

Πολιτισμός

3

ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Μετά το τέλος του κεφαλαίου, θα είστε σε θέση να:

- 1** **Εξηγείτε** γιατί η έννοια του πολιτισμού είναι σημαντική για τον καθορισμό του τρόπου σκέψης και της συμπεριφοράς των ανθρώπων σε καθημερινή βάση.
- 2** **Διακρίνετε** τον υλικό από τον άυλο πολιτισμό.
- 3** **Εξηγείτε** τον όρο «καθολικά πολιτισμικά στοιχεία» με παραδείγματα.
- 4** **Συζητάτε** τα σύμβολα, τη γλώσσα και τις αξίες ως συστατικά του πολιτισμού.
- 5** **Περιγράφετε** τις κοινωνικές νόρμες.
- 6** **Περιγράφετε** την πολιτισμική ποικιλομορφία και τους τρόπους με τους οποίους οι τεχνολογικές αλλαγές επηρεάζουν τον πολιτισμό.
- 7** **Εξηγείτε** τις έννοιες του πολιτισμικού σοκ, του εθνοκεντρισμού, του πολιτισμικού σχετικισμού, της «υψηλής» κουλτούρας και της «λαϊκής» κουλτούρας.
- 8** **Συγκρίνετε** τις προσεγγίσεις του λειτουργισμού, της θεωρίας των συγκρούσεων, της συμβολικής διαντίδρασης και τις μεταμοντέρνες προσεγγίσεις για την κοινωνία και τον πολιτισμό.

Κοινωνιολογία και καθημερινή ζωή

Διάδοση πολιτισμού μέσα από τις καντίνες φαγητού;

Το φαγητό φέρνει τους ανθρώπους κοντά με τρόπους που τα λόγια δεν μπορούν, καθώς παρέχει μια παγκόσμια διεξοδό δημιουργικότητας μέσα από την οποία μπορούμε να εκφραστούμε. [...] Μπορούμε να μεταφέρουμε πολιτισμό και έμπνευση με το φαγητό μας, μια διακριτική μορφή επικοινωνίας που είναι κατανοητή από όλους. Η πρόσφατη τρέλα με τις καντίνες φαγητού στην Αμερική έχει διευκολύνει ακόμα περισσότερο τη δυνατότητα να έρχονται οι άνθρωποι κοντά μέσω του φαγητού και, έμμεσα, έχει διαδώσει την πολιτισμική συνείδηση με το φαγητό ως κύριο μέσο.

— Η Veronica Werhane (2011), αρχισυντάκτρια τεχνών και πολιτισμού για την ενημερωτική ιστοσελίδα @neontommy, USC Annenberg School for Communication and Journalism, εξηγεί πώς οι καντίνες έχουν μετατραπεί σε μέσα διάδοσης του πολιτισμού μέσω του φαγητού.

Το φθινόπωρο του 2013, κατά τη διάρκεια του μαθήματος Εισαγωγή στις Δημόσιες Ανθρωπιστικές Επιστήμες στο Πανεπιστήμιο Yale με καθηγητή τον Dean Ryan Brasseaux, οι φοιτητές εξέτασαν πώς το Νιου Χέιβεν του Κονέκτικατ έγινε «η πόλη με τις καντίνες» (Yale News, 2013). Συγκεκριμένα, οι φοιτητές ήθελαν να μάθουν πώς η τοπική κουλτούρα φαγητού ήταν συνυφασμένη με την ιστορία του Νιου Χέιβεν, ιδιαίτερα όσον αφορά τη φυλετική και εθνοτική ποικιλομορφία. Χρησιμοποιώντας την εθνογραφική μαγνητοσκόπηση, τη διαδραστική χαρτογράφηση και προφορικές ιστορίες ιδιοκτητών καντινών, από το Cannoli Truck και το Joe Grate's BBQ μέχρι το Peking Edo Cart και



Πώς συνδέεται το φαγητό που καταναλώνει ένα άτομο με την ταυτότητά του και με την ευρύτερη κουλτούρα της οποίας αποτελεί μέρος; Αντιμετωπίζουν τα άτομα που ταυτίζονται με περισσότερες από μία κουλτούρες πιο σύνθετα ζητήματα όσον αφορά τις διατροφικές τους προτιμήσεις;

