, για μας...

Η ποπ κουλτούρα-οδοστρωτήρας

- ☉ Από πολλούς θεωρείται ότι οι μεγάλες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο entertainment επιβάλλουν μια ενιαία, εμπορική κουλτούρα η οποία
 - Είναι φτιαγμένη για να αρέσει σε όλο τον κόσμο, προκειμένου να φέρει κέρδος
 - Από την άλλη, «διαμορφώνει» τις επόμενες γενιές, καθώς «μαθαίνουν» τα «διεθνή» προϊόντα καθώς αυτά πολλαπλασιάζονται
 - Δημιουργείται έτσι μια «επίπεδη» παγκόσμια αγορά πολιτισμικών αγαθών με «καταναλωτές» που επιθυμούν όλο και περισσότερο προϊόντα μαζικής κατανάλωσης.

Κριτική της ...κριτικής

- ☉ Αυτού του είδους η κριτική, είναι μέρος της «οικονομικής» διάστασης της παγκοσμιοποίησης, αντιμετωπίζει δηλαδή τα πολιτισμικά αγαθά ως αμιγώς οικονομικά αγαθά
- ☉ Θυμίζει την κριτική που έχει ασκηθεί κατά καιρούς στην ιμπεριαλιστική διάσταση του καπιταλιστικού οικονομικού συστήματος (με την έννοια ότι ισχυρές οικονομικές δυνάμεις έχουν αποδουθεί σε έναν ισχυρό ανταγωνισμό προκειμένου να εξασφαλίσουν μεγαλύτερες αγορές) – θυμίζει δηλαδή μια απόπειρα «πολιτιστικής αποικιοκρατίας»
- ☉ Σ' έναν μεγάλο βαθμό αυτός ο ανταγωνισμός υφίσταται – ωστόσο σήμερα δεν μπορούμε εύκολα να διακρίνουμε ποιες είναι οι πολιτισμικές «μητροπόλεις» και ποιες οι πολιτισμικές «αποικίες».

Πολυπλοκότητα

- ☉ Σήμερα, όπως συμβαίνει και στο οικονομικό παγκόσμιο σύστημα, και η «αγορά» του πολιτισμού παγκοσμίως χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερη πολυπλοκότητα, αλλά και πολυκεντρισμό.
- ☉ Η πολιτισμική βιομηχανία, όπως είδαμε, δεν είναι προνόμιο μόνο των μεγάλων αμερικανικών στούντιο, αλλά έχει πολλούς και παγκόσμιους παίκτες, με αποτέλεσμα τα όρια ανάμεσα στην «επιδραστική» μητρόπολη και την «ισοπεδωμένη» περιφέρεια να είναι δυσδιάκριτα.
- ☉ Παράλληλα, οι ίδιες οι μεγάλες εταιρείες δίνουν με τις πλατφόρμες τους βήμα και στους ανώνυμους -που-θέλουν-να-γίνουν-επώνυμοι δημιουργούς περιεχομένου, ευνοώντας μια ποικιλομορφία περιεχομένου, ωστόσο με το αζημίωτο για τις ίδιες

Η παγκοσμιοποίηση - μίκτης

- ☉ Άλλοι διακρίνουν τον κίνδυνο της πολιτιστικής αφομοίωσης – ομογενοποίησης που προέρχεται από την κυριαρχία «παγκόσμιων» πολιτισμικών προτύπων
- ☉ Εδώ η πολιτισμική παγκοσμιοποίηση δεν αντιμετωπίζεται πρωτίστως ως οικονομικό φαινόμενο (μια διάσταση του παγκόσμιου καπιταλισμού) αλλά ως απειλή για τις εθνικές και τοπικές κουλτούρες και ταυτότητες.
- ☉ Η απώλεια ή αλλοίωση της εθνικής ταυτότητας προβάλλεται ως συνέπεια της ανάμιξης πολλών «ξένων» στοιχείων στην τοπική κουλτούρα.

Ποικιλία ερμηνειών – ποικιλία αντιδράσεων

- ☉ Οι ανησυχίες που διατυπώνονται παγκοσμίως για την κυριαρχία μιας «ομογενοποιημένης κουλτούρας» έχουν διάφορα επίπεδα
- ☉ Ξεκινούν από ορθολογικές διαπιστώσεις που βλέπουν το πολύπλοκο πλέγμα οικονομικών συμφερόντων πίσω από την «ομογενοποίηση» και φτάνουν, στις πιο ακραίες περιπτώσεις σε θεωρίες συνωμοσίας, που στοχεύουν στην επικράτηση μιας παγκόσμιας «πολιτισμικής» τάξης πραγμάτων που θα εξαφανίσει τις εθνικές

κουλτούρες.

- Ⓢ Ακόμη και η «ανησυχία» για τις συνέπειες της παγκοσμιοποίησης... έχει παγκόσμια χαρακτηριστικά.

Τι είναι αυτό που κινδυνεύει;

- Ⓢ Αν υποθέσουμε ότι η πολιτισμική παγκοσμιοποίηση συνεπάγεται την αλλοίωση ή/και εξαφάνιση της εθνικής ταυτότητας και κουλτούρας, θα πρέπει να αναρωτηθούμε ποια είναι τα στοιχεία της εθνικής ταυτότητας και κουλτούρας τα οποία απειλούνται.
- Ⓢ Υπάρχει ένας «σκληρός πυρήνας», ένα «γενετικό υλικό» μιας κουλτούρας που κινδυνεύει να προσβληθεί από τον ιό της παγκοσμιοποίησης;
- Ⓢ Αυτό θα είχε βάση αν ο πολιτισμός και οι ταυτότητες που συνδέονται μ' αυτόν είχαν στατικό χαρακτήρα.

