



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

# Πολιτιστική Επικοινωνία

Χειμερινό Εξάμηνο

Ακαδημαϊκό έτος 2020-2021



Δρ. Αγγελική Κίτσιου

Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας



# Τι είναι η Πολιτιστική Επικοινωνία;

- ▶ **Επικοινωνία:** ένα διεπιστημονικό περιβάλλον με διαφορετικές οπτικές & αλληλοσυμπληρούμενους όρους
- ▶ Το σύνολο των διαδικασιών, των τεχνικών και των μέσων που μετέρχεται μια χώρα για να προωθήσει τον πολιτισμό της και την εν γένει ταυτότητά της
- ▶ Οι προσπάθειες των διαφορετικών χωρών να ανακαλύψουν κοινά στοιχεία μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών για την αποτελεσματική προσέγγιση ανθρώπων διαφορετικής κουλτούρας





## Τι είναι η Πολιτιστική Επικοινωνία;

- ▶ Η προσπάθεια ενός ειδικού της τέχνης να εξηγήσει στο κοινό του, τους συμβολισμούς, την τεχνοτροπία και την καλλιτεχνική αξία ενός πίνακα ζωγραφικής.
- ▶ Η προσπάθεια ενός μουσειολόγου να δημιουργήσει, να οργανώσει και να διαχειριστεί τη συλλογή ενός μουσείου.
- ▶ Πολιτιστική επικοινωνία θεωρείται η συγγραφή ενός βιβλίου, ο σχεδιασμός μιας ιστοσελίδας, η σκηνοθεσία κάποιου φιλμ.
- ▶ Η κάθε μορφής παραγωγή και προώθηση ενός πολιτιστικού αγαθού από το δημιουργό του, καθώς και η πρόσληψή του από το εκάστοτε κοινό.



# Τι είναι η Πολιτιστική Επικοινωνία;

- ▶ Τελικά η πολιτιστική επικοινωνία αφορά στα πάντα;
- ▶ Πολιτισμικό: αναφέρεται σε κοινωνικές διεργασίες, οικονομικά & πολιτικά συστήματα & κυρίαρχες ιδεολογίες
- ▶ Πολιτιστικό: αναφέρεται σε παραγωγικούς μηχανισμούς πολιτιστικών αγαθών που ενσωματώνουν μεταξύ άλλων πνευματικά δικαιώματα & ιδιοκτησιακά καθεστώτα
- ▶ Γιατί να περιγράψουμε ως «πολιτιστική» κάθε μορφή ανθρώπινης επικοινωνίας;
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=HCuWrDnsZPw>
- ▶ Στόχος μας είναι να εστιάσουμε, να περιορίσουμε και να παρατηρήσουμε λεπτομερώς το αντικείμενο της μελέτης μας



# Η προσέγγισή μας για την Πολιτιστική Επικοινωνία

- ▶ Ο πολιτιστικός οργανισμός είναι εκείνος ο οποίος, κατ' αρχήν, παράγει πολιτιστική επικοινωνία.
- ▶ Πολλές φορές, λόγω του εκβιομηχανισμού της πολιτιστικής έκφρασης, χρησιμοποιείται ο όρος «πολιτιστικές βιομηχανίες»



ΔΗΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



# Τι είναι οι πολιτιστικές βιομηχανίες;

- ▶ Στο παρελθόν η πολιτιστική έκφραση αποτελούσε ατομική δραστηριότητα.
- ▶ Στην πορεία κατέστη συλλογική και σήμερα είναι πλέον θεσμική.
- ▶ Τα τελικά προϊόντα της περνούν από όλα τα στάδια παραγωγής, τροποποιούνται & τυποποιούνται μέσα από την τεχνολογία, διακινούνται σε μεγάλα ακροατήρια, με σκοπό την επίτευξη κέρδους,
- ▶ ο όρος «πολιτιστική βιομηχανία» χρησιμοποιήθηκε από τον Adorno αντικαθιστώντας τον όρο «μαζική κουλτούρα», μιας και ήθελε να σηματοδοτήσει ότι η σύγχρονη κουλτούρα ήταν κατευθυνόμενη και κατασκευασμένη και δεν πήγαζε αυθόρμητα από τις μάζες» (Κλήμης, 2010, σελ. 275).



