

ZUR521 Umění a média *

Fakulta sociálních studií

jaro 2016

Rozsah

2/0. 6 kr. Ukončení: z.

Vyučující

[prof. PhDr. Jiří Pavelka, CSc.](#) (přednášející)

[Mgr. Jan Miškov](#) (pomocník)

Garance

[prof. PhDr. Jiří Pavelka, CSc.](#)

[Katedra mediálních studií a žurnalistiky - Fakulta sociálních studií](#)

Kontaktní osoba: [Ing. Pavlína Brabcová](#)

Dodavatelské pracoviště: [Katedra mediálních studií a žurnalistiky - Fakulta sociálních studií](#)

Rozvrh

Čt 9:45–11:15 [AVC](#)

Omezení zápisu do předmětu

Předmět je nabízen i studentům mimo mateřské obory.

Mateřské obory

- [Mediální studia a žurnalistika](#) (program FSS, N-KS)

Cíle předmětu

Kurz pojednává o vztazích mezi komunikačními a produkčními technologiemi, médií, kulturou a uměním, o kulturním transferu a o vlivu masových médií a masové a síťové komunikace na umění. Na konci kurzu studenti budou s to porozumět, jak masová a síťová média ovlivňují uměleckou tvorbu a naopak jak umění ovlivňuje masovou a síťovou komunikaci.

Výukové metody

přednášky, diskuse ve třídě, individuální projekty, domácí úkoly, vyhodnocování projektů

Metody hodnocení

Rešerše, referát, esej nebo úvaha, zápočet

Další komentáře

[Studijní materiály](#)

Předmět je dovoleno ukončit i mimo zkouškové období.

Předmět je vyučován každoročně.

Požadavky na studenta

Po studentech je požadována účast minimálně v sedmi seminářích a vypracování písemných úkolů.

Přehled probírané látky (syllabus):

Komunikačně pragmatický přístup ke kultuře – k sociálně kulturní realitě Z měny v paradigmatickém systému vědy signalizoval *anthropological, linguistic, communication, pragmatic, social construction, massmedia* a *visual turn*. Komunikativní jednání člověka a komunity jako producent kultury. Základní druhy lidského komunikativního jednání: mentální

jednání, mezilidská komunikace a sociální jednání a jejich formy. Člověk a komunity jako komunikační a paměťové médium. Sociální konstrukce reality (P. I. Berger, Th. Luckmann).

Technologie (činnosti a návody) jako konstrukční základ reprodukčních systémů kultury – technologický determinismus (M. McLuhan). McLuhanovo široké pojetí médií jako extenze (fyzických, smyslových, paměťových, intelektuálních potenci) člověka.

- A/ Extenze lidských pohybových potenci – dopravní média (prostředky – *vehicles*): boty, sněžnice, lyže, potápěčské ploutve, koš, batoh, berle, kolečkové křeslo, kočárek, trakař, kůň, koňský povoz, kočár, loď, balón, auto, vlak, letadlo, lanovka, vlak v metru (dopravní sítě: lodní, silniční, podzemní, letové).
- B/ Extenze lidských smyslů – recepční média (brýle, dalekohled, mikroskop, naslouchátka) a měřicí a orientační přístroje (teploměr, alkoholoměr, hlásič požárů, kompas, navigátor).
- C/ Extenze lidské paměti – vznik externích paměťových médií (písemný záznam, kniha, akustický a audiovizuální záznam, internetové databáze; interní x externí paměť).
- D/ Extenze myšlení – počítadlo, logaritmické pravítko, kalkulátor, computerové programy.
- E/ Extenze biologicky daných komunikačních potenci lidského těla (dopis, telegraf, telefon, mobil, e-mail, skype).

Produkční, distribuční, konzumační a komunikační systémy jako konstrukční osy kultury. Modely komunikačních systémů a sémiotická produkce jako interpretační rastry kultury. Přírodní a kulturní produkty a fenomény jako texty, které lze „číst“ – kterým lze rozumět.

Přírodní a kulturní produkty zajišťují existenci a reprodukci komunit. Kulturní produkty jako texty kultury, jejich funkce a jejich životnost. Atribut textů – smyslová vnímatelnost.

Komunikační média jako nositel mediálních/znakových textů a paměťové nosiče (média) jako informační databáze. Periférie komunikačních médií jako rozhraní, které umožňuje vnímat znakové texty.

Atributy komunikačních médií: technologie (produkční postupy a principy – viz dále), životnost (krátkodobá a dlouhodobá), dosah (v prostoru a čase), epistemologie (možnosti vyjádřit a sdělovat obsahy, orientace na určité obsahy a funkce; N. Postman).

