

# KOLOKVIÁLNA SKÚŠKA Z OBLASTI POZNANIA ŠTUDIJNÉHO ODBORU KULTUROLÓGIA PRE Bc. STUPEŇ ŠTÚDIA OKRUHY PROBLÉMOV

Pri kolokviálnej skúške študent obhajuje predloženú záverečnú prácu a odpovedá na otázky školiteľa, oponenta záverečnej práce aj ostatných členov komisie. Otázky sa vzťahujú k nasledovným okruhom.

## A. TEORETICKO-METODOLOGICKÝ OKRUH PROBLÉMOV

### 1. Kultúra v teoretickej reflexii.

Kulturológia ako veda. Kulturológia v systéme ostatných vied. Multiparadigmaticosť a interdisciplinarita. Metódy kulturologickej reflexie. Príbuzné disciplíny kulturológie. Základné nazerané problémy. Základné kategórie kulturologického diskurzu. Funkcie kultúry. Hodnota a význam kultúry pre spoločenstvo a spoločnosť. Štruktúra kultúry.

### 2. Hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo.

Kontinuita a nadväznosť kultúry (historické vedomie, kolektívna pamäť, kultúrna pamäť). Kultúrna tradícia. Tradičná kultúra. Tradičná ľudová kultúra. Kultúrna tradícia v medzinárodných dokumentoch (UNESCO, EÚ). Hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo. Hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo v medzinárodných dokumentoch (UNESCO, EÚ). Hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo v strategických dokumentoch Ministerstva kultúry SR.

### 3. Človek v kultúre a spoločnosti.

Moderná a tradičná spoločnosť. Spoločnosť a spoločenstvá. Alternatívne kultúry. Subkultúry. Kontrakultúry. Identita a identity. Funkcie a význam identít pre spoločenstvo a jednotlivca (kolektívnych, subjektívnych). Dimenzie, procesualnosť a vnútorná štruktúra identity. Význam reflexie identity pre kulturológiu.

**5. Kultúra ako spôsob života.** Životný štýl v kulturologickej reflexii. Spôsob života. Unifikácia a heterogenizácia spôsobov života. Trendy ovplyvňujúce súčasné spôsoby života a ich prejavy (globalizácia, internacionalizácia, individualizácia, juvenilizácia, narcizmus, voyerizmus, hedonizmus, konzum, easternizácia, westernizácia, amerikanizácia, macdonaldizácia a podobne). Význam reflexie spôsobu života a životných štýlov pre kulturológiu (marketing kultúry, výskumy publika a prijímateľov kultúry).

**6. Národné kultúry v globalizujúcom sa svete.** Multikulturalizmus, kultúrny pluralizmus a kultúrny relativizmus. Potreba interkultúrneho dialógu. Jedinečnosť kultúrnych prejavov. Kultúrna rozmanitosť. Základné stratégie a mechanizmy uchovávanía kultúrnej rozmanitosti v medzinárodných dokumentoch (UNESCO, EÚ). Princípy uplatňované v legislatíve (tolerancia, vedomie spolupatričnosti, rovnosť).

## B. KULTÚRNO-UMELECKÉ DIANIE

Študent pri odpovediach na otázky skúšobnej komisie preukáže znalosť kultúrneho, historického a umeleckého kontextu obdobia, ku ktorému sa téma záverečnej práce vzťahuje. Otázky sa týkajú problematiky v rámci predmetov štúdia Dejiny kulturologických koncepcií, Dejiny národnej kultúry, absolvované Dejiny umeleckej kultúry.

## **C. PROBLEMATIKA APLIKOVANEJ KULTUROLÓGIE**

### **1. Marketing v kultúre.**

Situačná analýza makroprostredia a mikroprostredia. Súčasný trendy marketingu. SWOT analýza a jej funkcie. Segmentácia: trh, konkurencia a užívatelia v oblasti kultúry. Proces segmentácie jednotlivých prvkov mikroprostredia. Cieľové skupiny. Široká verejnosť. Konkurencia. Aplikácia marketingových nástrojov v kultúre. Marketingový výskum. Marketingový prieskum. Marketingový mix. Integrovaný marketing. Marketingová komunikácia. Komunikačné nástroje, komunikačný mix, plánovanie komunikačných stratégií, mediálny plán. Strategický marketing. Strategické plánovanie, strategický marketingový plán.

### **2. Manažment v kultúre.**

Funkcie manažmentu. Organizačný manažment. Organizačná štruktúra. Plánovací manažment. Strategické plánovanie. Kontrolný manažment. Vedenie ľudí. Personalistika. Rozhodovanie v manažmente. Motivácia.

### **3. Inštitucionálne prostredie: kultúrna infraštruktúra. Lokálna a regionálna kultúra.**

Kultúrna infraštruktúra. Kultúrne zariadenia. Kultúrne inštitúcie. Kultúrne organizácie. Situácia po r. 1989 (decentralizácia, vývoj verejnej správy, prechod kompetencií, zmeny inštitucionálnej bázy). Aktuálne úlohy a trendy v oblasti miestnej a regionálnej kultúry. Kultúrna infraštruktúra v súčasnosti (silné stránky, slabé stránky). Kultúrne subjekty a ich činnosť. Súčasti miestnej a regionálnej kultúry. Legislatívne dokumenty. Konceptné a strategické dokumenty.

### **4. Projektovanie v kultúre**

Projekt kultúrneho tovaru/ služby. Právna forma organizátora a spolupracujúcich organizácií. Zámery a ciele podujatia. Identifikovanie cieľových skupín, analýza potrieb. Kritériá úspešnosti a neúspechu. Plánovanie kultúrnej aktivity. Organizovanie kultúrnej aktivity. Kontrola priebehu prípravy a realizácie. Ukončenie a zhodnotenie.

### **5. Kultúrna politika.**

Charakteristiky kultúrnej politiky. Nástroje kultúrnej politiky. Inštitucionálne, sociálne, legislatívne a ekonomické aspekty kultúrnej politiky. Medzinárodné inštitúcie a organizácie a kultúrna politika (UNESCO, Rada Európy, Európska únia). Východiskové modely kultúrnych politík v Európe. Komunitárne programy Európskej únie a možnosti ich využitia pre umelecké a kultúrne projekty. Kultúra v medzinárodných dokumentoch (UNESCO, EÚ). Priority slovenskej kultúrnej politiky v súčasnosti. Medzinárodná spolupráca a prezentácia slovenskej kultúry v zahraničí.