

Zadání písemných úkolů do předmětu Umění a média 2015 JS

I. Rešerše odborné literatury

Cíl a téma rešerše:

Rešerše představuje součást preprodukční fáze tvorby jakékoli projektové, odborné nebo esejistické činnosti. Cílem rešerše je odhalit koncepty, teoretická východiska a metodické postupy, které při zpracovávání daného tématu již byly v minulosti vytvořeny a které by bylo možné při zpracování písemné odborné nebo esejistické práce využít.

Vyhledávání literatury se uskutečňuje podle klíčových slov v digitálních databázích knihoven, knihkupectví a antikvariátů.

Výstupem rešerše je seznam anotované odborné literatury (20-40 položek: studie, sborníky, monografie s anotacemi – cca 5 řádků; nikoli slovníky, encyklopedie a učebnice!!!), jejíž nejzajímavější položky budou využity v písemné práci (eseji) jako inspirace (např. formou odkazů, citací, aluzí, polemik).

Témata (klíčová slova) rešerše: komunikační média, umělecká komunikace, specifika umělecké komunikace, sémiotický a kulturní transfer, umění a masová média, prezentace umění/uměleckých děl – v masových médiích (noviny, časopisy, knihy, rozhlasové a televizní vysílání) a na internetu, adaptace uměleckých děl – v masových médiích (rozhlas, televizi), adaptace uměleckých děl na internetu, interpretace uměleckých děl apod.

Forma citací:

Kniha

BOHATCOVÁ, M. et al.: *Česká kniha v proměnách staletí*. Praha : Panorama, 1990. 622 s. ISBN 80-7038-131-0.

HAYES, D. – WYNYARD, R. (Eds.): *The McDonaldization of Higher Education*. Westport, Connecticut – London : Bergin – Garvey, 2006. ISBN 0 89789 856 7.

PELSMACKER, De P. – GEUENS, M. – BERGH, J. van den: *Marketingová komunikace*. Praha : Grada Publishing, 2003. 581 p. ISBN 80-247-0254-1.

SCHLOSSER, E.: *Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal*. New York : Houghton Mifflin, 2001. 368 pp. ISBN 0-7139-9602-1.

RITZER, G. *The Mcdonaldization of Society: An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social Life*. Thousand Oaks – London – New Delhi : Pine Forge Press – A Sage Publication, 1993. ISBN-10: 978-0803990005.

Sborník

PAVELKA, J.: Text jako interkulturní dialog. In M. B. Zágoršková – P. Barát (Eds.), *Medzikultúrny dialóg – nástroj stability a rozvoja európskeho priestoru*. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, 2009. Pp. 80-99. ISBN 978-80-225-2726-2.

TAJFEL, H.: Social categorization, social identity, and social comparison. In: H. Tafel (Ed.), *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. London : Academic Press, 1978. Pp. 61-76. ISBN 10: 0126825505

Časopis

BIANCHI, G. – LÁŠTICOVÁ, B. – ŠRAMOVÁ, B.: Meanings of macrosocial categories in Slovak adolescents: between region and Europe. *Československá psychologie*. Vol. 51, 2007, No. 5, pp. 464-475. ISSN 0009-062X.

PAVELKA, J.: The Human “World” as a Fairy Tale for Good and Bad Children. *S – European Journal for Semiotic Studies. Revue Européenne d’Études Sémiotiques. Europäische Zeitschrift für Semiotische Studien. Czech & Slovak Semiotics*. Wien –

Barcelona – Budapest – Perpignan, Vol. 4 – 4, 1992, pp. 735-744. ISSN 1015-0102.

On-line zdroj

ASHMORE, R. D. – DEAUX, K. – MCLAUGHLIN-VOLPE, T.: An Organizing Framework for Collective Identity: Articulation and Significance of Multidimensionality. *Psychological Bulletin*, Vol. 130, 2004, No. 1, pp. 80-114. [online]. [2014-10-20]. Available at: <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.130.1.80>.

BARTHOLOMEW, M.: Advertising and Social Identity. *Buffalo Law Review*. Vol. 58, 2000, No. 4, pp. 931-976. [online]. [2014-10-22]. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1457236> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1457236>.

KAMENICKÝ, P.: *McDonald's mění korporátní barvu*. [online]. [2014-10-15]. Available at: <http://strategie.e15.cz/zpravy/mcdonald-s-meni-korporatni-barvu-2-442442>.

Rozsah: neomezen, doporučená dolní hranice 6 normostran.

Způsob odevzdání:

V stanoveném termínu do ISu – ZUR521 – Odevzdavárny!

Termín odevzdání: 19.03.2015: 1. práce (čtvrtek) do 24:00.

II. Referát odborné literatury

Cíl a téma referátu:

Cílem a tématem referátu je vyložit – podle vlastního rozhodnutí – nejdůležitější inspirační zdroj (studii nebo monografii, nikoli ovšem slovníky, lexikony nebo učebnice), který bude využit při zpracování písemné odborné nebo esejistické práce. Referát má podobu data-video prezentace (studie či knihy), která bude poskytnuta účastníkům semináře. Referát je koncipován jako vyprávění, které nabízí informace a zhodnocení obsahu knihy/studie.

Rozsah: neomezen, doporučená dolní hranice 3-4 normostrany

Způsob odevzdání:

V stanoveném termínu do ISu – ZUR521 – Odevzdavárny!

Termín odevzdání: 02.04.2015: 2. práce (čtvrtek) do 24:00.

III. Písemná práce – esej / úvaha / pojednání / polemika na téma umění a média

Název práce: [zvolit podle tématu a cíle práce]

Téma č. 1: Na konkrétních uměleckých dílech anebo projektech ilustrovat a reflektovat problém, zdali a jak komunikační médium typu televize ovlivňuje uměleckou komunikaci a prezentuje uměleckou tvorbu, její formální a obsahové složky a funkční zaměření.

Téma č. 2: Na konkrétních uměleckých dílech anebo projektech ilustrovat a reflektovat problém, zdali a jak komunikační médium typu internet ovlivňuje uměleckou komunikaci a tvorbu, její formální a obsahové složky a funkční zaměření.

Téma č. 3: Na konkrétních uměleckých dílech anebo projektech ilustrovat a reflektovat skutečnost, že nová (digitální) média, ale také novým způsobem využitá stará komunikační média ovlivňují a mění staré formy umělecké komunikace a vytvářejí nové formy a druhy uměleckých aktivit (konkrétní poezie, happening, action painting, land art, body art, street art, graffiti, konceptuální umění/koceptualismus, ambient art, flash mobs...) a ve svém důsledku mění funkční orientace a koncept umění.

Cíl:

Zjistit, jak konkrétní komunikační média formují a ovlivňují podobu, charakter, funkce a rituály umělecké komunikace a jak adaptace konkrétních uměleckých děl, čili sémiotický a kulturní transfer konkrétních uměleckých textů a přenos uměleckých obsahů z jednoho komunikačního média do druhého mění podobu, charakter, funkce a rituály umělecké komunikace.

Žánr: esej / úvaha / pojednání / polemika

Rozsah: neomezen, doporučená dolní hranice 5-6 normostran

Způsob odevzdání:

A/ Do ISu – ZUR521 – Odevzdavárny!

B/ Ve fyzické podobě na sekretariát katedry.

Termín odevzdání: 07.05.2015: 3. práce (čtvrtek) do 24:00.