



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

ZAPLAVENI OBRAZY

DÁŠA LASOTOVÁ

SYNERGIE reg.číslo: CZ.1.07/2.2.00/07.0355



OSTRAVA, ČERVEN 2011

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

Název: Zaplavení obrazy
Autor: Dáša Lasotová

Studijní materiál pro workshop: *Zaplavení obrazy*

Jazyková korektura nebyla provedena, za jazykovou stránku odpovídá autor.

© Dáša Lasotová
© Ostravská univerzita v Ostravě

OBSAH:

Použité zkratky	6
Úvod.....	7
1 Vizualita; vizuální studia, vizuální gramotnost.....	9
1.1 Pojem obraz.....	9
1.2 Vizuální studia.....	12
1.3 Vizualizace	15
1.4 Vizuální gramotnost	15
Shrnutí kapitoly	18
2 Všednodenní obrazy	21
2.1 V dopravních prostředcích	22
2.2 Na ulici a v obchodech	23
2.3 V práci	24
2.4 Doma	26
Shrnutí kapitoly	27
3 Obrazy reklamy.....	29
3.1 Reklama.....	30
3.2 Billboard.....	33
3.3 Reklama a umění	34
3.4 Subvertising.....	37
Shrnutí kapitoly	39
4 Graffiti, street art, public art	43
4.1 Graffiti.....	45
4.2 Street art – pouliční umění	48
4.3 Public art – veřejné umění.....	51
Shrnutí kapitoly	52
5 Školní tabule	57
5.1 Typy tabulí	58
5.2 Využití tabule	60
5.3 Kontext umění	60
Shrnutí kapitoly	62
6 Televizní obrazy.....	67
6.1 Monoskop.....	69
6.2 Obrazy souběžně vysílaných programů	72
6.3 Obrazy jednotlivých příběhů	73
6.4 Obrazy (ne)kvalitního příjmu.....	75
Shrnutí kapitoly	77
7 Internet.....	81
7.1 Hypertext.....	82
7.2 Vizuální řešerše	83
7.3 Nebezpečný internet	84

7.4	Kontext umění	85
	Shrnutí kapitoly	87
8	Aplikace témat ve výuce	91
8.1	Příprava projektu	92
8.2	Jiná témata – <i>agenda-setting</i>	94
	Shrnutí kapitoly	96
	Závěr.....	99
	Slovníček	100
	Použitá, citovaná, doporučená literatura a internetové odkazy	104
	Přílohy	109

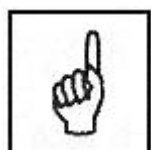
Vysvětlivky k používaným symbolům



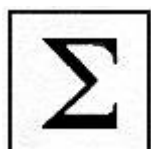
Průvodce studiem – vstup autora do textu, specifický způsob kterým se studentem komunikuje, povzbuzuje jej, doplňuje text o další informace.



Příklad – objasnění nebo konkretizování problematiky na příkladu ze života, z praxe, ze společenské reality apod.



K zapamatování



Shrnutí – shrnutí předcházející látky, shrnutí kapitoly.



Literatura – použitá ve studijním materiálu, pro doplnění a rozšíření poznatků.



Kontrolní otázky a úkoly – prověřují, do jaké míry studující text a problematiku pochopil, zapamatoval si podstatné a důležité informace a zda je dokáže aplikovat při řešení problémů.



Úkoly k textu – je potřeba je splnit neprodleně, neboť pomáhají k dobrému zvládnutí následující látky.



Korespondenční úkoly – při jejich plnění postupuje studující podle pokynů s notnou dávkou vlastní iniciativy. Úkoly se průběžně evidují a hodnotí v průběhu celého kurzu.



Otázky k zamyšlení a inspiraci



Část pro zájemce – přináší látku a úkoly rozšiřující úroveň základního kurzu. Pasáže i úkoly jsou dobrovolné.

Použité zkratky

dl – Dáša Lasotová

scz - <http://slovník-cizich-slov.abz.cz>

SKM – Slovník mediální komunikace, 2004

wiki - <http://en.wikipedia.org>

RPM – REVUE PRO MÉDIA, <http://fss.muni.cz/rpm/index.htm>

MAR – Média a realita, 2001

Úvod

Text nazvaný ZAPLAVENÍ OBRAZY je určen především učitelům výtvarné výchovy a společenských věd, ale také vychovatelům, pracovníkům v oblastech zájmové činnosti apod. Vzhledem k nárůstu informací předkládaných v obrazech, symbolech a vizuálních znacích se stává výtvarná výchova klíčovým předmětem při nabývání dovednosti uvědomělého vnímání, kritického čtení a hodnocení vizuálií. Studijní opora se zabývá některými ze současných typů vizuálních informací a vizuální komunikace a snaží se zprostředkovat podněty pro osobní rozvoj vizuální a mediální gramotnosti účastníků workshopu a inspirace pro aplikování aktuálních témat do výukových programů.

Text obsahuje základní informace k vybraným problémům a zadání i příklady praktických cvičení. Velkou pozornost budeme věnovat mimouměleckým obrazům a jejich vztahu k výtvarnému/vizuálnímu umění. Na základě podnětů v textu budete pracovat s vizuáliemi, jež upoutají vaši pozornost. Za důležité považuji spatřování vztahů mezi všemi aspekty současné (nejen) vizuality, a pro to je nutný jistý nadhled a odstup.

Po prostudování textu budete znát:

- O něco více o svém všednodenním vnímání obrazů
- Netradiční pohledy na některá vizuália
- Kontexty fungování vizuálně obrazných vyjádření

Získáte:

- databázi svých každodenních obrazů a jiných
- prohloubenou schopnost vizuální komunikace
- podněty pro vlastní práci s vizuálně obraznými znázorněními
- informace a podněty pro vyučování

1 Vizualita; vizuální studia, vizuální gramotnost

V této kapitole se dozvíte:

- co je to obraz
- co je to vizualizace
- co je to vizuální gramotnost
- čím se zabývají vizuální studia

Po jejím prostudování byste měli být schopni:

- vysvětlit klíčová slova kapitoly,
- objasnit význam rozvíjení vizuální i mediální gramotnosti,
- charakterizovat současnou vizualitu

Klíčová slova kapitoly: obraz, vizualita, vizuální studia, vizuální gramotnost, vizualizace, vizuálie, vizuální myšlení, vizuální komunikace

Průvodce studiem

Vizualita se dostává do středu výzkumných zájmů. My se budeme zabývat vizuální gramotností a nahlédneme na témata utvářejících se vizuálních studií.

Na zvládnutí této kapitoly budete potřebovat asi 1,5 hodiny, tak se pohodlně usadte a nenechte se nikým a ničím rušit.



1.1 Pojem obraz

„Dosud nikdy nebyl člověk v takové míře a tak často nucen odkrývat význam obrazů, symbolů a ikon.“ V. Spousta

Slovo **obraz** lze chápat jako „konkrétní hmatatelný projev výtvarného umění“, dále jako „projekci určitého jevu do své vizuální, pojmové kopie“. Mohli bychom tedy za jednu z definic považovat formulaci: **„Obraz je vizuální nebo mentální projev vznikající z určitého popudu, obsahující konkrétní vlastnosti**

a vyžadující určitou interpretaci. Takovýto obraz však může být ve výsledku jednak abstraktním fenoménem, který se tvoří až v mysli diváka, nebo konkrétním vizuálním projevem s fyzickou podobou, jako v případě map či fotografií.“ (FILIPOVÁ 2007, s.8) Pojem obraz v tomto pojetí disponuje třemi významy:

- jde konkrétní hmatatelný projev výtvarného umění
- je to projekce určitého jevu do své vizuální kopie (mapy, vědecké obrazy)
- jde o abstraktní fenomén utvářený až v mysli diváka

Záplava obrazů, jimiž jsme každodenně zahrnováni, je záplavou informací kódovaných do vizuálních a audiovizuálních nebo verbálně-vizuálních systémů. Na jejich čtení, dekodování, interpretaci a hodnocení máme mnohdy jen vteřiny. Naše způsoby dívání se jsou modifikovány podle okamžité situace, to, co nakonec vidíme, je ovlivněno mírou naší divácké aktivity. Profesor Igor Zhoř (1925-1997) jednou hovořil o tom, jak si počíná, když má na shlédnutí několika výstav jen málo času. Volně citováno: „*Vejdou do výstavy, procházím a skenuji. Věci, které mne zaujmou vyhledávám později, kdy jim mohu věnovat dostatek pozornosti.*“ Možná i my používáme stylu „skenování“ při orientaci ve světě, při prohlížení novin, časopisů, internetových stránek ... „Snímáme“ obrazy a ukládáme je v paměti k případnému dalšímu zpracování – dekodování, analýze, interpretaci.



Část pro zájemce

Slovo skenování je odvozeno od slova skener, původně scanner. Skener je zařízení, které se používá k nasnímání předlohy a jejímu převedení do elektronické podoby, jež je dále zpracovatelná v počítači. V.P. Zinčenko a N. Ju. Vergiles použili ve své knize *Utváření vizuálního obrazu* (v češtině 1975) použili termín *skanování*. „*Skánování – informace uchovaná v ikonické paměti je dále zpracovávána. Důležitou roli v tomto procesu hraje centrální snímací mechanismus. ... Snímání obsahu ikonické paměti probíhá s konstantní rychlostí 10 ms na symbol.*“ (ZINČENKO, VERGILES 1975, s.137)

Podívejme se na následující dvě fotografie a uvažujme o způsobech dívání se

ve dvou různých prostředích.

Pro mne je fotografie z prodejny elektrotechniky v nákupním centru obrazem situace, v níž před množstvím opakování stejného, hodně barevného, blikajícího ustupuji až prchám. Dešifruji informaci o tom, že v mnoha rámech se objevuje množství obrazů lidí v modrém převážně otočených zády, asi je to o škole, je to v tělocvičně. Moje dosavadní zkušenost se uplatňuje v hodnocení, že půjde o podprůměrný film s ideologickým podtextem o tom, jak je úžasné být americkou mládeží. Různé značky televizorů ukazují různé odstíny modří, což je na obraze to nejzajímavější. Intenzita, jas a kontrast barev mi připomínají jednoho umělce, který dlouho barevnou televizi nechtěl, a když se v domácnosti objevila, co nejvíce v ní tlumil barvy, aby mu „nebodaly“ do očí a nezkazily jeho barevnou senzibilitu.



Foto ©dl, 2010

Druhá fotografie pochází z krajiny u Sedlčan. Je na ní zachycen jeden objekt z křížové cesty, která je tvořena kamennými kříži s obrazy zastavení, jež namalovaly děti. Krajina tvořící rámec po staletí opakovaným námětům obrazů poskytuje prostor, svobodu dívání se. Mohu se dívat na celek tvořený přírodninami a artefaktem, mohu pootočit hlavu, vynechat objekt a přece se mít na co dívat, mohu přicházet až přistupovat k obrazu nesení kříže (neseném křížem) a myslet na příběh Krista, uvažovat o tom, co nese mně, co přinesl dětem, jež obraz malovaly ...



Foto ©dl, 2010



detail



Úkoly k textu

Jak se díváte na tyto obrazy vy? Položte si před sebe svou dvojici, trojici obrazů a запиšte si asociace, interpretace, případně jejich hodnocení.

1.2 Vizuální studia

Obrazů „je všude tolik, až se někdy stávají neviditelnými – jsou totiž samozřejmé. Mapy, komikové seriály, digitálně upravované filmy i fotografie, mikroskopické snímky, vzhled výrobků, které používáme, internetové stránky i obrazy abstraktnějšího rázu, jako například veřejné prostory a zahrady, to všechno jsou obrazy, které kromě své vizuální kvality spojují obsah politický, sociální či ideologický s technickým rozměrem svého provedení a užívání.“ (FILIPOVÁ 2007, s.7)

Obrazy se využívají ke komunikaci, manipulaci či propagaci, případně k propagandě. M. Filipová vymezuje tyto druhy obrazů:

- manipulační obrazy – fotografie, film
- komunikační obrazy – mapy, vyobrazení používána v lékařství

Předmětem zájmu vizuálních studií jsou obrazy v generalizovaném smyslu, předmětem dějin umění jsou obrazy – umělecká díla. Některé obrazy stojí na rozhraní obou uvedených kategorií, například historické mapy.

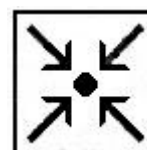
Příklad:



<http://www.historicke-mapy.cz/files/product/14/gallery/115012--plancius-upraveno-3.jpg>

Ačkoliv se s výrazem **vizualita** setkáváme na každém kroku, zdá se, že je těžké najít přesné a komplexní vyjádření jeho obsahu, významu. Spíše objevujeme spojení jako vizualita hřbitovů, queer vizualita, vizualita těla, homosexuální vizualita, vizualita oděvů, ulice, digitální a elektronická vizualita, vizualita časopisu Blesk, vizualita časopisu National Geographic, vizualita znakových systémů ve městech, vizuality reklamy ... Nabízím proto jednoduchou pracovní definici: **Pojem vizualita označuje zrakem vnímatelné kvality, vlastnosti, charakteristické rysy jevů, procesů, představ a skutečností. Vizualita je ovlivněna médii, jimiž se projevuje nebo je v nich realizována, svojí funkcí, filosofickým, sociálním, společenským, kulturním, uměleckým, ekonomickým, geografickým (...) kontextem, v němž má fungovat a způsobem, jakým je užívána.**

Příklad:



Obálka a fotografie časopisu *NATIONAL GEOGRAPHIC* známého svým důrazem na technicky, obsahově i výrazově kvalitní fotografii.



<http://www.national-geographic.cz/>

Vizualita časopisu *Blesk* odpovídá úrovni bulváru, fotografovat může každý, kdo vlastní fotografický přístroj a nemá zábrany.



<http://www.blesk.cz/>

„Výrazně se na proměně chápání **vizuality** podílí teorie věnující se filmu, stále narůstající objem vizuálních vjemů v našem prostředí a fakt, že na produkci obrazového sdělení se v dnešní době samotné umění podílí jen zanedbatelně.“
(LESÁK 2010)

Vymezení pojmu **vizuální studia** se stále utváří. Jde o nově vznikající obor, jeho pojmenování není jednotné, setkáváme se s názvy - visual studies, image theory, Bildwissenschaft, théorie de l'image a visual culture.

„Společným jmenovatelem termínu **visual studies** je přesvědčení, že dějiny umění etablované začátkem devatenáctého století jako akademická disciplína neposkytují dostatečné paradigma pro pochopení vizuálních reprezentací, a potom tvrzení, že obrazy nabyly během dvacátého století kulturní a sociální význam, což vyžaduje jejich přehodnocení.“ (LESÁK 2010)

V češtině vyšla v roce 2009 kniha *Studia vizuální kultury* od Sturken a Cartwright, tu recenze Václava Hájka doporučuje jako středoškolskou učebnici. Týž recenzent připomíná *Vizuální teorii* ed. L. Kesnerem (2. rozš. Vydání 2005) a sborník *Možnosti vizuálních studií* ed. M. Filipová a M. Rampley, 2007.

1.3 Vizualizace

Pod pojmem **vizualizace** si představujeme především proces, v němž získává určitý jev, představa zrakem vnímatelnou podobu. Vizualizace se vztahuje k názornosti a hraje významnou roli v mnoha oborech – stavebnictví, budování zahrad a ve výuce.

Jinou polohu významu má termín vizualizace v oblasti řízené nebo aktivní imaginace a ve fázi vizuálního myšlení, vizuálního představování.

Záměrné využití představ, vizualizace a imaginace v procesu motorického učení (jóga, sportovní disciplíny, tanec ...) se nazývá **ideomotorika**. Metoda ideomotorického tréninku spočívá ve zrakové představě vlastního pohybu.

Vladimír Petrovič Zinčenko (*1931) nazval **aktivní percepce**, tedy *vnímání, jehož se účastní celá bytost člověka produktivním vnímáním* a zavedl pro tento účel pojem „**vizuální myšlení**“. Mínil jím *schopnost vytvářet ve vědomí nové vizuální vjemy a představy*, pomocí nichž je pak možno analyzovat a řešit různé problémové situace. (in SPOUSTA 2010, s. 26) Vizuální myšlení je součástí procesu vizualizace, produktivní činnosti. **Souhrn schopností a dovedností mentální práce s obrazy a jejich zviditelňování v materiálu je nazýván vizuální gramotnost.**

1.4 Vizuální gramotnost

Vizuální gramotnost je souhrnné označení souboru schopností a dovedností porozumět vizuálnímu materiálu a učit se v jeho termínech, používat ho při komunikaci s okolím. Zahrnuje nejen schopnost dekódovat vizuálie, ale také

schopnost vytvářet je, sdělovat jimi informace, jde o percepční, recepční a produkční kompetenci.

V. Spousta kategorizoval **psychologické**, **sociologické** a **didaktické funkce vizuálií** a jejich **uplatnění** v tabulkách – vizualizovaných podobách racionálních systémů. Tyto klasifikace nám poskytují terminologii, jíž můžeme použít při vlastních deskripcích a analýzách vizuálního materiálu. Tabulky jsou citovány v PŘÍLOHÁCH 1 a 2.

Rozvíjení vizuální gramotnosti je aktuálním tématem současné pedagogiky. Někdy je pojem vizuální gramotnost chápán jako synonymum pro termín **mediální gramotnost**. Howard Gardner (*1943) poukazuje na „texty“ **verbální**, **vizuální** a **multimediální**. Jeho koncepce mnohočetné inteligence má také mnoho vizuálních ztvárnění, pro zajímavost jednu z nich přikládám.



<http://eng300spring2010.wikispaces.com/Multiple+Intelligences>

U vizuálního (stejně jako u verbálního) sdělení lze rozlišit tři úrovně informací: 1. *syntaktickou* – způsob vizualizace, její forma; 2. *sémantickou* – o významu vizualizovaného; 3. *pragmatickou* – praktický způsob využití vizualizovaných informací. Kvalitní dekodování vizuální informace, její pochopení a zařazení do našeho stávajícího systému prekonceptů je závislé na naší vizuální gramotnosti.

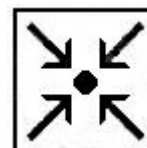
V dovednostech „čtení“ verbálních, vizuálních, audiovizuálních, mediálních a multimediálních textů je uplatňována schopnost **analogické myšlení**, jež je důležitou složkou inteligence. Griffin a Schwartzová považují proces dosažení vizuální nebo mediální gramotnosti jako analogický k procesu dosažení lingvistické nebo verbální gramotnosti, nebo dosažení porozumění jakémukoli druhu komunikačních systémů: „*Komunikační média na sklonku 20.století stále častěji dodávají informace, reklamu, a zábavu formou komplexních*

seskupení obrazů a symbolů, a tak je často otázka mediální gramotnosti otázkou vizuální komunikace. Sofistikované porozumění charakteru vizuální komunikace je tudíž zásadní pro kritickou komunikaci s médii. Takto zesílené uvědomění zahrnuje cestu od naivního nakládání s obrázky jako s jednoduchými záznamy reality k poznání symbolické a metonymické kvality obrazů uvnitř systémů konvenční mediální reprezentace. To potom vyžaduje zkušenost a způsoby, jimiž se prezentace vizuálních médií vytvářejí a propagují, zkušenost získanou cvičením se ve vizuální analýze a mediální produkci.“ (in SHIFRINOVÁ)

V české výtvarné pedagogice se od devadesátých let 20. století problematice vizuality ve spojení s novými médii věnuje Jaroslav Vančát. Jeho přístupy jsou uplatněny v *Rámcovém vzdělávacím programu*, především v důrazu na zkoumání vizuálně obrazného vyjádření ve výtvarné výchově.

Příklad:

OBRAZY NÁS POZORUJÍ – Jaroslav Vančát (snímek z výstavy J. Vančáta)



„V prvním sále spatříme pak také hluboce filozofické (ale současně pěkně ironizující) dílo, podle kterého nazval Vančát celou výstavu a kterým otevírá celou řadu důležitých a zajímavých otázek. Je to soubor dokola stojících osmi obrazů, otočených k sobě čelem, které k tématu "Obrazy nás pozorují" předkládají zásadní dotaz: Co doopravdy mohou tyto obrazy vidět? Vlastně všechny obrazy světa? Odpověď je mnohoznačná a opět směřuje k analýzám,

formulaci postojů diváka, vybuzení introspekce vlastních pohledů a chování... “ Josef Vomáčka, 2011



Část pro zájemce

„D. R. McLean-Torne uvádí model trojného kódování informací. Vychází z toho, že příjemce vizuálního materiálu analyzuje a dekoduje trojí podobu informace současně. Analyzuje podobu:

1. **zvukovou** – výsledkem je *auditivní logogen*

2. **psanou** – výstupem je *vizuální logogen*

3. **obrazovou** – výsledkem je *piktogen*

Všechny tři uvedené výstupy s stávají součástí kognitivního systému, kde jsou dále zpracovávány.“ (SPOUSTA 2010, s.29)



Část pro zájemce

Tomáš Fassati vytvořil učební text *PRAKTICKÁ VIZUÁLNÍ KOMUNIKACE. Učebnice druhé gramotnosti*. 2006. ISBN 80-903144-3-0.



Část pro zájemce

MEDIAMATIKA. **Mediamatika** je hraniční, humanitně orientovaná vědní disciplína, která se zabývá zkoumáním základních kategorií, zákonitostí komunikace a důsledků konvergence telekomunikačních technologií, informatiky, elektronických médií a počítačových sítí na intrapersonální a interpersonální, společenské i multikulturní formy komunikace. (www) Je to také vysokoškolský obor, který vyučuje nové technologie skrze umění nebo používá „umělecké vidění světa skrze nové technologie“. (Marek Piaček, Žilina) http://www.rozhlas.cz/vltava/dokument/_zprava/914671



Shrnutí kapitoly

- Reflektování vizuální zkušenosti rozvíjí vizuální/mediální gramotnost. Ta zahrnuje jak schopnost kritického čtení vizuálií, tak dovednosti vizualizace. Činnosti orientované na rozvoj percepčních a produkčních kompetencí zahrnují formy od „vážného“ studia po kreativní hry a cvičení.

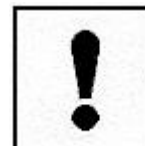


Kontrolní otázky a úkoly:

1. Definujte vizuální gramotnost/mediální gramotnost.
2. Jaké funkce plní vizuálie.
3. Jaké významy má termín vizualizace.

Úkoly k textu

1. Formulujte zadání rozvíjející vizuální gramotnost.
2. Vybranou vizuálii analyzujte s pomocí tabulky V. Spousty Sociologické funkce vizuálií (viz PŘÍLOHY).



