



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

Πολιτιστική Αναπαράσταση

Ενότητα 3

Δημήτρης Παπαγεωργίου

Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



3) Πολιτιστικά θεάματα

Σ' αυτό το πλαίσιο, το **πολιτιστικό θέαμα** μπορεί να προσδιοριστεί ως ένας **ειδικός τύπος πολιτιστικής προβολής**, που αποδίδει σημαντικό βάρος στον εντυπωσιασμό, με μικρότερη έμφαση στη συστηματική κατηγοριοποίηση και διάκριση των πολιτιστικών δεδομένων που συγκροτούν μια **προβολή**, έτσι ώστε η τελευταία να στοχεύει στην εστίαση της προσοχής μεγάλων και διαφορετικών κατηγοριών «κοινού».

Αυτή η (δύσκολη και λεπτή) διάκριση γίνεται περισσότερο κατανοητή, όταν ανατρέξουμε (και πάλι) στη θεωρία του P. Bourdieu, για να μελετήσουμε τη δημιουργία **πρακτικών του πολιτισμού** σε διάφορα κοινωνικά σύνολα και υποσύνολα: από αυτή τη σκοπιά, οι διαδικασίες δημιουργίας, αναγνώρισης και προβολής πολιτιστικών δεδομένων συναρτώνται με την «πάλη» που διεξάγεται σε διάφορα «πεδία» της καθημερινής ζωής, για την κατοχύρωση των προτύπων αξιών και συμπεριφορών ομάδων ή ατόμων. Μια από τις καθημερινές εκφράσεις αυτής της «πάλης» είναι τα διαφορετικά **αισθητικά πρότυπα** που διαμορφώνουν ποικίλες ομάδες, προσπαθώντας να επικυρώσουν τη **διάκρισή** τους από τους «άλλους».

Η διαδικασία **προβολής** ενός πολιτιστικού θεάματος θυμίζει την οργάνωση ενός τηλεοπτικού δελτίου (ή/και μιας διαφήμισης), αφού:

α) το περιεχόμενο που προβάλλει συμπυκνώνει αναγκαστικά τα ενδιαφέροντα ποικίλων κοινωνικών κατηγοριών και ομάδων στις οποίες στοχεύει η **προβολή**, οπότε απαιτεί μια αφαιρετική προσέγγιση, που δεν εμβαθύνει στις θεματικές που παρουσιάζονται με μια συστηματική και λεπτομερειακή πληροφόρηση

β) τα αντίστοιχα **σύμβολα** και τα **συμβολικά πρότυπα** στα οποία παραπέμπει η **προβολή** περιορίζονται σε όσα απολαμβάνουν ευρείας αποδοχής και αναγνώρισης από μεγάλες πληθυσμιακές ομάδες

γ) η πίεση για γενίκευση οδηγεί συνήθως σε υπέρμετρη ή και καταχρηστική αξιοποίηση των πιο σύγχρονων (σε κάθε εποχή) μέσων εστίασης της προσοχής των ανθρώπων που αποτελούν το κοινό - στόχο της **προβολής**, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τη σύγχρονη «υπερπροσφορά» πολυμέσων ή ειδικών εφέ

Οι πολιτιστικές δραστηριότητες ή τα «πολιτιστικά θεάματα» δεν αποτελούν διαχρονικές σταθερές στην παγκόσμια κοινότητα, σε επιμέρους κοινωνίες, ή σε ειδικές κοινωνικές ή εθνοτικές ομάδες, αλλά μεταβάλλονται συνεχώς, ανάλογα με τα ιστορικά, κοινωνικά και οικονομικά υπόβαθρα στα οποία θεμελιώνονται, αλλά και την επιτυχία των **προβολών** που κατοχυρώνουν την ίδια την υπόστασή τους ως «πολιτιστικών» διαδικασιών, καθώς και την αποδοχή τους από ειδικά ή ευρύτερα κοινωνικά στρώματα. Αυτή η **τελεστική (performative)** διάσταση που προσλαμβάνει η έννοια του «πολιτισμού» στην καθημερινότητα, προσφέρει και τα μεθοδολογικά εργαλεία για την καταγραφή, αξιολόγηση

και ανάδειξη πολιτιστικών δράσεων και «πολιτιστικών θεαμάτων»: το πεδίο της πολιτιστικής δραστηριότητας δεν προσδιορίζεται και δεν οριοθετείται από πολιτιστικές σταθερές, αλλά από δραστηριότητες που αφορούν στην **επιτέλεση (performance)** του πολιτισμού.