**DAUGAVPILS UNIVERSITĀTES**

**STUDIJU KURSA APRAKSTS**

|  |  |
| --- | --- |
| Studiju kursa nosaukums | Populārās kultūras naratīvi |
| Studiju kursa kods (DUIS) |  |
| Zinātnes nozare | **Literatūrzinātne** |
| Kursa līmenis | 7 |
| Kredītpunkti | 2 |
| ECTS kredītpunkti | 3 |
| Kopējais kontaktstundu skaits | 32 |
| Lekciju stundu skaits | 16 |
| Semināru stundu skaits | 16 |
| Praktisko darbu stundu skaits |  |
| Laboratorijas darbu stundu skaits |  |
| Studējošā patstāvīgā darba stundu skaits | 48 |
|  | |
| Kursa autors(-i) | |
| Dr.philol., prof. Maija Burima, Dr. philol. vad. pētn. Alīna Romanovska | |
| Kursa docētājs(-i) | |
| Dr.philol., prof. Maija Burima, Dr. philol. vad. pētn. Alīna Romanovska | |
| Priekšzināšanas | |
| Kursa apguvei nepieciešamās priekšzināšanas atbilst studiju programmas uzņemšanas nosacījumiem un vispārējām zināšanām, prasmēm un kompetencēm, kas apgūtas iepriekšējā izglītības līmenī. | |
| Studiju kursa anotācija | |
| Kursa mērķis: veidot teorētiskajās zināšanās balstītu izpratni par populārās kultūras naratīviem, to reprezentāciju globālajā kultūrtelpā un Latvijā.  Studiju kursa uzdevumi:  - sniegt zināšanas un veidot izpratni par populārās kultūras naratīvu īpatnībām Latvijā dažādu kultūras procesu kontekstā;  - pilnveidot naratīvu analīzes prasmi;  - pilnveidot studējošo instrumentālo, interpersonālo un sistēmisko kompetenci, patstāvīgi lietojot zināšanas praksē, diskutējot grupā, izvērtējot, salīdzinot un radoši izmantojot apgūtās analītiskās naratīvu interpretēšanas prasmes, patstāvīgi veicot pētniecisku darbību.  Kursa aprakstā piedāvātie obligātie informācijas avoti studiju procesā izmantojami fragmentāri pēc docētāja norādījuma. | |
| Studiju kursa kalendārais plāns | |
| Lekcijas 16 st., semināri 16 st., patstāvīgais darbs 48 st.  1. Populārās kultūras īpatnības, rašanās laiki un iemesli. Masu un elitārā kultūra. Hibridizācija. Populārās kultūras naratīvu izpausmes dažādos mākslas veidos, saziņas līdzekļos un ikdienas dzīvē. Globalizācija un populārā kultūra. Pašidentifikācija populārās kultūras kontekstā.  L2, S2  2. Patērētājkultūra, racionalizācija, individuālisms, pieaugošs pārmaiņu temps, politizācija. patērētāju ekonomika. Komercija un tradīcijas. Mārketinga prakses tradīcijā un rituālos. Valsts un nacionālo svētku komemorācija. Attieksmes maiņa pret kultūru. Populārās kultūras produkti un žanri. Populārās kultūras muzeju tematika. Popkultūras izpausmes urbānajā vidē. Poparts. L2, S2  3. Kulinārais naratīvs populārajā kultūrā. Pavārgrāmatas daiļliteratūrā un ikdienas dzīvē. Mūsdienu un pagātnes gastronomisko motīvu īpatnības. Ceļojumu atspoguļojums sociālajos tīklos. Ceļojums kā dzīves veida elements. Ceļojumu mentālais kartējums. L2 s2  4. Sabiedriskās telpas un digitālā diskursa jaunās formas. Valoda un kultūra digitālajā laikmetā. Digitalizācija un populārā kultūra, plašākās sabiedrības digitālās prasmes un iespējas. Ikdienas dzīves digitalizācija, tās priekšrocības un trūkumi. Digitalizācijas izpausmes un naratīvi dažādos mākslas veidosKultūras izpausmes digitālajā vidē. Sociālo mediju lietotāju inscenējumi un pārprezentācijas interneta vidē. Blogi un emuāri kā žanrs. Digitālais saturs. "Vienmēr pieslēgts" (online) fenomens. Digitālās detoksikācijas (digital detox) koncepcija. Fotogrāfija ikdienas dzīvē, sociālajos tīklos, daiļliteratūrā, teātrī un citur. Pašbildes semiotika. L2, S2  1.starppārbaudījums.  