

Πολιτιστική κατανάλωση στην Αθήνα

Ερευνητική ομάδα: Δ. Εμμανουήλ (κύριος ερευνητής), Ρ.
Καυταντζόγλου, Ν. Σουλιώτης, Φ. Καμούτση, Γ. Κανδύλης

Παρουσίαση: Ν. Σουλιώτης

Ερευνητικό έργο: SECSTACON
26/11/2014

Δομή της παρουσίασης

- Ερευνητικό ερώτημα και βασικά θεωρητικά παραδείγματα
- Μέθοδος και δεδομένα
- Στατιστική ανάλυση
 - Τύποι καταναλωτών (μουσική)
 - Κοινωνικά χαρακτηριστικά τύπων καταναλωτών (μουσική)
 - Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου (κινηματογράφος και εστίαση)
- Συμπεράσματα-συζήτηση

Ερευνητικό ερώτημα

Σχέση πολιτιστικής κατανάλωσης και κοινωνικής διαστρωμάτωσης

- σε ποιο βαθμό η κοινωνική διαστρωμάτωση ερμηνεύει τις κοινωνικο-πολιτισμικές διαφοροποιήσεις στην κατανάλωση μουσικής στον χώρο της πόλης;
 - Ποιες διαστάσεις και έννοιες διαστρωμάτωσης είναι οι πλέον κατάλληλες για την κατανόηση των διαφορών στην πολιτιστική κατανάλωση; Κοινωνικο-οικονομική τάξη / Κοινωνική θέση (στάτους)
- Είναι η μουσική το κατεξοχήν πεδίο κατάταξης των ατόμων στην πολιτιστική ιεραρχία;
 - Βάση του σχεδιασμού της έρευνας: Chan & Goldthorpe (2010)

Βασικά θεωρητικά παραδείγματα 1

Bourdieu	<p>α. Ενσωμάτωση της πολιτιστικής κατανάλωσης στις σχέσεις κοινωνικής κυριαρχίας</p> <p>β. Ύπαρξη τριών διακριτών κουλτούρων που αντιστοιχούν στις τρεις βασικές κοινωνικές τάξεις</p> <p>γ. Συντονισμός προσφοράς/ζήτησης μέσω σχέσης «ομολογίας»</p>
Peterson	<p>α. Αντικατάσταση της αντίθεσης υψηλής/λαϊκής κουλτούρας από την αντίθεση παμφαγία/μονοφαγία</p> <p>β. Η παμφαγία ως νέο πρότυπο διάκρισης των ανώτερων στρωμάτων;</p>
Μεταμοντέρνο (Bauman, Featherstone)	<p>α. Η (πολιτιστική) κατανάλωση ως πεδίο ελεύθερης κατασκευής ατομικών ταυτοτήτων και τρόπων ζωής</p> <p>β. Προσδιορισμός της κοινωνικής θέσης από την κατανάλωση</p>

Βασικά θεωρητικά παραδείγματα 2

- Πολιτιστική κατανάλωση στον αστικό χώρο: συσχέτιση με ζητήματα αστικής ανάπτυξης και αστικού μετασχηματισμού
- Τάξεις:
 - Μαρξιστική προσέγγιση (Harvey, Zukin)
 - Μπουρντεϊκή προσέγγιση (Savage, Ley)
 - Δημιουργική τάξη (Florida)
- Η σημασία της χωροθέτησης (νεο-κλασική προσέγγιση)

«Επιχειρησιακά» ερωτήματα

- Υπάρχουν πρότυπα κατανάλωσης και αν ναι ποια;
 - Μπορεί να συνυπάρχουν οι αντιθέσεις υψηλή/λαϊκή κουλτούρα και παμφαγία/μονοφαγία;
- Τα διακριτά πρότυπα κατανάλωσης αντιστοιχούν σε διαφορετικά κοινωνικά στρώματα;
 - Σε ποιο βαθμό η πολιτιστική κατανάλωση είναι ενσωματωμένη στις ταξικές σχέσεις;
 - Η οικονομική τάξη ή το στάτους επηρεάζουν την πολιτιστική κατανάλωση;
- Χωρική διάσταση της πολιτιστικής κατανάλωσης: Η χρήση του αστικού χώρου αποτελεί μέρος της πολιτιστικής κατανάλωσης («καταναλώνουμε» χώρο;) ;
 - Οι διαφορετικές διαστάσεις της κοινωνικής διαστρωμάτωσης επηρεάζουν τη χρήση του αστικού χώρου;

Μέθοδος και δεδομένα 1

Διερευνούμε την *κατανάλωση μουσικής σε χώρους της πόλης* (#κατανάλωση μουσικής στο σπίτι, μοναχικό άκουσμα, παίξιμο μουσικού οργάνου κ.λπ.) η οποία:

- δεν είναι απλή αντανάκλαση του προσωπικού γούστου (αλλά συνδέεται με σειρά περιορισμών και ευκαιριών: εισόδημα, κοινωνικότητες, τόπος κατοικίας κ.λπ.)
- έχει πιο έντονα «κοινωνικό» χαρακτήρα
- έχει πιθανώς πιο έντονα ταυτοτικό χαρακτήρα
- επηρεάζεται από τη συμβολική του χώρου

Μέθοδος και δεδομένα 2

Σύνταξη του ερωτηματολογίου: συνδυασμός χώρων και είδους μουσικής, «οικονομία» στην λίστα των χώρων

- (1) Μεγάλες πίστες
- (2) Ρεμπετάδικα–Λαϊκά πάλκα
- (3) Μουσικά μεζεδοπωλεία και μουσικές ταβέρνες
- (4) Μουσικές σκηνές για Έντεχνο Ελληνικό & Διεθνές Τραγούδι
- (5) Μουσικές σκηνές/Club για Τζαζ και Εθνικές Μουσικές
- (6) Μουσικές σκηνές/Club για συναυλίες ροκ, ποπ-ροκ, μέταλ, ηλεκτρονική, ραπ, χιπ-χοπ κλπ.
- (7) Χώρους Κλασσικής-Σύγχρονης μουσικής και Όπερας
- (8) Άλλο είδος κλειστού χώρου μουσικής

Πολλαπλές απαντήσεις – περίοδος αναφοράς δύο χρόνια – εξαίρεση διακοπών, εκδρομών και ΣΚ

Μέθοδος και δεδομένα 3

«Χωρικές» ερωτήσεις

Περιοχές όπου ο ερωτώμενος πήγε σινεμά/εστίαση

- Σε κοντινή περιοχή στο Δήμο όπου κατοικεί ή σε άμεσα γειτονικό Δήμο
- Σε άλλες περιοχές σε μακρινότερους Δήμους
- Στο Εμπορικό Κέντρο της Αθήνας
- Στις περιοχές του Δήμου Αθηναίων γύρω από το Εμπορικό Κέντρο

Πολλαπλές απαντήσεις-περίοδος αναφοράς 2011-12 και 2008-9

Στατιστική ανάλυση I: δημοφιλία των χώρων κατανάλωσης μουσικής

Χώρος μουσικής	%
Μουσικά μεζεδοπωλεία-ταβέρνες	30,1
Μουσικές σκηνές για έντεχνο ελληνικό και διεθνές τραγούδι	17,0
Μουσικές σκηνές/κλαμπ για ροκ, ποπ-ροκ, μέταλ, ηλεκτρονική, ραπ, χιπ-χοπ κ.λπ.	16,5
Ρεμπετάδικα-λαϊκά πάλκα	15,4
Μεγάλες πίσστες	11,2
Μουσικές σκηνές/κλαμπ για τζαζ και εθνικές μουσικές	10,6
Χώροι κλασικής-σύγχρονης μουσικής και Όπερας	9,8
Άλλο	5,5
Κανένα	45,4

Στατιστική ανάλυση I: τύποι καταναλωτών

- Ομαδοποίηση των καταναλωτών με παρόμοιες απαντήσεις
- Πόσοι τύποι;
 - Επιλογή μοντέλου: στατιστικοί δείκτες και ερμηνευτικά κριτήρια
- Χαρακτηρισμός των τύπων που αναδύονται («υψηλοί», «λαϊκοί», «παμφάγοι» κ.λπ.)

Κλάσεις	AIC	BIC	G ²	χ ²	df	maximumlog-likelihood
1	15975.34	16021.99	1516.869	32072.13	247	-7.979.671
2	14973.3	15072.43	496.8281	720.36	238	-7469.65
3	14837.73	14989.35	343.2618	459.9194	229	-7.392.867
4	14754.27	14958.36	241.7992	256.774	220	-7.342.136
5	14742.34	14998.91	211.8683	215.8144	211	-7327.17

Στατιστική ανάλυση Ι: τύποι καταναλωτών

	Κλάση 1: Ανενεργοί (%)	Κλάση 2: Λαϊκοί (%)	Κλάση 3: Ανώτεροι (%)	Κλάση 4: Παμφάγοι (%)
Σχετικό μέγεθος κλάσης (%)	54,6	26,7	15,8	3,0
Χώροι κλασικής-σύγχρονης μουσικής και Όπερας	3,4	4,7	34,5	39,8
Μουσικές σκηνές/κλαμπ για τζαζ και εθνικές μουσικές	0,0	8,1	42,0	60,7
Μουσικές σκηνές για έντεχνο ελληνικό και διεθνές τραγούδι	3,1	19,9	46,8	88,0
Μουσικές σκηνές/κλαμπ για ροκ, ποπ-ροκ, μέταλ, ηλεκτρονική, ραπ, χιπ-χοπ κ.λπ.	4,2	19,9	44,2	64,2
Μουσικά μεζεδοπωλεία-ταβέρνες	9,4	63,3	34,2	92,2
Ρεμπετάδικα-λαϊκά πάλκα	1,0	41,3	5,6	100
Μεγάλες πίσστες	1,5	27,8	9,8	48,6
Άλλο είδος κλειστού χώρου μουσικής	2,6	6,8	11,6	16,2