Komunikace je vždy multimediální, v rámci konkrétní komunikace se vždy současně uplatňuje větší množství znakových systémů a komunikačních médií, technologií a systémů. Extrémním případem multimediální komunikace (multimediálního komunikátu) je divadelní komunikace (divadlo / divadelní představení jako komunikační médium).

Média, mediální produkty (komunikáty) a mediované obsahy. Komunikáty jako výsledek komunikačních aktivit uskutečňujících se prostřednictvím komunikačních médií nesoucích znakové texty. Komunikáty jako nástroj konstrukce a jako forma interpretace sociálně kulturní reality.

Funkce znaků, znakových textů a komunikátů – referenční (informační), emotivní (expresivní), poetická (výrazová), konativní (apelativní a manipulativní), fatická (kontakťová), metajazyková funkce (R. Jakobson). Životnost komunikátů (krátkodobá a dlouhodobá).

Jazykové komunikáty. Jazykové komunikáty: texty mluvní a literární (nesou je odlišná média), soukromé a veřejné (odlišný typ adresáta), administrativně správní, náboženské,

filozofické, vědecké, technologicko-produkční, umělecké, legislativní, politické, žurnalistické (odlišné funkce; odlišné diskurzy).

Nejazykové komunikáty: gesticko-mimické, lokomoční, akustické nejazykové, hudební, výtvarné obrazově vizuální komunikáty (statické ikonické, kinetické ikonické).

Multimediální komunikáty. Komunikáty spadající do oblasti umění (slovesné, literární, dramatické, hudební, taneční, výtvarné, filmové...; architektonické – na hranici komunikátů, protože architektonická díla plní primárně jiné funkce než komunikační).

Interpersonální a masová komunikace a epistemologie masových médií a umění. Na příkladu dopisu (soukromá korespondence), pohlednice (na pomezí soukromé a veřejné korespondence) a epistolární literární tvorby. Otevřený dopis jako žurnalistický žánr (veřejná korespondence). Abelard a Heloisa: *Dopisy utrpení a lásky* (česky 2003; milostné vzplanutí 1118-1119, latinská korespondence vznikla kolem r. 1128). J. W. Goethe: *Utrpení mladého Werthera* (německy 1774), M. Kundera: *Monology* (1957, přepracováno 1964). F. Lyotard: *Postmoderno vysvětlované dětem* (francouzsky 1986, česky 1994).

Komunikace a kulturní transfer jako nástroje přenosu informací, hodnot, norem, příběhů a mýtů, které se podílejí na budování sociální a společenské identity a kulturní integrace. Darwinistický koncept vývoje živočišných druhů – principy adaptace a mutace. Neodarwinistický koncept vývoje (R. Dawkins) a memetický koncept kultury (S. Blackmoreová) – geny a memy.

Sociálně kulturní časoprostor, hierarchie kulturních oblastí. Kultura, kulturní oblasti, subkultury a kontrakultury.

Nadčasové opozitní tendence, které se promítají při/do formování **subkultur** a které se uplatňují v jednotlivých vývojových údobích (epochách) jednotlivých kulturních oblastí, včetně anticko-křesťanské kulturní oblasti:

- každodenní a reprezentativní (sváteční) kultura,
- vysoká a nízká kultura,
- centrální a regionální kultura,
- sakrální (náboženská) a profánní (světská) kultura,
- dominantní a marginalizovaná kultura,
- majoritní a minoritní kultura,
- tradiční a novátorská kultura,
- komerční a nekomerční kultura,
- mainstreamová a alternativní.

Estetika. Estetické a mimoestetické funkce. Estetická hodnota a norma (J. Mukařovský).

Umělecká komunikace. Atributy a specifika umělecké komunikace. Druhy umělecké komunikace.

Subjekty/aktéři, fáze a produkty umělecké komunikace. FÁZE PRODUKCE

UMĚLECKÉHO DÍLA: (zadavatel –) autor/autorský tým – umělecké dílo (= znakový text ukrytý do komunikačního média) – FÁZE DISTRIBUCE UMĚLECKÉHO DÍLA: distributor a distribuční a komunikační kanál – FÁZE KONZUMACE uměleckého díla: recipient-konzument (publikum) – FÁZE PRODUKCE INTERPRETACE UMĚLECKÉHO DÍLA: konzument-interpret – analýza a interpretace uměleckého díla (sémiotický transfer) – interpretační znakový text (estetický soud; kulturní transfer) ukrytý do komunikačního média – FÁZE DISTRIBUCE INTERPRETAČNÍHO ZNAKOVÉHO TEXTU: distribuční a komunikační kanál – FÁZE KONZUMACE interpretačního znakového textu ukrytého do komunikačního média: recipient-konzument (publikum) – FÁZE ANALÝZY A

INTERPRETACE INTERPRETAČNÍHO ZNAKOVÉHO TEXTU ukrytého do komunikačního média: konzument-interpret...