το Ricky D's Rib Shack, δημιούργησαν ένα πρότζεκτ με τίτλο «διαδρομές φαγητού». Οι ιδιοκτήτες ρωτήθηκαν γιατί επέλεξαν να εισέλθουν στην επιχείρηση των καντινών, πώς καθόρισαν τις διαδρομές τους, ποια ήταν η σχέση τους με την κουζίνα που σέρβιραν και πού έβλεπαν να εντάσσεται ο εαυτός τους και τα φορτηγά τους στο ευρύτερο πλαίσιο της ζωής του Νιου Χέιβεν. Στη συνέχεια, οι φοιτητές δημιούργησαν χάρτες που αντικατόπτριζαν μοτίβα πολιτισμικής ποικιλομορφίας και κατανάλωσης φαγητού στο Νιου

Τρώτε από αυτοκινούμενες καντίνες ή από καροτσάκια πλανόδιων πωλητών; Πολλοί άνθρωποι τρώνε από τις κινητές επιχειρήσεις φαγητού στις κοινότητές τους ή όταν ταξιδεύουν, επειδή οι καντίνες και τα καροτσάκια των πλανόδιων πωλητών υπάρχουν εδώ και πολύ καιρό, πωλώντας φαγητό και ποτά στους δρόμους των πόλεων ανά τον κόσμο. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, από τις δεκαετίες του 1950 και του 1960, οι καντίνες φαγητού, οι *loncheras* ή *taco* καντίνες, έκαναν καθημερινές στάσεις σε πολλές περιοχές εργασιακής δραστηριότητας σε διάφορες πόλεις, όπως η Νέα Υόρκη και το Λος Άντζελες. Οι οδηγοί άνοιγαν τις γυαλιστερές μεταλλικές πλευρές των οχημάτων τους για να παρουσιάσουν μια ποικιλία φαγητών προς πώληση σε λογικές τιμές στους εργαζομένους από κοντινά γραφεία ή εργοτάξια. Οι πλανόδιοι πωλητές πωλούν φαγητό σε περασμένους περαστικούς σε διάφορα μέρη, όπως η Νέα Υόρκη, εδώ και δεκαετίες. Οι πωλητές διαθέτουν τα πάντα, από μπανάνες και κεκάκια μάφιν για πρωινό μέχρι κυρίως γεύματα, όπως μπριζόλα.

Στις αρχές της τρίτης δεκαετίας του 21ου αιώνα, είχαν σημειωθεί δραματικές αλλαγές στην κινητή βιομηχανία τροφίμων και τώρα πλέον οι περίτεχνα βαμμένες καντίνες φαγητού αποτελούν συνηθισμένο θέαμα στους δημόσιους δρόμους και στις πανεπιστημιούπολεις σε ολόκληρη τη χώρα. Στις Ηνωμένες Πολιτείες υπάρχουν περίπου 24.000 καντίνες φαγητού, με ετήσιο κύκλο εργασιών γύρω στο