Στατιστική ανάλυση I: τύποι καταναλωτών

Βασικά χαρακτηριστικά της συνολικής κατανομής:

- *Η βασική διαίρεση εντοπίζεται ανάμεσα στα άτομα που δεν καταναλώνουν καθόλου ή σχεδόν καθόλου (ανενεργοί) και στα άτομα που έχουν κάποια κατανάλωση μουσικής στην πόλη*
- *Το φαινόμενο της «παμφαγίας» συνυπάρχει με την παραδοσιακή διαίρεση «ανώτερης»/«λαϊκής» κουλτούρας, με τη δεύτερη να είναι σημαντικότερη στη συνολική κατανομή των πρακτικών κατανάλωσης μουσικής*
- *Ο «ανώτερος» και ο «λαϊκός» τύπος καταναλωτή παρουσιάζουν μερική αλληλοεπικάλυψη (παμφαγικές τάσεις, απουσία μονοφαγίας αλλά και «μικροαστικής» κουλτούρας)*

Στατιστική ανάλυση II: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των τύπων καταναλωτών

- Περιγραφικά στατιστικά
- Μέθοδος «multinomial logistic regression»

Στατιστική ανάλυση II: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των τύπων καταναλωτών

	Ανενεργοί	Λαϊκοί	Ανώτεροι	Παμφάγοι
Σχετικό μέγεθος κλάσης (%)	62,6	21,4	13,1	2,9
Φύλο				
Άνδρες	47,9	49,5	43,6	56,9
Γυναίκες	52,1	50,5	56,4	43,1
Ηλικία				
18-24	4,3	15,8	8,5	25
25-34	13,6	28,4	24,2	30,6
35-44	24,9	26,2	30,3	19,4
45-54	23,8	17,6	22,1	12,5
55-64	29	10,6	13,3	12,5
64&65	4,4	1,5	1,5	0
Εκπαίδευση				
Πρωτοβάθμια	22,6	6,9	1,5	1,4
Πλήρης μέση	36,1	34,7	18,2	36,1
Μεταλυκειακή/ΑΤΕΙ	20,1	28,9	23,6	20,8
ΑΕΙ	21,2	29,5	56,7	41,7

- Φύλο: υψηλό ποσοστό γυναικών στους ανώτερους
- Ηλικία: οι νεαρότερες ηλικίες καταναλώνουν περισσότερο, ειδικά στο λαϊκό πρότυπο
- Εκπαίδευση: ανεβαίνει στο ανώτερο/παμφαγικό πρότυπο, τάση για ισοκατανομή στο λαϊκό

