

Kultūras pieprasījums un piedāvājums

Mūsdienu sabiedrībā veidojas plašs kultūras produkta piedāvājums un pieprasījums, kā rezultātā kultūra attīstās kā tautsaimniecības nozare.

Kultūras intereses un izklaides vajadzības nosaka kultūras piedāvājumu dažādām mērķa grupām.

Kultūras piedāvājums var būt ļoti daudzveidīgs – plaša patēriņa uz izklaidi vērsts kultūras produkts, mākslinieciski augstvērtīgs kultūras produkts, gan specifisks nišas produkts.

Kultūras aktivitātes un mākslinieciskās darbības var pārvērsties par produktu, ja tās ir iespējams komercializēt.

Radoša darbība, mākslinieciskā jaunrade, kultūras mantojuma elementi var veidot pamatu uzņēmējdarbībai, ko dēvē par kultūras un radošajām industrijām.

Temata beigās tu

- pratīsi raksturot mūsdienu kultūras artefakta kā kultūras industrijas produkta māksliniecisko un ekonomisko vērtību, sociālo nozīmi;
- varēsi uzdevumos pieredzēto salīdzināt ar savu personīgo kultūras pieredzi un iespējamo karjeru kultūras nozarē.

Sasniedzamie rezultāti	Lai to sasniegtu, stundās tu
Tu saskatīsi iepazītajos teātra mākslas procesos mijiedarbi ar laikmeta sociāli politiskajiem un ekonomiskajiem procesiem. (K.O.4.1.)	Apkoposi savu teātra pieredzi un secināsi , kā teātra māksla atspoguļo un ir saistāma ar laikmeta sociāli politiskajiem un ekonomiskajiem procesiem, reflektēsi , kāda nozīme teātra pieredzei ir tavas attieksmes pret sabiedriskajiem procesiem veidošanā.
Tu raksturosi, izvērtēsi, secināsi, kā teātra mākslā tās autori/radītāji pauž savu attieksmi pret sabiedrībai aktuāliem un diskutabliem jautājumiem, dažādu kopienu atšķirīgām vērtībām. Identificēsi eksperimentālo teātri, diskutēsi par tā iespējām sabiedrības procesu pētīšanā un ietekmēšanā. (K.O.4.2.; K.O.4.4)	Izpētīsi dažādus teātra iestudējumu piemērus, kas agrāk vai tagad ir bijuši nozīmīgi kāda vēsturiska notikuma vai sabiedriski politisko procesu kontekstā sabiedriskās domas veidošanā, un analizēsi pašu autoru/radītāju lomu kultūras un sabiedrisko procesu pārmaiņās.