Umělecký transfer: recitace, překlad, nápodoba (plagiát), kopie, převyprávění, adaptace, parodie, podvrh.

- Konstrukce a analýza kulturního transferu - překlad.
- Konstrukce a analýza kulturního transferu – adaptace.
- Konstrukce a analýza kulturního transferu – revival.

Vysoké a nízké umění. Tradiční a moderní (avantgardní) umění. Masová a populární kultura/umění. Kulturní průmysl (frankfurtská škola). . Globální, etnická a alternativní kultura.

Vliv masových médií na umění. Medializace umění. Možnosti uplatnění umění v síťových médiích.

Umělecké dílo jako zboží a mediální produkt. Ekonomická hodnota umění. Knižní, filmový a hudební průmysl.

Dramaturgie umělecké produkce v soukromých a veřejnoprávních médiích (knížní nakladatelství, periodický tisk, rozhlas a televize).

Povinná i doporučená literatura



Základní literatura

- Debicki, Jacek – Favre, Jean-François – Grünewald, Dietrich – Pimentel, Antonio Filipe. *Dějiny umění. Malířství. Sochařství. Architektura*. Praha: Argo, 1998.
- Chatelet, Albert – Groslier, Bernard Philippe. *Světové dějiny umění*. Praha: Cesty, 1996, s. 505–560.
- McQuail, Denis. *Teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s.118–144 (Masová komunikace a kultura).
- Pavelka, Jiří. *Kultura, média a literatura*. Brno: Středoevropské vydavatelství a nakladatelství Regiony, 2004.
- Pavelka, Jiří. O poznání, hodnotách a konceptu postmodernismu: Několik poznámek ke změnám paradigmatu euroamerické kultury v letech 1930–1995. *Bulletin Moravské galerie v Brně* 55, 1999, s. 168–173.
- Pavelka, Jiří. O umění, pluralitě a Internetu. *Bulletin Moravské galerie v Brně* 56, 2000, s. 28–29. ISSN 80-7027-091-8.
- Pavelka, Jiří. *Předpoklady literárního dorozumívání*. Brno: Masarykova univerzita, 1998.
- Pavelka, Jiří. Umění a masová média. *Universitas* 37, 2004, č. 2, s. 50–53.
- Pavelka, Jiří – Pospíšil, Ivo. *Slovník epoch, směrů, skupin a manifestů*. Brno: Georgetown, 1993.
- Postman, Neil. *Ubavit se k smrti: Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá fronta, 1999.
- Ritzer, George. *Mcdonaldizace společnosti*. Praha: Academia, 1996.
- Zuska, Vlastimil. *Estetika: Úvod do současnosti tradiční disciplíny*. Praha: Triton, 2001.

Doporučená literatura:

- [Arendtová](#), H. *Krize kultury*. Praha: Mladá fronta, 1994.
- Cairncross, Frances. *Konec vzdálenosti*. Brno: Computer Press, 1999.

- Daly, Steven – Wice, Nathaniel. *Alt.culture: Encyklopedie alternativní kultury*. Brno: BOOKS, 1999.
- [Eco](#), U. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Odeon, 1995.
- Gombrich, Ernst Hans. *Příběh umění*. Praha: Odeon, 1992.
- Graham, Gordon: *Filosofie umění*. Brno: Barrister & Principal, 1997.
- Hauser, Arnold. *The Social History of Art*. London – New York: Routledge, 1999.
- Henckmann, Wolfhart – Lotter, Konrad. *Estetický slovník*. Praha: Svoboda, 1995.
- Chvatík, Květoslav. *Strukturální estetika: Řád věci a člověka*. Praha: Victoria Publishing, 1994.
- [McLuhan](#), Marshall: *Jak rozumět médiím: extenze člověka. (Understanding media: The Extension of Man.)* Praha: Odeon, 1991.
- Reifová, Irena, a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.

Seznam úkolů

Písemné úkoly (viz ZADÁNÍ PÍSEMNÝCH ÚKOLŮ) musí být odevzdány v termínu do Odevzdávnary předmětu.