Τι είναι το «εθνικό;» που απειλείται;

- Ⓢ Τι συγκροτεί την ουσία μιας εθνικής ταυτότητας για να θεωρήσουμε ότι αυτό απειλείται από την παγκοσμιοποίηση;
 - Η γλώσσα;
 - Η θρησκεία;
 - Η κοινή ιστορία – το κοινό παρελθόν;
 - Τα χαρακτηριστικά της καθημερινότητας;
 - Η «παράδοση» ηθών και εθίμων;

Εθνική κουλτούρα – δυναμικός και όχι στατικός χαρακτήρας

- Ⓢ Στην πραγματικότητα, η εθνική κουλτούρα δεν είναι κάτι το στατικό
- Ⓢ Η ίδια η έννοια του «έθνους» στο πέρασμα των αιώνων έχει διαφορετικές ερμηνείες και χαρακτηριστικά.
- Ⓢ Σήμερα τείνουμε να ταυτίζουμε το έθνος με το «έθνος-κράτος» από τα εθνικά κράτη που δημιουργήθηκαν μετά τη Γαλλική Επανάσταση (ανάμεσα σ' αυτά και το νέο ελληνικό κράτος, όπως το ξέρουμε σήμερα)
- Ⓢ Ωστόσο το «έθνος» (με την έννοια ατόμων με κοινά πολιτισμικά χαρακτηριστικά και τη συναίσθηση ότι έχουν ένα κοινό παρελθόν και κοινό μέλλον) δεν μπορεί ακόμα και σήμερα να ταυτιστεί με το κράτος (δηλαδή την εδαφική επικράτεια, στην οποία κατοικεί ένας λαός, και έχει κάποιο τύπο οργάνωσης και άσκησης της εξουσίας)
- Ⓢ Υπάρχουν πολυεθνικά κράτη (κράτη στα οποία κατοικούν διάφορες πολιτισμικές ομάδες) π.χ. Ρωσία, ΗΠΑ
- Ⓢ Υπάρχουν έθνη που δεν έχουν δικό τους κράτος (π.χ. Κούρδοι)

Ποια «ταυτότητα» απειλείται;

- Ⓢ Οι ταυτότητες των εθνών, ή άλλων μερικότερων πολιτισμικών ομάδων είναι και αυτές δυναμικές:
 - Έχουν χαρακτηριστικά που μεταβάλλονται πιο εύκολα στον χώρο και τον χρόνο (καθημερινές συνήθειες, ήθη, αξίες)
 - Έχουν και χαρακτηριστικά πιο ανθεκτικά στον χώρο και τον χρόνο (γλώσσα, θρησκεία, έθιμα)
 - Ακόμα και τα πιο ανθεκτικά χαρακτηριστικά, που θα μπορούσαμε να δεν παρέμειναν σε καμία εποχή απολύτως αναλλοίωτα.
 - Σε όλες τις εποχές και σε όλες τις κοινωνίες υπάρχει η αλληλεπίδραση, επικράτηση, υποχώρηση, εξασθένιση, εξαφάνιση, σύνθεση νέων στοιχείων που αναπλάθει τις ταυτότητες και τις κρατά «ζωντανές» στη σύγχρονη τους πραγματικότητα.

Και η «παράδοση»:

- ☉ Το κοινό παρελθόν ως στοιχείο της ταυτότητας των ανθρώπων, είναι ένα στατικό στοιχείο, μια και δεν μπορεί εκ των πραγμάτων να μεταβληθεί.
- ☉ Αυτό που μεταβάλλεται είναι το «αποτύπωμα» του παρελθόντος στο παρόν. Ποια δηλαδή από τα στοιχεία του παρελθόντος επιβιώνουν στη σύγχρονη πραγματικότητα.
- ☉ Δεν είναι δεδομένο ότι αυτά τα στοιχεία «πρέπει» εξ ορισμού να διατηρηθούν – π.χ. γιατί «πρέπει» να διατηρηθεί η παράδοση η χήρα γυναίκα να φοράει μαύρα ή να είχε διατηρηθεί ο θεσμός της προίκας;

Η κοινωνία επιλέγει «τι κρατάει και τι πετάει»

- ☉ Οι ταυτότητες και οι κουλτούρες είναι «κοινωνικές κατασκευές»
- ☉ Είναι δηλαδή ένα δυναμικό σύνολο από σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων, των κοινωνικών ομάδων, των θεσμών της κοινωνίας
- ☉ Αυτό που είναι «ελληνική ταυτότητα» σήμερα δεν είναι αναγκαίο να ταυτίζεται με αυτό που ήταν «ελληνική ταυτότητα» πριν 100 χρόνια
- ☉ Δεν έχει νόημα να αναζητούμε τα «γηγενή» και τα «ξενόφερτα» στοιχεία ενός πολιτισμού, μια και η διαδικασία που τα διάφορα πολιτισμικά στοιχεία εισάγονται σε μια κουλτούρα είναι πολύ πιο σύνθετη και πολύ πιο δημιουργική από ένα απλοϊκό «Αυτό ήταν ελληνικό, και αυτό ήρθε απ' έξω».
- ☉ Τα πολιτισμικά στοιχεία που επιβιώνουν και αναπτύσσονται αλλά και εκείνα που θα παρακμάσουν και θα φύγουν τελικώς καθορίζονται από την ίδια την κοινωνία
- ☉ Η κοινωνία τελικώς θα επιλέξει «τι κρατάει» και «τι πετάει»

Δυναμικότητα, αλλά όχι βιαιότητα στην αλλαγή

- ☉ Συνήθως οι βίαιες προσπάθειες αλλαγής της ταυτότητας μιας κοινωνίας ή μιας κοινωνικής ομάδας (ως αποτέλεσμα κάποιας πολιτικής, ή ως συνέπεια ενός «σχεδίου» οικονομικής, κοινωνικής, πολιτισμικής επέκτασης) δεν κατορθώνουν να έχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα.
- ☉ Συχνά οι κοινωνικές ομάδες που «πιέζονται» να αλλάξουν περιχαράκωνονται γύρω από στοιχεία που θεωρούν ότι είναι η ταυτότητά τους.
- ☉ Η διά της βίας επιβολή πολιτισμικών στοιχείων ούτως ή άλλως κρίνεται και επικρατεί ή ηττάται μέσα στην κοινωνία. Αυτό συχνά απαιτεί μακρόχρονες διαδικασίες προσαρμογής

Η περιχαράκωση δεν είναι λύση

- ☉ Κοινωνίες ή ομάδες που περιχαράκωνονται γύρω από αυτά που θεωρούν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους δεν μπορούν να αναπτυχθούν, να εξελιχθούν, μέσω της αλληλεπίδρασης.
- ☉ Μια κοινωνία ή κοινότητα απομονωμένη και φοβική είναι καταδικασμένη στο να αναπαράγει το παρελθόν της (με όλα τα καλά και τα κακά που αυτό περιέχει) – ωστόσο είναι δύσκολο να παρακολουθήσει την παγκόσμια εξέλιξη, είναι δύσκολο τα μέλη της να έχουν τη δυνατότητα κοινωνικής κινητικότητας για να μπορέσουν να διεκδικήσουν την ευημερία τους.