5. Komercija un tradīcijas. Mārketinga prakses tradīcijā un rituālos. Valsts un nacionālo svētku komemorācija. Attieksmes maiņa pret kultūru. Populārās kultūras naratīvi kā sabiedrības politiskās un sociālās ietekmēšanas veids. Individuālās un sabiedrības sociālā atbildība. Konkrētu TV un radio raidījumu popularitātes iemesli. Sabiedrības apziņas veidošanas līdzekļi dažādos kultūras kanālos. L2, S2  6. Seksualitātes un mīlestības naratīvi populārajā kultūrā: teātris, daiļliteratūra, masu mediji, sociālie tīkli utt. Seksuālās patības atvērtība. Romantizētā mīlestība un seksualitātes racionalizācija. Vizuālais un muzikālais naratīvs kā populārās kultūras veidotājs dažādos mākslas veidos un ikdienas dzīvē. Ķermeņa vizuālā atveide. Vizuālais un muzikālais naratīvs kā tilts starp elitāro un masu kultūru. Mūzika jauniešu dzīvē. Mūzikas festivāli. L2, S2  7. Svētki kā ikdienas dzīves sastāvdaļa. Sabiedrības individualizācija. Reliģisko, politisko un citu svētku svinēšana mūsdienās un pagātnē, to atspoguļojums dažādos mākslas veidos. Sakrālais naratīvs populārajā kultūrā. L2, S2  8. Subkultūru naratīvi populārajā kultūrā: dzīvošana ar grupu, atteikšanās no ikdienas dzīves banalitātes un masveidīguma, pārspīlēts vienots stils. Subkultūras jēdziena teorētiskās robežas. Hipstera tēls, tā rašanās laiks un iemesli. Fanu subkultūra sportā un mūzikā, Hipiji, goti u.c. L2, S2  2. starppārbaudījums. | |
| Studiju rezultāti | |
| |  | | --- | | ZINĀŠANAS | | 1. Pārzina un izskaidro populāro naratīvu izpausmes dažādos laika posmos.  2. Raksturo konkrētu populāro naratīvu iezīmes.  3. Izprot populārās kultūras naratīvu īpatnības dažādu kultūras tipu kontekstā. | | PRASMES | | 4. Analītiski izvērtē populārās kultūras naratīvus, izprotot to iekļaušanos kopējā kultūras paradigmā.  5. Demonstrē prasmi strādāt ar teorētisko literatūru, populārās kultūras naratīvu pētījumiem, kritikas tekstiem, atlasot, sistematizējot un komentējot svarīgākās atziņas.  6. Prezentē patstāvīgi veikta pētnieciskā darba rezultātus, izmantojot modernās tehnoloģijas. | | KOMPETENCE | | 7. Patstāvīgi padziļina savu profesionālo kompetenci, izzinot aktuālas populārās kultūras naratīvu tendences. | | |
| Studējošo patstāvīgo darbu organizācijas un uzdevumu raksturojums | |
| Populārās kultūras naratīvu analīze – 20 st.,  Zinātniskās literatūras studēšana – 10 st.,  Prezentāciju sagatavošana starppārbaudījumiem – 18 st.  Gala pārbaudījums – diferencētā ieskaite.  . | |
| Prasības kredītpunktu iegūšanai | |