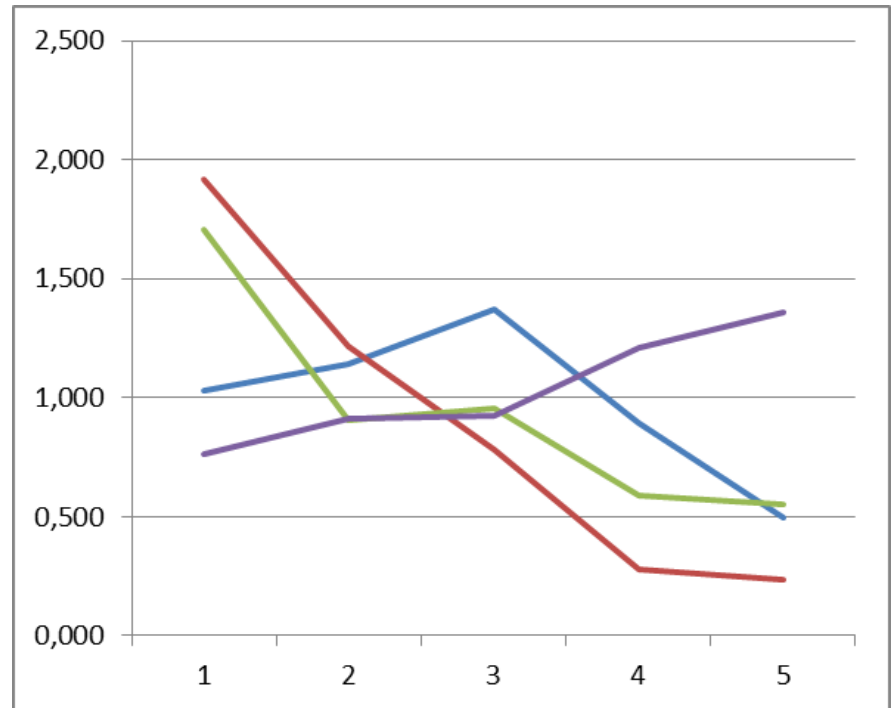
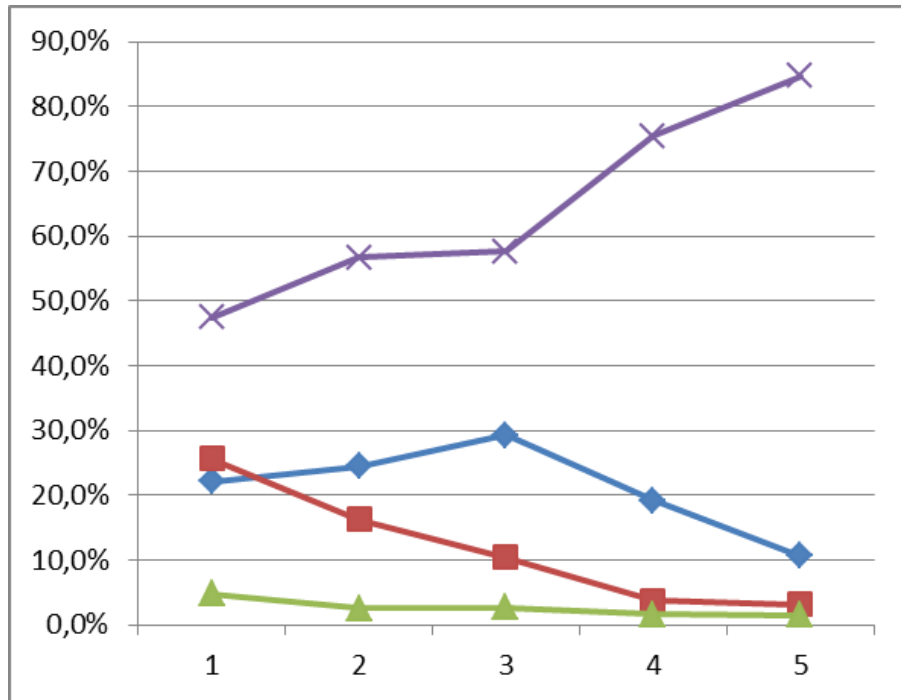
Στατιστική ανάλυση II: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των τύπων καταναλωτών

	Ανεργ γοί	Λαϊκοί	Ανώτεροι	Παμφάγοι
Σχετικό μέγεθος κλάσης (%) εισοδήμα	62,6	21,4	13,1	2,9
<700	26,5	16,4	15,4	26,8
701-1100	29,2	24,9	23,5	26,8
1101-1550	19,6	24,7	18,6	14,1
1551-2300	16,5	19,7	24,1	16,9
2301+	8,2	14,5	18,3	15,5
Status5 ^b				
1	19,5	26,5	49,2	43,8
2	23,5	29,6	31,5	23,4
3	12	17,9	10,2	12,5
4	25,8	19,1	5,9	12,5
5	19,2	7	3,3	7,8
ESEC5				
Τάξη υπηρεσιών	29	41,1	62,6	53,1
Ενδιάμεση τάξη	15,2	23,2	13,1	18,8
Μικροαστική τάξη	19,3	9,2	10,8	10,9
Μη χειρώνακτες εργάτες	13,2	14,4	8,9	10,9
Χειρώνακτες εργάτες	23,4	12,1	4,6	6,3

- Εισόδημα: χαμηλότερα εισοδήματα στους ανενεργούς
- Στάτους: άνοδος στους ανώτερους/παμφάγους, μεικτή εικόνα στους λαϊκούς
- Τάξη: παρόμοια εικόνα με στάτους. Οι λαϊκοί είναι σχεδόν διαταξικοί

Σημείωση: ^a N=2401, ^b N=2276, ^c N=2282

Στατιστική ανάλυση II: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των τύπων καταναλωτών (καμπύλες στάτους)



Στατιστική ανάλυση II: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των τύπων καταναλωτών

	ΛΑΪΚ v. ANEN		ΑΝΩΤ&Π v. ANEN		ΛΑΪΚ v. ΑΝΩΤ	
	B	Std. Error	B	Std. Error	B	Std. Error
Intercept	1,258***	0,355	1,275**	0,425		
AGE_R	0,051***	0,006	-0,034***	0,008	-0,017*	0,008
INCOME100	0,027***	0,007	0,030***	0,007		
STGIDX						
[GNDR_R=1]			-0,289*	0,137		
[MARIT_STAT2=1]						
[MARIT_STAT2=2]	-0,428*	0,17	-0,772***	0,2		
[RCHILDNRN2=1]						
[RCHILDNRN2=2]						
[RCHILDNRN2=3]	-0,458*	0,208				
[HEALTH2=1]			-0,708*	0,348		