Από την άλλη, σεβασμός στην ποικιλομορφία

- ☉ Από την άλλη, μέσα σε μια παγκοσμιοποιημένη οικονομία, και συνακόλουθα κουλτούρα, ο σεβασμός των πολιτισμικών χαρακτηριστικών των κατά τόπους κοινωνιών ή ομάδων πρέπει να αποτελεί βασική αξία.
- ☉ Δεν είναι αυτοσκοπός να διατηρήσει κανείς «στη φορμόλη» τα τοπικά πολιτισμικά στοιχεία που οι ίδιες οι κοινωνίες «παραμερίζουν» σταδιακά. Το ότι σέβομαι, καταγράφω και μελετώ το «παλιό» δεν σημαίνει ότι είναι υποχρεωτικό να το

«νεκραναστήσω».

- ☉ Από την άλλη, είναι επιβεβλημένο να σέβεται κανείς την επιλογή των κοινωνικών ομάδων να διατηρούν τα τοπικά πολιτισμικά στοιχεία που στη συγκεκριμένη χρονική στιγμή θεωρούν ότι συγκροτούν την ταυτότητά τους.

Συνύπαρξη και ποικιλομορφία

- ☉ Μπορούμε να τραγουδάμε τα ίδια ποπ τραγούδια αλλά και ο καθένας στο χωριό του να χορεύει τους παραδοσιακούς του χορούς, όχι επειδή «πρέπει» να διατηρηθεί η παράδοση, αλλά επειδή νιώθουμε ότι μ' αυτόν τον τρόπο αισθανόμαστε την ίδια διονυσιακή χαρά που κατακλύζει τους ανθρώπους από τα πανάρχαια χρόνια σε κυκλικούς χορούς.
- ☉ Αυτό που μας ενώνει πραγματικά και συγκροτεί την ταυτότητά μας είναι σίγουρο ότι θα αντέξει στον χρόνο.

Τι είναι πρόοδος τελικά;

- ☉ Η διατήρηση του παρελθόντος ως αυτοσκοπός δεν είναι πρόοδος
- ☉ Ούτε όμως και η «κατάργηση» του παρελθόντος ως βήμα προόδου είναι πραγματική πρόοδος
- ☉ Ο φόβος αποχωρισμού από το παρελθόν είναι ίδιος με την αγωνία να είμαστε «μοντέρνοι» ή πλέον «μεταμοντέρνοι». Γιατί και η άποψη ότι πρέπει να αλλάξουμε τα πάντα γιατί το παρελθόν μας κρατάει πίσω είναι μια βαθύτατα συντηρητική άποψη, και καθόλου «καινοτόμος»
- ☉ Το παλιό και το καινούριο συνυπάρχουν, συνδιαμορφώνονται, αλλάζουν συνεχώς - κι αυτό συνέβαινε στην ανθρωπότητα πολύ πριν από την εποχή των κοινωνικών δικτύων και της παγκόσμιας οικονομίας
- ☉ «Τα πάντα ρει» είχε πει ο Ηράκλειτος – κι αυτός είναι ένας ενεστώτας που κρατάει χιλιάδες χρόνια...

γίνονται στον μέσο καταναλωτή (όπως είχε συμβεί και με τα «συμβατικά αυτοκίνητα» στην εποχή της Ford T)

- ⊗ Οι παγκόσμιες πωλήσεις ενός εξελιγμένου και προσιτού μοντέλου κινητού τηλεφώνου μπορούν να κινητοποιήσουν εταιρείες για την παγκόσμια κυκλοφορία του
- ⊗ Η κυκλοφορία προϊόντων χοιρινού σε μουσουλμανικές χώρες ή προϊόντων από κρέας σκύλου σε ευρωπαϊκές χώρες συναντά πολιτισμικά εμπόδια, παρόλο που είναι ικανή να καλύψει διατροφικές ανάγκες

Το είδος

⊗ Άυλο – πολιτισμικό αγαθό (έργο κάποιας μορφής τέχνης, μουσικής, κινούμενης εικόνας, διαδικτυακής εφαρμογής κλπ):

- Γλώσσα [είναι μια γλώσσα κατανοητή από ευρύ ακροατήριο:]
- Προσβασιμότητα [είναι προσβάσιμο εύκολα σε όλον τον κόσμο; - η ψηφιακή εποχή έχει διευρύνει τη δυνατότητα να μπορούμε να διαβάσουμε, να ακούσουμε, να παρακολουθήσουμε πολιτισμικά αγαθά απ' όλον τον κόσμο]
- Περιεχόμενο: [Το θέμα του είναι «υπερτοπικό;» Μπορεί να αφορά ανθρώπους πέρα από τα στενά όρια μιας τοπικής κοινωνίας;]
- Οικονομική αξία της κυκλοφορίας του αγαθού
- Έλλειψη πολιτισμικών εμποδίων

- ⊗ Ένα τραγούδι στα αγγλικά μπορεί να έχει καλύτερη τύχη από ένα τραγούδι στα ελληνικά
- ⊗ Μια ταινία που κυκλοφορεί αποκλειστικά στα σινεμά είναι πιο δύσκολο να κάνει παγκόσμια επιτυχία από μια ταινία που είναι διαθέσιμη σε όλες τις διαδικτυακές πλατφόρμες
- ⊗ Ένα σίριαλ με αισθηματικό περιεχόμενο ενδέχεται να έχει μεγαλύτερη επιτυχία από ένα που αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο ιστορικό γεγονός μιας συγκεκριμένης χώρας
- ⊗ Μια ταινία δράσης με υπερήρωες μπορεί να κόψει περισσότερα εισιτήρια και να φέρει περισσότερα έσοδα στον παραγωγό από μια πιο καλλιτεχνική ταινία
- ⊗ Μια ταινία με τολμηρές ερωτικές σκηνές ενδέχεται να μην είναι αποδεκτή από το κοινό συγκεκριμένων χωρών με αυστηρότερους κανόνες λογοκρισίας

Το είδος: κοινωνικοί θεσμοί

⊗ Η διαδικασία εξαγωγής και «διεθνοποίησης» κοινωνικών θεσμών είναι πιο πολύπλοκη.