Sasniedzamie rezultāti	Lai to sasniegtu, stundās tu
<p>Tu pētīsi kultūras jomas radošo organizāciju daudzprofilu struktūru (menedžeris, aģents, producents, skaņu un gaismu operators, kurators u. c.) specifiku. (K.O.3.5.)</p>	<p>Izvērtēsi Latvijas Republikas Kultūras ministrijas mājaslapas sadaļā “Kultūra” pieejamo informāciju par dažādām kultūras un mākslas nozarēm. Iepazīsi, kādas ir profesionālās nodarbinātības iespējas dažādās kultūras un mākslas jomās, salīdzināsi nodarbinātības atšķirības valsts, pašvaldības, nevalstiskajā, komercsektorā (finansējuma avoti, radošā brīvība, nodarbinātības un atalgojuma modeļi, darba līgums, autoratlīdzība, pašnodarbinātā statuss u. c.). Fiksēsi izpētītās profesionālās nodarbinātības iespējas kultūras un mākslas jomā, intervēsi radošo organizāciju struktūrā nodarbinātus speciālistus, māksliniekus.</p>
<p>Tu vērtēsi kultūras artefakta māksliniecisko kvalitāti, sociālo nozīmi un ekonomisko vērtību kā kultūras industrijas produktu, izprotot šo kategoriju saistību un pretrunīgumu. (K.O.4.4.)</p>	<p>Izvērtēsi kultūras notikumu/artefaktu no dažādiem skatpunktiem – gan no mākslinieciskā, gan no tirgus vērtības ar prognozējamu auditoriju skatpunkta – un izpratīsi šo atšķirīgo vērtību saistību un savstarpējo ietekmi. Novērtēsi savu kā kultūras patērētāja kompetenci kultūras notikuma nozīmes vērtēšanā.</p>
<p>Tu atšķirsi, interpretēsi dažādu mākslas produktu radīšanas mērķus un platformas, piemēram, mākslu kā sociālu akciju vai jaunas estētiskas realitātes konstrukciju, teātri kā institūciju ar mākslinieciskiem mērķiem vai kopienas projektu ar sociāliem mērķiem. (K.O.4.5.)</p>	<p>Klasificēsi mākslas produktus pēc to radīšanas mērķa – sociāla, mākslinieciska, kopienas saliedēšanas, pilsoniskās līdzdalības veicināšanas vai cita – un skaidrosi atšķirības. Dalīsies ar savu pieredzi šādos līdzdalības projektos.</p>
<p>Tu saskatīsi mākslā arī izklaides funkciju un diskutēsi ar klasesbiedriem par tās nozīmi un vietu kultūras pieredzes un mākslinieciskās gaumes veidošanā. (K.O.4.6.)</p>	<p>Noskaidrosi klasesbiedru kultūras vajadzības un konstatēsi mākslas izklaides funkcijas nozīmību vienaudžu kultūras pieredzē. Diskutēsi par mākslas kā izklaides īpatsvaru indivīda kultūras pieredzē un to, vai mākslai kā izklaidei ir paliekoša vērtība mākslinieciskās gaumes veidošanā.</p>

Sasniedzamie rezultāti	Lai to sasniegtu, stundās tu
<p>Tu diskutēsi par komerciālas un nekomerciālas mākslas, profesionālās mākslas un amatiermākslas atšķirībām. (K.O.4.5.)</p>	<p>Saskatīsi mākslas komerciālo un nekomerciālo raksturu. Meklēsi atbildi uz jautājumu, cik lielā mērā mākslas produkts drīkst būt komerciāls, vai tā komercialitātei ir kādas robežas. Formulēsi profesionālas un amatiermākslas kritērijus, diskutēsi par tiem ar klasesbiedriem un konstatēsi kopīgo un atšķirīgo jūsu viedokļos.</p>
<p>Tu atbilstoši darbībai savā radošajā projektā raksturosi situācijas, kurās mākslas darbi un kultūras procesi uztverami kā tautsaimniecības resursi ar noteiktu māksliniecisku un tirgus vērtību, prognozējamu auditoriju un lietotājiem. (K.O.4.4.)</p>	<p>Modelēsi, kā kultūras produktu uztver dažādas auditorijas, piemēram, cita paaudze, kopiena, reģiona kultūrai piederīgie. Savam praktiskajam uzdevumam noteiksi mērķauditoriju, plānosi reklāmas iespējas u. c. Izvirzīsi kritērijus (unikalitāte, simboliskās un sociālās nozīmes kādai kopienai, sociālai grupai, tautai u. c.), lai formulētu un pamatotu, kāpēc konkrēts kultūras produkts var kļūt/nekļūt nozīmīgs.</p>
<p>Būtiskākie jēdzieni: amatiermāksla; amatierteātris; autors; autortiesības; elitārs produkts, kultūras produkts, masu produkts, nišas produkts; izklaides vērtība; eksperimentāls teātris; komerciāla un nekomerciāla māksla; kultūras auditorija; kultūras operators; kultūras un radošā uzņēmējdarbība; kultūras tūrisms; mākslinieciskā/sociālā/ekonomiskā vērtība; mākslinieks; patērētājsabiedrība; plaģiāts; profesionāls teātris; radošās industrijas; radošs process; starpkultūru mijiedarbe; stāvizrāde.</p>	