Otázky k zamyšlení a inspiraci:

1. **VIZUÁLNÍ SMOG. Vizuvír 2011 aneb Co s vizuálním smogem?**

„Diskusní večer, kterého se zúčastní zástupci památkářů, grafiků, architektů a odborníků na reklamu, doplní také vedoucí oddělení reklamy a vývěsek magistrátu města Říma, které má k regulaci reklamy v ulicích města vypracovanou účinnou legislativu. ... Impulzem ke vzniku anticeny je rozpínající se venkovní reklama a ve vyspělém světě běžná regulace vnější podoby obchodů, vývěsek, velikosti a barvy nápisů, jež zatím Praze chybí. Důsledkem jsou ulice zamořené vizuálním smogem, počínaje nelegálním plakátovým výlepem a konče velkoformátovými světelnými megaboardsy v okolí kritických dopravních uzlů.“ <http://www.typo.cz/vizuvir-2011-aneb-co-s-vizualnim-smogem/>



Vnímáte také ve svém městě, obci vizuální smog?

Korespondenční úkoly

1. Srovnajte vizualitu zvolených časopisů, televizních stanic, jídelních lístků různých restaurací, obce či města apod., vybrané obrazy a text zpracujte do malé prezentace.



Citovaná a doporučená literatura



FILIPOVÁ, MARTA; RAMPLEY, MATTHEW (eds.) *Možnosti vizuálních studií. Obrazy – texty – interpretace*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta – Seminář dějin umění, 2007. Barrister&Principal, 2007.

SPOUSTA, VLADIMÍR *Vizualizace vybraných problémů hraničních a pedagogických disciplín*. Brno: Masarykova univerzita, 2010.

SPOUSTA, VLADIMÍR Proč rozvíjet vizuální gramotnost? In *Metody tvořivého učitele – Pedagogická orientace* č. 3, 2001.

STURKEN, MARITA a CARTWIRGHT, LISA *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009.

ZINČENKO, V. P., VERGILES, N. Ju. *Utváření vizuálního obrazu*. Praha: ACADEMIA, 1975.

Internetové odkazy:

HÁJEK, VÁCLAV Pokus o vizuální kulturu. Marita Sturken, Lisa Cartwright: *Studia vizuální kultury*, Portál, Praha, 2009. <http://vizualni-studia.eblog.cz/studia-vizualni-kultury>

Ideomotorika. <http://zdravy-pohyb.doktorka.cz/ideomotorika/> 2009

Jaroslav Vančát: Obrazy nás pozorují. Recenze J. Vomáčka. <http://www.ct24.cz/kultura/115233-recenze-jaroslav-vancat-obrazy-nas-pozoruji/>

LESÁK, JAN „Visual studies“, nové chápání vizuality. 2010 <http://foodlab.cz/clanky/%E2%80%9Evisual-studies%E2%80%9C-nove-chapani-vizuality>

SHIFRINOVÁ, SUSAN *Vizuální gramotnost v severoamerických středních školách*. <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/3020/vizualni-gramotnost-v-severoamerickych-strednich-skolach.html/>

2 Všednodenní obrazy

V této kapitole se dozvíte:

- jaké obrazy každodenně vídáte
- do jakých kategorií je můžete rozdělit
- se kterými z nich budeme dále pracovat

Po jejím prostudování byste měli být schopni:

- vysvětlit s jakými typy vizuálií se setkáváme
- objasnit, jaké informace nesou
- charakterizovat typy všednodenních obrazů

Klíčová slova kapitoly: všednodenní obrazy, bezděčné vnímání, záměrné vnímání, vizuální kontexty obrazových sdělení

Průvodce studiem

V této kapitole si vymezíme hranice oblastí vizuální komunikace, jimž se budeme v našem workshopu věnovat.

Na zvládnutí textu této kapitoly budete potřebovat asi 1 hodinu, na získání obrazového materiálu a jeho zpracování bude třeba času více. Můžete jej však pořizovat průběžně. Nyní se můžete pohodlně usadit a věnovat se své práci. Nenechte se nikým a ničím rušit.



Prvním krokem v této části naší práce bude vybavení si co největšího množství vizuálií, s nimiž se každodenně setkáváme, uvědomění si míst, kde se nacházejí a vytvoření si databáze záznamů co největšího množství spatřených obrazů. Je třeba, abyste vizuália fotografovali (postačí mobilním telefonem). Charakter souboru fotografických záznamů prezentuje obsahy, formy, výrazy, které jste vnímali záměrně, zběžně, koncentrovaně. Vedle těchto zůstalo nezachyceno množství obrazů, které jste nechtěli či nestačili zaznamenat a také těch, jež jste vnímali neuvědoměle, bezděčně. I tyto se podílejí na sumě vizuálních

informací, jež prostřednictvím zrakového vnímání padají do naší mysli, do naší psychiky a ovlivňují.

V následujících podkapitolách se pokusíme vybavovat si typy vizuálií, s nimiž se během dne zpravidla můžeme setkat. Vymežující rámec budou tvořit místa, v nichž se obvykle v průběhu všedních dnů pohybujeme; domov, zaměstnání, cesty do práce, obchodní centra, kulturní instituce, ulice ...

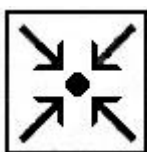
2.1 V dopravních prostředcích

Cestu do práce – máme-li štěstí - absolvujeme pěšky. Můžeme jet na kole, autem, většinou musíme použít dopravních prostředků. Zastávky MHD jsou označené symboly, např. v tramvajích nalezneme obrázkové návody pro cestující, ve vozech vidíme reklamní letáky, některé tramvaje poskytují venkovní plochu pro reklamu.

Piktogramy, schémata, reklamní fotografie, letáky - to je jen část vizuálií, která vnímáme během cesty v dopravním prostředku.

Kromě obrazů vztahujících se k provozu dopravy vidíme vizuálie, která jsou spojena se spolucestujícími, dále ta, jež zahlédneme okny a někdy kresby na zamlžených oknech.

Zaměříme svou pozornost na obrazy spojené co nejtěsněji s dopravním prostředkem, který používáme a vytvoříme soubor jejich fotodokumentace.



NAPŘÍKLAD:



1. Piktogram označující tramvajovou zastávku (www); 2. označovač jízdenek s obrazovo textovým návodem k obsluze (foto dl,2011); 3. reklama na dopravním prostředku (www)

2.2 Na ulici a v obchodech

Na ulicích, v obchodech, bankách, úřadech a jiných institucích, které navštěvujeme, se setkáváme s vizuáliemi mnoha kategorií. Výkladní skříně, obaly zboží, design zboží, vývěsní štíty a tabule, vlajky, silniční značení, dopravní značky, plakáty, billboardy, graffiti, street art, umění ve veřejném prostoru ...

Můžeme se zaměřit na jednoznačné symboly (piktogramy, dopravní značení, loga apod.), můžeme si všimnout vizuálií s texty (plakáty, vývěsní štíty ...), můžeme pozorovat významovost vizuálií v **kontextech vnímaného prostředí**.

Příklad:

KONTEXTY PROSTŘEDÍ

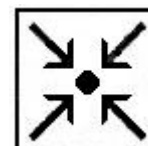
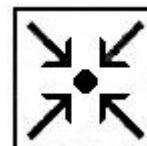
Jednou z interpretací obsahu fotografie situace na Masarykově náměstí v Ostravě může být slogan: „Ke každé knize noční košili!“ nebo, usuzuji podle vzhladu nabízeného nočního prádla, „Do postele alespoň s knihou.“



foto ©dl, 2010

Stává se, že si povšimneme neběžných situací, kombinací a jevů a tyto vjemy ozvláštňují soubor všednodenních vizuálií. Je to například výkladní skříně v úpravě, tvář na chodníku, vzniklá odpařováním dešťové vody, obraz madony umístěný mezi eternitovým obložením na průčelí rodinného domu doprovázený odrazy větví stromů v okenních tabulkách.

Příklad:





1. Výkladní skříň v Ostravě; 2. Chodník schnoucí po dešti v Porubě; 3. Rodinný domek ve Šluknově (fotografie © dl)

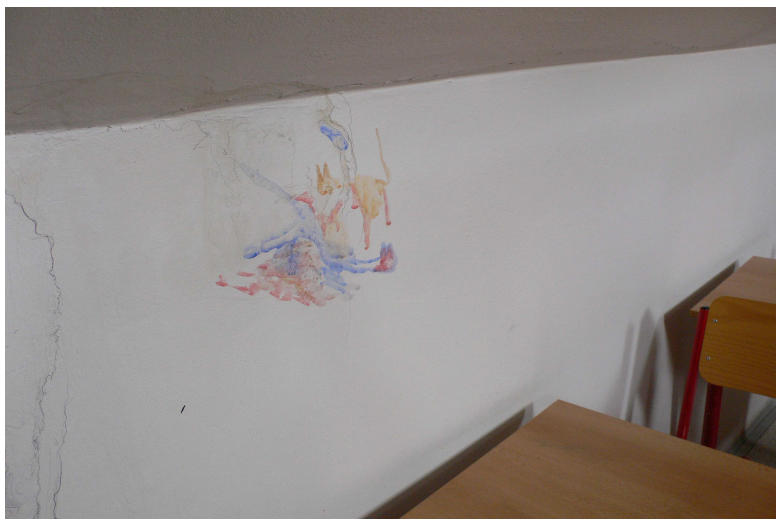
2.3 V práci

Předpokládáme, že v práci při naší profesi znamená ve škole. Specifickými obrazy tu budou nástěnky s žákovskými výtvary nebo vizuálními informacemi, školní naučné tabule a schémata a tabule – klasické s obrazy a texty psanými křídou a tabule interaktivní. Za významný fenomén považujeme vizuália vznikající v průběhu objasňování učiva na tabulích, a proto jim věnuji samostatnou kapitolu.



Příklad:

JEŠTĚ JINÉ OBRAZY



Na ilustračních fotografiích jsou záběry katedry výtvarné výchovy PdF OU v Ostravě; 1. nástěnka s pozvánkami na výstavy, 2. pohled do kanceláře s obrazy M. Cieslar a grafikou I. Kubové a kresbou M. Terčové, 3. pohled na stěnu v učebně pojednanou studenty v souvislosti s probíranou látkou na podnět vyučujícího (fota dl).

2.4 Doma

Mezi vizuálně komunikovatelné předměty v domácnosti patří umělecká díla, jejich reprodukce, fotografie, rodinné fotografie, fotografie v časopisech novinách, pohlednice, design předmětů, vzory a ornamenty na tapetách, textiliích, poštovní známky, knižní ilustrace, vědecké obrazy, televizní obrazy, internet, tiskoviny ...



Příklad:



Například dekorace hrnků na pití s motivem kočky nebo diskutabilní využití slavných uměleckých děl vypovídají cosi o preferencích majitele (fota dl).

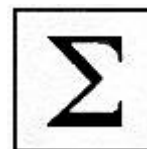
Provedli jsme zběžnou evidenci vizuálií, která se každodenně nabízejí našemu pohledu. Některá známe podrobně, jiná zůstala donedávna téměř bez povšimnutí. V následujících kapitolách zaměříme svoji pozornost na některá z nich, prozkoumáme je podrobněji. Předpokládám, že analogicky pak budeme schopni zacházet s dalšími, zde neuváděnými kategoriemi obrazů, a to jednak při vlastní percepci, recepci a interpretaci a následném zdokonaleném kritickém čtení obrazů, jednak při aplikování získaných poznatků a zkušeností do výukových programů.

Škála vizuálií je velmi široká. K jejich výběru a kategorizaci je možno přistoupit z různých úhlů pohledu – podle typu vizuálie, podle média, jímž je informace nesena, podle účelu, podle lokace, podle možnosti volby vnímání, podle obsahů ... V tomto textu zůstaneme při volbě zkoumaných obrazů v rámci daném možnou posloupností všednodenního vnímání. Studijní opora

získá formu podobnou otevřeného lexikonu, do něhož budete moci vkládat další „hesla“ zpracovaná během kurzu nebo po jeho ukončení.

Shrnutí kapitoly

- Soubor obrazů (chápáno v nejširším slova smyslu) , které během dne můžeme vidět nazveme **všednodenními obrazy**. Jejich rámeček je stanoven místy našeho každodenního obvyklého pobytu a pohybu. Během pořádání prvních souborů těchto obrazů si uvědomujeme ty, jež byly dosud vnímány jen bezděčně.
- Vstupní kategorizace bude intuitivní, postupně můžete být strukturována s cílem deskripce individuálně vnímané skutečnosti, deskripce soudobé vizuální skutečnosti a aplikace tématu do výuky.



Kontrolní otázky a úkoly:

1. Vyjmenujte všechna místa, kde jste se s obrazy/vizuáliemi setkali.
2. Vyjmenujte druhy obrazů, které jste během dne viděli.
3. Jaké emoce ve vás vyvolávají obrazy, které jste si zaznamenali?



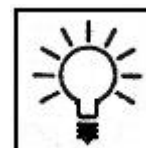
Úkoly k textu

1. Vyfotografujte skupinu vizuálií, které reprezentují vaše koníčky.
2. Vyfotografujte zajímavé – ozvláštněné vizuální situace.



Otázky k zamyšlení a inspiraci:

1. K výše uvedené fotografii reklamy na tramvaji patří tento text: „*Reklamy na tramvajích..aneb když prachy nesmrdí ?!* 28 feb 2008, by rendad; *Zatím co v Evropě i jinde je v civilizovaném světě potírán hazard a výherní automaty, tak u nás mají v našich městech i hospůdkách na venku zcela volné pole působnosti a úspěšně rozšiřují řady gamblerů - závisláků ničících sebe i své zoufalé rodiny a často se na to navazuje další trestná činnost, jako jsou podvody, kapesní krádeže a loupeže. ...*“



<http://rendad.blog.dada.net/post/795108/Reklamy+na+tramvaj%C3%ADch..aneb+kdy%C5%BE+prachy+nesmrd%C3%AD+!> Jaký je váš názor.

2. Jak byste vysvětlovali svým žákům, dětem zveřejňování obrazů z bulharských autobusových zastávek: „*Bulharské zastávky autobusů promítají porno; Cestovat nad ránem hlavní bulharskou metropolí může být nadmíru vzrušující zážitek. Místní zastávky autobusů jsou totiž opatřeny velkými obrazovkami, na nichž se promítají erotické filmy a lehčí verze porna. Během dne pak monitory slouží k promítání času příjezdu jednotlivých autobusových linek.*“ <http://www.novinky.cz/koktejl/108602-bulharske-zastavky-autobusu-promitaji-porno.html>



Korespondenční úkoly

1. Vytvořte fotografickou databázi svých všednodenních obrazů a rozdělte ji do složek podle místa výskytu.
2. Napište si bezprostřední reflexi k vybranému souboru.
3. Zapište si, jaké otázky vás při prohlížení fotografií napadají.



Citovaná a doporučená literatura

SPOUSTA, VLADIMÍR *Vizualizace vybraných problémů hraničních pedagogických disciplín*. Brno: Masarykova univerzita, 2010.

3 Obrazy reklamy

V této kapitole se dozvíte:

- definici reklamy
- jaký je rozdíl mezi konzumerismem a shopholismem
- o vztahu mezi obrazy umění a obrazy v reklamě

Po jejím prostudování byste měli být schopni:

- vysvětlit fungování reklamy,
- objasnit klíčové pojmy kapitoly,
- charakterizovat některé strategie, jichž reklama využívá.

Klíčová slova kapitoly: reklama, billboard, subvertising, konzumerismus, reklama a umění

Průvodce studiem

Zaměříme se především na velkoplošnou reklamu, na billboardy, na vztah této formy vizuálů a umění, na obsahy této vizuální komunikace. Budete potřebovat internet pro vyhledávání dalších případů reklamy a umění.

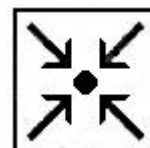
Na zvládnutí této kapitoly budete potřebovat asi 2 hodin/y, tak se pohodlně usadte a nenechte se nikým a ničím rušit.



Reklamní obrazy „se na nás dívají“ z plakátovacích ploch, z novin, časopisů, filmových pláten, televizních obrazovek, vývěsních štítů, dopravních prostředků, výkladních skříní, oděvů, předmětů ... „Dívají se“ až zavíráme oči. Ale spíše bychom se jim měli „přihlédnout“.

Příklad:

REKLAMA TĚ SLEDUJE





http://bodzlomu.typepad.com/my_weblog/2007/06/page/2/

Také nás možná sleduje náš vnitřní Erich Fromm otázkou „Mít nebo být?“

3.1 Reklama

„Reklamou se rozumí přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží, služeb nebo myšlenek prostřednictvím komunikačních médií.“ Taková definice byla schválena Parlamentem České republiky v roce 1995.

Podrobněji: Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.

Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky.

Reklama nesmí být klamavá, skrytá, podprahová nebo v rozporu s dobrými mravy. Nesmí podporovat chování poškozující zdraví nebo ohrožující bezpečnost osob nebo majetku, jakož i jednání poškozující zájmy na ochranu životního prostředí. Nesmí propagovat výrobky či služby, které jsou zakázané.

Zvláštní podmínky se vztahují na reklamu uvádějící zvláštní nabídku, reklamu zaměřenou na mládež do 18 let, reklamu na tabákové výrobky, alkoholické nápoje, léčiva, zdravotnické prostředky, potraviny, kojeneckou výživu, prostředky na ochranu rostlin, střelné zbraně a střelivo a pohřebnictví. (wiki)

Reklama je v jistém smyslu spojena s vynálezem knihtisku. Rozvoj moderní reklamy souvisí se zrodem značek a masovou spotřebou.

Reklamu najdeme v tisku, v rozhlasu, v televizi, na internetu, na letácích, plakátech, billboardech ... Můžeme ji rozdělit podle různých hledisek: Podle účelu – **informativní, přesvědčovací** (důraz na značku, podněcuje k rychlé koupi), **připomínací** (kde, od kdy, do kdy lze výrobek zakoupit).

Podle orientace – orientovaná **na spotřebitele** (získat nové zákazníky a posílit věrnost), **na produkt** (zvýšit odbyt produktů), **na trh** (oslovit určitou cílovou skupinu zákazníků), **na vlastní podnik** (image firmy v očích veřejnosti).

Podle média, formy – **reklama v tisku** (inzerát, leták), **televizní** reklama, **rozhlasová** reklama (spoty), **internetová** reklama, **venkovní** reklama (billboardy, plakáty), **mobilní** reklama (na autech, dopravních prostředcích), **světelná** reklama, **alternativní** reklama (chodící r., r. vlečená letadlem), **propagační předměty, ústní šíření reklamy, product placement** (umístění propagovaného předmětu přímo do filmu, seriálu, kde plní svou obvyklou funkci, ale lze zřetelně poznat, o který předmět jde, např. nábytek IKEA v seriálu ULICE).

Agresivní reklamní kampaně podporují konzumerismus. **Konzumerismus** je tendence, chování nadměrně nakupovat a hromadit předměty a prožitky za účelem zvyšování osobního štěstí. Konzumerismus vznikl podle Naomi Kleinové (*1970), kanadské novinářky (v češtině vyšly tituly *Bez loga, Šokovaná doktrína*), se změnou paradigmatu v reklamním oslovení zákazníka – „*potřebuji*“ se změnilo na „*chci*“, dnes možná na „*šťastným mne učiní ...*“. Soutěže, dárky, slevy, výprodej, akce, půjčky, prostředí nákupních center s kavárničkami apod., to vše působí ve prospěch konzumního stylu života. Konzumerismu se stává náhražkou kultury nebo ideologie, zvláště u střední třídy ve vyspělých zemích. „**Shopholismus**“ představuje dysfunkčním jednání jedince (shopholika), který má nutkavou potřebu utratit v supermarketech a obchodech všechny peníze a trávit tam veškerý čas. (wiki)

Příklad:

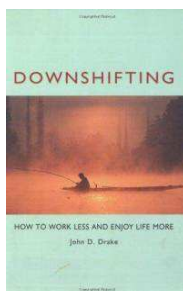
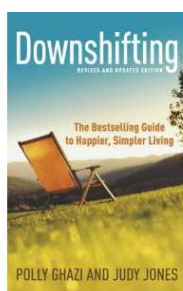
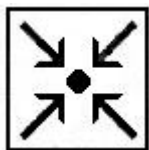




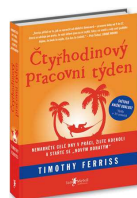
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/9b/Mall_culture_jakarta36.jpg/800px-Mall_culture_jakarta36.jpg

S konzumním stylem života souvisí potřeba finančních prostředků, a tedy i čas věnovaný vydělávání peněz. Reakcí na tyto trendy je např. **downshifting**, životní styl zaměřený na způsob života, k němuž postačí skromné příjmy, jen nejnutnější čas věnovaný zaměstnání a vydělávání peněz a co nejvíce času pro vztahy, rodinu, prožívání vlastního života, štěstí, nalezení rovnováhy mezi svým životem a prací, ale také tendence k soběstačnosti a s tím související řemeslné a zemědělské práci. (www)

Příklad:



Kontrolní otázky a úkoly:



Srovnajte si recenze na knihu T. Ferrise *Čtyřhodinový pracovní týden*: http://www.tyden.cz/rubriky/byznys/pop-ekonomie/jak-podojit-kapitalismus-a-mit-ctyřhodinovy-pracovni-tyden_174334.html, <http://www.promagazin.cz/ctyřhodinovy-pracovni-tyden>

3.2 Billboard

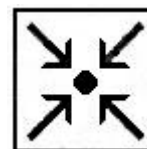
„**Billboard** je velká plakátovací reklamní plocha obvykle umístěná poblíž hlavních dopravních cest a na dalších místech, kde se obvykle vyskytuje hodně osob, tak aby přitáhla pozornost co největšího počtu lidí. Na velké ploše bývají umístěny jednoduché slogany spolu s výraznými obrazovými prvky. Billboardy bývají umístěny zejména podél frekventovaných silnic a dálnic, dále na nádražích, poblíž velkých obchodních center, někdy bývají také připevněny na stěnách budov apod. Slovo billboard vzniklo ze slova billing = plakátovací, plakátování a board = tabule, cedule, deska. Druhy billboardů: statický, s proměnlivou plochou, digitální, mobilní.“ (wiki)

Příklad:



Místo pro vás, můžete pojednat

plochu zobrazeného billboardu.



Příklad:

S reklamou na vzdělávání se setkáváme především v oblasti vzdělávání jazykového. Nyní, v době, kdy je příjem vzdělávací instituce závislý na počtu studujících, se objevují reklamní nabídky všech stupňů a forem vzdělávání.

PORG – První obnovené reálné gymnázium (osmileté nestátní gymnázium, první po roce 1948, vzniklo v roce 1990 v Praze 8- Libeň) před otevřením pobočky v Ostravě uspořádalo kampaň. Na billboardech a plakátech byly použity portréty dětí a texty, nejčastěji : *CHYTRÉ DĚTI JSOU ŠŤASTNÉ MEZI CHYTRÝMI DĚTMI.*

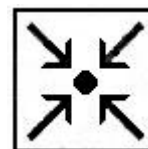




foto ©dl, 2010; CHYTRÉ DĚTI JSOU ŠŤASTNÉ MEZI

CHYTRÝMI DĚTMI. PORG.