- μια και ένας θεσμός δεν είναι ένα μεμονωμένο πολιτισμικό αγαθό, αλλά ένα σύστημα διαδικασιών και σχέσεων
- Υπάρχουν διαμορφωμένοι «παγκόσμιοι» θεσμοί, οι οποίοι όμως έχουν διαφορετικά κατά τόπους χαρακτηριστικά (π.χ. οικογένεια, εκπαίδευση υπάρχουν σε όλες σχεδόν τις κοινωνίες, με μεγάλο βαθμό διαφοροποίησης'ως προς τα επιμέρους χαρακτηριστικά)

- ⊗ Π.χ. πολιτικός γάμος, σύμφωνο συμβίωσης, γάμος μεταξύ ατόμων του ίδιου φύλου, ελεύθερη συμβίωση, υιοθεσία: Είναι δύσκολο οι θεσμοί αυτοί να «παγκοσμιοποιηθούν» παρόμοια σε όλον τον κόσμο, καθώς η διαδικασία είναι πολύ πιο σύνθετη, δυναμική και διαφορετική.

Το είδος: κοινωνικές αξίες

⊗ Οι κοινωνικές αξίες (π.χ. δημοκρατία, φιλία, αλληλεγγύη, πλούτος, δικαιοσύνη, ισότητα) είναι κι αυτές ενταγμένες σε ένα σύστημα αξιών – σε ένα περιβάλλον όπου

αλληλεπιδρούν και το οποίο συνδιαμορφώνουν.

☉ Αυτό σημαίνει ότι μια «αξία» δεν μπορεί να εξαχθεί και να παγκοσμιοποιηθεί όπως ένα άλλο πολιτισμικό αγαθό

- Γιατί οι διαφορετικές κουλτούρες ενδεχομένως αντιλαμβάνονται τις αξίες αυτές με διαφορετικό τρόπο (π.χ. η έννοια «δημοκρατία» σημαίνει κάτι διαφορετικό στην αρχαία Αθήνα = άμεση δημοκρατία, και στη σημερινή Ευρώπη (=αντιπροσωπευτική δημοκρατία), ενώ σήμαινε κάτι άλλο στην ανατολική Ευρώπη την εποχή των σοσιαλιστικών κρατών (=λαϊκή δημοκρατία), ή σήμερα στην Τουρκία (=Τουρκική Δημοκρατία)
- Γιατί αυτές οι κουλτούρες συχνά δεν αντιλαμβάνονται τις συγκεκριμένες αξίες (π.χ. οι ιθαγενείς αμερικανοί δεν αντιλαμβάνονταν την αξία της κερδοσκοπικής εκμετάλλευσης του φυσικού περιβάλλοντος που έφεραν οι Ευρωπαίοι άποικοι)

Η εξαίρεση: Το «ιδιότυπο» πολιτισμικό στοιχείο

☉ Πολλές φορές πολιτισμικά στοιχεία που δεν εκπληρώνουν τις προϋποθέσεις που προαναφέρθηκαν προσλαμβάνουν παγκόσμιες διαστάσεις, όχι επειδή είναι «εύκολα αποδεκτά», αλλά επειδή είναι «ιδιότυπα» – έχουν κάτι που τα κάνει να ξεχωρίζουν από τα άλλα, τους προσδίδει μια ιδιαίτερη ταυτότητα.

☉ Η ιδιαίτερη ταυτότητα, ωστόσο, είναι ένα χαρακτηριστικό τεράστιου αριθμού πολιτισμικών στοιχείων. Γιατί λοιπόν κάποια «ιδιότυπα» στοιχεία ξεπερνούν το τοπικό στοιχείο και αποκτούν παγκόσμιες διαστάσεις;

☉ Θα πρέπει να αναζητήσουμε την απάντηση στους μηχανισμούς της διαφήμισης και της μόδας, στις διαδικασίες δηλαδή και τους μηχανισμούς μέσω των οποίων παγκοσμιοποιείται ένα πολιτισμικό στοιχείο.

☉ Το «παραξένισμα» του μεγάλου κοινού από κάτι ιδιότυπο, μπορεί να το εισάγει το ιδιότυπο αυτό πολιτισμικό φαινόμενο στην παγκόσμια «πολιτισμική σκακιέρα» δεν αρκεί όμως από μόνο του για να το εδραιώσει σε αυτήν, να το κάνει να ενσωματωθεί και να αλληλεπιδράσει σε διεθνές ή και παγκόσμιο επίπεδο.

Το περιβάλλον ανάπτυξης του στοιχείου

- ☉ Ακόμη κι αν ένα πολιτισμικό στοιχείο έχει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που μπορούν να το βοηθήσουν να απευθυνθεί και να «καταναλωθεί» σε ένα ευρύτατο ακροατήριο, καθοριστικός παράγοντας για το αν θα το επιτύχει είναι και το περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσεται.
- ☉ Το περιβάλλον (οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό) είναι σαν το «χωράφι» που πέφτει ένας σπόρος. Μπορεί να δώσει την ώθηση για να αναπτυχθεί ένα πολιτισμικό στοιχείο, ή να αποθαρρύνει και να εκμηδενίσει εν τέλει την καλλιέργεια και διάδοσή του.

Ένας μουσικός σε ένα υποστηρικτικό περιβάλλον

- ☉ Ο Χ ασχολείται με τη σύνθεση τραγουδιών. Ονειρεύεται να αποκτήσει διεθνή φήμη, και γι' αυτό γράφει στην αγγλική γλώσσα και με μέινστριμ στίχους.
- ☉ Ζει σε μια μεγάλη πόλη, όπου υπάρχουν ωδεία, μπορεί να παρακολουθήσει συναυλίες, να βρει παραγωγούς και στούντιο ηχογράφησης, να σπουδάσει μουσική, να παίξει τα τραγούδια του σε μουσικές σκηνές
- ☉ Έχει ενθάρρυνση από την οικογένειά του και το φιλικό του περιβάλλον
- ☉ Έχει την οικονομική δυνατότητα να προμηθευτεί τα κατάλληλα όργανα και υλικά.
- ☉ Έχει πρόσβαση σε στελέχη της βιομηχανίας του θεάματος

Ένας μουσικός σε ένα μη υποστηρικτικό περιβάλλον

- ☉ Ο Χ ασχολείται με τη σύνθεση τραγουδιών. Ονειρεύεται να αποκτήσει διεθνή φήμη, και γι' αυτό γράφει στην αγγλική γλώσσα και με μέινστριμ στίχους.