1 δισεκατομμύριο δολάρια. Μεταξύ 2015 και 2020, οι επιχειρήσεις αυτές αναπτύχθηκαν κατά περίπου 7,5% (Mealey, 2021). Οι καντίνες μπορεί να είναι πιο εύκολα προσβάσιμες σε ορισμένες περιοχές από ό,τι σε άλλες, εν μέρει λόγω διαφορών στους πολιτειακούς και τοπικούς κανονισμούς. Όπως επισημαίνεται στο *Food Trucks, Cultural Identity and Social Justice: From Loncheras to Lobsta Love*, αυτές οι ρυθμιστικές παραλλαγές μπορεί να είναι στενά συνυφασμένες με την κοινωνική θέση (status) του ιδιοκτήτη της επιχείρησης (Agyeman, Matthews, and Sobel, 2017). Οι καντίνες προσφέρουν στους πελάτες μια μεγάλη ποικιλία από comfort food, έθνικ λιχουδιές, ακόμα και γκουρμέ, υψηλή κουζίνα, βασισμένη στα μενού διάσημων σεφ. Στο παρελθόν, ορισμένοι χλεύαζαν τις καντίνες αποκαλώντας τις «κατσαρίδοκαντίνες», υπονοώντας την έλλειψη καθαριότητας. Ωστόσο, στις μέρες μας οι σύγχρονοι κάτοικοι αναφέρονται στα περίτεχνα οχήματα των καντινών ως ένα νέο πολιτισμικό φαινόμενο και παραγγέλνουν διάφορα φαγητά, όπως βιετναμέζικο *bánh mì* (μια μπαγκέτα με υλικά όπως χοιρινό, αγγουράκια, φρέσκο κόλιανδρο, γλυκά τουρσί καρδά, ραπανάκι *daikon* και καυτερές πιπεριές), κορεάτικα τάκος με μικρά παϊδάκια και *kimchi dogs* (χοτ ντογκ με αλατισμένα λαχανικά που έχουν υποστεί ζύμωση με καρυκεύματα), βραζιλιάνικο *mármore*, ελληνικά λουκάνικα, ινδικά *dosas* (λεπτές τηγανίτες από φακές και ρύζι, με προέλευση από τη Νότια Ινδία), μπακλαβά (δημοφιλές γλυκό στην Ελλάδα και την Αλβανία) και πολλά άλλα πολιτισμικά διαφορετικά φαγητά.

Χέιβεν. Σύμφωνα με τους φοιτητές, το κίνημα καντινών φαγητού βοηθά «να απεικονιστεί η σημασία της μετανάστευσης στην πόλη του Νιου Χέιβεν και στα διάφορα πολιτισμικά και κοινωνικά δίκτυα που υπάρχουν σε όλη την πόλη» (Yale News, 2013).

Ποιες πληροφορίες πιστεύετε ότι θα μπορούσατε να αντλήσετε για το φαγητό και τον πολιτισμό εάν συμμετείχατε σε ένα παρόμοιο πρότζεκτ στην πόλη σας; Έχει βοηθήσει η τάση των καντινών φαγητού στη διάδοση της πολιτισμικής συνείδησης; Αιτιολογήστε την απάντησή σας.

Κοινωνιολογικό κουίζ

Πόσα γνωρίζετε για τις παγκόσμιες διατροφικές συνήθειες και τον πολιτισμό;

ΣΩΣΤΟ	ΛΑΘΟΣ	
Σ	Λ	1 Το τυρί είναι μια παγκόσμια τροφή, την οποία απολαμβάνουν άνθρωποι όλων των εθνών και πολιτισμών.
Σ	Λ	2 Το να δώσεις τροφές με στρογγυλό σχήμα στους γονείς ενός νεογέννητου θεωρείται τύχη σε ορισμένους πολιτισμούς.
Σ	Λ	3 Οι γαμήλιες τούρτες φτιάχνονται με παρόμοια υλικά σε όλες τις χώρες, ανεξαρτήτως κουλτούρας ή θρησκείας.
Σ	Λ	4 Το φαγητό αποτελεί σημαντικό μέρος του τελετουργικού για πολλά διαφορετικά θρησκευτικά δόγματα.
Σ	Λ	5 Στην κινέζικη κουζίνα, οι μέθοδοι μαγειρέματος χωρίζονται σε ιδιότητες «γίν» και «γιανγκ».
Σ	Λ	6 Λόγω του γρήγορου ρυθμού ζωής στις Ηνωμένες Πολιτείες, σχεδόν όλοι χρησιμοποιούν στο σπίτι προμαγειρεμένα ή στιγμιαία φαγητά και καταναλώνουν γρήγορο φαγητό όταν τρώνε έξω.
Σ	Λ	7 Οι πατάτες είναι το πιο δημοφιλές βασικό είδος στη διατροφή των μεταναστών πρώτης και δεύτερης γενιάς, οι οποίοι έχουν έρθει στις Ηνωμένες Πολιτείες κατά τη διάρκεια των τελευταίων σαράντα ετών.
Σ	Λ	8 Σύμφωνα με τους κοινωνιολόγους, οι άνθρωποι μπορεί να προσβληθούν όταν ένα άτομο από άλλο πολιτισμό δεν κατανοεί τις τοπικές διατροφικές προτιμήσεις ή τις πολιτισμικές παραδόσεις που σχετίζονται με το φαγητό, ακόμα κι αν το άτομο είναι εμφανώς ένας «ξένος» ή «τουρίστας».

