WYDZIAŁ ARTYSTYCZNY
kierunek: Edukacja artystyczna w zakresie sztuk plastycznych
studia I stopnia (licencjackie)

Nazwa przedmiotu: SOCJOLOGIA SZTUKI
Kod przedmiotu: 03.9-WA-EASP-SOSZ
Typ przedmiotu: obowiązkowy
Wymagania wstępne:
Język nauczania: polski
Odpowiedzialny za przedmiot: mgr Mirosława Vierstra
Prowadzący: mgr Mirosława Vierstra

Forma zajęć	Liczba godzin	Liczba godzin w tygodniu	Semestr	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Studia stacjonarne					
ćwiczenia	60	2	4-5	zaliczenie z oceną	4

Zakres tematyczny przedmiotu:

- sztuka jako podsystem kultury symbolicznej
- społeczne funkcje sztuki
- kultura masowa: kicz, komiks, moda, reklama, graffiti
- instytucje życia artystycznego: muzea, galerie, salony, domy aukcyjne
- komercjalizacja i rynek sztuki
- socjologia artysty: biografia artystyczna, kariera artystyczna, mitologia artysty
- centrum-prowincja, lokalność w sztuce
- współczesne miasto a realizacja potrzeb społecznych i estetycznych
- granice między sztuką, a nie-sztuką
- kryzys w sztuce - diagnozy “końca sztuki”

Efekty kształcenia:

Student powinien posiąść umiejętność rozumienia i analizowania:

- przemian zachodzących w sztuce na tle szerszego kontekstu przemian społeczno-kulturowych
- społecznych ram funkcjonowania sztuki, relacji pomiędzy jej poziomem (wysokim, niskim) oraz społecznych kryteriów ich wyróżniania

Warunki zaliczenia:

Referat (prezentacje, konspekt), uczestnictwo w dyskusjach, kolokwium pisemne.

Literatura podstawowa:

Duvignaud, J. Socjologia sztuki, Warszawa 1970
Francastel, P. Twórczość malarska a społeczeństwo, Warszawa 1973
Golka, M. Socjologia artysty, Poznań 1995
Graff, P. Sztuka jako system, Warszawa 1987
Hall, E.T. Poza kulturą, Warszawa 1984
Jawłowska, A. Drogi kontrkultury, Warszawa 1975
Kłoskowska, A. Kultura masowa, Warszawa 1980
Kłoskowska, A. Socjologia Kultury, Warszawa 1981
Lipski, A. Elementy socjologii sztuki, Wrocław 2001
Moles, A. Kicz czyli sztuka szczęścia, Warszawa 1978
Morawski, S. Na zakręcie od sztuki do po-sztuki, Kraków 1985
Osęka, A. Mitologie artysty, Warszawa 1975
Zakrzewski, Z. Reklama, cele, środki, Warszawa 1992

Literatura uzupełniająca:

1.Albin, K., (2002), Reklama: przekaz, odbiór, interpretacja, Warszawa - Wrocław: Wydawnictwo Naukowe PWN
2.Barthes, R., (2005), System mody, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
3.Bauman, Z., (2000), Globalizacja i co z tego dla ludzi wynika, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN
4.Domosławski, A., (2002), Świat nie na sprzedaż: rozmowy o globalizacji i kontestacji, SIC!
5.Gromkowska, A., (2002), Kobietcość w kulturze globalnej: rekonstrukcje i reprezentacje, Poznań: Wolomin
6.Hyży, E., (2003), Kobieta, ciało, tożsamość: teorie podmiotu w filozofii feministycznej końca XX wieku, Kraków: TA i WPN Universitas