- ☉ Ζει σε μια μικρή πόλη, όπου δεν υπάρχουν ωδεία, δεν μπορεί να παρακολουθήσει συναυλίες, να βρει παραγωγούς και στούντιο ηχογράφησης, να σπουδάσει μουσική, να παίζει τα τραγούδια του σε μουσικές σκηνές
- ☉ Η οικογένεια και το φιλικό του περιβάλλον τον αποκαλούν ψώνιο και δεν υποστηρίζουν τη δράση του
- ☉ Δεν έχει την οικονομική δυνατότητα να προμηθευτεί τα κατάλληλα όργανα και υλικά, ούτε τον χρόνο για να αφιερωθεί στην παραγωγή της μουσικής του, αφού είναι αναγκασμένος να δουλέψει για να ζήσει
- ☉ Δεν έχει πρόσβαση σε στελέχη της βιομηχανίας του θεάματος

Οι καθοριστικές συνθήκες

- ☉ Επομένως, πέρα από τα ίδια τα χαρακτηριστικά ενός πολιτισμικού στοιχείου, οι συνθήκες μέσα στις οποίες διαμορφώνεται είναι σε θέση είτε να επιτρέψουν τη διάδοσή του, είτε να την περιορίσουν.
- ☉ Ιστορικές συνθήκες: Έργα πολιτισμού που δημιουργούνται σε συνθήκες πολέμου ή κοινωνικής αναταραχής συχνά περνούν απαρατήρητα (υπάρχουν όμως και οι περιπτώσεις που αυτές οι δύσκολες συνθήκες δίνουν ώθηση στο να έχουν περισσότερη απήχηση στον κόσμο. Το «Ημερολόγιο της Άννας Φρανκ» είναι ένα τέτοιο παράδειγμα, μόνο που η ίδια η Άννα Φρανκ δεν μπόρεσε να χαρεί τους καρπούς της επιτυχίας του έργου της.

Οι καθοριστικές συνθήκες

- ☉ Οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες: Η συγκεκριμένη οικονομική και κοινωνική συγκυρία μπορεί να είναι αποτρεπτική ή ενθαρρυντική για τη διάδοση ενός πολιτισμικού στοιχείου.
 - Κοινωνικά παντοπωλεία και κοινωνικές κουζίνες στην εποχή της οικονομικής κρίσης
 - Άνοδος του home entertainment παγκοσμίως και αντίστοιχη πτώση των εισιτηρίων των κινηματογράφων στην εποχή της πανδημίας
 - Γιγάντωση εφαρμογών eshopping, delivery, tiktok στην εποχή της καραντίνας
 - Κατάρρευση της παραδοσιακής δισκογραφίας λόγω της εύκολης αναζήτησης μουσικής στις διαδικτυακές πλατφόρμες
 - Η απώλεια εσόδων από τη δισκογραφία ώθησε πολλούς καλλιτέχνες να αυξήσουν τις ζωντανές εμφανίσεις και περιοδείες τους παγκοσμίως
 - Η πανδημία έφερε άνηση παγκοσμίως και στις πλατφόρμες εξ αποστάσεως εκπαίδευσης
- ☉ Στις ισλαμικές χώρες, προσαρμογή της βιομηχανίας της μόδας στις «απαιτήσεις» ενδυμασίας των γυναικών (χιτζάμπ, μπουρκίνι)
- ☉ Φυγή πολλών καλλιτεχνών από τη Ρωσία, λόγω της λογοκρισίας που επιβλήθηκε μετά την εισβολή στην Ουκρανία
- ☉ Απαγόρευση βιβλίων στις ΗΠΑ λόγω «πολιτικής ορθότητας»
- ☉ Διαδηλώσεις στην Ελλάδα στην δεκαετία του 1980 όταν προβλήθηκε η ταινία «Ο τελευταίος πειρασμός» βασισμένη στο μυθιστόρημα του Νίκου Καζαντζάκη
- ☉ Δεν είναι μόνο οι νόμοι ή οι ηθικοί ή θρησκευτικοί κανόνες που ενθαρρύνουν ή αποθαρρύνουν την καλλιέργεια και τη διάδοση των πολιτισμικών στοιχείων
- ☉ Πολλές φορές οι ίδιοι οι υποψήφιοι παραγωγοί πολιτισμικών στοιχείων λειτουργούν «περιοριζόμενοι» ή «κατευθυνόμενοι» από την περιρρέουσα ατμόσφαιρα, χωρίς δηλαδή κάποιος να τους υποχρεώνει «προσαρμόζονται» στην πραγματικότητα προκειμένου να μπορούν να επιβιώσουν ή να «ακουστούν». Αυτό περιορίζει τη δημιουργική τους ελευθερία.

Παραδείγματα

- Ⓜ Η «μόδα» των «ελληνάδικων» στη δεκαετία του 1990 οδήγησε πολλούς ποπ τραγουδιστές να αλλάξουν το ρεπερτόριό τους προσαρμόζοντάς το στις πιο κερδοφόρες νόρμες του «λαϊκού» τραγουδιού (δηλαδή αυτού που είχε διαμορφωθεί ως τραγούδι πίστας). Αυτό είχε ως συνέπεια κάποιοι να απογοητεύσουν το κοινό τους, χωρίς αναγκαστικά να «κερδίσουν» μεγαλύτερο μέρος του κοινού.
- Ⓜ Τέχνες που είναι «ακριβότερες» (όπως ο κινηματογράφος ή η τηλεόραση) σε δύσκολες οικονομικά περιόδους δεν αφήνουν περιθώρια πειραματισμών σε πιο εναλλακτικές προτάσεις. Και οι ίδιοι οι δημιουργοί «περιόρισαν» τις επιλογές τους σε πιο συμβατικές κατευθύνσεις, προκειμένου να βρουν επενδυτές και να υλοποιήσουν το έργο τους.