Στατιστική ανάλυση II: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των τύπων καταναλωτών

	ΛΑΪΚ v. ANEN		ΑΝΩΤ&Π v. ANEN		ΛΑΪΚ v. ΑΝΩΤ	
	B	Std. Error	B	Std. Error	B	Std. Error
[EDULV4=1]			-1,383**	0,429	1,229**	0,472
[EDULV4=2]			-0,691**	0,226	0,749**	0,249
[EDULV4=3]					0,414*	0,208
[EDULV4F=1]	-0,385*	0,178	-1,086***	0,185	0,701**	0,204
[EDULV4F=2]			-0,502**	0,196		
[EDULV4F=3]						
[ESEC5=1]						
[ESEC5=2]	0,484*	0,239				
[ESEC5=3]			0,677*	0,314		
[ESEC5=4]						
[IMMIGR2=1]	-		1,291***	0,302	-1,486**	0,451
ΧΩΡΙΣ EDULV4F						
STGIDX			0,236*	0,102		
Ψεύδο-R ² \$	0,224					

Στατιστική ανάλυση II: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των τύπων καταναλωτών

- Πολύ περιορισμένη επιρροή της κοινωνικο-οικονομικής τάξης
- **Εισόδημα, φύλο, υγεία και αριθμός παιδιών** επηρεάζουν τις πιθανότητες ένταξης στους λαϊκούς και τους ανώτερους καταναλωτές έναντι της ένταξης στους ανενεργούς (**μη-κατανάλωση vs κατανάλωση**)
- **Ισχυρότερη επιρροή: εκπαίδευση.** Επιδρά στις πιθανότητες ένταξης στους ανώτερους/παμφάγους έναντι της ένταξης σε λαϊκούς και ανενεργούς (αντίστοιχη επιρροή: εκπαίδευση πατέρα)
- **Το στάτους έχει σημαντική επιρροή** στην ένταξη στους ανώτερους/παμφάγους έναντι της ένταξης στους ανενεργούς

Στατιστική ανάλυση III: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου

- Περιγραφικά στατιστικά
- Μέθοδος «binary logistic regression»

Στατιστική ανάλυση III: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου

	Κινηματογράφος	Κιν. Δ.Σ.	Εστίαση	Εστ. Δ.Σ.
Επισκέπτες κέντρου επί των «ενεργών» καταναλωτών (%)	39,5		48,6	
Φύλο				
Άνδρες	46,3	0,96	49,6	0,98
Γυναίκες	53,7	1,04	50,4	1,02
Ηλικία				
18-24	6,3	1,15	6,6	1,38
25-34	25,0	1,12	26,8	1,31
35-44	27,6	0,97	31,8	1,13
45-54	20,4	0,90	19,7	0,85
55-64	18,0	0,99	13,4	0,65
64&65	2,7	0,95	1,7	0,62
Εκπαίδευση				
Πρωτοβάθμια	6,1	0,68	3,9	0,31
Πλήρης μέση	21,1	0,74	24,4	0,80
Μεταλυκειακή/ΑΤΕΙ	25,0	0,98	25,7	1,06
ΑΕΙ	47,7	1,29	45,9	1,40