3.3 Reklama a umění

Nedávná reklamní kampaň pro mobilní síť O2 využila ikonu žluté gumové či plastové kachničky (dříve kaučukové), plovoucí hračky do pro děti. Reklama měla podobu digitálních obrazů, klipů vysílaných televizí, plakátů a instalací v boxech na zastávkách MHD. „Oživení“ hraček jejich umístěním do jejich „reálného prostředí“, použití mnohosti vybraného symbolu ani nabídka vylovení nemají k dobíjení mobilního telefonu žádný logický vztah. Reklamní obrazy upoutávaly svou hravostí a počítaly s naší potřebou (možná podvědomou) relaxovat ve stavu bezstarostného dětství čachtajícího se se svou hračkou ve vaně. Nedovedu posoudit, zda tento stav vede k dobíjení kreditů, ale jistě upoutal pozornost na firmu reklamou propagovanou.



<http://mobilenet.cz/clanky/o2-nadeluje-dobijte-si-kredit-a-vyhrajte-zajezd-za-100-tisic-4870>

fota 2,3: ©dl Reklama v Ostravě, 2011

Jan Spěvák (*1973) v letech **2005 - 2009**, maloval obrazy představující obrazy vodních hladin. Postupně se jeho námětem staly plující kachny. Kombinací skutečných kachen a gumových kachniček vnáší Spěvák do své malby prvky postmoderní ironie. (<http://www.academiaknihy.cz/jan-spevacek-evoluce-2005-2007.html>)

V telefonickém rozhovoru (13.7.2011) mi sdělil, že není spoluautorem reklamy a nemá s ní nic společného. Měl v úmyslu namalovat ještě největší práce s tímto tématem, ale po zveřejnění této reklamy už je nerealizoval. Shodu či podobnost zpracování tématu komentoval slovy: *„Ale zase si na mne hodně lidí vzpomnělo.“*

K tématu Jan Spěvák poskytl komentář, za nějž děkuji. Jde o autentický doklad verbalizující umělecké myšlení, text z oblasti estetiky umělců.

„Vodní hladinou se zabývám od 1997 v různých pojetích. Začalo to v meditativních polohách malby, hledání niterné harmonie a zkoumání původu inspirací. Ta voda je pro mne stále aktuální, nejen v postihování jejího charakteru, ale hlavně v sebezkoumání. Téma „Evoluce“ (Kačenstvo 2005- 2009) bylo jakousi reflexí radostivosti, humoru či ironie. Dost jsem váhal jestli se do tohoto, zdánlivě banálního cyklu pustím, ale důslednost v sebezkoumání si to vyžaduje a navíc jsem se s tou groteskou vypořádat v tu chvíli musel. Základními podněty bylo dětské přikládání vědomí hračkám, vytváření umělé robotické inteligence a jeho prolínání se životem. Vyústilo to v umělohmotné vědomí jako paralele k televizní a komerční kultuře doby. To bylo ono řazení kachniček do „poslušných“ řad. Takové logické pokračování pohybu z fabriky, kde se umělé hmotě „vdechne“ duše a natiskne úsměv. Pro určitou názornost jsem poté nechal projít evolucí zobáčky v zapšklé obličejce.

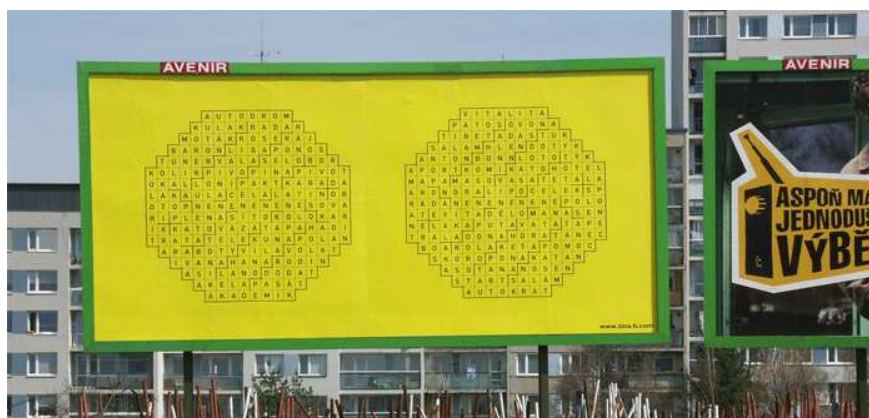
Tyhle ironizující významy si ale v reklamě dovolit nemohou. :-)“ Jan Spěvák (e-mail adresovaný dl, 14.7.2011)

Zatím si jen hypoteticky představuji, jak by své myšlení popsal tvůrce reklamy O2.



Jan Spěvák, Frídóóm II , 2007, olej na plátně, 55 x 100

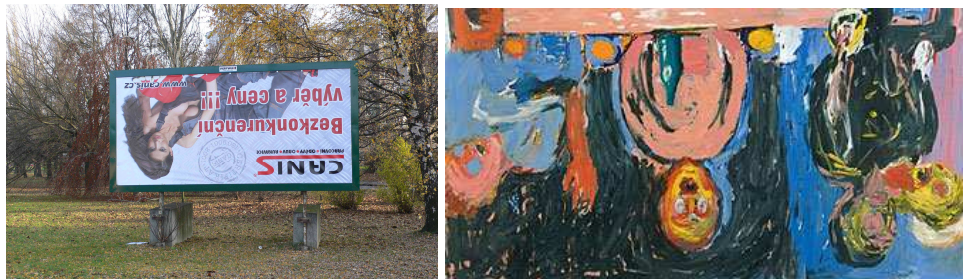
Umělci na výstavě nazvané BILBOARD TEXT UMĚNÍ/Billboard Text Art, 2008 (kurátor - Gray Zone) prezentovali svá díla na billboardech. Obdobně jako již v devadesátých letech umělci z okruhu Tvrdohlavých u nás připravili obrazy pro billboardové plochy a prostředí. Níže vidíte ukázkou, další díla najdete na adrese <http://2008.tina-b.cz/eng/sections-artists/billboard-text-art.html>.



Jan Šerých (*1972), 2008; <http://2008.tina-b.cz/eng/sections-artists/billboard-text-art.html>

Reklama využívá námětů, citací nebo parafrází slavných uměleckých děl. Vedle propagace výrobků, služeb, politiků apod. poskytují billboardy, plakáty apod. prostor k vyjadřování názorů. Kolem roku 1997 v souvislosti s klonováním a slavnou ovčí Dolly se objevila obrovská reprodukce Botticelliho *Zrození Venuše* dotvořena textem: „Ruce pryč od mých genů!“

Na níže uvedené fotografii (D. Lasotová – Baselitz, 2009; z cyklu Nalezený Stratil a jiné obrazy) je zachycen nechtěný odkaz firmy CANIS, jejíž billboard byl omylem zavěšen vzhůru nohama, na tvorbu německého malíře G. Baselitze. (Po nějaké době byl zavěšení opraveno.)



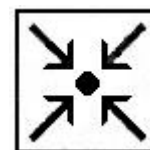
1. Foto ©dl, 2009.

2. Georg Baselitz (*1938), <http://static.guim.co.uk/sys-images/Arts/Arts/Pictures/2007/09/21/baselitz372.jpg>

3.4 Subvertising

Subvertising (volně přeloženo svržení inzerování reklamy) znamená především **ilegální parodování komerčních i politických billboardů, pouličních bannerů a jiných forem venkovní reklamy**. Zásahy spočívají především v umazávání, prepisování nebo doplňování slov či obrazů do stávajících sdělení. Cílem je pozměnit stávající sdělení tak, aby upozornila na různá „veřejná tajemství“ nebo obrazejí zamýšlený efekt na potenciálního zákazníka, obrazejí ho proti samotné společnosti inzerující dané komerční sdělení. Pozměněné obsahy vystupují proti **konzumerismu** (bezuzdému konzumnímu způsobu života), proti **mamonu nadnárodních korporací**, proti **drancování životního prostředí**, proti **nekonzistenci mezi realitou a zprávami z hlavních médií**, proti **medicínsko-farmaceutickému komplexu** apod. Intervence mají být vtipné a výstižné. Protože autoři zásahů „poškozuji“ cizí majetek, je jejich činnost protizákonná.

Příklad:





<http://pankov.files.wordpress.com/2010/06/nike-the-ripper.jpg>

http://www.tyden.cz/obrazek/201004/4bd0464992308/fico-kalinak-prelepeny-sme-mensi-4bd0477de9d31_275x183.jpg

Jiný způsobem pracuje Epos (krycí jméno): „Eposovým terčem se proto nestala určitá reklamní kampaň, ale jeden z nástrojů pro konzumní manipulaci. Prostředkem je paintballová puška. Samo její využití jako nástroje pro malování není ničím převratným, ostatně objevuje se už v jejím názvu; určující je ale to, že Epos vychází z podstaty té zbraně jako předmětu pro - tady symbolický - boj. Využívá ji v otevřeném terénu, má s ní fyzický kontakt a především s ní opravdu útočí. Výsledky jeho nočních guerillových výpadů jsou na první pohled zřejmé.“ (Wohlmuth 2009)



<http://aktualne.centrum.cz/kultura/umeni/clanek.phtml?id>

[=635652](#)



Část pro zájemce

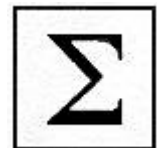
KONTEXTY DÁVAJÍ VÝZNAM. Nencyklopedie.wikia.com publikuje na svých stránkách fotografie sousedících billboardů jejichž vznikající „souvětí“ dávají vzniknout novému významu.



<http://necyklopedie.wikia.com/wiki/Billboard>

Shrnutí kapitoly

- Obrazy reklamy jsou všudypřítomné a jejich kritické čtení vyžaduje percepční kompetenci příjemce. Reklama je úzce propojena s konzumerismem a shopholismem. Estetická, obsahová a etická hodnota reklamních obrazů je různorodá, od inteligentních, vtipných a vizuálně poutavých po hloupé a vulgární. Billboardy slouží reklamě i umění.



Kontrolní otázky a úkoly:

1. Uvažujte nad níže uvedenými citáty z knihy **Dějiny reklamy**, 2009 a najděte k citacím vizuální příklady.
 - „Reklama funguje nejlépe, když čerpá z emocí smíšených s racionalitou.“
 - „Reklama si vytrvale půjčuje ze současného umění (a také mu vrací)



myšlenky a talenty.“

- „*Reklama je vždy propojena s médii.“*

2. Jakých prostředků ovlivňování využívá reklama?
3. So je to subvertising?



Úkoly k textu

1. Jaký je váš vztah ke konzumerismu? Popište svoje zákaznické chování, uveďte obrazy z obchodů, reklamy, které ve vás vyvolají potřebu nákupu.
2. Uveďte příklady reklamy, jež podle vás jsou oprávněné, dodržují etická pravidla, jsou vtipné/inteligentní a jejich vizuální zpracování má estetické/umělecké kvality?



Otázky k zamyšlení a inspiraci:

Vliv reklamních obrazů – jak je to s českými Vánoci?



text: *Kam až to dojde?* www.anti-santa.cz (www)

Reprodukovaný obraz je výstižným komentářem ke svátkům Vánoc u nás. V naší (?) zemi jsem zažila dobu potlačovaných vánočních zvyků s náhradou jolky a dědem Mrázem. Ježíšek byl legalizován opět v roce 1989, ale brzy mu začal konkurovat Santa Claus. Děda Mráz ([http://cs.wikipedia.org/wiki/Mraz%C3%ADk_\(mytologie\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Mraz%C3%ADk_(mytologie))) a Santa Claus známý jako Svatý Mikuláš nebo Otec Vánoc (http://cs.wikipedia.org/wiki/Santa_Claus) přinášejí dárky i podle legend, jež se k jejich postavám pojí. V tradici Ježíška je to poněkud složitější, neboť Ježíškovi byly k jeho narození dárky přinášeny a v tradici Vánoc je „nosí“ on. Je možné, že objasnění této alogiky by přispělo zamyšlení se nad tím, jaké dárky byly v Betlémě darovány a jaký dar dal Ježíš lidem.

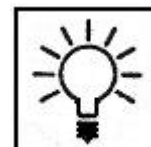
A také uvažování o tom, co si vlastně máme o Vánocích dávat a zdali by to obchodníkům přineslo zisk.

Před několika lety jsem viděla před Vánoci billboard, na němž byl vyobrazen půvabný zlatobílý anděl, konejšivý, sentimentální obraz s textem: *VŽDYŤ NAKUPOVAT NENÍ HRÍCH.*

Otázky k zamyšlení a inspiraci:

Program *Ženská práva jsou lidská práva* kromě jiného upozorňuje na sexismus v reklamě: „*Sexismus je diskriminace na základě pohlaví. Základem pro sexistické jednání či vyjadřování jsou genderové stereotypy - tedy zjednodušující představy o ženách a mužích - jejich chování, rolích či vlastnostech - často postavené na předsudcích o „náležitém“ či „přirozeném“ chování mužů a žen. Nebezpečí stereotypů spočívá v tom, že upevňují stávající nerovné postavení a posilují přesvědčení, že existující mocenské vztahy jsou nutné a dané. Ve svých důsledcích tak působí diskriminačně. Jednou z oblastí, která využívá sexistické vyjadřování a zobrazování, je reklama. Účelem reklamy je zaujmout pozornost a přesvědčit a k tomu potřebuje používat srozumitelné obrazy, například stereotypy, které jsou snadno čitelné. Zjednodušující pojmání rolí žen a mužů, využívání těla jako objektu k upoutání pozornosti bez ohledu na chybějící souvislost s propagovaným výrobkem, to jsou nejčastější příklady sexismu v reklamě.*“

Letos potřetí *Ženská práva* vyhlašují soutěž *Sexistické prasátečko*.
[\(http://zenskaprava.cz/sexisticke-prasatecko/\)](http://zenskaprava.cz/sexisticke-prasatecko/)



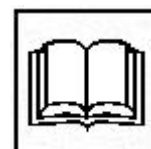
Korespondenční úkoly

1. Pokuste se o analýzu vámi zvolené reklamy. Jako vodítko můžete použít dotazník R. Beránkové (2009), který najdete v příloze č. 3.



Citovaná a doporučená literatura

LASOTOVÁ, DÁŠA Pouliční výtvarná výchova. *KULTÚRA - UMENIE - VZDELÁVANIE. Sborník z medzinárodnej konferencie.* BANSKÁ



BYSTRICA: UNIVERZITA MATEJA BELA, PEDAGOGICKÁ FAKULTA, 2009.

PINCAS, STÉPHANE a LOISEAU, MARC *Dějiny reklamy*. Slovart, 2009.

Internetové odkazy

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Konzumerismus>

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Reklama>

<http://designportal.cz/knihy-casopisy/kniha-dejiny-reklamy.html>

<http://necyklopedie.wikia.com/wiki/Billboard>

<http://www.slowmovement.com/downshifting.php>

Rigorózní práce. Mgr. Růžena Beránková: *Vizuální komunikace a vizuální gramotnost mimo oblast výtvarné výchovy, obrazy v každodenním životě, jejich vizuální jazyk a jak s nimi komunikujeme*. Vedoucí práce Prof. PaedDr. Radek Horáček, PhD. Brno 2009.

http://is.muni.cz/th/94001/pedf_r/Vizualni_komunikace.pdf

WOHLMUTH, RADEK Noční Prahou se potuluje střelec a kosí billboardy.

24.4.2009 <http://aktualne.centrum.cz/kultura/umeni/clanek.phtml?id=635652>

<http://pankov.files.wordpress.com/2010/06/nike-the-ripper.jpg>

http://www.tyden.cz/obrazek/201004/4bd0464992308/fico-kalinak-prelepeny-sme-mensi-4bd0477de9d31_275x183.jpg

<http://zenskaprava.cz/sexisticke-prasatecko/>

http://cs.wikipedia.org/wiki/Santa_Claus

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Mraz%C3%ADk_\(mytologie\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Mraz%C3%ADk_(mytologie))

4 Graffiti, street art, public art

V této kapitole se dozvíte:

- co zahrnují pojmy graffiti, street art, public art
- jaká média využívají
- jakou roli hrají ve společenském kontextu

Po jejím prostudování byste měli být schopni:

- vysvětlit pojmy graffiti, street art, public art, tagtool, guerilla gardening,
- objasnit roli těchto projevů ve světě umění a ve společenském kontextu,
- posoudit vizuální, etickou a ideovou úroveň těchto vizuálií

Klíčová slova kapitoly: graffiti, street art, public art, tagtool, guerilla gardening



Průvodce studiem

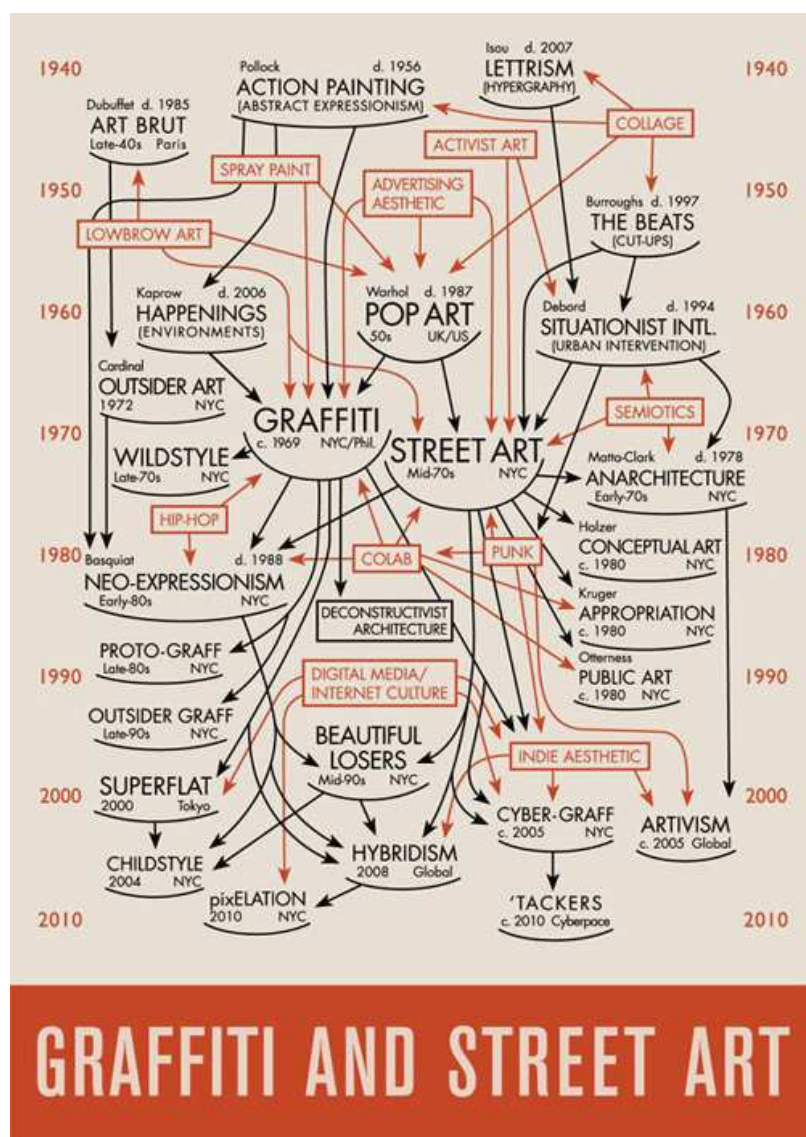
Mezi vizuália ve veřejném prostoru patří také graffiti a další projevy street artu. Všimneme si různých typů těchto obrazů a jejich fungování.

Na zvládnutí této kapitoly budete potřebovat asi 2 hodin/y, tak se pohodlně usadte a nenechte se nikým a ničím rušit.

Text *ZAPLAVENI OBRAZY* je primárně orientován na vizuálie, s nimiž se setkáváme v průběhu běžného dne, v němž záměrně nevyhledáváme komunikaci s vizuálním – výtvarným uměním. Umění se věnují jen dílčí kapitoly nazvané *Kontext umění*. Tato kapitola se zabývá pouze vizuáliemi spadajícími do kategorie záměrné výtvarné tvorby s ambicemi na statut umění. Umění ve veřejném prostoru zahrnuje mnohé kategorie a žánry. Architektura, sochařská díla, sgrafita, mozaiky atd. jsou považovány za samozřejmou součást kulturních životních prostorů. Užší kategorií je pouliční umění – street art a součástí street art je graffiti, na něž street art navázal. Zdá se, graffiti svou kontroverzností oživilo zájem o umění v ulicích a posunulo jeho vývoj.

Slovo graffiti se v původním významu vztahuje k psaní, tedy ke slovům a textu, ale jsou jím označovány i projevy obrazové. Mohli bychom takové pojetí akceptovat a říci si, ano obrazy jsou texty – hovoříme běžně o čtení obrazů, obrazy tedy píšeme (což doslovně dělá např. kaligrafie), a tedy i všechny, i negrafémové, pouliční obrazy jsou graffiti. Ponecháme přesná terminologická vymezení teoretikům a historikům umění, zvláště když po Beltingově konci dějin umění dějiny opět ožívají, a použijeme termín **graffiti** pro nápisové vizuálie a projevy, jež jsou tímto termínem v původních textech označeny. Spojením **street art** – **pouliční umění** pojmenujeme projevy na graffiti navazující. **Public art** budeme chápat jako aktivistickou tvorbu a **umění ve veřejném prostoru** jako zastřešující pojem .

Daniel Feral vytvořil podle vzoru diagramu CUBISMUS&ABSTRAKT ART (1935) Alfreda H.Barra Jr. diagram GRAFFITI&SREET ART (2010).



<http://anticap.wordpress.com/2011/04/06/public-art-of-the-day-86/>

4.1 Graffiti

Graffiti se v dějinách lidstva objevují od pravěku, kde lze jeskynní malby považovat za výtvarnou práci ve veřejném prostoru. Ze starověku se zachovaly nápisy v Pompejích, Egyptě. Tamní nápisy měly charakter reklamy (reklamy na nevěstinec), objevovaly se nadávky, protesty, vyznání lásky apod. Spontánní rytí do dřeva a škrabání do omítky se u nás objevuje ve středověku. Jejich studiem se zabývá epigrafika.

Vedle graffiti, jehož projevy se budeme dále zabývat, připomeňme nápisy turistické, čarodějnické, nadávky a vyznání lásky; graffiti historická, studentská.

Novodobé graffiti má své kořeny v šedesátých letech v USA a je spojeno se jménem Demetrius přezdívaným *TAKI*. V českém prostředí se jako rok nástupu graffiti uvádí rok 1993. (V Ostravě působil Maniac od roku 1987.)

Graffiti označuje „symbol, text nebo kresbu na ploše v otevřeném prostoru. Proces realizace – malba, rytí – je akterý vnímán jako transgresivně osvobodivé gesto; svojí formou, tématy a sociálním charakterem původců se klasifikuje jako sub-kulturní projev. ...“ (<http://intermedia.ffa.vutbr.cz/vykladovy-slovník-vizualního-umení>)

Autor graffiti si volí svůj pseudonym, skupina vytváří společné jméno. Tato zkratka nebo verš či slovní hříčka jsou pak textovým obsahem graffiti. Součástí díla může být i obraz; piktogram, karikatura, logo.

Mezi techniky využívané při tvorbě graffiti patří spreje s různými typy trysek, fixy, zvýrazňovače, akrylové barvy, rytí, latexové barvy aplikované válečkem na teleskopické tyči, nálepky, práce se šablonami.