Η «απελευθέρωση» της δημοσιοποίησης του περιεχομένου

- Ⓜ Θεωρούμε συχνά ότι η δυνατότητα δημιουργίας περιεχομένου μέσα από παγκόσμιες πλατφόρμες (YouTube, Instagram, TikTok, Spotify, Soundcloud) απελευθερώνει τη διαδικασία διάδοσης πολιτισμικού περιεχομένου, παρέχοντας τη δυνατότητα προβολής του σε όλον τον κόσμο, χωρίς τη διαμεσολάβηση «τρίτων» (π.χ. εταιρειών παραγωγής μουσικής ή κινούμενης εικόνας, εκδοτικών οίκων κλπ.)
- Ⓜ Πράγματι, όλοι έχουμε τη δυνατότητα να βάλουμε τη δουλειά μας σε ένα «παγκόσμιο ράφι», με δυνατικούς «πελάτες» όλους τους πολίτες της γης.
- Ⓜ Το ζητούμενο είναι όμως αν έχουμε την ίδια δυνατότητα να δουν όλοι τη δουλειά μας, σε σχέση με τους παραδοσιακούς «διανομείς» πολιτισμικού περιεχομένου;

Υπάρχω παγκοσμίως δεν σημαίνει είμαι παγκόσμιος

- Ⓜ Η δυνατότητα να δημιουργήσουμε και να αναρτήσουμε πολύ ευκολότερα σε σχέση με το παρελθόν υλικό στις διαδικτυακές πλατφόρμες με τη βοήθεια καινοτόμου λογισμικού, δεν μας κάνει αναγκαστικά «παγκόσμιους»
- Ⓜ Αυτό που κάνει παγκόσμιο κάτι είναι τελικώς η διαδικασία με την οποία «παγκοσμιοποιείται» ένα πολιτισμικό αγαθό.
- Ⓜ Αυτή η διαδικασία έχει διαφοροποιηθεί σε σχέση με το παρελθόν, αλλά δεν σημαίνει ότι βρισκόμαστε σε μια «πολιτισμική παγκόσμια δημοκρατία».
- Ⓜ Η παγκοσμιοποίηση ενός πολιτισμικού στοιχείου εξακολουθεί να είναι ζήτημα που κρίνεται περισσότερο από την πολιτισμική του αξία και καθορίζεται με οικονομικά κίνητρα από τους διαμορφωτές των παγκόσμιων πολιτισμικών τάσεων.

Ο πληθωρισμός προσφερόμενων αγαθών

- Ⓜ Ο τεράστιος όγκος περιεχομένου που ανεβαίνει στο διαδίκτυο παγκοσμίως δημιουργεί έναν πρωτοφανή πληθωρισμό περιεχομένου, μια τεράστια προσφορά πολιτισμικών αγαθών.
- Ⓜ Το υλικό που παράγεται άλλωστε συσσωρεύεται με το υλικό που έχει ήδη παραχθεί στο παρελθόν και μέσω της ψηφιοποίησης προστίθεται στο σημερινό υλικό.
- Ⓜ Αυτή η πληθώρα αγαθών «προς κατανάλωση» είναι αναντίστοιχη με την σε πραγματικό χρόνο ζήτηση πολιτισμικών αγαθών.

Ζήτηση < Προσφορά

- Ⓜ Στην υπερπροσφορά των πολιτισμικών αγαθών, η ζήτηση είναι αναντίστοιχη.
- Ⓜ Αυτό οφείλεται στο ότι οι «καταναλωτές» πολιτισμού έχουν περιορισμένο χρόνο (ακόμη κι αν υποθέσουμε ότι η κατανάλωση πολιτισμικών αγαθών καταλαμβάνει το 100% του χρόνου όλων των ανθρώπων επί γης) οι άνθρωποι δεν έχουν τη δυνατότητα

να «επεκτείνουν» αυτή την κατανάλωση, με την ίδια δυνατότητα που επεκτείνονται τα προσφερόμενα πολιτισμικά αγαθά.

- ☉ Αυτό στον μεν καταναλωτή πολιτισμικών αγαθών δίνει περισσότερα περιθώρια επιλογών, αλλά στους παραγωγούς και αυτούς που επαγγελματικά ασχολούνται με την παραγωγή και τη διάδοση των πολιτισμικών αγαθών (δηλαδή τις εταιρείες παραγωγής, μεγαλύτερες και μικρότερες) δημιουργεί μια επιπλέον πρόκληση.

Η πρόκληση

- ☉ Με ποια διαδικασία θα «ξεχωρίσουν» τα αγαθά που θα κυριαρχήσουν παγκοσμίως από την πληθώρα των προσφερόμενων αγαθών και τάσεων που είναι πλέον διαθέσιμη online?
- ☉ Στο παρελθόν: Η διαδικασία ήταν απλούστερη.
 - Τα πολιτισμικά αγαθά παράγονταν και διανέμονταν με συγκεκριμένες «διαδρομές» από συγκεκριμένα σημεία πώλησης («παραδοσιακά» καταστήματα ρούχων, βιβλίων, δίσκων κλπ.)
 - Οι μεγάλες εταιρείες μπορούσαν να ελέγξουν, εκτός από την παραγωγή και την προβολή των συγκεκριμένων αγαθών μέσα από τα συγκεκριμένα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας.
- ☉ Άλλοτε, οι παραγωγοί πολιτισμικών αγαθών, για να διαδοθούν αυτά, έπρεπε να περάσουν από το «φίλτρο» των παραγωγών δημόσιου περιεχομένου (των Μ.Μ.Ε.)
- ☉ Η εταιρεία π.χ. έστειλε το demo του τραγουδιού στα ραδιόφωνα, έκλεινε τις κατάλληλες συνεντεύξεις στα έντυπα και τις εμφανίσεις στην τηλεόραση, έστειλε τα video στα κανάλια, έκανε την τοποθέτηση του αγαθού στα αντίστοιχα καταστήματα, και καθιστούσε το αγαθό:
 - Προσπελάσιμο (μπορούσες να το βρεις σχετικά εύκολα)
 - Γνωστό (γνώριζες την ύπαρξή του)
 - Επιθυμητό (επιθυμούσες να το αποκτήσεις, να το καταναλώσεις)

Σήμερα

- ☉ Το «προσπελάσιμο» είναι εφικτό απ' όλους μας – Κάθε δημιουργός περιεχομένου μπορεί να εξασφαλίσει την εύκολη πρόσβασή του από τις διαδικτυακές πλατφόρμες
- ☉ Το «γνωστό» και το «επιθυμητό» εξακολουθούν να αποτελούν μηχανισμούς τους οποίους εξακολουθούν να ελέγχουν οι «μεγάλοι παίκτες» που διαμορφώνουν τις τάσεις.
- ☉ Το βίντεό μου είναι στο YouTube, πώς όμως θα γίνω γνωστός; Και πώς θα επιθυμούν οι άνθρωποι σε όλον τον κόσμο να χρησιμοποιήσουν αυτό που τους προσφέρω;

Μόνος μου; Δύσκολο...