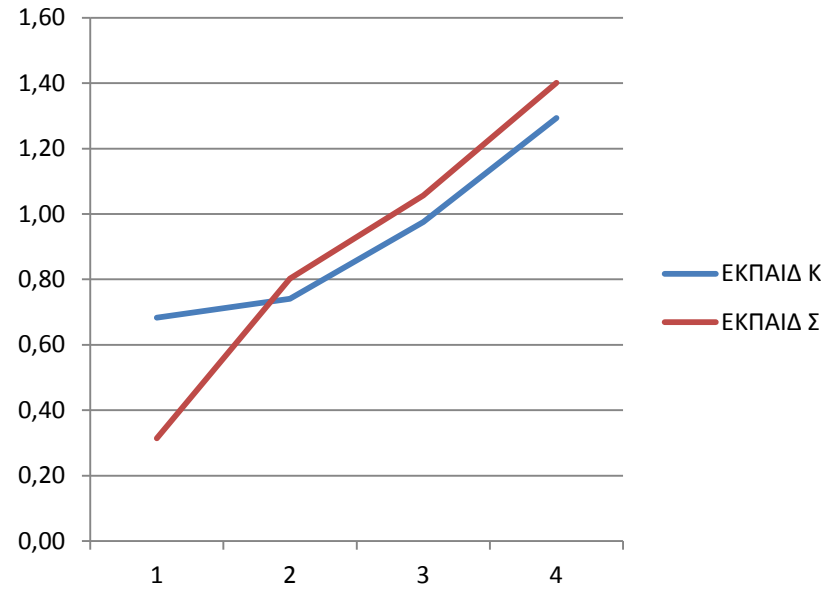
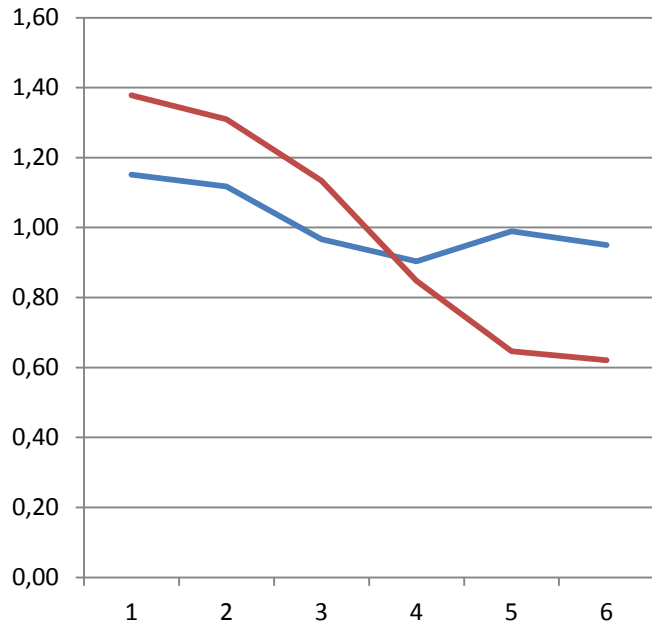
- Φύλο: ισοκατανομή
- Ηλικία: Οι νεαρότερες ηλικίες επισκέπτονται περισσότερο το κέντρο, ειδικά στην εστίαση
- Εκπαίδευση: όσο ανεβαίνει το εκπαιδευτικό επίπεδο αυξάνεται η επίσκεψη στο κέντρο, ειδικά στην εστίαση

Στατιστική ανάλυση III: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου

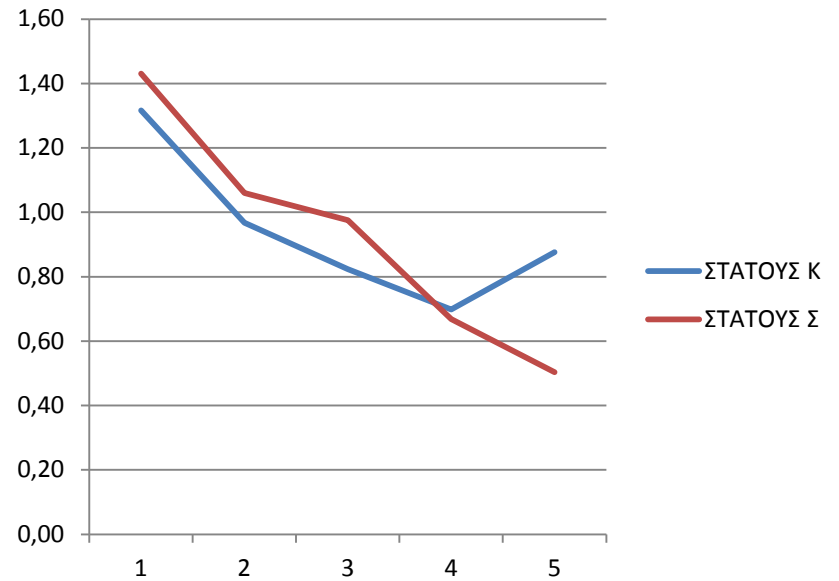
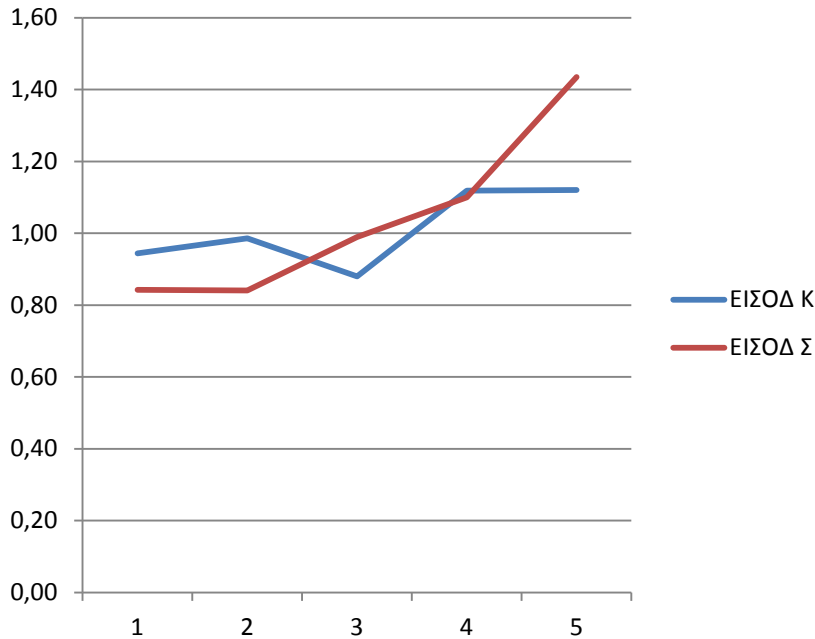
	Κινηματογ ράφος	Κιν. Δ.Σ.	Εστίαση	Εστ. Δ.Σ.
εισόδημα				
<700	17,1	0,94	16,4	0,84
701-1100	25,9	0,99	22,1	0,84
1101-1550	19,3	0,88	21,4	0,99
1551-2300	21,8	1,12	21,8	1,10
2301+	15,9	1,12	18,2	1,43
Status5				
1	40,7	1,32	39,0	1,43
2	27,4	0,97	28,3	1,06
3	11,5	0,82	12,6	0,98
4	12,1	0,70	13,7	0,67
5	8,3	0,88	6,3	0,50
ESEC5				
Τάξη υπηρεσιών	54,1	1,25	52,2	1,35
Ενδιάμεση τάξη	14,6	0,84	16,0	0,94
Μικροαστική τάξη	9,7	0,81	10,5	0,68
Μη χειρώνακτες				
εργάτες	10,3	0,78	11,6	0,91
Χειρώνακτες εργάτες	11,4	0,81	9,7	0,61

