

Zadání písemných úkolů do předmětu Umění a média 2016 JS

1. Úkol: Příprava materiálů pro vstup do diskuse funkce a specifika umělecké komunikace

Cíl a téma přípravy materiálů pro vstup do diskuse:

Cílem je připravit materiály, pomocí nichž je možné zahájit v semináři diskusi, anebo pomocí níž je možné vstupovat do diskuse na téma funkce a specifika umělecké komunikace.

Obsahem podkladů jsou: výpisky (z informačních portálů, encyklopedií, odborné literatury), bibliograficky ukotvené citáty a části textů, celé dokumenty, které je možné prezentovat a uložit elektronicky do boxu Úkol č. 1. (popř. později, pokud se ukáže, že jde o zajímavý text, do studijních materiálů).

2. Úkol:

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 (rozhlase, televizi), adaptace uměleckých děl na internetu, interpretace uměleckých děl apod.

Rozsah: neomezen, doporučená dolní hranice 6 normostran.

Způsob odevzdání:

V stanoveném termínu do ISu, ZUR521, Odevzdavárny!

Termín odevzdání: uvedeno v ISu.

Doporučená forma citací:

Existuje řada citačních norem, např. ISO, APA, Chicago (viz Word, Reference/Styl)

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. and 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. Zágorská, 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. and 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. and 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>.

3. Úkol: 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: uvedeno v ISu.

4. Úkol: 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: uvedeno v ISu.