

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|--------------------|---|
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ | 9 |
|--------------------|---|

ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ

| | |
|---|----|
| <i>Nicholas Negroponte</i> , Η δημιουργία μιας κουλτούρας ιδεών | 15 |
|---|----|

A. Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ

| | |
|--|----|
| <i>Νικόλας Βερνίκος</i> , Το διεθνές πλαίσιο για τις πολιτιστικές στατιστικές της Unesco και οι κατηγορίες των πολιτιστικών δραστηριοτήτων | 23 |
| <i>Αλεξάνδρα Μπούνια</i> , Τα μουσεία ως πολιτιστικές βιομηχανίες: Θέματα και προβληματισμοί – Μια προκαταρκτική συζήτηση | 39 |
| <i>Γεράσιμος Παυλογεωργάτος, Μαρία Κωνσταντογλου</i> , Πολιτισμικός τουρισμός: Η περίπτωση της Ελλάδας | 59 |
| <i>Δημήτρης Παπαγεωργίου</i> , Παραστάσεις και αναπαραστάσεις: Η επιτέλεση (performance) του «πολιτισμού» και του «πολιτιστικού θεάματος» | 85 |

B. ΟΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

| | |
|---|-----|
| <i>Φιλήμων Μπαντιμαρούδης, Ειρήνη Πιτσάκη</i> , Η ελληνική βιομηχανία του βιβλίου | 109 |
| <i>Γιάννης Σκοπετέας</i> , Ο ελληνικός κλασικός κινηματογράφος: Μια αισθητική προσέγγιση στη σύγχρονη ελληνική κινηματογραφική βιομηχανία (1994-1999) | 127 |
| <i>Αβραάμ Κάουα</i> , Even better than the real thing: Ψηφιακά εφέ και βιο-μηχανικός κινηματογράφος | 149 |
| <i>Γρηγόρης Πασχαλίδης</i> , Η ελληνική τηλεόραση | 173 |

Γ. ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

| | |
|---|-----|
| <i>Mia Consalvo</i> , Η βιομηχανία των ψηφιακών παιχνιδιών: Μια επισκόπηση | 203 |
| <i>Νίκος Μπουμπάρης</i> , Η μουσική βιομηχανία σε μετάβαση | 225 |
| <i>Εύη Σαμπανίκου, Βασίλης Βλαχάκης</i> , Τέχνη και τεχνολογία. | 249 |
| <i>Γεώργιος Γκαντζιάς</i> , Πολιτισμική πολιτική και ρύθμιση στην «Ψηφιακή Βιομηχανία των Επικοινωνιών» (Info-Communication Industry) | 277 |
| ΕΠΙΛΟΓΟΣ | 305 |