- **Εισόδημα:** Μικρή διακύμανση (υπερσυγκέντρωση στην ανώτερη εισοδηματική κλίμακα)
- **Στάτους:** όσο ανεβαίνουμε στην ιεραρχία στάτους αυξάνεται η επίσκεψη στο κέντρο, ειδικά στην ειστίαση
- **Τάξη:** Μικρή συσχέτιση (υπερσυγκέντρωση στην ανώτερη τάξη)

Στατιστική ανάλυση III: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου



Στατιστική ανάλυση ΙΙ: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου



Στατιστική ανάλυση III: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου

	Εστίαση στο κέντρο		Κινηματ. στο κέντρο	
	B	Std.Error	B	Std.Error
age	-,047***	,006	-,004	,007
gndr(1)	-,028	,109	-,197	,121
marit_stat				
marit_stat(1)	-,252	,212	-,302	,239
marit_stat(2)	-,458**	,159	-,291	,177
rchild				
rchild(1)	,096	,199	,117	,235
rchild(2)	-,581***	,181	-,249	,215
rchild(3)	,027	,185	-,088	,214
health(1)	,385	,242	,029	,250
edulv4				
edulv4(1)	-,999***	,256	-,522	,296
edulv4(2)	-,385**	,171	-,606**	,197
edulv4(3)	-,186	,156	-,289	,170

Στατιστική ανάλυση III: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου

	Εστίαση στο κέντρο		Κινηματ. στο κέντρο	
esec5				
esec5(1)	,040	,270	,135	,312
esec5(2)	-,127	,221	-,267	,258
esec5(3)	-,022	,204	-,021	,249
esec5(4)	-,116	,215	-,295	,251
Income100	,029***	,007	,003	,007
Stgidx	,257***	,077	,019	,088
Sector				
sector(1)	-,593**	,227	-,306	,269
sector2)	-1,848***	,307	-1,821***	,386
sector(3)	-,754***	,159	-,763***	,166
sector(4)	-,402*	,163	-,994***	,171
sector(5)	-1,197***	,150	-1,528***	,174
immigr(1)	-,314	,226	1,049	,440
Ψεύδο- R ² \$	0,241		0,123	

Στατιστική ανάλυση III: Κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών του κέντρου

- Η επίσκεψη στο κέντρο συνδέεται με την ηλικία, την εκπαίδευση και το στάτους=> **Πολιτισμική και συμβολική σημασία του αστικού χώρου** (σε μικρότερο βαθμό ταξικό/οικονομικό)
- Ο κινηματογράφος και η εστίαση διαφοροποιούνται. Η πολιτισμική και συμβολική σημασία του αστικού χώρου είναι ισχυρότερη στην εστίαση
- Ο τόπος κατοικίας επιδρά μέσω ενός **συνδυασμού της απόστασης και της τοπικής προσφοράς πολιτισμικών δραστηριοτήτων** (διαχωρισμός)