Na stylu graffiti se hodnotí tvar a stavba znaků, jejich spojení, ladnost tvarů, jasné barvy, kontrastní hrany, provedení stínů, obtahů, výplní, prostorové uspořádání znaků. Podle formy zpracování graffiti rozlišuje podpis/tag, chrom – grafika s využitím stříbrné barvy pro výplň, charakter – kresba postavy či obličej, piece – dílo jednoho autora, throw up – konturová grafika bez výplně; podle umístění a rozsahu jde o graffiti panel – plošný prostor vyplněný plnobarevnou grafikou na dopravním prostředku, bombing – mnohočetná díla

skupiny nebo autora v jednom prostoru, rooftops – graffiti vy výškách, wholecar – pokrytí celého vozu dopravního prostředku, worms – pokrytí všech vozů soupravy. (wiki)

Podle psychologů je subkultura graffiti v naší společnosti pro chlapce a dospívající mladé muže jednou z možností, jak si vytvořit svoji identitu, jak se z dítěte stát mužem. Překonávání strachu, překážek a nebezpečí při tvorbě graffiti lze chápat jako analogii procesu iniciačních přechodových rituálů.

„Subkultura vzniká v podvědomé opozici vůči establishmentu (rodiče, škola, stát), do jejichž mechanismů jako mladí nemají přístup ani kontrolu, jsou pouze jejich předmětem. V subkultuře mohou tvořit vlastní pravidla, mají přiměřený vliv na dění. Mužský archetyp lovce vede boj s tvrdou džunglí symbolizovaný systémem města (metra) ve veřejném prostoru, kde sice nezískají skutečnou moc, ale stávají se výstavou jejich dosažených vítězství. ...Je-li autor zároveň i raperem, může předávat zkušenosti a pravidla v textech svých skladeb. Nejvyšší dosažitelnou metou graffiti je král, za něhož může být autor v rámci subkultury považován. Dnes již dospělí autoři považují svou průpravu v graffiti jako důležitou zkušenost a výbavu do běžného života, kam se zpravidla zařadí po bok někdejších dospělých na úkor kariéry v subkultuře.“
(<http://cs.wikipedia.org/wiki/Graffiti>)



Úkoly k textu

Prohlédněte si níže uvedenou fotografii napište hodnotící komentář k tagům a nápisům, k provedení, umístění apod.



foto dl, 2011;

Poruba

4.1.1 AUTORSKÉ GRAFFITI

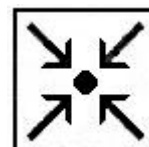
Autorské graffiti dostalo status umění a ocitlo se v galeriích, například Keith Haring a Jean-Michel Basquiat.

Příklad:



Keith Haring (1958-1990)

http://www.askart.com/AskART/H/keith_haring/keith_haring.aspx

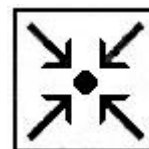


Příklad:



Jean-Michel Basquiat (1960-1988)

<http://www.potomitan.info/ayiti/basquiat.php>



4.1.2 INTELIGENTNÍ GRAFFITI

„Banksy je pseudonym anglického streetartového umělce pocházejícího z bristolské undergroundové scény. Jeho skutečná identita není známa. Banksyho díla jsou často satirická a nesou politické či kulturní poselství. Jeho street art, který kombinuje graffiti s využitím šablonové techniky, se objevil v Londýně i jiných městech po světě. Banksy také vytvořil v roce 2010 uvítací skeč v seriálu Simpsonovi v dílu MoneyBART. Ve skeči zobrazuje pracující Asiaty vytvářející samotný seriál v žalostných podmínkách. Skeč byl inspirován

zjištěním, že seriál Simpsonovi je z velké části vyráběn v Jižní Koreji. ...“
(wiki)

Streetart-blog uvádí, že v roce 2007 vyšla na veřejnost fotografie Banksyho také celé jeho jméno - Robert Banksey. (<http://streetart.blog.cz/1004>)



Příklad:

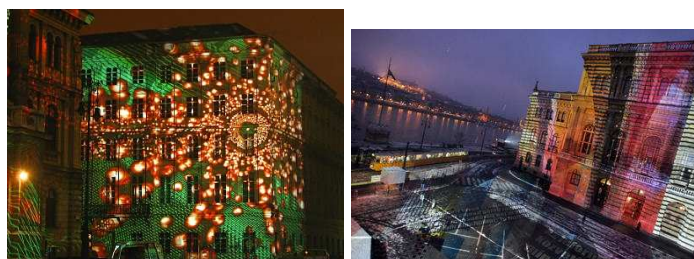


4.1.3 GRAFFITI BEZE STOP

Problém vandalského aspektu graffiti je elegantně vyřešen v technice tagtool. **Tagtool** je performativní vizuální nástroj používaný k projekci kresby na ulici. Umělec vytváří obraz a divák sleduje jak dílo promítané např. na fasádu domu, tak i práci samotného umělce.



Příklad:



Peter Kozma

http://4.bp.blogspot.com/_aLNA1ox5acg/SzFCR0TFmuI/AAAAAAAAA48/2xA44wHwX6s/s400/pic+08.jpg

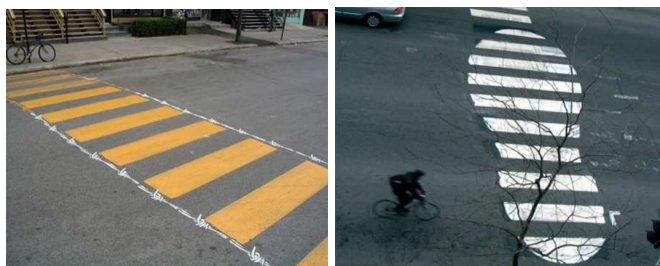
http://www.spectator.co.uk/article_images/articledir_845/422531/1_fullsize.jpg

4.2 Street art – pouliční umění

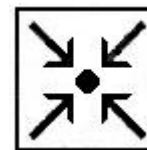
Street art označuje vesměs nepovolené nebo jenom dodatečně schválené umělecké intervence do veřejného prostoru. (artlist, Štefková)

Příklad:**VTIP A INTELIGENCE**

Pater Gibson vtipně komentuje silniční značení.



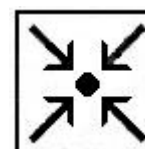
(www)

**Příklad:****PAREIDOLIE V GRAFFITI**

Jan Kaláb (*1978) svými malbami reaguje na pareidolie vzniklé technickým zásahy nebo rozpadáním se asfaltu. Povrchová závada ulice nebo chodníku se promění v příležitost dát jí jinou podobu, pozměnit její význam.



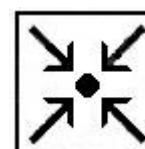
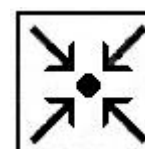
<http://artlist.cz/?id=159>

**Příklad:****REVERZNÍ GRAFFITI**

Paul Curtis alias **Moose** vytváří ve veřejném prostoru obrazy související s činností umělců zaměřených na tzv. **eco graffiti** či **reverzní graffiti**. Proudů vody nebo párou a voděodolnými šablonami, kartáči či drátěnkami seškrabává šed' z městských zdí.



(www)

**Příklad:****SGRAFITNÍ GRAFFITI**

Portugalský umělec **Alexandre Farto** alias **Vhils** vysekává a vyškrabává portréty do omítky domů. Jeho díla najdeme například v Moskvě, Londýně, New Yorku. Jednotlivé exempláře této série se nazývají „*Scratching the Surface*“.



(www)

Další fotografie ukazují „bezděčné sgraffiti“ (dl, 2011) na domech, z nichž omítka odpadá vlivem času a povětrnostních podmínek.



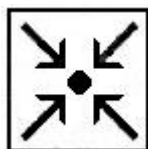
foto ©Olga Bubnovová, 2011



foto ©dl, 2011

Za zajímavé projevy street artu považují také níže uvedené příklady a odkazy.

Příklad:



<http://www.designformankind.com/2010/05/art-in-the-everyday-misos-street-art/>



http://4.bp.blogspot.com/_diZ3QGJrk1E/TRRr2yiEU8I/AAAAAAAACZQ/FJk6WUkPkcl/s1600/MG%2B1232%2B500x333%2BAwesome%2BStreet%2BArt%2Bby%2BFrench%2BArtist%2BJR.jpeg



http://jr-art.net/images/photos/JR_carthagene_raffinerie.jpg

Mnohé projevy street artu nesou znaky public artu v jeho užším slova smyslu, jsou aktivistické sociálně, politicky, gendrově, queer ...

4.3 Public art – veřejné umění

Public art vznikl v USA od šedesátých let. Byl projevem snahy umělců o bližší kontakt s veřejností, s publikem. Jeho významnými rysy byly projevy sociálního a politického aktivismu.

Z českých umělců, kteří se v této oblasti tvorby realizují, můžeme jmenovat Davida Černého, Kateřinu Šedou, Kryštofa Kinteru. (artist)

Část pro zájemce

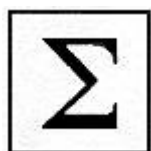
1. Tip k četbě: BELTIG, HANS *Konec dějin umění*, Mladá Fronta 2000.

2. Absence dospělostních iniciačních rituálů v naší společnosti, adorace nezralosti a věčného mládí, zaměřování pozornosti na kult těla, na okamžité a bez námahy získané prožitky slasti a další jevy neposilují duševní síly mladého člověka, nepomáhají mu v nalézání identity, seberepektu, sebeúcty

a dospělosti. Subkultura graffiti poskytuje určité náhradní rituály a ačkoliv graffiti tvoří i dívky, jsou průvodní aktivity práce na graffiti a jejich cíl – stát se králem – především mužskou záležitostí. Mužství se stalo i námětem stejnojmenné knihy Steva Biddulpha, jež vyšla v nakladatelství Portál v roce 2007. Její anotace ke knize zní: „*Od počátku minulého století ovládlo naši civilizaci ženské hnutí, které výrazně přispělo ke změně v chápání vztahu muže a ženy. Aby ale byla zachována určitá rovnováha, je podle autora třeba založit hnutí mužské, které se bude zabývat tématy otcovství, role muže v rodině, na pracovišti i v životě a položí základy pro nové přijetí mužské role v postmoderním světě. Steve Biddulph nově pohlíží na postavení mužů v dnešní společnosti, ukazuje jim směr, kudy se vydat, aby pochopili sami sebe. Odhaluje nové rozměry vztahu mezi otci a jejich dětmi a upozorňuje na důležitost mužského elementu ve výchově. Kniha je plná praktických rad, příkladů ze života, humorných kazuistik i citátů slavných osobností. Je určena mužům hledajícím cestu, otcům a synům, kteří se snaží mezi sebou vytvořit nový, lepší vztah, mužům prožívajícím krizi středního věku, ale zaujme i ženy, jež chtějí mužům lépe porozumět - ať už svým partnerům, otcům, či synům.*“

(<http://obchod.portal.cz/produkt/muzstvi/>)

Srovnej: http://www.evalabusova.cz/rozhovory/m_jaru.php a další podobné.



Shrnutí kapitoly

- Termín umění ve veřejném prostoru zastřešuje sochařskou, objektovou, grafickou tvorbu. Mezi projevy konce od poloviny 20. stol. patří graffiti, street art, public art. Spojením **street art – pouliční umění** pojmenujeme projevy na graffiti navazující. **Public art** budeme chápat jako aktivistickou tvorbu. Uvedené vizuály vnímáme v kontextu s mimouměleckými vizuálními skutečnostmi. Kromě estetické komunikace vybízejí ke kritickému myšlení.
- Na projevech graffiti jsme pozorovali rovinu rituální, vandalskou, inteligentní, estetickou, aktivistickou. Graffiti stojící na rozhraní umělecké tvorby, lidové tvořivosti a mazalizmu plní pro své aktéry i jakýsi doplněk autosocializačního procesu.

Kontrolní otázky a úkoly:

1. Jaké projevy graffiti znáte.
2. Charakterizujte street artové umění.
3. Kdy je graffiti, street art projevem vandalství, kdy se z tohoto označení vyvazuje a čím.
4. Nakreslete si mapku umění ve veřejném prostoru a graffiti v okolí svého bydliště, popište ji, výtvořte dokumentujte.
5. Vytvořte svou fotosbírku graffiti nalezených v dopravních prostředcích, na lavičkách v parku, na svém pracovišti apod.

**Úkoly k textu**

Mrtvá schránka; elektronická mrtvá schránka. Deat Drops - anonymní prostor pro sdílení dat.

Na fotografii vidíte novou formu umění ve veřejném prostoru. Do zdí zacementované flash disky s uloženými daty jsou k dispozici všem těm, kteří připojením svých notebooků data čtou a přidávají další. Na internetu je zobrazena mapa míst, kde mrtvé schránky najdete – <http://deaddrops.com> . Jeden je dílem studentek KVV PdF OU v Ostravě z roku 2011 a v Ostravě se nachází (www.hudebnibazarostrava.wz.cz). Můžete další informace o obrazech a datech viditelných jen za spoluúčasti diváka vyhledat na internetu, můžete najít ostravský, brněnský apod. flash disk a nahrát svá poselství.



http://www.zbynekmlcoch.cz/info/technika/elektronicka_mrtva_schranka_usb_flash_disk_ve_zdi_informace_instalace.html, http://i.idnes.cz/10/111/gal/PKA36da2d_ny5126739968_1a75759ab9_b.jpg

Otázky k zamyšlení a inspiraci:

1. Černobylský výbuch jaderné elektrárny (1986) byl v tehdejší ČSSR vládou tajenou událostí. Obyvatelům nebyly poskytnuty informace ani o základní prevenci proti přichozímu radioaktivnímu spadu. Na necenzurovaném internetu nyní najdeme obrazy současného Černobylu.



Černobyl je graffiti. Alex Chleban. <http://pic-tures.blogspot.com/2011/04/chernobyls-graffiti-by-alex-cheban.html>



V roce 1968 vydal *Československý spisovatel* knihu povídek a krátkých práz Raye Bradburyho (*1920) nazvanou *Ilustrovaná žena*, v níž najdete povídku analogickou černobylským událostem z 26. dubna 1986.



Korespondenční úkoly

Vyhledejte a dokumentujte ve svém bydlišti nebo v okolí projevy graffiti, street artu, public artu. Dokumentujte ho.



Citovaná a doporučená literatura

OVERSTREET, MARTINA *Velká kniha o graffiti. Czech 1988 – 2005*. Praha: Mladá fronta, 2006.

GENNEP, van A. *Přechodové rituály. Systematické studium rituálů*, Nakladatelství Lidové noviny, Praha 1997.

Internetové odkazy

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Graffiti>. 2011

HLAVÁČEK, LUDVÍK Public art. Veřejné umění. <http://artlist.cz/?id=http://artlist.cz/>

KEBOVÁ, BARBORA Portréty z omítky. On line <http://www.bioplanet.cz/blog/portrety-z-omitky/>

<http://intermedia.ffa.vutbr.cz/vykladovy-slovník-vizualniho-umeni>

<http://www.xgraffiti.wgz.cz/>

<http://streetart.blog.cz/1004>

http://www.zbynekmlcoch.cz/info/technika/elektronicka_mrtva_schranka_usb_flash_disk_ve_zdi_informace_instalace.html, http://i.idnes.cz/10/111/gal/PKA36da2d_ny5126739968_1a75759ab9_b.jpg

5 Školní tabule

V této kapitole se dozvíte:

- jaké typy tabulí máte k dispozici
- k čemu slouží školní tabule
- jakou roli hraje školní tabule v umění

Po jejím prostudování byste měli být schopni:

- používat školní tabuli netradičními způsoby
- objasnit význam školní tabule
- charakterizovat svůj způsob práce s tabulí ve výuce

Klíčová slova kapitoly: školní tabule, interaktivní tabule, naučná školní tabule, Rudolf Steiner, Joseph Beuys

Průvodce studiem

Nejvýznamnější školní vizuálie vznikají na školní tabuli. Během všech školních let zaujímají ve třídách a učebnách oltářní místo. My, nejprve v pozici spíše naslouchajících a nyní v pozici spíše předávajících, před nimi trávíme kus života.

Na zvládnutí této kapitoly budete potřebovat asi 2 hodin/y, tak se pohodlně usadte a nenechte se nikým a ničím rušit.



(www)

Katedra, lavice, naučné tabule, tabule, křídly, houba – základní vybavení školní třídy. Historii školních tabulí lze v literatuře jen těžko dohledat. H.Salátová ve

své diplomové práci uvádí: „*Nejstarší zaznamenané použití tabule je ve Spojených státech roku 1801, kde ji využili pedagogové na vojenské akademii. Tabule byla vyrobená z černého nebo tmavě šedého kamene a orámována dřevem, aby se kámen neodlamoval. Pojem „tabule“ poprvé použil kolem roku 1820 skotský učitel zeměpisu, který si tabuli ve třídě namontoval a psal na ni jednotlivé problémy, které se studenty diskutoval.*“

Zavzpomínáme-li, jistě se nám před očima vybaví konkrétní obraz školní tabule viděné ze školní lavice. Například ta z hodiny přírodopisu, kdy paní učitelka (dříve soudružka) kreslila a vysvětlovala stavbu květu tulipánu nebo ta na střední škole, na níž vyučující chemie pravou rukou dopisuje zbytkem křídly rovnice a vzorce vpravo dole a současně levou umazává horní část tabule, aby mohl v nekončících chemických reakcích pokračovat.

Sledování vzniku obrazu, schématu objasňovaného jevu, bytosti, věci či děje, obrazu s textovými poznámkami a vysvětlivkami, považuji za didakticky velmi významné.

5.1 Typy tabulí

Školní tabule se liší velikostí, materiálem, z něhož jsou vyrobeny, úpravou povrchu, hybnou konstrukcí apod. Současní výrobci nabízejí tabule černé nebo zelené pro popis křídou, bílé pro popis fixy, tabule z matného smaltovaného plechu, které mohou sloužit i jako tabule magnetické, flanelové tabule, korkové tabule, tabule keramické, skleněné; písmenkové, projekční, interaktivní tabule. Interaktivní tabule je stejně velká jako klasická tabule, reaguje však na dotyk a je propojena s počítačem. Obraz z počítače je pomocí datového projektoru přenášen na tabuli a uživatel může přímým dotykem na povrchu tabule ovládat počítačová aplikace a psát poznámky, kreslit. Psát a kreslit na tabuli lze i prstem nebo popisovačem. Záznamy na tabuli je možné ukládat, archivovat, znovu aktivovat, vytisknout, poslat emailem. Tabule také zobrazuje internetové stránky. Umožňuje rovněž učitelům a žákům zobrazit připravené texty a obrazy, jež lze přemisťovat, otáčet prstem ruky. (www)



Příklad:

Soudobé typy tabulí.

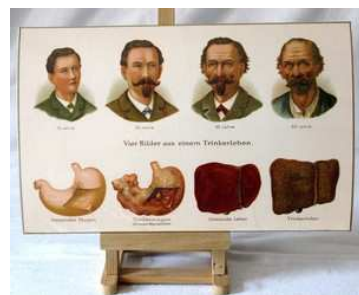
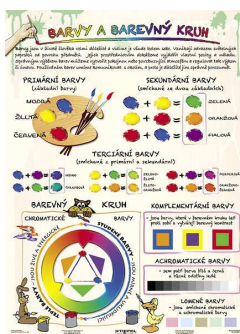


5.1.1 Školní didaktický obraz

Vedle uvedených tabulí jsou součástí obrazového vybavení učeben tzv. **naučné školní tabule** či **klasický školní didaktické obrazy**. V. Spousta (2010) uvádí, že klasický školní (didaktický) obraz, je prototypem vizualizace. Jde o redukované zobrazení reality. Jsou to obrazy tematizující určitý jev, např. 1.míchání barev, 2.postupnou degeneraci alkoholika a jeho jater či 3.fotostudio (viz příklad).

Vedle těchto zobrazivých obrazů do kategorie školních didaktických obrazů patří ještě schémata a tabulky. Ty pracují s pojmy, značkami nebo se symboly, u nichž je ikonický aspekt potlačen.

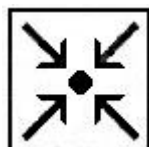
Příklad:



(www)

5.2 Využití tabule

Tabule jsou využívány nejčastěji ve školách, ale také na konferencích, při prezentacích, na poradách a v mnoha dalších případech. Nemalou roli hrají v rozvoji dítěte, ať už jde o psychomotoriku, o rozvoj fantazie a představivosti či o výrazovou hru. Klasické tabule, na něž se kreslí křídami se stávají součástí interiérového vybavení bytů a mohou plnit zábavné i informační funkce.



Příklad:



(www)

5.3 Kontext umění

Mezi nejslavnější tabulové kresby patří obrazy Rudolfa Steinera (1861 – 1925). R. Steiner, rakouský filosof, literární kritik, umělec, pedagog, dramatik, sociální myslitel vytvořil antroposofii, waldorfské školství a biodynamické zemědělství. Antroposofie, duchovní věda vybudovaná na základech theosofie, se snaží spojovat poznatky moderní vědy s otázkami duchovna. Svůj holistický přístup k životu R. Steiner objasňoval na veřejných přednáškách (v letech 1919-1925 jich bylo více než 2000), během nichž doplňoval svá slova kresbami barevnými křídami. Tyto kresby, diagramické tabule, byly po přednášce smazány a nezachovaly by se, nebýt Emmy Stolle, která začala v roce 1919 na tabule umisťovat černé papíry a vzniklé kresby archivovat.

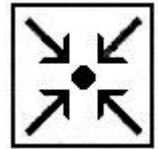
Filosofie R. Steinera měla vliv na mnohé významné umělce, jmenujme V. Kandinského, P. Mondriana, Josepha Beuyse.

Příklad:

Reprodukce Steinerových tabulových kreseb.



(www)

**Příklad:**

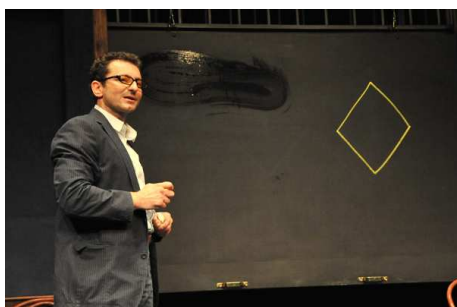
Joseph Beuys byl jako umělec i jako pedagog zaujat Steinerovým odkazem a jak to podle fotografie vypadá, sdílel i jeho náklonnost ke školní tabuli. Využíval ji při nejen výkladech, ale vnesl ji i do světa umění.



http://www.moma.org/collection_images/resized/469/w500h420/CRI_3469.jpg

Příklad:

Školní tabule jako významná rekvizita v divadelním představení.