Οι απαντήσεις παρατίθενται στο τέλος του κεφαλαίου.

Τώρα που τα πιο διαφορετικά πολιτισμικά τρόφιμα έχουν καταστεί εύκολα προσβάσιμα στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι νεότερες γενιές απολαμβάνουν μεγαλύτερη ποικιλία γεύσεων και υφών στις διατροφικές τους επιλογές, ενώ η έκρηξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης καθιστά δυνατό στους πιθανούς πελάτες να γνωρίζουν την ακριβή τοποθεσία και το καθημερινό μενού των αγαπημένων τους καντινών. Οι άνθρωποι έχουν επίσης συνειδητοποιήσει σε μεγαλύτερο βαθμό ότι το φαγητό που τρώμε είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τον πολιτισμό και τις ατομικές μας ταυτότητες σε σχέση με τη φυλή, την εθνότητα, τη θρησκεία, την τάξη, το φύλο, την ηλικία και πολλά άλλα κοινωνικά χαρακτηριστικά και ιδιότητες. Για όλους εμάς, το φαγητό που καταναλώνουμε συνδέεται με την ατομική μας ταυτότητα και με την ευρύτερη κουλτούρα της οποίας αποτελούμε μέρος.

Στο παρόν κεφάλαιο, εξετάζουμε την κοινωνία και τον πολιτισμό, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στο πώς ο υλικός μας πολιτισμός, συμπεριλαμβανομένου του φαγητού που τρώμε, σχετίζεται με τις πεποιθήσεις, τις αξίες και την κοινωνική μας δράση. Αναλύουμε επίσης τον πολιτισμό υπό το πρίσμα των προσεγγίσεων του λειτουργισμού, της θεωρίας των συγκρούσεων, της συμβολικής διαντίδρασης και των μεταμοντέρνων προσεγγίσεων. Προτού συνεχίσετε την ανάγνωση, ελέγξτε τις γνώσεις σας όσον αφορά τη σχέση μεταξύ του φαγητού, του τρόπου με τον οποίο διανέμεται αλλά και του πολιτισμού μέσα στον οποίο ζούμε, απαντώντας στο κουίζ του πλαισίου «Κοινωνιολογία και καθημερινή ζωή». ●

Πολιτισμός/κουλτούρα και κοινωνία σε έναν κόσμο που αλλάζει

Τι είναι πολιτισμός; **Πολιτισμός/κουλτούρα** είναι η γνώση, η γλώσσα, οι αξίες, τα έθιμα και τα υλικά αντικείμενα που μεταβιβάζονται από άτομο σε άτομο και από γενιά σε γενιά σε μια ανθρώπινη ομάδα ή κοινωνία. Όπως ορίστηκε προηγουμένως, μια *κοινωνία* είναι μια μεγάλη κοινωνική ομαδοποίηση, η οποία μοιράζεται την ίδια γεωγραφική επικράτεια και υπόκειται σε κοινή πολιτική εξουσία και κοινές πολιτισμικές παραδοχές. Ενώ μια κοινωνία αποτελείται από ανθρώπους, ένας πολιτισμός αποτελείται από ιδέες, συμπεριφορές και υλικά επιτεύγματα. Η κοινωνία και ο πολιτισμός είναι αλληλεξαρτώμενα· κανένα δεν θα μπορούσε να υπάρξει χωρίς το άλλο.

πολιτισμός/κουλτούρα

Η γνώση, η γλώσσα, οι αξίες, τα έθιμα και τα υλικά αντικείμενα που μεταβιβάζονται από άτομο σε άτομο και από γενιά σε γενιά σε μια ανθρώπινη ομάδα ή κοινωνία.