Συμπεράσματα-συζήτηση 1

- Κύρια πρότυπα κατανάλωσης μουσικής στην πόλη: **Λαϊκό, Ανώτερο, Παμφαγία**
 - Η διαίρεση υψηλής/λαϊκής κουλτούρας διατηρεί τη σημασία της...
 - χωρίς όμως στεγανά: αλληλοεπικάλυψη των δύο προτύπων, συνύπαρξη διαίρεσης υψηλής/λαϊκής κουλτούρας με παμφαγία
 - Απουσία μικροαστικού προτύπου
- Οι πιθανότητες ένταξης στο **λαϊκό πρότυπο** συνδέονται με επιτρεπτικούς, «**στοιχειώδεις**» πόρους (χρόνος, χρήμα, κοινωνικότητες)
- Οι πιθανότητες ένταξης στο **ανώτερο/παμφαγικό** πρότυπο συνδέονται με πόρους που σχετίζονται με την **κοινωνική διάκριση** (εκπαίδευση, στάτους), οι οποίοι προστίθενται στους «στοιχειώδεις»

Συμπεράσματα-συζήτηση 2

Συνεπώς η κοινωνική διάκριση δεν μπορεί να θεωρηθεί ως η γενική αρχή που διέπει το σύνολο της κατανάλωσης μουσικής στην πόλη

- Η κατανάλωση μουσικής δεν είναι συνολικά ενσωματωμένη στις ταξικές σχέσεις
- Στις διαφορετικές κοινωνικές τάξεις δεν αντιστοιχούν διαφορετικές κουλτούρες κατανάλωσης μουσικής
- Τα δύο πρότυπα κατανάλωσης δεν έχουν ιεραρχική σχέση

Προς μια εννοιολόγηση των προτύπων κατανάλωσης ως δύο ποιοτικώς διακριτών πολιτισμικών χώρων

- Το λαϊκό και ανώτερο πρότυπο ευνοούν, αντίστοιχα, την κοινωνική διάκριση και την κοινωνική ένταξη και ανάμειξη
- Πρέπει να διακρίνουμε το ανώτερο πρότυπο κατανάλωσης από τα πρότυπα κατανάλωσης της ανώτερης τάξης
- Η ιεράρχηση των πολιτισμικών αγαθών είναι αξίωση ενός μέρους των ανώτερων τάξεων

Συμπεράσματα-συζήτηση 3

Πώς να ερμηνεύσουμε το «λαϊκό» πρότυπο;

- Μαζική κουλτούρα (συσκότιση των ταξικών αντιθέσεων)
- Μεταμοντέρνο (εξατομίκευση της κατανάλωσης και νέα οριοθέτηση της υψηλής κουλτούρας)
- Ιστορικός μετασχηματισμός του «λαϊκού» (νομιμοποίηση, διάχυση, υβριδοποίηση) στην Ελλάδα τα τελευταία 30 χρόνια
- Ένδειξη ότι η κουλτούρα είναι σε μεγάλο βαθμό μη-ανταγωνιστική

Συμπεράσματα-συζήτηση 4

Το λαϊκό ως βασική ή συνηθισμένη κατανάλωση

- Η κατανάλωση ως έκφραση της επιθυμίας να *μην διαφέρεις* (μη απόκλιση από αποδεκτό επίπεδο διαβίωσης, μη αποκλεισμός από κοινούς τρόπους) (βλ. Daniel Miller)
 - Το λαϊκό αντιπροσωπεύει «συνηθισμένη» κατανάλωση από *διαρθρωτική* άποψη
- Διαταξικότητα, κοινωνική ένταξη
- Σχετικά ουδέτερα πολιτισμικά αγαθά (οικεία από παράδοση, οικογένεια, ΜΜΕ κ.λπ.)
- Κοινό πολιτισμικό υπόβαθρο σε μια κινητική κοινωνία
 - Ένδειξη αυτονομίας του πολιτισμικού πεδίου
 - Η συνηθισμένη κατανάλωση ως επιφαινόμενο του τρόπου με τον οποίο η πολιτισμική κατανάλωση εκφράζει μη ταξικές σχέσεις και αξίες (οικογένεια, έθνος, εξισωτισμός της παρέας κ.λπ.)

Συμπεράσματα-συζήτηση 5

- Χρήση του κέντρου και κοινωνική διαστρωμάτωση:
 - Ύπαρξη αρκετά σαφούς δομής (ειδικά στην εστίαση)
 - Συσχέτιση της πολιτιστικής κατανάλωσης στον αστικό χώρο με το σύστημα κοινωνικής διαστρωμάτωσης και όχι με ad hoc τάξεις
 - Η έννοια της τάξης δεν αρκεί: η σημασία των πολιτιστικών πόρων (πολιτιστικό κεφάλαιο)
 - Διάκριση τάξης/στάτους
- Η απόσταση παίζει ρόλο, αλλά όχι σε έναν αφηρημένο χώρο. Η σημασία της συγκεκριμένης κατανομής των δραστηριοτήτων στον χώρο (ελκυστικότητα του κέντρου, τοπικές αγορές) και της συμβολικής του χώρου
- Αντιστοιχία τύπων κατανάλωσης με χωρικές ενότητες;