

17. 5. Shrnutí

- Jak se formovalo umění v rámci „sebekritiky“ v blízkosti reklamy?
- Jak umělci (diskurs) s reklamou zacházeli?

K jednotlivým přednáškám (pojmy a obecná témata)

1. Primitivismus, **původnost**, atmosféra lidového jarmarku, *nevinné oko*, „vdoví smutek“ odstupu od těžitelského nadšení, pokroku
2. Nové vidění – estetizace městského „folklóru“ – **moderní civilizace**;
 - **Nový jazyk**
 - *Ostranenie, přínakovost, struktura* (nadřazenost vztahů nad samostatnými prvky: koláž akcentuje vztahy, spojení mezi zobrazeními)
 - **Nový divák** - sociální struktura diváctva (reprodukce a dostupnost, rukopis do koše)
3. **Ostenze**, estetizace technologické dokonalosti, **identifikace Umění** („*On ji vybral*“ – Duchamp)
4. **Auto – atribut moderního ducha**, ztělesnění **VŮLE**, *prostorová extenze těla* (McLuhan), „*horká*“ společnost (Lévi-Strauss) a termodynamické stroje, ohnivé síly **destrukce**: „*tvořivé akce*“ (G. Sorel)
5. **Práce jako hodnota**: *civilismus*, politizace a propagace: továrník sv. dělník, muž ve stroji
6. Nové nové **vidění** (*unheimlich-tísňivé*): pitvání a odkrývají **masek**, vidění jako **slepota**
7. **Převlékání a identita**: **autor**, **média** umělcova sdělení, fetiše umění (Duchamp Kufr), jč x zrykr (podstata x převleky)
8. **Propagační výstavnictví**, percepční manipulace, *vizuální tok*, **typizace**, *amor vacui, pastorační tendence* (M. Foucault)
9. **Interaktivní objekt komunikace**, nejasné hranice umění a technické práce (propagační osvětlování, světelná reklama...)

TÉMATA K SEMINÁRNÍ PRÁCI:

1. **Antonín Procházka: *Ulice*, 1926.** Pouliční reklama jako metonymie a symbol.
2. **Obchodní dům Baťa v Brně** a „chrámy“ kapitalismu. Úloha, styl a corporate identity.
3. **Toyen: *Ani labuť ani lúna* (koláž), 1936, reprodukováno in: Vítězslav Nezval (red.): *Ani labuť ani lúna. Sborník k stému výročí smrti K. H. Máchy.1936.*** Fragments „mrtvých komodit“. Citace (koláž, montáž) jako prostředek odkrývání lži.

POSTUP PŘI PRÁCI NA INTERPRETACI (text na 4 až 8 stran)

- 1. Základní fakta: autor, název, datum, technika, rozměry, současné uložení, původní umístění (záměr, zadání).
- 2. Jednoduchý (ale podrobný) popis („slepý k metafoře“): od hlavního motivu (v centru?) postupujeme k vedlejším / dalším plánům a detailům.
- 3. Ikonografie (sdílené, konvencí vázané symboly, atributy, řadící komunikační prostředky ke konkrétnímu konceptu, např. k psychoanalytické metaforice)
- 4. Kontexty
 - 3.1. autorský (případné autorské texty k dílu, autorská ikonografie)
 - 3.2. umělecký (příbuzné téma, motiv, zpracování, aluze, parodie, apod.)
 - 3.3. instituční (podrobněji záměr / úloha, okolnosti zadání, etc.)
- 5. Recepce (dobová kritika, dosavadní interpretace v odborné literatuře)
- 6. Shrnutí předchozích bodů a interpretace sledující zadané téma (různé významy pouliční reklamy, styl a oslava obchodu/firmy, kontrast komodity a poezie, ...).