

Medijska kultura: ekonomija ili kultura, edukacija ili manipulacija

Teorija kulturnog stvaralaštva – vežbe

23. X 09.

Spot br. 1: Madonna – **Borderline** (Madonna, 1984)

1. Različnost Madoninog identiteta u spotu i njihova funkcija.
2. Koje sve kulturološke obrasce i njihove međusobne odnose prepoznajete u spotu?
3. Kako se završava spot i koji nam zaključak sugerira?
4. Veza između imena pesme i njene poruke.

Spot br. 2: Madonna – **Like a prayer** (Like a prayer, 1989)

1. Koji religiozni motivi ispunjavaju spot i koja je njihova funkcija?
2. Koje suprotnosti i kontraste primećujete u spotu?
3. Interkulturni karakter spota.
4. Narativni tok spota i krajnja poruka.

Spot br. 3: Madonna – **Vogue** (I'm breathless, 1990)

1. Vizuelne odlike spota.
2. Humor u spotu i njegova funkcija.
3. Crnačka kultura u spotu?
4. Šta spot poručuje?

Spot br. 4: Madonna feat. Justin Timberlake - **4 minutes** (Hard Candy, 2008)

1. Simbolika odbrojavanja i svlačenja.
2. Funkcija kola u spotu.
3. Šta predstavlja crna masa u spotu?
4. Kontrast obično-izuzetno u spotu.
5. Analiza teksta:
 - "The road to hell is paved with good intentions" Madonna
 - "But if I die tonight, at least I can say I did what I wanted to do. Tell me, how about you?" Justin
6. Ime pesme i njena poruka.
7. Saradnja (collab) kao savremena umetnička praksa (zašto i kako).

Diskusija

- Madona: edukator ili manipulator?
- Medijska kultura: kultura ili ekonomija?

Samostalna analiza

Mogućnosti kopiranja i upotrebe globalnih kulturnih i poslovnih obrazaca na lokalnu, nacionalnu ili regionalnu umetničku i kulturnu praksu.

Uz pomoć predstavljenih metoda analize medijskih sadržaja analizirajte muzički spot regionalne pop zvezde Severine Vučković – **Gas Gas** (Zdravo Marijo, 2008)