



Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora

Institutionen för kulturvetenskaper

1KU050 Kulturmiljö inom den kulturella ekonomin, 7,5
högskolepoäng

Cultural heritage in the cultural economy, 7.5 credits

Ämnesgrupp

Kulturvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd 2009-06-11

Senast reviderad 2013-10-28 av Fakulteten för konst och humaniora. Rev. av litteratur och examinationsformer.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2014

Förkunskaper

INGET VÄRDE ANGIVET

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- redovisa och värdera grundläggande vetenskaplig kunskap om den kulturella ekonomin
- göra självständiga och kritiska analyser och bedömningar kring kulturmiljö och kulturarv inom den kulturella ekonomin
- självständigt identifiera, formulera och lösa problem på vetenskaplig grund kring kulturmiljö och kulturarv inom den kulturella ekonomin.

Innehåll

Kursen handlar om kulturmiljöns och kulturmiljöbranschens roll inom den kulturella ekonomin. Kursen börjar med en introduktion till kulturell ekonomi och upplevelseindustrin och hur de påverkar och sannolikt kommer att påverka samhället, kulturen och arbetslivet framöver. Det är viktigt att förstå kulturens roll som en väsentlig faktor för den regionala utvecklingen såväl nationellt som internationellt. Kulturell ekonomi som perspektiv innebär en analys av de nutida processer som leder till att kulturen alltmer laddas med ekonomiska värden och ekonomin får ett större inflytande över kulturen, samtidigt som kommersiella produkter alltmer laddas med kulturella värden. Det är därför viktigt att kritiskt analysera dessa processer och de risker som finns i en situation där kultur och ekonomi alltmer flätas samman. En kulturmiljö i sydöstra Sverige blir fallstudie och mål för en studieresa samt detaljstudier i ett antal problemorienterade workshops.

Undervisningsformer

Undervisningen består av ett studiebesök samt föreläsningar och workshops. Alla workshops är obligatoriska.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examination sker genom redovisningar, inlämningsuppgifter samt salstentamen eller hemtentamen.

Omtentamen erbjuds inom sex veckor (inom ramen för ordinarie terminstid).

Kursvärdering

Efter avslutad kurs genomförs en kursutvärdering som sammanställs och återkopplas till studenterna samt arkiveras enligt institutionens bestämmelser

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Aronsson, Lars, Jonas Bjälesjö & Susanne Johansson red. (2007). *Kulturell ekonomi: skapandet av värden, platser och identiteter i upplevelsesamhället*. Lund: Studentlitteratur. 300 s.

Du Gay, Paul & Michael Pryke (2002). *Cultural economy: cultural analysis and commercial life*. London: Sage. 250 s.

Florida, Richard (2006). *Den kreativa klassens framväxt*. Stockholm: Daidalos. Alt. engelska originalet *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books 2002. Valda delar, ca. 200 s.

Lindeborg, Lisbeth & Lars Lindqvist, red. (2010) *Kulturens kraft för regional utveckling*. Stockholm: SNS Förlag. 460 s.

Strömberg, Per (2007). *Upplevelseindustrins turistmiljöer : visuella berättarstrategier i svenska turistanläggningar 1985-2005*. Uppsala: Konstvetenskapliga institutionen, Uppsala universitet. 362 s.

Referenslitteratur

Adorno, Theodor (1991). *The Culture Industry*. London: Routledge. 200 s.

Amin, Ash & Nigel Thrift, red. (2004). *The Blackwell Cultural Economy Reader*. Oxford: Blackwell Publishing. 400 s.

Ayata, Binnaz red. (2007). *Kulturekonomi: konsten att fånga osynliga värden* Lund: Studentlitteratur. 375 s.

Crouch, David & Nina Lübbren, red. (2003). *Visual Culture and Tourism*. Oxford: Berg Publishing. 280 s.

Du Gay, Paul red. (1997). *Production of Culture/Cultures of Production*. London: Sage. 350 s.

Florida, Richard (2005). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge. 190 s.

Jensen, Rolf (1999). *The Dream Society: how the coming shift from information to imagination will transform your business*. New York: McGraw-Hill. 250 s.

Meethan, Kevin (2001). *Tourism in global society: place, culture, consumption*. New York: Palgrave. 210 s.

Mossberg, Lena (2003). *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!* Lund: Studentlitteratur. 200 s.

Pine, Joseph & James Gilmore (1999). *The Experience Economy: work is theatre & every business a stage.* Boston, MA: Harvard Business School. 270 s.

Plats, drivkraft, samhällsprocess. Vad gör kulturarvet till en resurs för hållbar regional utveckling? Rapport från Riksantikvarieämbetet 2003:7. Stockholm. 70 s.
Tillgänglig på www.raa.se/publicerat/9172093374.pdf