Πόσο σημαντικός είναι ο πολιτισμός για τον καθορισμό του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι σκέφτονται και ενεργούν σε καθημερινή βάση; Με απλά λόγια, ο πολιτισμός είναι απαραίτητος για την ατομική μας επιβίωση και την επικοινωνία μας με τους άλλους ανθρώπους. Βασιζόμαστε στον πολιτισμό επειδή δεν γεννιόμαστε με τις πληροφορίες που χρειαζόμαστε για να επιβιώσουμε. Δεν ξέρουμε πώς να φροντίζουμε τον εαυτό μας, πώς να συμπεριφερόμαστε, πώς να ντυνόμαστε, τι να τρώμε, ποιες θεότητες να λατρεύουμε ή πώς να κερδίζουμε και να ξοδεύουμε χρήματα. Πρέπει να μάθουμε για τον πολιτισμό μέσω της αλληλεπίδρασης, της παρατήρησης και της μίμησης, προκειμένου να συμμετέχουμε ως μέλη της ομάδας. Η χρήση ενός κοινού πολιτισμού με άλλους ανθρώπους απλοποιεί τις καθημερινές αλληλεπιδράσεις. Ωστόσο, πρέπει επίσης να κατανοούμε άλλους πολιτισμούς και τις κοσμοθεωρίες που τους συνοδεύουν.

Ακριβώς όπως ο πολιτισμός είναι απαραίτητος για τα άτομα, είναι επίσης θεμελιώδης για την επιβίωση των κοινωνιών. Ο πολιτισμός περιγράφεται ως το κοινό θεμέλιο ή ως ο πυρήνας που καθιστά τα άτομα κατανοητά στην ευρύτερη ομάδα της οποίας αποτελούν μέρος. Σε όλες τις κοινωνίες υφίσταται αναγκαστικά κάποιο σύστημα θέσπισης και επιβολής κανόνων. Τι θα συνέβαινε, για παράδειγμα, αν όλοι οι κανόνες και οι νόμοι στις Ηνωμένες Πολιτείες εξαφανίζονταν ξαφνικά; Σε ένα βασικό επίπεδο, οι άνθρωποι χρειαζόμαστε κανόνες για να κυκλοφορούμε με τα ποδήλατα και τα αυτοκίνητά μας μέσα στην κίνηση. Σε ένα πιο αφηρημένο επίπεδο, οι άνθρωποι χρειαζόμαστε τους κανόνες για τη θεμελίωση και την προστασία των δικαιωμάτων μας.

Για να επιβιώσουν, οι κοινωνίες χρειάζονται κανόνες για την ευγένεια και την ανεκτικότητα. Δεν γεννιόμαστε γνωρίζοντας πώς να εκφράζουμε ορισμένα είδη συναισθημάτων προς τους άλλους. Όταν ένα άτομο δείχνει καλοσύνη ή μίσος προς κάποιον άλλο, κάποιος μπορεί να πουν «Λοιπόν, αυτή είναι απλώς η ανθρώπινη φύση» για να εξηγήσουν αυτή τη συμπεριφορά. Μια τέτοια δήλωση βασίζεται στην υπόθεση ότι όσα κάνουμε ως άνθρωποι καθορίζονται από τη φύση (τη βιολογική και γενετική μας κατασκευή) και όχι από την ανατροφή (το κοινωνικό μας περιβάλλον) – με άλλα λόγια, ότι η συμπεριφορά μας είναι ενστικτώδης. Το ένστικτο είναι ένα έμφυτο, βιολογικά καθορισμένο μοτίβο συμπεριφοράς, κοινό σε όλα τα μέλη ενός είδους, το οποίο εκδηλώνεται με προβλέσιμο τρόπο όποτε υφίστανται ορισμένες περιβαλλοντικές συνθήκες. Για παράδειγμα, οι αράχνες δεν μαθαίνουν να υφαίνουν ιστούς. Υφαίνουν ιστούς λόγω ενστίκτων που ενεργοποιούνται από βασικές βιολογικές ανάγκες, όπως η προστασία και η αναπαραγωγή.