- ☉ Δεν αποκλείεται η πιθανότητα ένα πολιτισμικό αγαθό να αποκτήσει παγκόσμια διάσταση χωρίς να ενταχθεί στις διαδικασίες των μεγάλων εταιρειών – διαμορφωτών παγκόσμιων τάσεων.
- ☉ Παραδείγματα: Επιτυχίες μέσω YouTube, Tiktok κλπ.
- ☉ Συχνά αυτό είναι προϊόν τυχαιότητας ή μιας συγκεκριμένης συγκυρίας και δεν συναρτάται με την ποιότητα του αγαθού. Μπορεί εκατομμύρια παρόμοια αγαθά να μην γνωρίσουν αντίστοιχη απήχηση.
- ☉ Ακόμη και η «πρώτη γνωριμία» με το παγκόσμιο κοινό να στηρίζεται στην τυχαιότητα ή τη συγκυρία, η διατήρηση στην επικαιρότητα και η διάρκεια χρειάζεται την υποστήριξη των «κυρίαρχων» διαδικασιών πολιτισμικής παγκοσμιοποίησης.
- ☉ Μπορεί λοιπόν κάποιος να εξασφαλίσει την αναγνωρισιμότητα, ωστόσο η συνέχιση της

«κατανάλωσης» του πολιτισμικού αγαθού είναι μια άλλη υπόθεση.

Οι μηχανισμοί της δημοσιοποίησης

- Ⓢ Πέρα από την τυχαιότητα ή τη συγκυρία, τα «παγκόσμια» αγαθά, επειδή είναι εμπορεύματα, εμπεριέχουν δηλαδή οικονομική αξία, είναι προϊόν επένδυσης και βασίζονται στην προσδοκία μεγάλων κερδών.
- Ⓢ Οι μηχανισμοί γνωστοποίησης και γέννησης της επιθυμίας κατανάλωσης, επομένως, έχουν θέση και στη νέα πραγματικότητα, και χρησιμοποιούνται, προσαρμοσμένοι στα δεδομένα της εποχής, από τους «διαμορφωτές τάσεων»
- Ⓢ Οι δημόσιες σχέσεις, οι επικοινωνιακές στρατηγικές, η διαφήμιση, είναι εργαλεία της πολιτισμικής παγκοσμιοποίησης που χρησιμοποιούνται με μεγαλύτερη ένταση σήμερα, καθώς το πεδίο εφαρμογής τους είναι πολύ πιο πολύπλοκο.

Για να γίνεις γνωστός...

- Ⓢ Πρέπει να ακολουθήσεις έναν μηχανισμό που θα εξασφαλίζει...
 - Την προβολή σου από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης
 - Την παρουσία σου στα κοινωνικά δίκτυα
 - Την προσωποποιημένη διαφήμισή σου μέσω του διαδικτύου στο κοινό στο οποίο στοχεύεις.
- Μπορεί η μαζική διαφήμιση να μην είναι πλέον τόσο αποτελεσματική, ωστόσο η προσωποποιημένη διαφήμιση είναι περισσότερο από ποτέ αναγκαία

Για να έχεις διάρκεια...

- Ⓢ Αντίστοιχα, η διάρκεια (δηλαδή ο οικονομικός κύκλος ζωής) ενός παγκόσμιου πολιτισμικού αγαθού, είναι κι αυτή αποτέλεσμα συγκροτημένης στρατηγικής.
- Ⓢ Ακόμη κι αν ένα πολιτισμικό στοιχείο εδραιωθεί η κυριαρχήσει σε μια κοινωνία, η συνέχειά του εξαρτάται από την επικοινωνιακή του υποστήριξη
- Ⓢ Στη σημερινή εποχή αυτό είναι ακόμη εντονότερο, καθώς διαρκώς έχουμε διαθέσιμα προς κατανάλωση όλο και περισσότερα προσφερόμενα πολιτισμικά αγαθά
- Ⓢ Αυτή η «διάρκεια» έχει τα οικονομικά χαρακτηριστικά της απόσβεσης ή κερδοφορίας μιας επένδυσης, επομένως ελέγχεται και αυτή από μεγάλες εταιρείες παραγωγής και διαχείρισης πολιτισμικών αγαθών.

Η διάρκεια «μικραίνει», η ποικιλία «μεγαλώνει».

- Ⓢ Η διαχείριση των πολιτισμικών αγαθών ως εμπορεύματα έχει συνέπειες και στην ίδια τη φύση του αγαθού:
 - Μικρότερη διάρκεια (τα τραγούδια αισθητά κάτω από τα 3 λεπτά, οι ταινίες γύρω στα 90 λεπτά, τα σίριαλ σε κύκλους όχι μεγαλύτερους των 8-12 επεισοδίων)
 - Μικρότερη διάρκεια videos (από τα YouTube videos στα ελάχιστα δευτερόλεπτα των TikToks)
 - Εναλλακτικές μορφές που επιτρέπουν την ταυτόχρονη κατανάλωση πολιτισμικών αγαθών, σε μια προσπάθεια να «επεκτείνουμε» τον ωφέλιμο χρόνο (audiobooks ή εφαρμογές που χρησιμοποιείς για να ακούσεις μουσική την ώρα που αθλείσαι, οθόνες στα γυμναστήρια, σε αίθουσες αναμονής και τερματικούς σταθμούς)
 - Μικρότερη «διάρκεια ζωής» των ειδώλων, και γρήγορη αντικατάστασή τους από νέα.