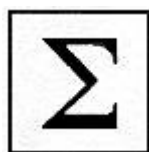
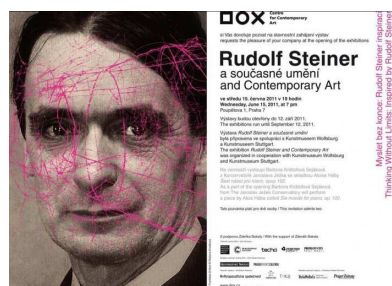


Ondřej Vetchý ve hře založené na kresbě kosočtverce; Milana Kundera – Ptákovina; Činoherní klub



Část pro zájemce

Od června do září 2011 probíhá v galerii DOX v Praze výstava nazvaná *RUDOLF STEINER A SOUČASNÉ UMĚNÍ /Myslet bez konce*. V roce 1994 probíhala v Jízdárně Pražského hradu výstava *Rudolf Steiner – Karel Malich*, k níž vyšel katalog s textem K. Srpa.



Shrnutí kapitoly

- Školní tabule je prostorem pro vytváření didaktických obrazů. Sledování průběhu jejich vzniku je důležitou součástí učení. Klasické školní tabule sehrály svoji roli i ve výtvarném umění. V současnosti křídlo a desku nahrazují interaktivní tabule.



Kontrolní otázky a úkoly:

1. Která díla umění, v nichž hraje roli školní tabule, znáte.
2. Proč a čím je sledování procesu tvorby didaktického obrazu pro žáky významné.



Úkoly k textu

1. Malování a psaní vodou na tabuli, tabulky, chodníky apod. patří k relaxačním hrovým činnostem. Využijte této techniky ve svém vyučování. Průběh dokumentujte a prezentujte.



2. ŠKOLNÍ TABULE VE VÝTVARNÉM UMĚNÍ

Situace „být u tabule“, „k tabuli půjde...“ apod. patří zřejmě mezi zkušenosti každého z nás. Ve výtvarném umění najdeme obrazy, jež tyto scény ztvárňují. Podívejte se na dvě ukázky.

Prohlédněte si kresbu V. Olivy a pokuste se o interpretaci jejího obsahu.



Viktor Oliva (1861 – 1928) U tabule, kresba tuší na

papíře

Jakou situaci z vašeho života vám reprodukce obrazu amerického umělce připomíná?

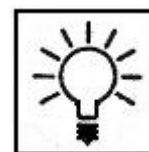


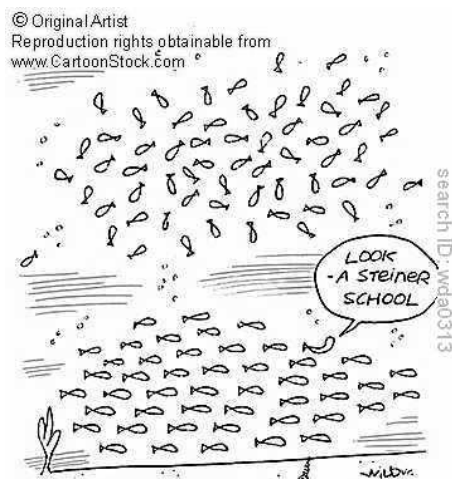
Norman Rockwell (1894 - 1978)

Vytvořte svůj vlastní obraz o situaci „u tabule“.

Otázky k zamyšlení a inspiraci:

Kreslená anekdota se vyslovuje ke Steinerově koncepci waldorfské školy. Můžete si analogicky nakreslit obrázek pojetí své výuky.





<http://www.cartoonstock.com/lowres/wda0313.jpg>



Korespondenční úkoly

1. Fotografujte školní tabule ze svého vyučování, opatřujte je komentáři. Po určité době z nich sestavte prezentaci a posuďte je z různých hledisek (didaktického, estetického, gnoseologického ...).



Citovaná a doporučená literatura

SPOUSTA, VLADIMÍR *Vizualizace vybraných problémů hraničních pedagogických disciplín*. Brno: Masarykova univerzita, 2010.

Internetové odkazy

Časopis o interaktivních tabulích, interaktivních učebnicích, počítačích ve vzdělávání, výukovém software a vzdělávacích počítačových hrách.

<http://interaktivni-tabule-pripravy.blogspot.com/>

Galerie procházka. <http://www.transars.cz/galerieprochazka/1kresby.html>

Joseph Beuys. ARTMUSEUM.

http://www.artmuseum.cz/umelec.php?art_id=156

Knihy na internetu. <http://knihynainternetu.cz/antikvariat/grafiky-mapy-ex-libri...TONEM.html>

KOVÁŘ, PAVEL *Tabule s kosočtverci a rudá ruštinářka*. 2010

<http://www.vitalita.cz>

Rudolf Steiner a současné umění. <http://www.dox.cz/cs/exhibition?49/about>

SALÁTOVÁ, HELENA *Interaktivní tabule ve výuce chemie*. Brno, 2008. on line http://is.muni.cz/th/105685/pedf_m/Diplomova_prace.pdf

Svět bydlení. <http://www.svet-bydleni.cz/inspirace/tabule-pro-vas-byt-piste-kreslete-a-bavte-se.aspx>

Školní tabule. <http://www.skolnitabule.cz/>

Zaklínadlo jménem grafomotorika. <http://deti.centrum.cz/skolaci/vychova-vzdelani/2009/8/27/galerie/zaklinadlo-jmenem-grafomotorika/item/245861-malovani-houbou/>

Zboží. Naučné tabule. <http://zbozi.kontaktyfirem.cz/?q=skolni&strana=10>

6 Televizní obrazy

V této kapitole se dozvíte:

- Jak se dívat na televizi
- Co je to monoskop
- Jak využít televizní obrazy ve vlastní kreativní tvorbě
- Jak aplikovat televizní obrazy do výuky
- Zdali sledujete mýdlovou operu

Po jejím prostudování byste měli být schopni:

- vysvětlit, že na televizi je možné dívat se kreativně
- objasnit, že spatřené obrazy je vhodné reflektovat
- charakterizovat shody a rozdíly mezi monoskopem a mandalou

Klíčová slova kapitoly: televize, monoskop, mandala, příběh, mýdlová opera, přepínání, koláž, konceptuální digitální proláž

Průvodce studiem

V této kapitole budeme spíš nevázně hovořit o televizních obrazech. Teorie není náročná, půjde spíše o kreativní myšlení a nekonvenční pohled.

Na zvládnutí této kapitoly budete potřebovat asi 1,5 hodin/y, zapnutou televizi, dálkový ovladač, digitální fotoaparát nebo mobil s funkcí focení a počítač. .uprostřed toho všeho se pohodlně usadte a nenechte se nikým a ničím rušit.



Technické a historické údaje o televizním přijímači a televizním vysílání jsou převzaty ve zdrojů uvedených v literatuře za textem, obrazové ilustrace, pokud není uvedeno jinak, jsou staženy z internetu, odkazy neuvádím, obrazy jsou běžně dostupné.

Televize znamená elektronický přenos pohyblivých viditelných a ozvučených obrazů. „Princip televize spočívá v přeměně optického obrazu v elektrický obrazový signál, v přenosu elektrického signálu a zpětné přeměně opět na optický obraz. Využívá vlastnost lidského oka, které vnímá dílčí podněty jako celek, probíhají-li dostatečně rychle za sebou. V televizním snímáčním zařízení

se obraz rychle rozloží na velký počet bodů různého jasu a barvy. Tomu odpovídá určitý elektrický signál, který se přenesení do přijímacího zařízení (televizního přijímače). Tam se elektrický signál synchronně složí opět v původní obraz. Tento proces se neustále opakuje. Obraz se rozkládá určitým počtem řádků v jednom snímku, a to lineárně. Rozklad probíhá po řádcích zleva doprava (činný běh) s rychlým skokem zpět (zpětný běh). Evropské soustavy používají pro rozklad 625 řádků a pro snížení blikání se přenášejí v ploše obrazu nejprve liché a pak sudé řádky. Přenáší se 25 obrázků za sekundu neboli 50 půlobrázků za sekundu. Synchronizace řádků i obrázků je zajištěna vysláním synchronizačních impulsů během zpětných běhů rozkladového paprsku. Navíc je jas při zpětném běhu potlačen. Pro synchronizaci obrazu je ve zpětném běhu pulsnímku vyhrazeno 25 celých řádků, takže skutečný obraz tvoří pouze 575 řádků.

Přenos barevného obrazu je umožněn přenosem barevné informace současně s přenosem jasu. V principu se přenáší informace o červené, modré a zelené složce v obraze, která po aditivním smíchání dá původní barevný obraz.“ (Historie. Princip televize. 19.6.2011)

Pojmem televize (z řec., „vidění na dálku“) se označuje elektronický systém pohyblivých obrazů spojených se zvukem, a to vzduchem z pozemních vysílačů, ze stacionárních družic nebo pomocí kabelových rozvodů, vždy pomocí zařízení, jež je schopno opět je dekonvertovat do viditelného ozvučeného obrazu. Také tento pojem označuje přístroj schopný příjmu televizního signálu a metonymickým přenosem obsah, který je tímto signálem nabízen. Dále slovem je televize označováno jedno z odvětví mediálního průmyslu, které se věnuje výrobě a distribuci televizního vysílání a nakonec jde o prostředek masové komunikace, tedy projev společenské instituce. (SKM)

Televize stejně jako rádio, kino, tisk patří mezi masová média, která jsou strukturována tak, aby jimi předávané zprávy „oslovily „společného mentálního jmenovatele“ adresátů. Zaměřují se na jejich minimální interpretační schopnost.“ (LÉVY 2000, 102)

Na televizních obrazovkách můžeme sledovat po 24 hodiny denně informační, zpravodajské, zábavné, reklamní, nedefinovatelné a jiné pořady. Obrazy přírody, dopravních nehod, banality života celebrit, kosmetiky, bez níž nejste šťastná, modelů aut, bez nichž nejste mužem, vražd, slavných (oslavovaných?) podvodníků, výtvarného umění, baletu, ... Záměrem dívání se na televizi může být získávání informací, potřeba vzdělávání se, hledání zážitku, zábavy,

společnosti v osamělém životě nebo jen trávení času. Nespokojenost s programovou nabídkou nebo úrovní programů a potřeba vyvázat se ze závislosti nebo z vlivu tohoto média vede k záměrnému nedívání se na televizi. Někdy je záměrné nedívání se na televizi pouze alibistickým gestem, neboť vnímatel „přepnul“ na internet.

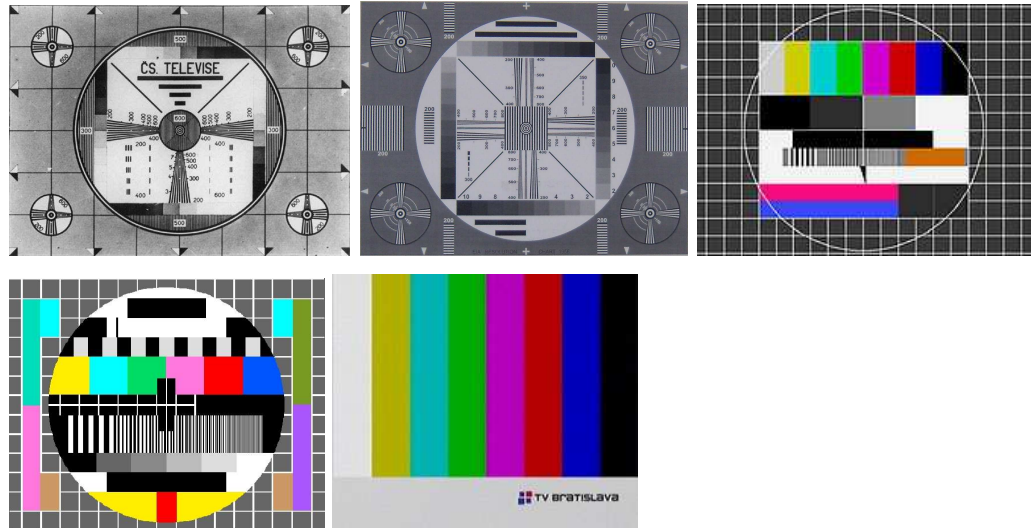
Dívání se na televizi lze také nahlížet z estetického, psychologického, sociologického, politického hlediska. My se spolu podíváme na pohyblivé a ozvučené televizní obrazy jako na koláž sestavenou z fotografií zachycujících televizní vysílání. Při sestavování koláží jsem uplatnila tři různé koncepty:

- a) obrazy souběžně vysílaných programů
- b) záznamy z jednoho z dílů seriálů (detektivní a mýdlová opera) a z jednoho televizního zpravodajství
- c) poruchy v příjmu signálu

Popis, analýza, asociování a interpretace takto získaných obrazů poslouží ke cvičením pro rozvoj mediální a vizuální gramotnosti a kritického čtení textu. Vlastní zážitky, zkušenosti a experimenty pak můžete využít při tvorbě výukových programů výtvarné výchovy, společenských věd a případně jinde.

6.1 Monoskop

S vysíláním televize, které začalo 2. listopadu 1936 (BBC) a v Československu v roce 1953, se pojí kontrolní obrazec nazývaný monoskop. Slouží k vyladění televizního signálu. Podoba monoskopu se měnila v závislosti na technickém vývoji televize a vysílání.

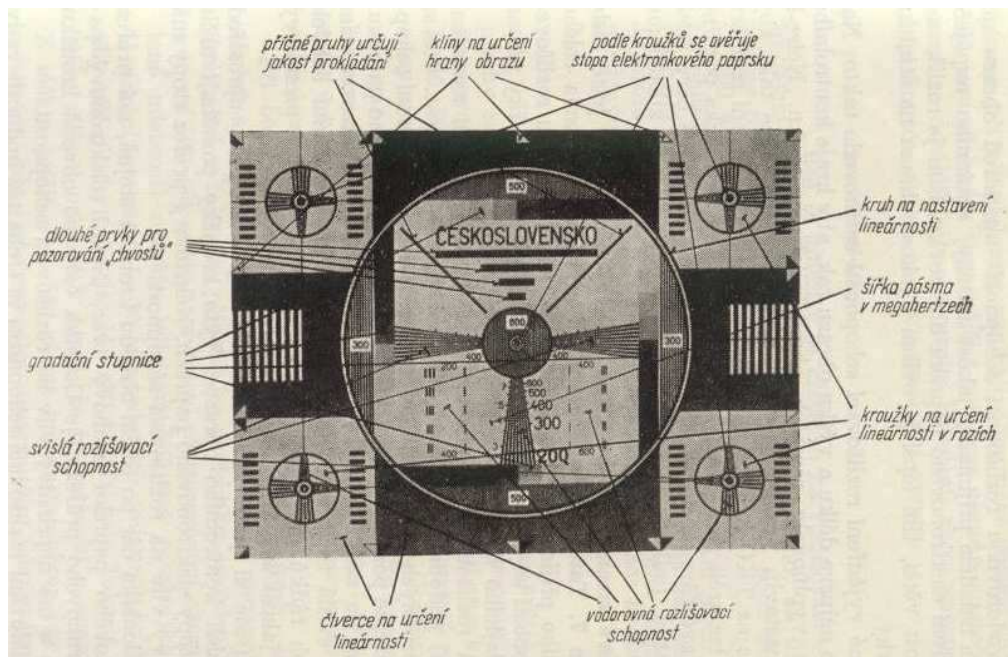


Slovo monoskop označuje speciální elektronku, která sloužila jako generátor televizního kontrolního obrazce. Termín monoskop se u nás používá, ačkoliv se technologie změnila.

Černobílý monoskop obsahoval škálu od bílé k černé, geometrické obrazce (kružnice a čtvercová síť), sbíhající se úsečky pro kontrolu vertikálního a horizontálního rozlišení. Barevný monoskop obsahoval navíc všechny základní barevné složky RGB a doplňkové barvy CMY, barevné přechody a tzv. „pleťovou“ barvu pro správné nastavení sytosti.

6.1.1 Analogie

Když sledujeme vizuální podobu monoskopů, vidíme, že s novějšími technologiemi rostla barevnost a pak se zjednodušovala struktura/kompozice obrazu až k sestavě svislých barevných pruhů. Máme k dispozici obraz monoskopu s popisem jednotlivých vizuálních prvků.



Televizní kontrolní obrazec (monoskop) sloužil k nastavení jakosti obrazu přijímače před začátkem vysílání programu. Šlo o tyto parametry: rozlišovací schopnost, jas, kontrast, gradace, geometrické zkreslení, linearitu vychylování, přesnost synchronizace atd.

Uspořádání vizuálně podobné monoskopu najdeme u mandal. Tibetské mandaly mají rovněž kompozici tvořenou čtverci a kruhy, mají své obsahy a významy. K těm patří kromě jiného koncentrace a „vyladění“ mentality vnímatele.



Vizuální forma monoskopu má mandalický tvar a vzhledem k tomu, že se pohybujeme v oblasti blízké výtvarnému umění, jež odhraničuje myšlení, dovoluji si vyslovit názor, že by se nyní mohly ony barevné pruhy poslední formy monoskopu začít strukturovat v komplikovanější systém, například v systém obdobný mandalám. Co by to mohlo znamenat v oblasti technického vývoje a v kvalitě, obsahu a smyslu televizního vysílání a potažmo

v souvislosti s ním s mentálním, sociálním, duševním a případně jiným vývojem člověka?

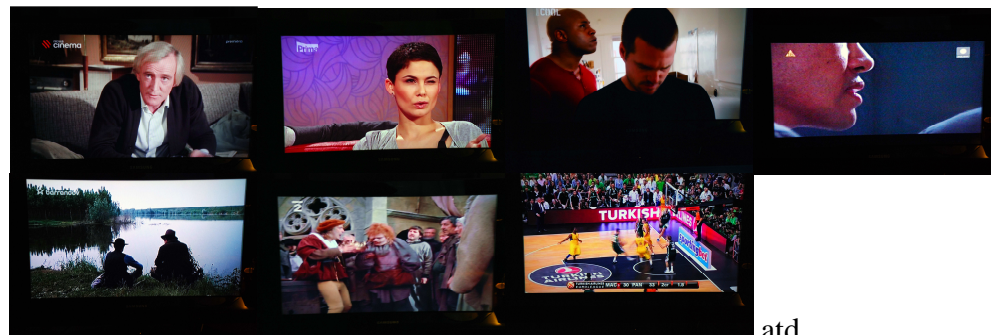
6.2 Obrazy souběžně vysílaných programů

Koláž fotografií obrazů televizních vysílání jednotlivých kanálů byl pořízen ve stejném čase (samozřejmě s odchylkou potřebnou na přeladování). Kromě součtu obrazů nabízených v dané chvíli divákovi se dotýká také fenoménu **přepínání**, který je umožňován pohodlím spojeným s používáním dálkového ovladače. Přepínání pořadů je jev, jehož sociální kontexty stojí za pozornost (kdo v rodině ovládá ovladač, jak často přepíná programy osamělý divák, kolik času je věnováno „brouzdání“ po stanicích v poměru k času soustředěného vnímání vybraného programu atd.).

My se v souvislosti s přepínáním podíváme na obsah a působení koláží, jež v naší mysli vznikají při vnímání přepínaných kanálů. Můžeme si představit, že si naše mysl zapamatuje obrazy jdoucí za sebou v plošném tvaru, kdy jsou kladeny obrazy jeden vedle druhého postupně.



Příklad:



atd.

Jaký obsah/obsahy se ukládají v naší paměti při sledování této postupně se odvíjející koláže. Jaký dojem v nás zůstává sled „atomů“ různých programů. Původní kontexty těchto obrazů – filmový příběh, sportovní utkání, reklama apod. – jsou ztraceny a jednotlivé fragmenty se dostávají do kontextů vytvořených aktem přepínání individuálního vnímatele, jeho osobní divácké/vnímatelské gramotnosti a jeho prekonceptu.

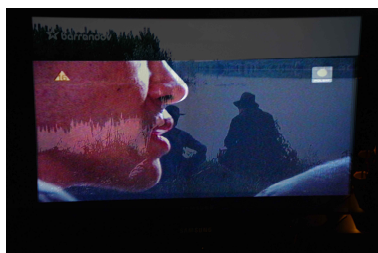
Výše uvedené obrazy můžeme komponovat ještě jinými způsoby. Lze spojit v jeden celek jejich nahodilé fragmenty nebo skládat vybrané fragmenty v jiný v nový významový celek. **Konceptuální digitální proláže** utvářené například

z obrazů vysílání zvolených stanic v daném čase, z daného seriálního programu v různých vysílacích dobách, se mohou stát přirozeným podnětem pro zamyšlení nad záplavou obrazů televizních.

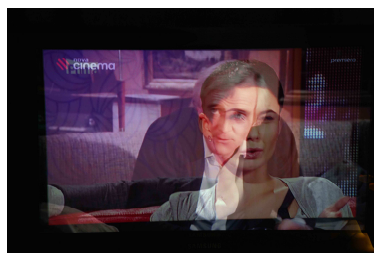
Fotografie televizních obrazů z jednoho časového úseku můžeme zprůhlednit a navrstvit do jednoho obrazu a podívat se na něj jako na syntetický obraz vznikající dříve nekontrolovaně v naší mysli, nyní již s uvědomováním si a nakročením k průběžné reflexi.

Příklad:

1. Vrstvení dvou vybraných obrazů (práce dvou různých autorek):

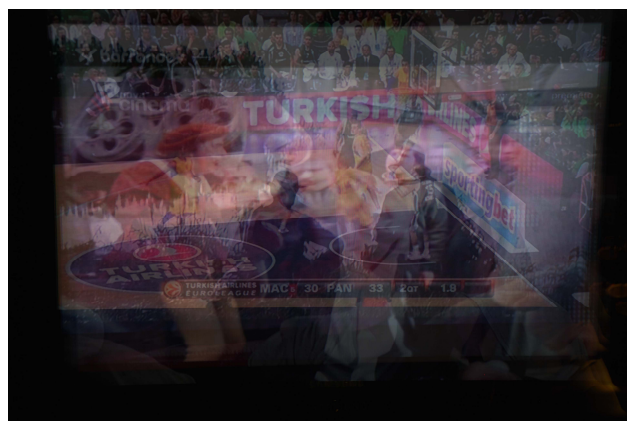


Mira Králová, 2011

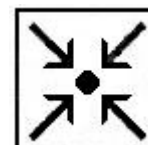


dl, 2011

2. Syntéza sedmi vrstev:



dl, 2011



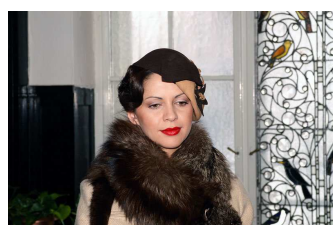
6.3 Obrazy jednotlivých příběhů

Mnohdy už na počátku filmu vidíme, že jeho estetický, intelektuální, zážitkový aj. přínos bude minimální, ale díváme se do konce. Díváme se do konce, protože jsme zvědaví, jak to dopadne. Sledujeme příběh, příběhovost je tím magnetem, který nás udrží i u podprůměrného filmu. Nenechat si ujít konec příběhu, rozuzlení, objasnění záhady, to nutně patří ke sledování detektivních příběhů.

Pro zkoumání a srovnání obrazů z detektivních příběhů jsem vybrala seriály tvořené z ucelených epizod. Dva z nich pro kvalitní výtvarné zpracování dobového kontextu; *Herkule Poirot* v podání Davida Sucheta (seriál anglické ITV) a *Četnické humoresky* režírované Antonínem Moskalykem a Pavlínou Moskalykovou.