Ο πολιτισμός μοιάζει με τα ένστικτα που διαθέτουν τα ζώα, επειδή μας βοηθά να αντιμετωπίζουμε την καθημερινότητά μας. Παρόλο που και οι άνθρωποι μπορεί να διαθέτουν ορισμένα ένστικτα, αυτό που συνήθως θεωρούμε ενστικτώδη συμπεριφορά μπορεί στην πραγματικότητα να αποδοθεί σε αντανάκλαστικά και ορμές. Ένα αντανάκλαστικό είναι μια έμφυτη, βιολογικά καθορισμένη και ακούσια απόκριση σε κάποια φυσικά ερεθίσματα (όπως το φτέρνισμα μετά την εισπνοή λίγου πιπεριού από τη μύτη ή το ανοιγοκλείσιμο του ματιού όταν μπει σκόνη). Οι ορμές είναι έμφυτες, βιολογικά καθορισμένες παρορμήσεις, κοινές σε όλα τα μέλη ενός είδους, οι οποίες ικανοποιούν ανάγκες

όπως ο ύπνος, το φαγητό, το νερό ή η σεξουαλική ικανοποίηση. Τα αντανάκλαστικά και οι ορμές δεν καθορίζουν πώς θα συμπεριφέρονται οι άνθρωποι στις ανθρώπινες κοινωνίες. Ακόμα και η έκφραση αυτών των βιολογικών χαρακτηριστικών διαμορφώνεται από τον πολιτισμό. Για παράδειγμα, οι άνθρωποι μπορεί να διδάσκονται ότι ο «κατάλληλος» τρόπος για να φτερνιστεί κάποιος (μια ακούσια απόκριση) είναι να χρησιμοποιεί ένα χαρτομάντιλο, να γυρίζει το κεφάλι μακριά από τους άλλους ή να φτερνίζεται ή να βήχει στο μανίκι του (αποκρίσεις που μαθαίνουμε). Ομοίως, οι άνθρωποι μπορεί να μαθαίνουν να κοιμούνται σε ψάθες ή σε κρεβάτια. Οι περισσότεροι σύγχρονοι κοινωνιολόγοι συμφωνούν ότι ο πολιτισμός και οι διεργασίες κοινωνικής μάθησης, και όχι η φύση, εξηγούν σχεδόν όλα τα πρότυπα της συμπεριφοράς μας.

Επειδή οι άνθρωποι δεν μπορούν να βασιστούν στα ένστικτα για την επιβίωσή τους, ο πολιτισμός αποτελεί μια «εργαλειοθήκη» για την επιβίωση (Swidler, 1986). Υπό αυτή τη θεώρηση, ο πολιτισμός λειτουργεί ως μια εργαλειοθήκη γεμάτη από αφηρημένα πράγματα, όπως οι πεποιθήσεις και τα τελετουργικά του ατόμου, τα σύμβολα, οι προσωπικές αφηγήσεις και οι γενικότερες αντιλήψεις για τον κόσμο. Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν αυτά τα εργαλεία σε διαφορετικούς συνδυασμούς για να βοηθηθούν στην επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν. Τα εργαλεία που επιλέγουμε ποικίλλουν ανάλογα με την προσωπικότητά μας και τις εκάστοτε καταστάσεις με τις οποίες ερχόμαστε αντιμέτωποι. Δεν είμαστε μαριονέτες κρεμασμένες από μια κλωστή. Κάνουμε επιλογές ανάμεσα στα αντικείμενα της δικής μας «εργαλειοθήκης».