- Μεγαλύτερη ποικιλία πολιτισμικών αγαθών για να μπορούν να καλύψουν περισσότερες επιμέρους πολιτισμικές ομάδες (υποκουλτούρες)

Από την οικονομία... στην οικονομία

- Ⓢ Αν η πολιτισμική παγκοσμιοποίηση έχει αφετηρία το οικονομικό φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης η σημερινή πραγματικότητα σε επίπεδο διαμόρφωσης στοιχείων παγκόσμιας κουλτούρας καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από οικονομικούς παράγοντες.
- Ⓢ Ακόμη και η πολυπολιτισμικότητα αξιοποιείται από τα οικονομικά συμφέροντα ως εμπορεύσιμο προϊόν.
- Ⓢ Το ίδιο συμβαίνει ακόμη και με ανθρωπιστικές αξίες. Συχνά ο «δυτικός τρόπος ζωής» και οι συνοδευτικές αξίες του είναι και δίαυλοι για την είσοδο καταναλωτικών αγαθών σε αγορές.
- Ⓢ Αντίστοιχα και μέσα από υποκουλτούρες, πολιτισμικά στοιχεία παγκοσμιοποιούνται, αποκτούν εμπορική αξία και συχνά αυτονομούνται από το σύστημα αξιών από το οποίο προέρχονται
- Ⓢ Αυτό δεν συμβαίνει μόνο με τα δυτικά πολιτισμικά αγαθά.
- Ⓢ (π.χ. γιόγκα, φενγκ-σού: Από στοιχεία περισσότερο πνευματικά ενταγμένα σε μια ανατολική φιλοσοφία, γίνονται εμπορεύσιμα αγαθά, στο πλαίσιο μιας διαρκούς αναζήτησης αγαθών που όταν καταναλωθούν προσφέρουν το «ευ ζην»

Το «ευ ζην» ως αξία και ως εμπόρευμα

- Ⓢ Το «ευ ζην» η ευζωία, σε επίπεδο υγείας, εμφάνισης, ψυχαγωγίας, αξιών γίνεται οικονομικό αγαθό – πάνω σ' αυτό γίνονται επενδύσεις, πραγματοποιούνται κέρδη, εξελίσσονται ανταγωνισμοί.
- Ⓢ Η παγκόσμια διάδοση μιας τάσης, ενός πολιτισμικού στοιχείου ή μιας αξίας καθορίζεται περισσότερο από τις οικονομικές της διαστάσεις παρά από το ιδεολογικό της φορτίο
- Ⓢ Ωστόσο, πέρα από τις διαστάσεις αυτές, που προσπορίζουν μεγάλα οφέλη σε πολυεθνικές εταιρείες, υπάρχουν και «παράπλευρες ωφέλειες» για τις κοινωνίες.

Οι «παράπλευρες ωφέλειες»

- Ⓢ Αν σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον κυριαρχούν αξίες όπως η δημοκρατία, ο σεβασμός στα δικαιώματα, η ανεκτικότητα, η αποδοχή του διαφορετικού, η ελευθερία στην έκφραση και στις επιλογές, η αλληλεγγύη και ο ανθρωπισμός, ακόμη κι αν έχουν οικονομικές διαστάσεις, μπορούν να είναι ωφέλιμες για τους ανθρώπους και τις κοινωνίες, και να εξασφαλίζουν ένα περιβάλλον ελευθερίας – προϋπόθεση για την όποια πρόοδο.
- Ⓢ Το μοντέλο της περιχαράκωσης και της υπεράσπισης μιας απροσδιόριστης ταυτότητας μάλλον δεν μπορεί να είναι το αντίδοτο, μια οι κοινωνίες νομοτελειακά εξελίσσονται και αλληλεπιδρούν. Η απομόνωση και η στατικότητα δεν εξασφαλίζουν τη συνέχεια.
- Ⓢ Δεν πρέπει να φοβόμαστε την παγκοσμιοποίηση – και είναι μάλλον ανεδαφικό να ελπίζουμε ότι θα πάψει να υπάρχει, όσο υπάρχει ένα παγκόσμιο οικονομικό σύστημα.
- Ⓢ Πρέπει να μάθουμε να ζούμε μέσα σ' αυτήν, με επίγνωση της ταυτότητάς μας, αλλά και με επίγνωση ότι η ταυτότητα και ο πολιτισμός εξελίσσονται μαζί με την κοινωνία.

Αντί επιλόγου

Οι σημειώσεις αυτές (και η δική μου ενασχόληση με το μάθημα) υπάρχουν ως αποτέλεσμα μιας δύσκολης και δυσάρεστης συνθήκης, μια και το μάθημα αυτό ήταν προγραμματισμένο να διδαχθεί από τον αείμνηστο Νικόλαο Μπούκα, Επίκουρο Καθηγητή του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου.

Η ασθένεια του στο ξεκίνημα του ακαδημαϊκού εξαμήνου είχε συνέπεια να κληθεί ο υπογράφων να διδάξει το μάθημα που ήταν προγραμματισμένο ότι θα δίδασκε εκείνος.

Χωρίς να διαθέτω ούτε κατ' ελάχιστον τη μακρόχρονη ακαδημαϊκή εμπειρία του Νικολάου Μπούκα, προσπάθησα να δημιουργήσω το υλικό αυτό για χρήση των φοιτητών, υπό τις δεδομένες συνθήκες. Η πορεία της υγείας του δεν επέτρεψε να έχουμε έστω μια συζήτηση για το πώς θα ήθελε να διδάξω το μάθημα στη θέση του, πιστεύω πάντως πως με το πάντα στοχαστικό και συγκαταβατικό του ύφος θα συγχωρούσε τα λάθη και τις παραλείψεις μου.

Μακάρι όλα να ήταν διαφορετικά και ο Νικόλαος Μπούκας να βρισκόταν ακόμη μαζί μας για να εξακολουθεί να διδάσκει το μάθημά του και να συνεχίζει την ακαδημαϊκή του πορεία στο Τμήμα.

Η απώλεια ενός σπουδαίου επιστήμονα και ανθρώπου δεν αναπληρώνεται. Το έργο του όμως παραμένει ζωντανό, παρόν, πρότυπο και εφελτήριο για όλους τους νεότερους επιστήμονες.

Ηλίας Τουμασάτος
Ιανουάριος 2023