

## Témata seminárních prací

**1. Estetizace reklamy jako prestiž ve společnosti nebo mezi národy** (interpretace plakátu s využitím textu T. Veblena *Teorie zahálčivé třídy* a B. Markalouse *Umění a reklama*).

- a. Dva plakáty Viktora Olivy (Stálá umělecká výstava, Topičův salon, 1995 a 1996)
- b. Pojetí dámy (např. Emil Orlik vs. Karel Šimůnek)

LIT:

Bohumil Markalous, *Umění a reklama (k výstavě v Hradci Králové)*, in: *týž, Estetika praktického života*, 1989, s. 25-28.

Veblen Thorstein: *Teorie zahálčivé třídy*, Sociologické nakladatelství 1999.

Ruth E. Iskin, Pražská Pařížanka na plakátě Zlatá Praha Viktora Olivy. In: *63. Bulletin Moravské galerie* 2007, s. 89-102

Jan Thompson, The Role of Woman in the Iconography of Art Nouveau. *Art Journal*, Vol. 31, No. 2 (Winter, 1971-1972), pp. 158-167. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/775570>

Berger, John, *Způsoby vidění*, zejm. kpt. 7. Labyrint Praha 2016.

Judith Williamson: *Decoding Advertisements*, 1978.

Filip, Aleš – Musil, Roman, *Mnichov zářící metropole umění 1870–1918*. ZG Plzeň 2015.

**2. Ve šťastném snu na jednom reklamním sloupu.** Srovnání - Jules Cheret vs. Alfons Mucha, pařížský plakát po roce 1895.

LIT:

KAREN L. CARTER, The Specter of Working-Class Crowds: Political Censorship of Posters in the City of Paris, 1881–1893. *Yale French Studies*, No. 122, *Out of Sight: Political Censorship of the Visual Arts in Nineteenth-Century France* (2012), pp. 130-159. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/23646029>

Bradford R. Collins, The Poster as Art; Jules Chéret and the Struggle for the Equality of the Arts in Late Nineteenth-Century France. *Design Issues*, Vol. 2, No. 1 (Spring, 1985), pp. 41-50. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/1511527>

**3. Ruce, oči a vlak na diváka se „valí“.**

a. Interpretace plakátu *Die Frau ohne Namen* z roku 1927 (MOMA <https://www.moma.org/collection/works/5754>) Jana Tschicholda v kontextu *Díla ve věku své technické reprodukovatelnosti* Waltera Benjamina.

b. Žena u kuchyňské linky, žena vystřižená: taylorizace a pastorační tendence pokrokového designu (charakteristika motivu v komerční reklamě v materiálech dostupných např. na: [www.plakatkontor.de](http://www.plakatkontor.de) a International Advertising & Design DataBase (<http://magazines.iaddb.org/>))

LIT:

Walter Benjamin: *Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti*. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/studium/predmety/index.php?do=download&did=26774&kod=JJM085>

Knobloch, Iva – Vondráček, Radim (eds), *Design v českých zemích 1900 – 2000*. Academia 2016.

Brněnský *Index* ([https://monoskop.org/Index\\_\(magazine\)](https://monoskop.org/Index_(magazine)))

J. Vojvodík – J. Wiendl, *Heslář české avantgardy*. 2011.

Berger, John, *Způsoby vidění*, zejm. kpt. 7. Labyrint Praha 2016.

**4. Motiv souboje v reklamních vizuálních reprezentacích:** konkurence, soupeření, vítězství a boj v komerční reklamě (charakteristika motivů v komerční reklamě v materiálech dostupných např. na: [www.plakatkontor.de](http://www.plakatkontor.de) a International Advertising & Design DataBase (<http://magazines.iaddb.org/>))

LIT:

Jim Aulich: Plakát konfliktu: Vizuální kultura veřejných informací a dezinformací. In: 63. Bulletin MG, 2007, s. 105-118.

M. Bartlová a kol: *Co bylo Československo. Kulturní konstrukce státní identity*. 2017.

M. Bartlová – J. Vybíral a kol: *Budování státu*. 2016.

J. Vojvodík – M. Langerová: *Patos v českém umění*. 2014.

## 5. Propaganda

**a. Tvář a podoby týrané vlasti.** Personifikace, metafory a symbolika válečné propagandy. M. Sylvestrová – J. Aulich: *Political Posters*

**b. Hrdina a nepřítel:** typické znaky a atributy zástupců národa v politické propagandě.

LIT:

Rigby, Katherine, German Expressionist Political Posters 1918-1919: Art and Politics, A Failed Alliance. *Art Journal* 44, No. 1 The Poster (Spring) 1984, pp. 33-39. (dostupné na [www.jstor.org](http://www.jstor.org)).

Moc obrazů, obrazy moci. Politický plakát a propaganda, 2005 (zejm. úvodní stať Jakuba Zelníčka). Ernest Gellner: *Nacionalismus*. CDK Brno 2002.

Victoria E. Bonnell: *Iconography of Power: Soviet Political Posters under Lenin and Stalin*. University of California Press, 1997.

Max Weber: Protestantská etika a duch kapitalismu. In: *Autorita, etika a společnost. Pohled do sociologie dějin*. Mladá fronta 1997 NEBO: týtž: *Metodologie, sociologie a politika*. OIKOYMENH 1998.

Frank Kämpfer: *Der Rote Keil. Das politische Paket. Theorie und Geschichte*. GM Berlin 1985.

I. T. Budil: *Triumf rasismu*. 2015.

## POZNÁMKA:

Literatura k jednotlivým tématům není povinná ani úplná, předpokládám, že si téma dotvarujete k obrazu svému podle literatury, kterou si sami dohledáte. K úspěšnému napsání práce doporučuji prohlédnout literaturu k příslušnému období uvedenou v materiálech v ISu.

Pokud si budete chtít téma přizpůsobit (změna interpretovaného plakátu či motivu), bude dobře, když mi o tom napíšete předem.

Minimální rozsah práce stanovuje na 4 normostrany (řádkování 1,5). Hodnotit budu především kvalitu obsahu ne rozsah práce.

**Jak napsat úspěšnou práci:**

Hodnotit budu:

Vaši sečtělou, schopnost použít znalosti, analyzovat materiál a uvádět vše do souvislosti

K tomu je dobré:

Využít co nejvíc doporučenou literaturu, nespoléhat pouze na vlastní dojem, správně citovat zdroje.

Po celou dobu sledujte, co je relevantní pro zadané téma.

Text by měl sledovat jednu myšlenku, kterou mi chcete ohledně zadaného tématu sdělit.

Zkoumaný materiál uveďte do kontextu.

Popište jej a na základě jednotlivých detailů přiřadte do přesnějšího kontextu (komparace stylové, kampaň, žánr, motiv)

Zdůrazněte, co je zajímavé (ne pro vás, ale pro odborného čtenáře).

**Deadline: 10. 2. 2018**

V případě, že vám budu muset práci vrátit jako nevyhovující, předpokládám, že práci opravíte a odevzdáte znovu. Počet pokusů není omezen. Nicméně věřím, že toho nebude zapotřebí.