Dům Florin Court, Londýn, 1936.



Snímek z jedné epizody seriálu *Četnické humoresky*.

Sledování příběhů *Herkule Poirot* a *Četnické humoresky* je spojeno s vizuálním zážitkem vnímání stylu art deco a psychickým uspokojením z toho, že je v nich slušnost vnímána jako hodnota.

Další dva seriály se odehrávají ve specifických prostředích; architektura Oxfordu ve *Vraždách v Oxfordu* a anglický venkov ve *Vraždách v Midsomeru*. Pomineme-li poněkud fantasmagorický charakter příběhů, především těch midsomerských, kamera nám přibližuje univerzitní kamennou historii a tradiční anglický venkov.



6.3.1 Mýdlová opera

Mezi formy, u nichž bychom na rozuzlení zápletky, na konec čekali velmi dlouho, ne-li marně, patří tzv. mýdlová opera. Jaromír Volek k tomuto žánru uvádí: „*Spojení soap opera (soap – angl. mýdlo) se objevilo poprvé koncem třicátých let, a to jako poněkud ironický odkaz na hlavní sponzory rozhlasových m.o. – výrobce čistících prostředků pro domácnost. Pojem opera odkazuje na roli hudební složky (zvláště v prvních rozhlasových dramatinizacích) a též ne klíčový význam emocionality, která je zde nadužívána podobně jako v operetě či v opeře.*

Pro klasickou denní m.o. jsou typické čtyři následující charakteristiky:

- 1) narativní struktura není uzavřená, ale je pro ni typická práce s cyklickým pojetím času, respektive s principem nekonečné repetitivnosti.*
- 2) M.o. klade důraz na současná témata, respektive na rodinnou problematiku. Rodina tvoří mýtické centrum, reprezentující imaginární ideál.*
- 3) V jednotlivých příbězích převažuje schematický didaktismus.*
- 4) Cílovou skupinou diváků m.o. tvoří ženy-matky, jejichž identifikaci s vyprávěním posilují tvůrci prostřednictvím tzv. emocionálního realismu. Reálné zde neznamena objektívni popis světa, ale jeho subjektivní hodnocení, tedy spíše pocitovou strukturu.“*

Vizuální ztvárnění prostředí je omezeno na několik neměnných pohledů do interiérů. Například v českém seriálu ULICE (šéfautorka Lucie Paulová) se kulisy bytů, prodejny, dílny apod. od roku 2005 či 2006 téměř nezměnily.



6.4 Obrazy (ne)kvalitního příjmu

V poslední podkapitole našeho uvažování o televizních obrazech se zastavíme u porušených obrazů. Ty mohou vzniknout poruchou ve vysílání nebo v příjmu (slabý signál, nevhodná anténa, porucha přijímače, porucha vysílače,

povětrnostní podmínky ...) Televize nám poskytuje obrazy, ne nezajímavé obrazy, mohou být dokonce inspirativnější než vysílaný pořad.



Příklad:



Foto © dl, 2011.



Část pro zájemce

KONTEXT UMĚNÍ:

Za nejslavnějšího umělce reflektující masová média je považován Nam June Paik 1932-2006). Od šedesátých let začali Paik a Wolf Vostel (1932-1998) Jako první začal pracovat s videoartem a v souvislosti s expanzí televize řekl: „*Tak jako koláž nahradila olejomalbu, tak obrazovka nahradí plátno.*“ Prozatím se ukazuje, že neměl tak docela pravdu, ale nehmotné obrazy videoartu, internetového umění apod. získaly velkou pozornost a místo ve světě umění. Zkoumání jeho díla považují za vhodnou součást našich uvažování.



Nam June Paik, TV svíčka, 1975 (1999).



Část pro zájemce

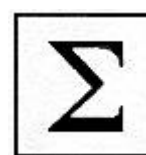
TELEVIZE A VYUČOVÁNÍ

„*Jedna z problematických stránek působení televize spočívá v tom, že kultura obrazu silně zatlačuje kulturu slova. Dominuje dívání se, pouhé receptivní sledování obrazů, tzv. ikonické osvojování. Potlačuje se verbálně analytické osvojování symbolické kultury. V běžném životě názornost v televizi (s výjimkou speciálních vzdělávacích pořadů) nechce vyučovat, ale baví, a to tak, aby ji*

každý mohl sledovat bez námahy. To vede ke konzumní názornosti a spolu s tím ke zlovyku vyhýbat se náročnějšímu pojmovému myšlení. Z hlediska školy a realizace názorného vyučování jde vlastně o pseudonázornost nebo jakousi konzumní názornost. Vyučování ve škole nemůže pokračovat v těchto trendech.“ (J. Skalková in Vzdělávací úloha České televize (Marína Landová) in JIRÁK, WOLÁK, 2007, s.166)

Shrnutí kapitoly

- Televize zaujímá v domácnostech často oltářní místo. Toto médium přenáší obrazové programy na několika stanicích současně. Jejich sledováním vznikají v naší mysli „koláže“, „proláže“ a „vrstváže“ strukturované naším přepínáním, agendou zpravodajství, frekvencí vstupujících reklam.
- Na televizní obrazy můžeme pohlížet jako na zdroje informací, zábavy, nežádoucího ovlivňování, zdroje estetického prožitku ...
- Percepční kompetence napomáhá výběru obrazů a kritické distanci.
- Televize je i médiem ve výtvarném umění.



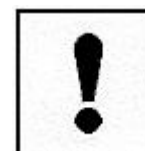
Kontrolní otázky a úkoly:

1. Jaké parametry bylo možno vyladit na monoskopu.
2. Jaký význam má tvorba konceptuálních digitálních proláží.
3. Kteří umělci ve své tvorbě zkoumají fenomén televize.
4. Co je to mýdlová opera a jaká je její výtvarná výprava.



Úkoly k textu

1. Stanovte si svůj koncept pro pozorování televizních obrazů, zpracujte ho do vizuální podoby a napište k němu svůj komentář.
2. Pořídte si obrázek tibetské mandaly a dopište si do něj významy kompozice, jednotlivých prvků – tvarů, symbolů a barev.
3. Vytvořte prezentaci tvorby umělců reflektujících ve své tvorbě fenomén televize.



4. Fotografujte několik let interiéry vybraných bytů v mýdlové opeře ULICE vysílané televizí NOVA a srovnajte jejich vizuální a estetické proměny.



Otázky k zamyšlení a inspiraci:

„Televize ztrácí diváky, přibývá blogerů.“ Proč?

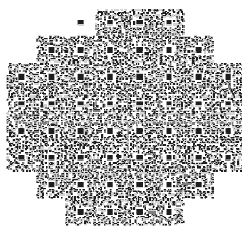


Otázky k zamyšlení a inspiraci:

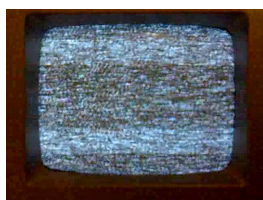
Zrnění; dovolím si předložit vám podněty k hravému myšlenkovému cvičení. Východiskem je dřívější použití slova *zrnění* v textu: „*Víš, kdy běží v televizi pořad pro ženy? No přece po půlnoci. Je to zrnění.*“ Tato snad jakási anekdota nám poskytuje tyto informace: 1. o tom, že pochází z doby, kdy televizní vysílání končilo kolem půlnoci (u nás doba do roku 1989), 2. o tom, že ženy jsou slepice, které zobou zrní, nebo že ženy pracují do půlnoci a na televizi mají čas až v době, kdy skončí vysílání, ... Níže uvedené obrázky a jejich kontexty by v této metafoře mohly poukazovat ještě na jiné interpretace. Jde o technické obrazy a jejich správný výklad by mohl poskytnout kolega fyzikář, kreativní variace a hry s významy jsou vaše.



http://www.builder.cz/art/delphi/delphix_turbo.html



<http://www.diiit.cz/clanek/ecma-vydava-standardy-pro-holograficke-disky-v-pouzre-hologramy-a-data/21871/24818>



<http://cs.wikipedia.org/wiki/%C5%A0um>



Otázky k zamyšlení a inspiraci:

„Tak jako v platónském podobenství o jeskyni, i my považujeme stíny míhající se před našima očima za odraz reality, a nic na tom nemění fakt, že již nesledujeme kamennou zed', ale televizní obrazovku. I nám je zatěžko otočit hlavu a pátrat po zdroji světla, které ozařuje naše domácí jeskyně. Spoléháme na to, že obrazy, které nám masová média přinášejí, úplně a věrohodně popisují vnější prostředí. Média pro nás **jsou** realitou.“ (z Úvodu MAR 2001)

Korespondenční úkoly

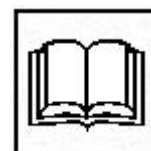
1. Vytvořte vlastní digitální proláž televizních obrazů podle vámi zvoleného konceptu.
2. Napište jakými dalšími způsoby můžeme s televizními obrazy pracovat ve vyučování (výtvarná výchova, společenské vědy, literatura apod.)



Citovaná a doporučená literatura

LÉVY, PIERRE *Kyberkultura. Zpráva pro radu Evropy v rámci projektu „Nové technologie: Kulturní spolupráce a komunikace“*. Praha: Karlova univerzita, 2000.

SEDLÁKOVÁ, RENATA *Divácká recepce mýdlové opery Život na zámku*. In *Média a realita. Sborník prací studentů Katedry mediálních studií a žurnalistiky FSS MU*. Ed. Jaromír Vokolek, Václav Štětka. Masarykova univerzita v Brně, 2001.



Internetové odkazy

CENTER HEIDELBERG FLUXUS BLOG. NAM JUNE PAIK CENTER.
<http://fluxusheidelbergcenter.blogspot.com/2009/01/nam-june-paik-art-center.html>.

DRÁBEK, PAVEL. Historie televizního přenosu. Monoskop.
http://www.paveldrabek.net/elektro/TV_prenos.php

Historie. Princip televize. <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/televizni-technika/princip-televize/>

JACYSZYN, VÁCLAV *Od Nipkova k druhé světové válce, aneb počátky televize*. 2007. http://tele.tym.cz/zajimavosti/pocatky_tv/pocatky_tv.htm

Mýdlová opera. http://cs.wikipedia.org/wiki/M%C3%BDdlov%C3%A1_opera

NAM JUNE PAIK STUDIOS. <http://www.paikstudios.com/>

OBRAZY MANDAL. Stavíme mandalu. <http://www.stavime-mandalu.cz/co-je-mandala/net/OBRAZY>

ROLLKO, NATALIE A. Ve stylu ala HERCULE POIROT. 2008

<http://www.zivotnistyl.cz/clanky/bydleni/648/ve-stylu-ala-hercule-poirot.html>

ŠIŠKA, JAKUB Počátky televize v Československu. 2007.

<http://www.rozhlas.cz/digital/media/zprava/400420>

VOLEK, JAROMÍR Mýdlová opera (Soap opera). In *Revue pro média*. Č. 1.

Média a populární kultura. Prosinec 2001. <http://fss.muni.cz/rpm/index.htm>

7 Internet

V této kapitole se dozvíte:

- O vztahu hypertextu, mozku a mentálním mapování
- Co je vizuální rešerše
- O nebezpečích internetu
- O vztahu internetu a umění

Po jejím prostudování byste měli být schopni:

- vysvětlit termín vizuální rešerše,
- objasnit vztah mezi asociativním indexováním a mentálním mapováním,
- charakterizovat internetová nebezpečí,
- charakterizovat internetové umění

Klíčová slova kapitoly: internet, síť, vizuální rešerše, hypertext, surfování, ikona, eskapismus, kyberšikana, netholismus, mediální půst, selektivní ignorace, umění a internet, psychografie

Průvodce studiem

Jak jsme mohli žít bez internetu a mobilního telefonu!? A jak žijeme s nimi?

Na zvládnutí této kapitoly budete potřebovat asi 2 hodin/y, tak se pohodlně usadte a nenechte se nikým a ničím rušit.



*Slovník mediální komunikace uvádí, že **internet** je celosvětová počítačová síť sestávající se z řady větších a menších počítačových sítí, které k výměně a přenosu digitálních dat využívají protokol TCP/IP. Je hierarchicky organizován, menší sítě jsou součástí větších sítí, největší operátoři zajišťují globální propojení. Internet přitom zůstává decentralizovaný, neboť i sítě na stejné hierarchické úrovni jsou vzájemně propojeny. Dokud existuje fyzické spojení mezi libovolnými počítači, mohou spolu tyto počítače komunikovat.*

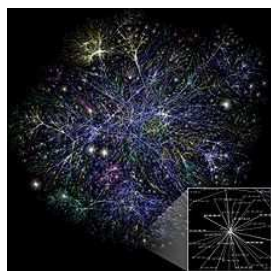
Mezi základní služby internetu poskytující vizuální informace patří WWW

(World Wide Web). Tento standard pro přenos hypertextových a grafických informací systém webových stránek vznikl v roce 1991. díky internetovým stránkám se stal přístupný široké veřejnosti; expanzi internetu dokládají údaje: v roce 1989 byl počet uživatelů 160 000, v roce 1998 je to 60 – 90 000 000 uživatelů.

7.1 Hypertext

Zuzana Kobíková v časopisu *Revue pro média* (č. 5) uvádí, že prvotní koncept hypertextu se byl publikován v roce 1945. Americký vědec Vannevar Bush (1890 – 1974) zdůraznil koncepci nového informačního média, které by vyhledávalo informace způsobem, jakým pracuje lidský mozek. Lidskému myšlení je vlastní asociování, proto Bush navrhl přístroj Nemez, který nabízí možnost „**asociativního indexování**“, kde jakákoliv položka může okamžitě vést k jiné libovolné položce.

Termín **hypertext** zavedl v šedesátých letech americký sociolog a filosof Theodor H. Nelson (*1937). Definoval hypertext jako nesequenční nelineární text s rozvětvenou strukturou, která se skládá z textových **lexií** - bloků slov nebo symbolů - propojených (prolinkovaných) různými spojeními. V hypertextu neexistuje centrální text. Způsob organizace, hierarchie a nakládání s odkazy závisí na čtenáři, jehož role se v hypertextovém prostředí posouvá blíže k roli autora. **Hypertext kontextualizuje text pomocí odkazů.**



Grafické znázornění části internetu (wiki)

Asociativní fungování mozku je respektováno také při tvorbě **mentálních/pojmových map**, jež používáme při vizualizaci např. svých vědomostí o určitém jevu, plánování projektů, uvažování o čemkoliv. **Mentální mapování** definovala popsal Antony „Tony“ Peter Buzan (* 1942), vynálezce mentálních map a propagátor **mentální gramotnosti**.

7.2 Vizualní řešerše

Vyhledávání textů a odkazů k pojmům můžeme na WWW stránkách provést formou, kterou jsem nazvala **vizuální řešerší**. K hledanému pojmu se váží obrázky na základě **verbální homonymity**. Například při práci na této studijní opoře potřebuji pracovat se škálou významů slova ikona, tabule, najít různé typy graffiti apod. Tímto způsobem pracujeme všichni a jeho výhodou je, že se nám před očima objeví i neočekávané vztahy.

Příklad

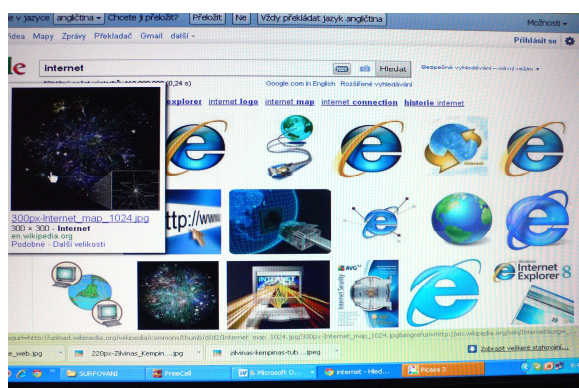
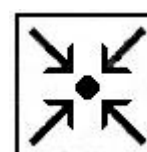


Foto © dl, Vizualní řešerše – internet, 2011



7.2.1 Ikona

Foto části vizualní řešerše pojmu **ikona**, který je v počítačové a internetové komunikaci pojmem frekventovaným, ukazuje základní významy tohoto slova. Připomeneme si, že v triadickém pojetí znaku (ikon, index, symbol) Charlese Sanderse Pierce (1839 – 1914) je ikonem označován vztah podobnosti (na principech *obraz*, *diagram*, *metafora*). Na ilustračním fotu vidíme ikonu jako pravoslavný náboženský obraz, ikonu v přeneseném významu – osobu či věc, užívanou podobně jako náboženský obraz, jako určitý vzor (např. Jan Hus). Někdy v přeneseném významu označení ikona nabývá pejorativního významu (ikona totalitních zřízení apod.). V oblasti počítačů pojem ikona představuje grafický symbol, který reprezentuje určitou funkci. Zpravidla jde o malou čtvercovou bitmapu, která se aktivuje kliknutím myši. (wiki)

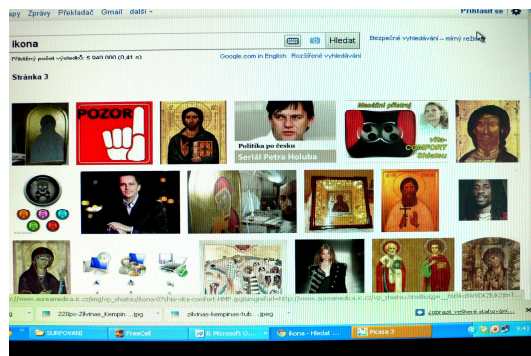


Foto © dl, Vizualní rešerše – internet, 2011

7.3 Nebezpečný internet

Internet je skvělý zdroj informací, zábavy, prostředek komunikace, vzdělávání. Jeho používání však nese s sebou také nebezpečí, která je třeba znát.

Netholismus je termín označující **závislost na internetu** – na prohlížení internetových stránek, na komunikaci po chatu, na psaní emailů. Jde primárně o závislost psychologickou. Mezi **netomany** a **gamblery** není velký rozdíl. U obou je přítomna ztráta sebeovládání, touha po takovém chování, které směřuje k prožívání příjemného, stejně jako u eskapismu. Specifickým projevem netholismu je také závislost na pornografii a on-line hrách. S netholismem souvisejí potíže fyzické, psychické a sociální. Přesnější vymezení těchto potíží a výčet projevů závislosti na internetu uvádí zdroj uvedených informací na www.machovka.cz.

Obsahová náplň, etika a vizuální kvalita **on-line her** pro děti a mládež vedle doby hrami trávené, jistě zajímá rodiče potencionálních hráčů. Všechny vyjmenované složky – o čem hra je, jaká mravní a etická pravidla preferuje, jaká je kvalita grafiky – mohou být předměty zkoumání ve vyučování. Vzdělání v této oblasti může vést u dětí kromě jiného k vědomějšímu výběru her a snížení rizik pobytu v internetové síti.

V současné době je naše psychika nadměrně unavována záplavou informací – vizuálních, audiovizuálních, multimediálních ... K očistě a obrodně psychiky, jak radí T. Ferriss (2009), je možné využít **selektivní ignorace informací** např. využitím služby LeechBlock a na určitou dobu zcela zablokovat některé webové stránky nebo si naordinovat **mediální půst**.

Vedle uvedených nebezpečí zmíníme ještě **kyberšikanu**, která se projevuje cíleným ubližováním, zastrahováním, zesměšňováním či ponižováním oběti za

použití informačních a komunikačních technologií – zejména internetu a mobilního telefonu. Kyberšikana využívá textů a obrazového materiálu – fotografií, fotomontáží, karikatur apod. Kyberšikana zasahuje jedince v jeho osobním prostředí, agresor zůstává v anonymitě, počet lidí, kteří na internetu třeba náhodně shlédnou ponižující vizuálii, se nedá odhadnout ani ovlivnit.

S tématem nebezpečný internet se pojí ještě nekalá činnost **crakerů** (také Black hat), kteří se snaží nabourat cizí stránky pro vlastní potěšení a pro zisk. (Hackeři jsou počítačovní specialisté nebo programátoři s detailními znalostmi fungování systému. Dokáží ho výborně používat i upravit si ho podle svých potřeb.) (wiki)

7.4 Kontext umění

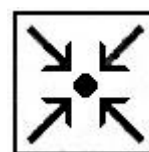
Marshall McLuhan (1911-1980) řekl: „*Změnou komunikačních prostředků se změnilo i samotné vnímání, a to z vizuálního zaměření na multisenzorické. ...Umění nemá za úkol ukázat okamžiky zážitků, ale objevovat prostředí, která jsou jinak neviditelná.*“ (DEMPSEYOVÁ 2002, s. 257) McLuhanova slova bychom mohli chápat i jako jakousi definici **internetového interaktivního multimediálního umění**. S intermedialitou v umění je úzce spojeno také jméno John Cage (1912-1992) a hnutí Fluxus.

Vztah výtvarného umění a internetu vidím v rovinách:

- **internetové umění**; umění, tvořené v tomto médiu a pro toto médium využívající multimediální montáže, obrazů statických i pohyblivých, písma, textu, zvuku ...
- **umění na internetu**; umění na internetu prezentované, např. katalogy, virtuálními galeriemi, na www stránkách autorů, časopisů ...
- **umění inspirované internetem**; umění temateziující nějaký aspekt tohoto média

Příklad:

- K. Pietrasová v *Atrlist.cz* popisuje **net.art** jako umění, které jako své výhradní médium využívá principy a možnosti internetu (hypertext, interaktivita). Nemůže existovat jinde než na internetu a svou povahou je zcela nemateriální, digitální. Vzniklo v polovině 90.let 20.stol. Internetové



umění, interaktivní umění či webové umění pracuje s „...estetikou přetahování, triků, čtení, mluvení, surfování, nakupování, touhy.“ (Garcia a Lovink in DEMPSEYOVÁ 2002, s.286) Vnímatelé mohou vstoupit do díla připraveného umělcem a vytvářet si svoji variantu **multimediální montáže** (Jake Tilson, Olja Lialinová).



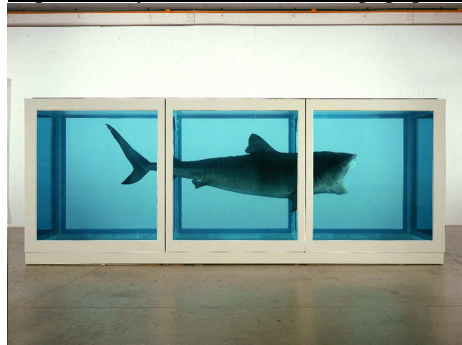
Příklad:

- Umění na internetu nám dává k okamžité dispozici vizuální informace ze všech oblastí a při použití moderních technologií nám umožňuje flexibilně pracovat ve výuce s obrazy vědy, umění apod.