| Studiju kursa gala vērtējums veidojas, summējot starpārbaudījumu rezultātus.  Obligāts semināru apmeklējums + 2 starppārbaudījumi.  Gala pārbaudījums – diferencētā ieskaite.  Atzīme tiek aprēķināta kā vidējā svērtā atzīme par:  regulāru nodarbību apmeklējumu un aktīvu darbu semināros (pozitīvs vērtējums par semināra jautājumiem);  patstāvīgo darbu izpildi (starppārbaudījumu rezultāti);  gala pārbaudījumu  Gala vērtējums var tikt saņemts, ja ir izpildīti visi minētie nosacījumi un studējošais ir piedalījies 30% lekcijās un 70% seminārnodarbībās un veicis pētījumus atbilstoši apgūstamajām tēmām pēc Moodle vidē ievietotām vadlīnijām.  STARPPĀRBAUDĪJUMI:  (starpārbaudījuma uzdevumi tiek izstrādāti un vērtēti pēc docētāja noteiktajiem kritērijiem)  1. starppārbaudījums – 30%  2. starppārbaudījums – 30%).  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI  Studiju kursa apguve tā noslēgumā tiek vērtēta 10 ballu skalā saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un atbilstoši "Nolikumam par studijām Daugavpils Universitātē" (apstiprināts DU Senāta sēdē 17.12.2018., protokols Nr. 15), vadoties pēc šādiem kritērijiem:iegūto zināšanu apjoms un kvalitāte, iegūtās prasmes un kompetences atbilstoši plānotajiem studiju rezultātiem.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANA   |  | | --- | | Pārbaudījumu veidi | | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | | 1. starppārbaudījums | + | + | + | + | + | + | + | | 2. starppārbaudījums | + |  | + | + |  | + | + | | |
| Kursa saturs | |
| Populārās kultūras īpatnības, rašanās laiki un iemesli. Masu un elitārā kultūra. Hibridizācija. Populārās kultūras naratīvu izpausmes dažādos mākslas veidos, saziņas līdzekļos un ikdienas dzīvē. Globalizācija un populārā kultūra. Pašidentifikācija populārās kultūras kontekstā.  2. Patērētājkultūra, racionalizācija, individuālisms, pieaugošs pārmaiņu temps, politizācija. patērētāju ekonomika. Komercija un tradīcijas. Mārketinga prakses tradīcijā un rituālos. Valsts un nacionālo svētku komemorācija. Attieksmes maiņa pret kultūru. Populārās kultūras produkti un žanri. Populārās kultūras muzeju tematika. Popkultūras izpausmes urbānajā vidē. Poparts.  3. Kulinārais naratīvs populārajā kultūrā. Pavārgrāmatas daiļliteratūrā un ikdienas dzīvē. Mūsdienu un pagātnes gastronomisko motīvu īpatnības. Ceļojumu atspoguļojums sociālajos tīklos. Ceļojums kā dzīves veida elements. Ceļojumu mentālais kartējums.  4. Sabiedriskās telpas un digitālā diskursa jaunās formas. Valoda un kultūra digitālajā laikmetā. Digitalizācija un populārā kultūra, plašākās sabiedrības digitālās prasmes un iespējas. Ikdienas dzīves digitalizācija, tās priekšrocības un trūkumi. Digitalizācijas izpausmes un naratīvi dažādos mākslas veidosKultūras izpausmes digitālajā vidē. Sociālo mediju lietotāju inscenējumi un pārprezentācijas interneta vidē. Blogi un emuāri kā žanrs. Digitālais saturs. "Vienmēr pieslēgts" (online) fenomens. Digitālās detoksikācijas (digital detox) koncepcija. Fotogrāfija ikdienas dzīvē, sociālajos tīklos, daiļliteratūrā, teātrī un citur. Pašbildes semiotika.  