# Τι είναι οι πολιτιστικές βιομηχανίες

- ▶ Αναφέρεται σε ένα πλέγμα σχέσεων, διαδικασιών & προϊόντων, τα οποία συνήθως συνδέονται με αντίστοιχες τεχνολογικές, οικονομικές και πολιτισμικές οντότητες.
- ▶ Υπερβαίνουν ως προς τα μεγέθη και το εύρος των δραστηριοτήτων την έννοια του οργανισμού
- ▶ Πολύπλοκες οντότητες που πρέπει να εξετάζονται σε σχέση με το κοινωνικό και πολιτικό σύστημα, με το νομικό καθεστώς και τις πολιτισμικές μεταβλητές που επηρεάζουν την ταυτότητα & τη λειτουργία τους.



# Γιατί μελετάμε τις πολιτιστικές βιομηχανίες

- ▶ Παράγουν πολιτιστική επικοινωνία
- ▶ Διακρίνονται από σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ τους (π.χ. δεν είναι κερδοσκοπικοί, δεν εμπορεύονται τα ίδια αγαθά και εμπειρίες, έχουν διαφορετικό κοινό)
- ▶ *«Για να αντιληφθούμε πώς τα μουσεία εντάσσονται μέσα στην έννοια της πολιτιστικής βιομηχανίας ... θα πρέπει να στραφούμε πίσω στο χρόνο και να αναζητήσουμε πότε η πολιτιστική κληρονομιά διευρύνεται για να συμπεριλάβει δύο βασικές έννοιες που συνδέονται με την κατανάλωσή της: την έννοια του 'θεάματος' και την έννοια του 'πολιτιστικού κεφαλαίου'» (Μπούνια, 2005, σελ. 42).*





# Γιατί μελετάμε τις πολιτιστικές βιομηχανίες

- ▶ Στόχος: να σκιαγραφήσουμε κάποιες από τις παραπάνω σχέσεις και να οριοθετήσουμε ένα γνωστικό χώρο μέσα από διαφορετικές μελέτες περίπτωσης



# Γιατί είναι σημαντική η πολιτιστική επικοινωνία;

- ❖ Η συμβολική πραγματικότητα είναι «σημαντικότερη» από την «πραγματική». Π.χ. η πραγματικότητα που κατασκευάζεται από τα μέσα είναι πιο σημαντική από τις βιωματικές μας προσλήψεις.
- ❖ Η συμβολική πραγματικότητα επηρεάζει την «πραγματικότητα». Το συμβολικό διαμορφώνει το πραγματικό.



# Γιατί είναι σημαντική η πολιτιστική επικοινωνία;

- ❖ Για την εξασφάλιση της βιωσιμότητάς του, κάθε οργανισμός πρέπει να εξασφαλίσει και να συντηρήσει μια συνεχή και αμοιβαία αποδοτική σχέση μεταξύ του ιδίου και του κοινού του
- ❖ Για τη δόμηση της σχέσης με το κοινό η διαφήμιση είναι απαραίτητη
- ❖ Οι συμμαχίες μεταξύ των οργανισμών είναι απαραίτητες
- ❖ Επωφελείς σχέσεις, ενοποίηση διαφορετικών κατηγοριών κοινού, συμβολική αναγνώριση, καταξίωση της αποστολής τους



# Πώς θα παρακολουθήσουμε την πολιτιστική επικοινωνία;

- ❖ Οι επικοινωνιακές σχέσεις είναι απρόβλεπτες & διαδραστικές, προσωποποιημένες & ομαδοποιημένες
- ❖ Αξιοποίηση του μοντέλου του Lasswell
- ❖ Οργάνωση & ταξινόμηση της θεματολογίας
- ❖ Κατανόηση των διαφορετικών διαστάσεων των επικοινωνιακών φαινομένων
- ❖ Αλληλοσυμπλήρωση των διαφορετικών ερευνών



# Ένα Μοντέλο -Σελιδοδείκτης;



- ❖ **Ποιος:** Πολιτιστικός Οργανισμός-Δομή, λειτουργίες, προϊόντα
- ❖ **Λέει τι:** Σημασία, σχεδιασμός & ανάλυση μηνυμάτων των Οργανισμών
- ❖ **Σε ποιόν:** Κατηγορίες Κοινού & Σχέσεις Κοινού -Οργανισμού
- ❖ **Με ποιο μέσο:** Επιλογές οργανισμών για τις αξιοποιούμενες ΤΠΕ
- ❖ **Με ποιο αποτέλεσμα:** Επιρροή Οργανισμού στο Κοινό & αξιοποίηση του οργανισμού για τις ανάγκες του κοινού