1. Jaroslav Róna, Akvárium II, 2010. http://www.ifotovideo.cz/rubriky/co-se-deje/vystavy/ostravsky-dum-umeni-uvadi-souhrnnou-vystavu-jaroslava-rony_3652.htm

2. Kurohiro Sea. Fotografie monitoru počítače přehrávajícího níže uvedený odkaz: http://www.youtube.com/watch_popup?v=u7deClndzQw&vq=medium



3. Damien Hirst, http://1.bp.blogspot.com/_qm8TSvY521U/S9nshZKURTI/AAAAAAAAAAEc/NfWkaBL7fYM/s1600/3_DamienHirst_ThePhysicalImpossibilityofDeath-727548.jpg

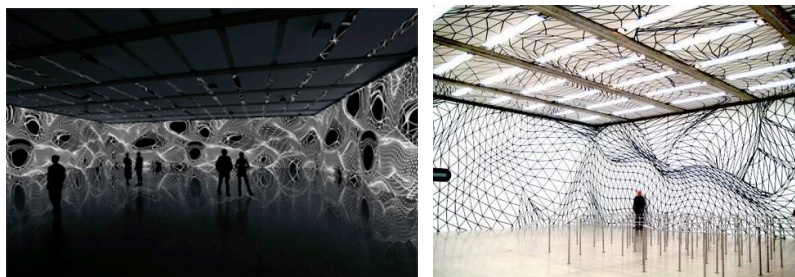
Rónův mysticky působící obraz můžeme v souvislosti s mořským akváriem vidět jako záznam reálné skutečnosti, jak malbu situace podobné té na fotografii videozáznamu. Lidé si zakoupili vstupenky a dívají se na život v moři. Jestliže u fotografii videozáznamu jsme si jisti, že nahlížíme do obřího akvária (po jeho dně se pohybují lidé ve skafandrech), u Rónova obrazu se nás mohou zmocnit pochybnosti a vyvstává otázka, který ze dvou zobrazených světů je akváriem, kdo se na koho dívá? Platí lidé vstupné, aby se na ně díval obyvatel moří? O čem ty obrazy vlastně jsou? Vyvažuje

daň za nesvobodu, kterou platí vodní živočichové v akváriu to, že člověk může stanout v úžasu před jejich světem? Je to cena za respekt a úctu pro zatím svobodné obyvatele moří? Nebo je to naopak? A co k tomu dodává „vycpaný“ žralok.

Internet a digitalizace malířského díla a filmového záznamu nám umožňují položit je současně před sebe na monitoru počítače a nechat je klást nám otázky.

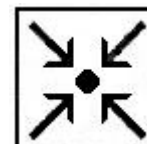
Příklad:

- Umění inspirované (?) internetem.



Peter Kogler , Untitled, 2010, Digital simulation;

Peter Kogler (*1959) utváří instalace asociující virtuální prostor.



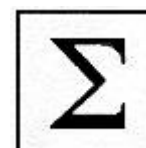
Část pro zájemce

1. Na uvedeném odkazu najdete knihu **digitálního umění** českých a slovenských umělců. PHANTASIA. 22.6.2011
<http://phantasia.maxarea.com/autors.html>
2. Díky digitálním technologiím ožívá koncept **psychogeografie**, určité formy urbánního výzkumu a také zábavy. Psychogeografie se zabývá tím, jaké naše emoce a proč se váží k určitým místům a jak tyto návyky měnit. Někteří umělci se tomuto fenoménu věnují. Můžete vyhledat tento pojem na internetu a uvažovat o této oblasti vizualizace.



Shrnutí kapitoly

- Internet je médiem, jež vytváří celosvětový komunikační prostor. V jeho sítích nalzáme obrazy ze všech oblastí lidských aktivit, přírody.



- Jejich kritické čtení rozšiřuje naše obzory, jejich přemíra digitalizuje náš život.
- Výtvarné/vizuální umění používá internet jako námět, jako prostředek vyjádření i jako informační zdroj.



Kontrolní otázky a úkoly:

1. Udělejte si vizuální rešerši pojmů hypertext a mentální mapy, srovnajte vizualizace jejich struktur a napište si komentář.
2. Jakým způsobem byste ve své výuce pracovali s tématy *on-line hry a kyberšikana*.



Úkoly k textu

1. **NA CO SE DÍVÁME?** Daniel Bednář, ostravský malíř na své výstavě v GALERII DOLE v Ostravě představil také obraz, jehož reprodukci vidíme níže. Na okně vlaku leží otevřený a zapnutý notebook. Za oknem se mňhají obrazy krajiny, jíž vlak projíždí. Akrylem malovaný obraz zachycuje obrazy reality (krajina za oknem, notebook, okno vlaku) a digitální obrazy (na monitoru notebooku). Na co se vlastně díváme, díváme-li se na obraz? Na co se dívá latentně přítomný majitel notebooku? Jaké místo, kolik času, jaký prostor zaujímá počítač-notebook-internet v jeho životě, našem životě, v životě našich současníků. Díváme se na své bližní více skrze digitální fotografie v médiích než na ně samotné? ...



Daniel Bednář

Fotografujte situace, v nichž se nacházíte vy se svým notebookem a představte nám soubor vzniklých fotografií.



Otázky k zamyšlení a inspiraci:

1. Podívejte se na obrazy – ikony, které jsou specifikovány slovem madona. Jaké emoce a asociace jednotlivé obrazy vyvolávají? Po osobní reflexi a případném získávání dalších informací a kontextualizaci můžete uvažovat o tom, jak byste s nimi pracovali ve výuce.



Rafael Santi



Eduard Munch



M.L.V.C.Ritchie

Madona - http://www.artmuseum.cz/resources/works/rafael_06.jpg,

<http://www.odaha.com/edvard-munch/reprodukcje>,

Madonna - <http://entertainment.ezine9.com/lady-gaga-named-most-searched-celebrity-773656d53cf.html>

Korespondenční úkoly

1. Najděte mezi uměleckými díly takové, jež se vyjadřuje k záplavě informací zprostředkovaných masovými médii. Prozkoumejte je, popište, analyzujte, interpretujte.



Citovaná a doporučená literatura

Internetové odkazy

BEDNÁŘ, DANIEL. *PROTIMLUV*.

http://www.protimluv.net/phprs/gallery.php?akce=obrazek_ukaz&media_id=52

BUZAN, TONY. *Mentální mapování*. Praha: Portál, 2007.

E-FLUX. Peter Kogler. <http://www.e-flux.com/shows/view/8277>

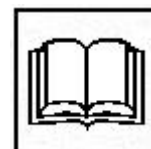
INTERNET. <http://computechnic.misto.cz/MAIL/Prehled%20internetu.htm>

KOBÍKOVÁ, ZUZANA Hypertext. In *Revue pro média*, č. 5.

<http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/hypertext.htm>

LÉVY, PIERRE *Kyberkultura*. Praha: Karolinum, 2000.

MAŘÍKOVÁ, MARKÉTA Netholismus. <http://www.kafe.cz/chci-byt-zdrava/co-trapi-dusi/netholismus-zavislost-na-internetu-728.aspx>



Metodika prevence sociálně patologických jevů - Závislost na internetu. In *Máchovka*. [http://www.machovka.cz/index.php/poradenstvi/metodik-](http://www.machovka.cz/index.php/poradenstvi/metodik-prevence.html?start=3)

[prevence.html?start=3](http://www.machovka.cz/index.php/poradenstvi/metodik-prevence.html?start=3)

Myšlenkové a mentální mapy – autor a propagátor Tony Buzan. In *Nadané dítě*. <http://www.nanedite.cz/view.php?cisloclanku=2008020011>

RŮŽIČKA, VLASIMIL Podivné hledání harmonie. in *Profimag*.

<http://www.profimag.cz/2006/10/19/podivne-hledani-harmonie/>

KERA, DENISA Psychogeografie – město, utopie, mapy. In *Umělec* 3/2005.

http://www.divus.cz/umelec/article_page.php?item=1148

8 Aplikace témat ve výuce

V této kapitole se dozvíte:

- Jak hledat společně se žáky aktuální téma projektu
- Jaké funkce plní mentální mapy
- Jak funguje agenda-setting

Po jejím prostudování byste měli být schopni:

- vysvětlit pojem agenda-setting,
- objasnit jak vzniká individuální agenda,
- připravit projekt tematizovaný současnou vizualitou,
- vizualizovat strukturu projektu

Klíčová slova kapitoly: vizualizace, mentální mapování, osobní interes, vizuální topografie, sociální kontexty vizuálií , syndrom zlého světa

Průvodce studiem

Podívali jsme se, jak na nás působí některé projevy soudobé vizuality a nyní můžeme své zkušenosti sdílet se zkušenostmi svých žáků.

Na zvládnutí této kapitoly budete potřebovat asi 2 hodin/y, tak se pohodlně usadte a nenechte se nikým a ničím rušit.



„Nedozví-li se žák nic o propracované strategii, která stojí za reklamní, obrazem, jenž je divákovi-konzumentovi v médiích předkládán, v praktických produktivních činnostech, v nichž bude sám vytvářet a sestavovat vlastní mediální produkci, například pro školní časopis, bude pouze nevědomě napodobovat (kritizované) vzory, jež ho obklopují v běžném životě. Nebude rozumět základnímu mechanismu vizuální komunikace. Média se obrazem vyjadřují a obraz je klíčem k médiím.“ (BERÁNKOVÁ 2009)

Věnovali jsme se společně několika tématům, jež vyrostla z úvodního sběru záznamů vizuálií všedního dne. Mnohá témata zatím zůstala opomenuta, ne však zapomenuta.

V této kapitole se zaměříme aplikaci získaných vědomostí a zkušeností do výuky. Při generování aktuálního námětu vytvoříte se svými žáky pojmovou mapu – možná s obrazy.

8.1 Příprava projektu

Východiskem se stane stávající osobní zkušenost žáka s vizuáliemi, jejich čtením a hodnocením. Může být použita dialogická metoda, vizuální podnět vedoucí k debatě, otevírající diskusi na - pro žáky - aktuální téma, společná procházka v okolí školy. Dalším krokem bude hledání témat a dílčích námětů, a to společně se žáky, pro něž je projekt určen. K verbalizaci a probuzení osobní zainteresovanosti žáka (osobní interes) vycházející z jeho aktuální potřeby mohou posloužit otázky typu:

Co během dne vidím? Co to je? Na co se dívám záměrně? Jaké obrazy vyhledávám? Jaký obraz jsem viděl včera poprvé v životě? Co mi přines?. Na co se záměrně nedívám? Co nevidím?

Další introspektivní dotazování se na zkušenosti s vizuáliemi a na vztah k té které z nich může být východiskem druhé tvůrčí etapy. Vzhledem k efektivitě a hodnotě metody „*co chceš dělat se žáky, vyzkoušej nejprve sám na sobě*“ doporučuji, abyste pracovali s nabízenými otázkami nejprve sami, reagovali na ně verbálně, výrazově i vizuálně.

- *Jakými obrazy se vědomě obklopuji? Jak na mne působí? Jak mne ovlivňují? Co o nich vím?*
- *Jaké obrazy eliminuji, vědomě vylučuji ze svého záměrného vnímání? Které obrazy ignoruji? Jaké k tomu mám důvody.*
- *Jakých obrazů jsem si nevšiml, působily na mne bezděčně. Zaznamenal jsem, zdali mne nějak ovlivnily?*

Vizuální topografie projektu.

V průběhu motivace, vymezení tématu, hledání kontextů lze využít mentálního mapování. **Mentální mapy** jsou tvořeny z pojmů a myšlenek a podobně jako mapy geografické napomáhají orientaci v krajině, mapy pojmové/mentální/myšlenkové/kognitivní/vědomostní napomáhají v orientaci v mysli nebo v nějakém problému. Podle V. Spousty plní mentální mapování funkce: 1. **diagnostickou** (strukturou a obsahem mapy zjistíme momentální stav znalostí), 2. **projektovou** (uspořádání myšlenek a zobrazení vztahů mezi nimi pomůže vytvořit plán činnosti), 3. **hodnotící** (analytickou rozvahou o klíčových slovech souvisejících s tím, co již víme nebo k čemu jsme dospěli, pomáhá zhodnotit získané znalosti a zkušenosti (SPOUSTA 2010, 48)

Mapu problematiky, jíž se chceme dále výtvarně zabývat můžeme vytvářet společně s žáky na základě slov, jež vygenerujeme z brainstormingu na dané téma.

Příklad:



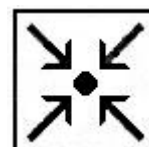
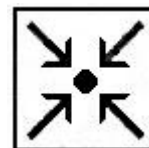
<http://workaholic.bloguje.cz/tema-12-nazornost-a-mapovani-mysli.php>

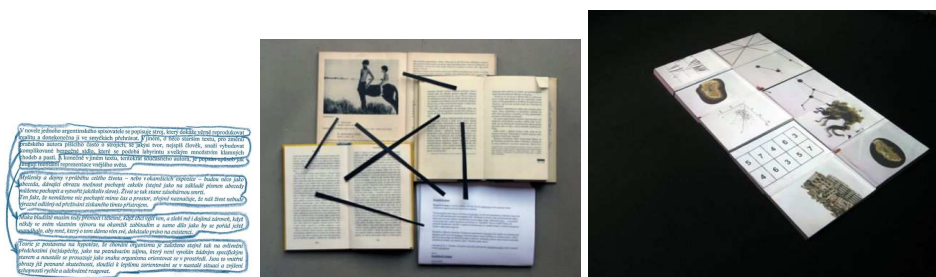
Mapy mohou být tvořeny pojmy, znaky, obrázky apod. Celý proces mapování i jeho výsledek bychom mohli nazvat **vizuální topografie projektu**.

Jak je všeobecně známo, všechny jevy a situace mohou být zkoumány jazykem umění. To platí i pojmových mapách. Zbyněk Baladrán (*1973) vystavil v roce 2009 „Kognitivní mapy“. Je inspirující, že použil také objektového vyjádření.

Příklad:

Zbyněk Baladrán: Kognitivní mapy





<http://artalkweb.wordpress.com/2009/09/18/tz-zbynek-baladran/>

8.2 Jiná témata – agenda-setting

Spojení *agenda-setting* se do češtiny převádí jako „nastolování agendy“. Pojmenovává se tak teoretický koncept a také společenský jev, jímž se ona teorie zabývá. Pojem byl zaveden v roce 1968. Vychází z teorie Waltra Lippmanna (1889-1974), který se zabýval rolí zpravodajských médií jako mostu mezi „okolním světem a **obrazy v naší hlavě**“ (1922). (McCOMBS 2009, s. 51) Jde o metaforické pojmenování skutečnosti, že masová komunikace se podílí na našem obrazu politiky a věcí veřejných. Lippmanna popsal *obrazy v naší hlavě* jako součást té fáze komunikačního procesu s veřejnou agendou, které patří *porozumění*.

McCombs Lippmannovu teorii *obrazů v naší mysli* potvrzuje a rozvíjí ve svých bádáních: „*Obrazy v našich představách mají různý původ. Mezi jednotlivými zdroji našich znalostí o světě kolem nás mají masová média prominentní postavení.*“ (McCOMBS 2009, s. 67) **Média neříkají co si myslet, ale na co máme myslet a jak přemýšlet o některých objektech.**

Vědci vytvářejí stále detailnější **intelektuální mapu vlivu masové komunikace na veřejnost**, připojují do teorie *agenda-setting* další koncepty a teorie komunikace: udělování statusu, stereotypizace, budování image a gatekeeping („strážení brány“), koncept kultivační analýzy a spirály mlčení, koncept rámcování. (McCOMBS 2009, viz s.131-132) Koncept „**spirála mlčení**“ formulovala německá socioložka Elizabeth Noelle-Neumannová (*1919). Říká, že lidé se obávají mít odlišné názory než většina nebo hlasitěji se projevující skupina, obávají se izolace. Proto mlčí nebo svůj názor i chování změňí podle většinového názoru. Existují dvě skupiny veřejnosti, na něž spirála mlčení nemá vliv; tzv. *avantgardisté* – lidé, kteří mají potřebu jít proti proudu

a tzv. *tvrdé jádro* – vyznavači určitého názoru, kteří předem se sociální izolací počítají. (www)

Kultivační analýza studuje kognitivní účinky masové komunikace a zkoumá významnost různých perspektiv, které masová média produkují, především skrze výrobu zábavních televizních programů. Mezi nejznámější perspektivy patří „**syndrom zlého světa**“. Je to pesimistický pohled na okolní svět, který je utvářen vlivem kriminálních témat vysílaných televizí. (McCOMBS 2009, s.132)

Doris Graberová: „*Média nastolují agendu tehdy, když úspěšně upoutají pozornost na nějaký problém. Budují veřejnou agendu, když poskytují kontext určující, jak o daném tématu lidé uvažují a jak hodnotí jeho význam.*“ (v McCOMBS s.204) S možností internetového surfování a vyhledávání zpráv a odkazů dochází ke změně okolností při nastolování agendy; teoreticky si každý jednotlivec na základě svého osobního výběru informací vytváří osobní agendu. **Veřejná agenda** se tak proměňuje ve **volný svazek individuálních agend**.

Část pro zájemce

Vizualizace fenoménu agenda-setting ve výtvarné tvorbě.



Photo © Chris Weiner



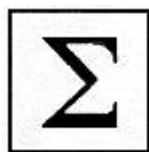
Ola-Dele Kuku - "agenda setting" - strana II (deviantního zesílení) - 2008

<http://ola-delekuku.com.apache09.hostbasket.com/installations-3/agenda->



Část pro zájemce

Sókratovská metoda. Ve vzdělávání je používána tzv. **sókratovská metoda** (kladení dobrých otázek, jež vedou k přemýšlení nad problémem), **dialogické tázání**, nebo také **maieutická metoda**. V televizním seriálu *Dr. House* můžeme sledovat sókratovskou nebo také maieutickou metodu v praxi. Jde o metodu tázání, při níž jsou v dialogu vylučovány horší hypotézy. Postupně se dospívá k hypotézám, tvrzením a axiomům, na nichž tyto hypotézy stojí a které nevědomě vytvářejí názor člověka na danou otázku. Název maieutická metoda pochází ze samotné metody, která osvětluje tázanému jeho implicitní názory a on jim pak lépe porozumí. (<http://www.czp.cuni.cz/glob/help.php?file=questions.html>.
www)



Shrnutí kapitoly

- K dovednosti kritického čtení obrazných vizuálních vyjádření vede záměrné vnímání, dekodování a interpretování.
- Výtvarná výchova má všechny prostředky pro rozvoj vizuální gramotnosti. Konkrétní námět pro tento rozvoj by měl vyplynout ze společného uvažování učitele a žáků.
- Vyučování může směřovat k vytváření individuální agendy – nejen na internetu.



Kontrolní otázky a úkoly:

1. Jaké funkce plní mentální mapování.
2. Objasněte pojem agenda-setting.
3. Jakým způsobem se podílí internet na tvorbě individuální agendy.



Úkoly k textu

1. Jestliže zdoslovníme Lippmannovu metaforu o masovými médii utvářených „obrazech v naší hlavě“, pokusíme se vizualizovat ve zvoleném médiu téma jako např. *osobní obraz politiky, osobní obraz věci*

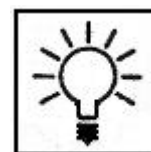
veřejných apod. Zvolte si v této oblasti téma, jež vás zajímá a vytvořte jeho vizuální obraz.

2. Pokuste se vytvořit vizuální podobu pojmu *spirála mlčení*.
3. Vytvořte koláže z obrazů televizních programů, zpravodajství na internetu nebo zpravodajských fotografií na téma „zlý svět“ a „dobrý svět“.

Otázky k zamyšlení a inspiraci:

4. „**Syndrom zlého světa**“ vytvářený audiovizuálními programy, hojně vysílanými televizí, má velkou diváckou sledovanost. Proč se lidé rádi (?) dívají na loupeže, přírodní katastrofy, dopravní nehody, přepadení...? Můžeme zvažovat několik hypotéz:

- a) Utvrzují se v názoru, že svět je špatný a tedy i oni sami mohou, mají právo být špatní.
- b) Když vidí, co zlého se děje, utěšuje je to v jejich těžké, ale přece jen lepší životní situaci.
- c) Využijí možnosti přenosu svého Stínu na vnější objekty.
- d)



Korespondenční úkoly

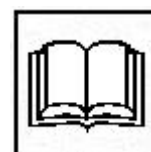
1. Vytvořte přípravu a realizujte výuku tematizovanou zvolenou všednodenní vizuálií nebo vybraným problémem masových médií. Dokumentujte a reflektujte výsledky své výuky.



Citovaná a doporučená literatura

McCOMBS, MAXWELL *Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009.

SPOUSTA, VLADIMÍR *Vizualizace vybraných problémů hraničních pedagogických disciplín*. Brno: Masarykova univerzita, 2010.



Internetové odkazy

VLADYKA, MILAN Určování agendy (Agenda setting) | RPM č. 3. on line http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/urcovani_agendy.htm. Staženo dne 4.6.2011.

ŠIMŮNEK, MICHAL Walter Lippmanna: Veřejné mínění. RPM č.3. on line http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue03/recenze_lippmann.htm

HUBATKA, MIROSLAV *Myšlenkové a mentální mapy (MIND MAPS) – nástroj pro rozvoj kreativity, myšlení, zlepšení paměti, ale také nástroj pro efektivní plánování a řešení problémů.*
<http://www.nadanedite.cz/view.php?nazevclanku=myslenkove-a-mentalni-mapy-%96-co-to-je&cisloclanku=2008020010>

Závěr

Na závěr sděluji, že text je otevřený. Otevřený jak ve smyslu Eckova pojetí, tak z pozice autorské. Je tomu tak nutně i proto, že tematika soudobé vizuality a jejího fungování je mnohem rozsáhlejší. Snad se mi podařilo zprostředkovat k jejímu vnímání a reflektování podnětný přístup, který bude vámi dále rozvíjen a uplatňován.

Ráda bych od vás dostala zpětnou vazbu o tom, jak se vám s textem pracovalo, co pro vás bylo přínosem, co byste upravili, změnili a jak získané zkušenosti fungují ve vaší výuce. Svá sdělení můžete zaslat spolu se zpracovaným korespondenčním úkolem na e-mailovou adresu:

Dasa.Lasotova@osu.cz nebo lasotova@centrum.cz.

Přeji vám hodně radostného a inteligentněhumorného, těším se na další setkání.