5. Komercija un tradīcijas. Mārketinga prakses tradīcijā un rituālos. Valsts un nacionālo svētku komemorācija. Attieksmes maiņa pret kultūru. Populārās kultūras naratīvi kā sabiedrības politiskās un sociālās ietekmēšanas veids. Individuālās un sabiedrības sociālā atbildība. Konkrētu TV un radio raidījumu popularitātes iemesli. Sabiedrības apziņas veidošanas līdzekļi dažādos kultūras kanālos.  6. Seksualitātes un mīlestības naratīvi populārajā kultūrā: teātris, daiļliteratūra, masu mediji, sociālie tīkli utt. Seksuālās patības atvērtība. Romantizētā mīlestība un seksualitātes racionalizācija. Vizuālais un muzikālais naratīvs kā populārās kultūras veidotājs dažādos mākslas veidos un ikdienas dzīvē. Ķermeņa vizuālā atveide. Vizuālais un muzikālais naratīvs kā tilts starp elitāro un masu kultūru. Mūzika jauniešu dzīvē. Mūzikas festivāli.  7. Svētki kā ikdienas dzīves sastāvdaļa. Sabiedrības individualizācija. Reliģisko, politisko un citu svētku svinēšana mūsdienās un pagātnē, to atspoguļojums dažādos mākslas veidos. Sakrālais naratīvs populārajā kultūrā.  8. Subkultūru naratīvi populārajā kultūrā: dzīvošana ar grupu, atteikšanās no ikdienas dzīves banalitātes un masveidīguma, pārspīlēts vienots stils. Subkultūras jēdziena teorētiskās robežas. Hipstera tēls, tā rašanās laiks un iemesli. Fanu subkultūra sportā un mūzikā, Hipiji, goti u.c. | |
| Obligāti izmantojamie informācijas avoti | |
| Barts, R. Camera lucida. Piezīme par fotogrāfiju. Rīga: Laikmetīgās mākslas centrs, 2006.  Batlere, D.. Dzimtes nemiers. Rīga: Mansards, 2012.  Curika, Linda. Ķermenis, nodots ekspluatācijai: [par sievietes attēlojumu masu kultūrā]. I'mperfekt Nr.3, 2017, 70.-71.lpp.  Ēriksens, Tomass Hillanns. Mirkļa tirānija. Straujšs un gauss laiks informācijas sabiedrībā. Rīga: Norden AB, 2004.  Ēriksens, T. H. Saknes un pēdas. Identitāte mainīgā laikā. Rīga: Zvaigzne ABC, 2010.  Minjonas. Pavārniecības māksla. Rīga: Zvaigzne ABC [faksimilizdevums] b.g. norādes.  Radzobe, S. Vēsture teātrī un drāmā. [Sastādītāja un zinātniskā redaktore Silvija Radzobe.] Rīga: Latvijas Universitāte, 2011.  Simsone, B. Iztēles ģeogrāfija. Mītiskā paradigma 20. gadsimta fantāzijas prozā. Rīga: Latvijas Universitāte, 2010. | |
| Papildus informācijas avoti | |
| Cruz, O. and Guins, R. The Popular Culture: a Reader. Sage, 2005. Gelder, K. Subcultures. Taylor & Francis Group, 2007.  Gorbenko, A. Gotu Subkultūra Latvijas Sabiedrībā.” Sociālo zinātņu fakultātes raksti / Latvijas Lauksaimniecības universitāte 1.sēj., 2011, 158.-162.lpp.,   Rojek, C. Pop Music, Pop Culture / Chris Rojek. Polity, 2011.  Tumans, H. Masu Kultūra Vēsturiskās Retrospekcijas Spogulī: Seno Laiku Piemērs. 2015, Sans Nr.3, 38.-50.lp.  Storey, J. Cultural Theory and Popular Culture: an Introduction. Prentice Hall, 2001. | |
| Periodika un citi informācijas avoti | |
| www.satori.lv  Karogs (žurnāls) Vārds. Piejūras pilsētu literārais izdevums. Latvju Teksti. Tīrraksts. http://berelis.wordpress.com/ www.ubisunt.lv Karogs (žurnāls)  Konteksts (laikraksts)  Letonica (žurnāls)  Nacionālā enciklopēdija [www.enciklopedija.lv](http://www.enciklopedija.lv) | |
| Piezīmes | |
|  | |