Υλικός πολιτισμός και άυλος πολιτισμός

Η πολιτισμική εργαλειοθήκη μας χωρίζεται σε δύο βασικά μέρη: τον υλικό πολιτισμό και τον άυλο πολιτισμό. Ο **υλικός πολιτισμός** αποτελείται από απτά επιτεύγματα που υλοποιούν, χρησιμοποιούν και μοιράζονται τα μέλη μιας κοινωνίας. Αρχικά, τα στοιχεία του υλικού πολιτισμού ξεκινούν ως πρώτες ύλες ή φυσικοί πόροι, όπως τα μεταλλεύματα, τα δέντρα και το πετρέλαιο. Μέσω της τεχνολογίας, αυτές οι πρώτες ύλες μετατρέπονται σε χρηστικά αντικείμενα, από βιβλία και smartphone μέχρι όπλα και τανκς. Η τεχνολογία είναι και απτή και αφηρημένη. Για παράδειγμα, η τεχνολογία περιλαμβάνει τα απτά αντικείμενα, όπως τους φυσικούς υπολογιστές, τα smartphone, τα iPad και άλλα ηλεκτρονικά tablet, αλλά περιλαμβάνει και τα αφηρημένα στοιχεία, όπως τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη χρήση τους. Στο πιο βασικό επίπεδο, ο υλικός πολιτισμός είναι σημαντικός επειδή αποτελεί προστατευτικό παράγοντα των ανθρώπων απέναντι στο περιβάλλον. Παραδείγματος χάριν, οι άνθρωποι κατασκευάζουν καταφύγια για να προστατευτούν από τις καιρικές συνθήκες και να εξασφαλίσουν ιδιωτικότητα. Πέρα από το επίπεδο της επιβίωσης, δημιουργούμε, χρησιμοποιούμε και μοιραζόμαστε αντικείμενα που μας ενδιαφέρουν και έχουν σημασία για εμάς. Γιατί φοράτε τα ρούχα που φοράτε σήμερα; Ίσως επικοινωνείτε κάτι για τον εαυτό σας, όπως σε ποιο σχολείο πηγαίνετε, τι σπουδάζετε στο κολέγιο ή στο πανεπιστήμιο, ποιες αθλητικές ομάδες υποστηρίζετε, τι είδους μουσική σας αρέσει, πού πήγατε διακοπές το περασμένο καλοκαίρι ή ποιο κοινωνικό ζήτημα υποστηρίζετε.



Gabriela Trojanowska/Shutterstock.com

α. Κερατάκια: «Hook'em Horns»
ή ο/η σύζυγός σας είναι άπιστος/η.



Klaus Vedfelt/DigitalVision/Getty Images

β. Κύκλος με αντίχειρα και δείκτη: «OK»
ή «Θα σε σκοτώσω».



Opa/Shutterstock.com

γ. Υψωμένος αντίχειρας: «Υπέροχα»
ή μια χυδαία έκφραση της αργκό.

ΕΙΚΟΝΑ 3.1 Χειρονομίες με διαφορετικές σημασίες

Όπως έχουν μάθει πολλοί διεθνείς ταξιδιώτες και επιχειρηματίες, οι χειρονομίες μπορεί να έχουν πολύ διαφορετικές σημασίες σε διαφορετικούς πολιτισμούς.

Ο **άυλος πολιτισμός** αποτελείται από τα αφηρημένα ή μη υλικά ανθρώπινα δημιουργήματα της κοινωνίας που επηρεάζουν τη συμπεριφορά των ανθρώπων. Η γλώσσα, οι πεποιθήσεις, οι αξίες, οι κανόνες συμπεριφοράς, τα οικογενειακά πρότυπα και τα πολιτικά συστήματα αποτελούν παραδείγματα του άυλου πολιτισμού. Ακόμα και οι χειρονομίες που χρησιμοποιεί ο καθένας μας στην καθημερινή επικοινωνία αποτελούν μέρος του άυλου πολιτισμού μιας κοινωνίας. Όπως έχουν μάθει πολλοί διεθνείς ταξιδιώτες, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε τι σημαίνουν οι χειρονομίες σε διάφορες χώρες (βλ. ■ Εικόνα 3.1). Αν και το σήμα «Hook'em Horns» –κερατάκια, με το μικρό δάχτυλο και τον δείκτη σηκωμένα προς τα πάνω και τα δύο μεσαία δάχτυλα λυγισμένα– χρησιμοποιείται από φιλάθλους για να εκφράσουν την υποστήριξή τους στις αθλητικές ομάδες του Πανεπιστημίου του Τέξας στο Όστιν, για εκατομμύρια Ιταλούς η ίδια χειρονομία σημαίνει «ο/η σύζυγός σας είναι άπιστος/η». Σε μέρη όπως ο Καναδάς, η Αυστραλία, οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Ρωσία, ο υψωμένος αντίχειρας σημαίνει «υπέροχα», ενώ σε άλλα μέρη, όπως το Ιράν, το Ιράκ και το Αφγανιστάν, σηματοδοτεί μια χυδαία έκφραση της αργκό. Αντίστοιχα, το να σχηματίζεις έναν κύκλο με τον αντίχειρα και τον δείκτη σημαίνει «OK» στις Ηνωμένες Πολιτείες, αλλά στην Τυνησία σημαίνει «Θα σε σκοτώσω».

