

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: Мастер академске студије културологије, МАС комунологије				
Врста и ниво студија: Мастер академске студије				
Назив предмета: Културне индустрије				
Наставник (презиме, средње слово, име): Марић Д. Ратка				
Статус предмета: Изборни				
Број ЕСПБ: 6				
Услов:				
Циљ предмета: Упознавање студената са креативном употребом културних индустрија; Критичко истраживање технолошке опреме, комерцијалних ефеката, идеолошког погона и доживљаја учесника масовних комуникација; Вредновање најзначајнијих сазнања о савременим појавама и процесима у културној сфери друштва. Усавршавање навика мишљења и трагање за оригиналним приступима и тумачењима изабраних идеја.				
Исход предмета: студенти самостално бирају и вреднују понуду културних садржаја. Оспособљавају се да одговоре на изазове институционализације и индивидуализације дискурса симболичке моћи.				
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> 1. Културне индустрије: медијум савремене епохе 2. Преображаји културних у креативне индустрије : нове технологије, тржишта, садржаји и учесници обликовања и распрострањања свести 3. Креативне индустрије и свакодневни живот: ртв програм, филмска, позоришна, ликовна и музичка култура, видео продукција, стрип, реклама, књига. 4. Културна хегемонија , симболичка интеракција и персонална култура 5. Степени манипулације и судбина манипулатора 6. Културни бизнис и креативни капитал : концерти, фестивали, спектакли 7. Креативни градови: Београд престоница културе 2020 8. Креативне индустрије и комерцијализација културних идентитета Индустрија забаве и свет игре : Дизни паркови, реалити програми, 9.Симболичка моћ доколице: потрошња поп културе и рок музике 10. Индустрија слободног времена: културни туризам, спортске игре 11. Тржишта стилова : стрип, филм, видео, скулптура, архитектура 12. Масовна публика Арт културе : савремени дизајн и мода 13. Интерактивни софтвер креативног живота: разнолика понуда и умеће стварања <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> Критерији савремености и показатељи креативности „културе у транзицији“, упознавање креативне праксе очувања културне баштине регија. Истраживање популарних образаца, ритуала, улога и вредности кретивних индустрија у Србији				
Литература Хоркхајмер, М. Адорно, Т. (1989) Културна индустрија , Просветитељство као масовна обмана, у Дијалектика просветитељства, филозофски фрагменти, Веселин Маслеша, „Свјетлост“, Сарајево Енценсбергер, Х.М. (1980) Индустрија свести: коцкице за једну теорију медија , Немачка, Немачка између осталог, БИГЗ, Бгд. Морен, Е. (1979) Дух времена 1 и 2 , БИГЗ, Београд Пакард, В. (1967) Индустрија свести, Скривени убеђивачи, Будућност , Н. Сад Шушњић, Ђ. (1976) Рибари људских душа, Младост, Београд Божовић, Р. (1979) Искушења слободног времена, Идеје, Београд Марић, Р. (1985) Културна машина, Критика теорија о индустрији свести, СИЦ, Београд Креативне индустрије (2007) зборник приредио Хартли Ц , Клио, Београд Јовичић, С. Микић, К. (2006) Креативне индустрије у Србији, Препоруке за развој креативних инустрија у Србији, British Council, Шешић, М. Стојковић, Б. (2004) Култура: Менаџмент, анимација, маркетинг, Клио, Београд				
Број часова активне наставе				Остали часови
Предавања: 3	Вежбе:	Други облици наставе: Посете фестивалима, културним догађајима	Студијски истраживачки рад: 1 (Учешће у пројектима, радионицама, скуповима)	Консултације Тест Представљање пројекта Испити
Методе извођења наставе: Интерактивне радионице на одабране теме: представљање тема, разрада употребљених концепата, представљање резултата и вредновање употребљених модела мишљења, опажања и комуникације				
Оцена знања (максимални број поена 100)				
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит		поена
активност у току предавања	10	писани испит		
практична настава		усмени испт		40
колоквијум-и тест	25			
семинар-и представљање истраживачког пројекта	25			