Όπως δείχνει και το παράδειγμα των χειρονομιών, ένα κεντρικό στοιχείο του άυλου πολιτισμού είναι οι **πεποιθήσεις** – η νοητική αποδοχή ή βεβαιότητα ότι ορισμένα πράγματα είναι αληθινά ή πραγματικά. Οι πεποιθήσεις μπορεί να βασίζονται στην παράδοση, στην πίστη, στην εμπειρία, στην επιστημονική έρευνα ή σε έναν συνδυασμό αυτών. Η πίστη σε μια συγκεκριμένη θεότητα ή θεότητες και η εμπιστοσύνη σε ένα άλλο άτομο αποτελούν παραδείγματα πεποιθήσεων. Οι άνθρωποι μπορεί επίσης να πιστεύουν σε στοιχεία του υλικού πολιτισμού. Όταν ένα άτομο ταξιδεύει με αεροπλάνο, για παράδειγμα, πιστεύει ότι είναι δυνατόν να πετάξει σε ύψος από 31.000 έως 38.000 πόδια με μια εμπορική αεροπορική εταιρεία και να φτάσει στον προορισμό του, παρόλο που γνωρίζει ότι δεν θα μπορούσε να το κάνει αυτό χωρίς το αεροπλάνο.

Καθολικά πολιτισμικά στοιχεία

Καθώς όλοι οι άνθρωποι αντιμετωπίζουμε τις ίδιες βασικές ανάγκες (όπως για τροφή, ένδυση και στέγη), συμμετέχουμε σε παρόμοιες δραστηριότητες οι οποίες συμβάλλουν στην επιβίωσή μας. Ο κλασικός ανθρωπολόγος George Murdock (1945, σ. 124) συνέθεσε μια λίστα με περισσότερα από εβδομήντα **καθολικά πολιτισμικά στοιχεία** – έθιμα και πρακτικές που εμφανίζονται σε όλες τις κοινωνίες. Οι κατηγορίες του περιλάμβαναν την εξωτερική εμφάνιση (όπως ρούχα και χτενίσματα), διάφορες δραστηριότητες (όπως αθλήματα, χορό, παιχνίδια, αστεία και επισκέψεις), τους κοινωνικούς θεσμούς (όπως οικογένεια, δίκαιο και θρησκεία) και τις εθιμικές πρακτικές (όπως μαγειρική, λαογραφία, προσφορά δώρων και φιλοξενία). Ενώ αυτά τα γενικά έθιμα και πρακτικές μπορεί να *υπάρχουν* σε όλους τους πολιτισμούς, οι συγκεκριμένες *μορφές* τους διαφέρουν από τη μία ομάδα στην άλλη και από τη μία χρονική περίοδο στην άλλη μέσα στην ίδια ομάδα. Για παράδειγμα, αν και το να λέει κανείς ανέκδοτα μπορεί να αποτελεί καθολική πρακτική, τα συγκεκριμένα θέματα που θεωρούνται «αστεία» ή χρησιμοποιούνται ως θέματα ανεκδότων ενδέχεται να διαφέρουν από πολιτισμό σε πολιτισμό. Σε μια διαπολιτισμική μελέτη του 2001 σχετικά με τη χρήση του χιούμορ από φοιτητές, οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι οι Αμερικανοί φοιτητές ήταν πιο πιθανό να λένε αστεία σεξουαλικού περιεχομένου

υλικός πολιτισμός

Τα απτά επιτεύγματα που υλοποιούν, χρησιμοποιούν και μοιράζονται τα μέλη μιας κοινωνίας.

άυλος πολιτισμός

Τα αφηρημένα ή μη υλικά ανθρώπινα δημιουργήματα της κοινωνίας που επηρεάζουν τη συμπεριφορά των ανθρώπων.

πεποιθήσεις

Η νοητική αποδοχή ή βεβαιότητα ότι ορισμένα πράγματα είναι αληθινά ή πραγματικά.

καθολικά πολιτισμικά στοιχεία

Έθιμα και πρακτικές που εμφανίζονται σε όλες τις κοινωνίες.