Dáša Lasotová

Slovníček

Epigrafika - pomocná věda historická, která se zabývá nápisy a nepaleografickým materiálem vytvořeným bez použití obvyklého písarského materiálu či tisku. Jde tedy o nápisy kamenné, dřevěné, kovové, omítkové, keramické, textilní apod. vytvořené technologiemi jako jsou tesání, rytí, řezání, odlévání, vyškrabávání apod. nápisy mohou být lokalizovány na zvonech (tyto zkoumá kampanologie), na hraničních kamenech, na křížích, na nábytku, domácím náčiní atd. Sleduje také vývoj písma napsů. (wiki)

Eskapismus – z *angl. escape* = únik, útěk mentální proces, jehož podstatu tvoří fantazijní únik před reálnými životními problémy do imaginárních světů, které mají často podobu mediálních simulací (SKM)

Gatekeeper - „hlídač, censor, vrátný“, osoba řídící přístup k něčemu. Ve 20.st. se tímto termínem označují také ti, kdo rozhodují, které obsahy budou zpřístupněny masovými médii. Je to osoba, která vybírá zprávy a události, prověřuje je, kontroluje, upravuje a přetváří a navrhuje k individuálnímu sdělování nebo medializaci. (SKM, scz, wiki)

Hybridizace - koncept používaný v sociálních vědách, současných kulturních studiích, popisuje a vysvětluje proces vzájemného prolínání, mixování a prostupování jednotlivých kulturních forem a žánrů pocházejících z rozdílných kulturních tradic. Pojem je některými autory chápán jako synonymum k pojmům synkretismus, transkultura, brikoláž, heteroglosie, kreolizace. (RPM)

Hypertext – z *lat. hyper* = nad, zde též ve smyslu multidimenzionální typ textového média založeného na počítačovém systému, v němž je text organizován jako síť fragmentů a jejich propojení a který má v protikladu k tradičnímu tištěnému textu nelineární, resp. multilineární strukturu (SKM)

Ikonodulie – (též ikonofilie, idolatrie) uctívání obrazů (SKM)

Imagologie – překonání → ideologie mediální mocí, politika řízená médii (SMK)

Infotainment – z *angl. information*=informace a *entertainment*=zábava pojem vztahující se k hodnocení mediovaných sdělení. Označuje využívání prvků

zábavy ve zpravodajství (např. subjektivní kamera, činnost ilustrující téma zprávy apod.) (SKM)

Kanál komunikační – prostředí, které v rámci komunikační události umožňuje přenos sdělení od komunikátora k adresátovi (SKM)

Kód – systematická organizace znaků, jejich významů a vztahů mezi nimi sloužící k přenosu sdělení mezi komunikátorem a adresátem. Daniel Chandler v oblasti médií, komunikace a kulturních studií rozlišuje: a) *kódy sociální* – verbální řeč, řeč těla, kódy komodit (móda, oblékání, auta) a kódy chování; b) *textové kódy* (reprezentační kódy) – kódy vědecké, estetické, žánrové, rétorické, stylistické a kódy masových médií; c) *kódy interpretativní* – kódy percepce a kódy ideologie. Tyto tři typy korespondují se třemi klíčovými druhy znalostí získávané interprety textu: sociální znalostí světa, textového poznání média a žánru a modálního vztahu prvních dvou. (SKM)

Komunikace masová – jedna z rovin sociální komunikace, vyznačující se tím, že se veškeré komunikativní aktivity dějí v institucionalizované podobě, tedy pomocí a prostřednictvím masových médií, pro jejichž činnost je charakteristické, že institucionálně, organizačně a technologicky vyhovují kritériím procesu masové komunikace. (SKM)

Kulturní diverzita – kulturní rozmanitost, různorodost, existence různých kultur ve stejné oblasti (www)

Kyberprostor – virtuální svět vytvořený moderními technologickými prostředky, např. počítačem (scz)

Maskult – autorský termín amerického literárního kritiky a mediálního manažera Dwighta Macdonalda, který takto označil soubor pokleslých, nízkých kulturních obsahů, produkovaných zejména masovými médii. **Folk art** vznikl zdola, z iniciativy samotných konzumentů (lidová vyprávění, pohádky ...), maskult je dodáván na klíč shora, ze strany výrobců. Vyznačuje se uniformitou, homogenizací (stírání rozdílů mezi vysokým a nízkým), podřízeností divákovi, repetitivností. (SKM)

Masová komunikace - „Masová komunikace zahrnuje instituce a postupy, jimiž specializované skupiny využívají technické prostředky (tisk, rozhlas, film apod.) pro šíření symbolického obsahu směrem k rozsáhlému, nesourodému a široce rozptýlenému publiku.“ (Janowitz 1986)

Mediální gramotnost – komunikační kompetence, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace v nejrůznějších formátech. Jeden rozměr mediální gramotnosti zahrnuje osvojení si základních poznatků o historii současných médií, o principech jejich fungování, o jejich společenské roli, případných hrozbách jejich zneužití a o rozvoji médií jakožto průmyslového odvětví. Dovednostní složka mediální gramotnosti zahrnuje získávání a rozvíjení praktických dovedností při práci s médii. (RPM)

Mediální půst – záměrné nesledování mediálních zpravodajství a programů, omezení kontaktu s internetem jen na vyřizování nejnnutnější pošty. Minimalizování příjmu množství a změní informací šířených masovými médii. Selektivní ignorace .

Mediální studia se opírají o poznatky obecné komunikační teorie, o zjištění a metody sociologie, sémiotiky a psychologie. Kořeny tohoto oboru sahají do třicátých let min. století, kdy se rodí jeho klíčové téma – výzkum mediálních účinků. Mediální studia se zabývají dějinami médií, kultury, masové komunikace, mediálních účinků, novými médii apod.

Midkult – kultura středního proudu, autorský termín amerického literárního kritiky a mediálního manažera Dwighta Macdonalda, který takto označil soubor kulturních obsahů vnějškově respektujících standardy vysoké kultury, ale vnitřně se vyznačující stejnými vlastnostmi jako maskult. Midkult je nebezpečnějším kulturním žánrem než maskult, neboť se jedná o korupci vysoké kultury, avšak dovedně zastřenou a navenek od ní stěží odlišitelnou.(SKM)

Miskoncepce – mylné, chybné, nepřesné pojetí (např. učiva ve škole), nesprávná osobní prekoncepce, hypotéza nebo teorie, která bývá značně rezistentní vůči změnám (scz)

Paleografie – pomocná věda historická. Zabývá se vývojem písma, číslic, ligatury (svazování písmen a znaků při psaní) a zkratk. Paleografie usiluje o správné čtení, místní a chronologické zařazení písemných památek bez ohledu na jejich charakter. Zkoumá způsoby psaní a psací látky (podklady a náčiní). (wiki)

Piktogen – obrazová podoba informace

Prekoncepce – intuitivní a zhusta nepřesné domněnky, předsudečné představy, často naivní a mylné pojetí něčeho (scz)

Psychogeografie – vizualizace a simulace lidského pohybu a chování. Psychogeografie se zabývá vztahy psychiky a prostoru a možnostmi, jak se oprošťovat od naučených zkušeností způsobů vnímání.

Sgraffiti – výtvarný projev spojující techniku sgrafita a graffiti (dl,2011) (v angličtině, italštině najdeme tvar *sgraffiti* ve významu, jenž je v češtině používán pro sgrafito

Queer - v obecném slova smyslu funguje “queer” jako zastřešující pojem pro všechny netradiční formy sexuality. Zahrnuje jak kulturní tak zejména sociálně diverzifikovanou skupinu obyvatel, jejichž sexualita jakýmkoliv způsobem nezapadá do společenských standardů reprezentovaných monogamním heterosexuálním manželstvím. Queer - vžité jako hanlivé označení gayů a lesbiček - se od začátku osmdesátých let pokouší očistit od negativních konotací a označení. Přesto část gayů a lesbiček tuto mnohoznačnou kategorii “queer” odmítá a považuje ji za diskriminační a nereflektující specifika užších kategorií homosexuality. (RVM)

Vizuální logogen – psaná, zraková podoba informace

Vizuální řešerše – vyhledávání vizuálních informací k danému tématu například pomocí vyhledávače na internetu v zadání: pojem – obrázky (dl,2011)

Použitá, citovaná, doporučená literatura a internetové odkazy

- BARKER, CHRIS *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál, 2006.
- BUZAN, TONY. *Mentální mapování*. Praha: Portál, 2007.
- DEMPSEYOVÁ, AMY *Umělecké styly, školy a hnutí*. Slovart, 2002.
- FERRIS, TIMOTHY *Čtyřhodinový pracovní týden. Nemarněte celé dny v práci, žijte kdekoli a staňte se „novým bohatým“*. Brno: Jan Melvil Publishing, s.r.o., 2009.
- FILIPOVÁ, MARTA; RAMPLEY, MATTHEW (eds.) *Možnosti vizuálních studií. Obrazy – texty – interpretace*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta – Seminář dějin umění, 2007. Barrister&Principal, 2007.
- GENNEP, van A. *Přechodové rituály. Systematické studium rituálů*, Nakladatelství Lidové noviny, Praha 1997.
- LASOTOVÁ, DÁŠA Pouliční výtvarná výchova. *KULTÚRA - UMENIE - VZDELÁVANIE. Sborník z medzinárodnej konferencie*. BANSKÁ BYSTRICA: UNIVERZITA MATEJA BELA, PEDAGOGICKÁ FAKULTA, 2009.
- LÉVY, PIERRE *Kyberkultura. Zpráva pro radu Evropy v rámci projektu „Nové technologie: Kulturní spolupráce a komunikace“*. Praha: Karlova univerzita, 2000.
- McCOMBS, MAXWELL *Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009.
- McLUHAN, HERBERT MARSHALL *Člověk, média a elektronická kultura*. Výbor z díla. Brno: JOTA, 2000.
- Média a realita*. Sborník prací studentů Katedry mediálních studií a žurnalistiky ESS MU. Editoři Jaromír Vokolek, Václav Štětka. Brno: Masarykova univerzita, 2001.
- OVERSTREET, MARTINA *Velká kniha o graffiti. Czech 1988 – 2005*. Praha: Mladá fronta, 2006.
- PINCAS, STÉPHANE; LOCSEAU, MARC *Dějiny reklamy*. TASCHEN/Slovart, 2009.

SEDLÁKOVÁ, RENATA Divácká recepce mýdlové opery *Život na zámku*. In *Média a realita. Sborník prací studentů Katedry mediálních studií a žurnalistiky FSS MU*. Ed. Jaromír Vokolek, Václav Štětka. Masarykova univerzita v Brně, 2001.

SPOUSTA, VLADIMÍR Proč rozvíjet vizuální gramotnost? In *Metody tvořivého učitele – Pedagogická orientace* č. 3, 2001.

SPOUSTA, VLADIMÍR *Vizualizace vybraných problémů hraničních a pedagogických disciplín*. Brno: Masarykova univerzita, 2010.

STURKEN, MARITA a CARTWIRGHT, LISA *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009.

ŠTOFKO, MILOŠ *Od abstrakcie po živé umenie. Slovník pojmov moderného a postmoderného umenia*. Bratislava: Slovart, 2007.

Umění 20. století. Editor Ingo F. Walter. Slovart, 2004.

ZINČENKO, V. P., VERGILES, N. Ju. *Utváření vizuálního obrazu*. Praha: ACADEMIA, 1975.

Internetové odkazy

http://1.bp.blogspot.com/_qm8TSvY521U/S9nshZKURTI/AAAAAAAAAEc/NfWkaBL7fYM/s1600/3_DamienHirst_ThePhysicalImpossibilityofDeath-727548.jpg

<http://2008.tina-b.cz/eng/sections-artists/billboard-text-art.html>.

http://4.bp.blogspot.com/_aLNA1ox5acg/SzFCR0TFmuI/AAAAAAAAA48/2xA44wHWX6s/s400/pic+08.jpg

http://4.bp.blogspot.com/_diZ3QGJrk1E/TRRr2yiEU8I/AAAAAAAAACZQ/FJk6WUkPkcl/s1600/MG%2B1232%2B500x333%2BAmazing%2BStreet%2BArt%2Bby%2BFrench%2BArtist%2BJR.jpeg

<http://aktualne.centrum.cz/kultura/umeni/clanek.phtml?id=635652>

<http://anticap.wordpress.com/2011/04/06/public-art-of-the-day-86/>

<http://artalkweb.wordpress.com/2009/09/18/tz-zbynek-baladran/>

<http://artlist.cz/>

http://bodzlomu.typepad.com/my_weblog/2007/06/page/2/

<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/3020/vizualni-gramotnost-v-severoamerickych-strednich-skolach.html/>

http://computechnic.misto.cz/MAIL/_Prehled%20internetu.htm

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Graffiti>

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Konzumerismus>

http://cs.wikipedia.org/wiki/M%C3%BDdlov%C3%A1_opera

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Mraz%C3%ADk_\(mytologie\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Mraz%C3%ADk_(mytologie))

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Mraz%C3%ADk_\(mytologie\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Mraz%C3%ADk_(mytologie))
<http://cs.wikipedia.org/wiki/Reklama>
http://cs.wikipedia.org/wiki/Santa_Claus
<http://designportal.cz/knihy-casopisy/kniha-dejiny-reklamy.html>
<http://deti.centrum.cz/skolaci/vychova-vzdelani/2009/8/27/galerie/zaklinadlo-jmenem-grafomotorika/item/245861-malovani-houbou/>
<http://eng300spring2010.wikispaces.com/Multiple+Intelligences>
<http://entertainment.ezine9.com/lady-gaga-named-most-searched-celebrity-773656d53cf.html>
<http://foodlab.cz/clanky/%E2%80%9Evisual-studies%E2%80%9C-nove-chapani-vizuality>
<http://fss.muni.cz/rpm/index.htm>
<http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/hybridizace.htm>
<http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/hypertext.htm>
http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/urcovani_agendy.htm
http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue03/recenze_lippmann.htm
<http://interaktivni-tabule-pripravy.blogspot.com/>
<http://intermedia.ffa.vutbr.cz/vykladovy-slovník-vizualního-umění>
http://is.muni.cz/th/105685/pedf_m/Diplomova_prace.pdf
http://is.muni.cz/th/94001/pedf_r/Vizualni_komunikace.pdf
http://jr-art.net/images/photos/JR_carthagene_raffinerie.jpg
<http://knihynainternetu.cz/antikvariat/grafiky-mapy-ex-libri...TONEM.html>
http://medialnivychova.fsv.cuni.cz/MVP-1-version1-Jirak_Wolak_Medialni_gramotnost_Novy_rozmer_vzdelavani.pdf
<http://mobilenet.cz/clanky/o2-nadeluje-dobijte-si-kredit-a-vyhrajte-zajezd-za-100-tisic-4870>
<http://necyklopedie.wikia.com/wiki/Billboard>
<http://obchod.portal.cz/produkt/muzstvi/>
<http://ola-delekuku.com.apache09.hostbasket.com/installations-3/agenda>
<http://pankov.files.wordpress.com/2010/06/nike-the-ripper.jpg>
<http://pic-tures.blogspot.com/2011/04/chernobyls-graffiti-by-alex-cheban.html>
<http://rendad.blog.dada.net/post/795108/Reklamy+na+tramvaj%C3%ADch..aneb+kdy%C5%BE+prachy+nesmrd%C3%AD+!>
<http://static.guim.co.uk/sys-images/Arts/Arts/Pictures/2007/09/21/baselitz372.jpg>
<http://streetart.blog.cz/1004>
http://tele.tym.cz/zajimavosti/pocatky_tv/pocatky_tv.htm
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/9b/Mall_culture_jakarta36.jpg/800px-Mall_culture_jakarta36.jpg
<http://vizualni-studia.eblog.cz/studia-vizualni-kultury>
<http://workaholic.bloguje.cz/tema-12-nazornost-a-mapovani-mysli.php>
<http://www.academiaknihy.cz/jan-spevacek-evoluce-2005-2007.html>
http://www.artmuseum.cz/resources/works/rafael_06.jpg
http://www.artmuseum.cz/umelec.php?art_id=156

http://www.askart.com/AskART/H/keith_haring/keith_haring.aspx
<http://www.bioplanet.cz/blog/portrety-z-omitky/>
<http://www.blesk.cz/>
http://www.builder.cz/art/delphi/delphix_turbo.html
<http://www.cartoonstock.com/lowres/wda03131.jpg>
<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/televizni-technika/princip-televize/>
<http://www.ct24.cz/kultura/115233-recenze-jaroslav-vancat-obrazy-nas-pozoruji/>
<http://www.czp.cuni.cz/glob/help.php?file=questions.html>
<http://www.designformankind.com/2010/05/art-in-the-everyday-misos-street-art/>
<http://www.diit.cz/clanek/ecma-vydava-standardy-pro-holograficke-disky-v-pouzreni-hologramy-a-data/21871/24818>
<http://cs.wikipedia.org/wiki/%C5%A0um>
http://www.divus.cz/umelec/article_page.php?item=1148
<http://fluxusheidelbergcenter.blogspot.com/2009/01/nam-june-paik-art-center.html>
<http://www.dox.cz/cs/exhibition?49/about>
<http://www.e-flux.com/shows/view/8277>
http://www.evalabusova.cz/rozhovory/m_jaru.php
<http://www.historicke-mapy.cz/files/product/14/gallery/115012--plancius-upraveno-3.jpg>
http://www.ifotovideo.cz/rubriky/co-se-deje/vystavy/ostravsky-dum-umeni-uvadi-souhrnnou-vystavu-jaroslava-rony_3652.htm
<http://www.kafe.cz/chci-byt-zdrava/co-trapi-dusi/netholismus-zavislost-na-internetu-728.aspx>
http://www.moma.org/collection_images/resized/469/w500h420/CRI_3469.jpg
<http://www.nadanedite.cz/view.php?cisloclanku=2008020011>
<http://www.nadanedite.cz/view.php?navezclanku=myslenkove-a-mentalni-mapy-%96-co-to-je&cisloclanku=2008020010>
<http://www.national-geographic.cz/>
<http://www.novinky.cz/koktejl/108602-bulharske-zastavky-autobusu-promitaji-porno.html>
<http://www.odaha.com/edvard-munch/reprodukce>
<http://www.paikstudios.com/>
http://www.paveldrabek.net/elektro/TV_prenos.php
<http://www.potomitan.info/ayiti/basquiat.php>
<http://www.profimag.cz/2006/10/19/podivne-hledani-harmonie/>
<http://www.promagazin.cz/ctyrhodinovy-pracovni-tyden>
http://www.protimluv.net/phprs/gallery.php?akce=obrazek_ukaz&media_id=52
<http://www.rozhlas.cz/digital/media/zprava/400420>
<http://www.rozhlas.cz/vltava/dokument/zprava/914671>
<http://www.skolnitabule.cz/>
<http://www.slowmovement.com/downshifting.php>
http://www.spectator.co.uk/article_images/articledir_845/422531/1_fullsize.jpg
<http://www.stavime-mandalu.cz/co-je-mandala/net/OBRAZY>

<http://www.svet-bydleni.cz/inspirace/tabule-pro-vas-byt-piste-kreslete-a-bavte-se.aspx>

<http://www.transars.cz/galerieprochazka/1kresby.html>

http://www.tyden.cz/obrazek/201004/4bd0464992308/fico-kalinak-prelepeny-sme-mensi-4bd0477de9d31_275x183.jpg

http://www.tyden.cz/rubriky/byznys/pop-ekonomie/jak-podojit-kapitalismus-a-mit-ctyrhodinovy-pracovni-tyden_174334.html

<http://www.typo.cz/vizuvir-2011-aneb-co-s-vizualnim-smogem/>

<http://www.vitalita.cz>

<http://www.xgraffiti.wgz.cz/>

http://www.zbynekmlcoch.cz/info/technika/elektronicka_mrtva_schranka_usb_flash_disk_ve_zdi_informace_instalace.html

http://i.idnes.cz/10/111/gal/PKA36da2d_ny5126739968_1a75759ab9_b.jpg

http://www.zbynekmlcoch.cz/info/technika/elektronicka_mrtva_schranka_usb_flash_disk_ve_zdi_informace_instalace.html

<http://www.zivotnistyl.cz/clanky/bydleni/648/ve-stylu-ala-hercule-poirot.html>

<http://zbozi.kontaktyfirem.cz/?q=skolni&strana=10>

<http://zdravy-pohyb.doktorka.cz/ideomotorika/>

<http://zenskaprava.cz/sexisticke-prasatecko/>

www.machovka.cz

www.medialnigramotnost.cz

Přílohy

PŘÍLOHA č. 1:

Tabulka podle kategorizace V. Spousty, výběr (SPOUSTA 2010, s.33-35)

KRITÉRIA	TYPY VIZUÁLÍÍ	PŘÍKLADY
Způsob zobrazení skutečnosti	- realistické zobrazení - schematické zobr. - symbolické zobr.	- fotografie, obraz, kresba - model, technický nákres - chemický vzorec
Způsob prezentace	-statická vizuália -dynamická vizuália	-obraz -filmový záznam operace
Obsah a forma zobrazení skutečnosti	-reálný předmět -kopie -model -symbol -znak,kód	-obraz -maketa stavby -dopravní značka, logo -výtvarné provedení písmen
Forma zobrazení (prostorově)	-dvojměrná vizuália -trojměrná vizuálií	- kresba -stereometrický model
Druh smyslových analyzátorů	-vizuální -audiovizuální	-fotografie -televizní hra
Gnozeologická hodnota a funkce vizuálií	-míra sémantizace -míra reability -míra antientropického působení -míra komprimovanosti	-závisí na významové kapacitě znaků -závisí na upřednostňování informací -závisí na schopnosti vizu. eliminovat při přenosu informací neuspořádanost -určuje poměr mezi sdělností přenášené informace a množstvím použitých vizuálních prvků (mapa, piktogram)
Psychologická hodnota a funkce vizuálií	stimulační,aktivizační, koncentrační, kognitivně-regulační, imaginativní,fixační, syntetizující,kreativizační, regenerační	
Pedagogická hodnota a funkce vizuálií	poznávací,vzdělávací, výchovná,komunikativní, transformující,explikativní, systemizační,informační, interpretační,akcelerační, rekapitulační,fixační, verifikační,demonstrativní, instruktivní,regulativní, facilitační,dekorativní	
Didaktická hodnota	motivační,expoziční,	

a funkce vizuálií	fixační, diagnostická, aplikační	
--------------------------	-------------------------------------	--

PŘÍLOHA č. 2:

V. Spousta – psychologické, sociologické a didaktické funkce vizuálií a způsob jejich uplatnění.

Tabulka čis. 2.4.4

PSYCHOLOGICKÉ FUNKCE VIZUÁLÍÍ		
Funkce vizuálií		Způsob uplatnění
1.	stimulační	podněcují zájem o učivo
2.	aktivizační	zvyšují intenzitu pozornosti
3.	koncentrační	zvyšují soustředěnost a soustředivost
4.	kognitivně-regulační	podporují, řídí a usměrňují psychické procesy
5.	imaginativní	rozvíjejí představivost a fantazii
6.	syntetizující	umožňují propojit smyslový a abstraktní způsob poznání
7.	fixační	podporují zapamatování učiva
8.	kreativizační	rozvíjejí tvořivé schopnosti
9.	relaxační	přinášejí úlevu a prožitek

SPOUSTA, V. Vizualizace jako tvořivý akt učitele. In *Tvořivá škola*. Sborník. Brno: Paido, 1998, s. 89–95.

Tabulka čis. 2.4.5

SOCIOLOGICKÉ FUNKCE VIZUÁLÍ		
	Funkce vizuálií	Způsob uplatnění
1.	komunikativní	zprostředkovávají kontakt člověka se světem
2.	orientační	umožňují orientaci v neznámém prostředí
3.	regulační	usměrňují chování uživatelů vizuálií
4.	humanizační	rozvíjejí pozitivní lidské vlastnosti a společenské hodnoty
5.	civilizační	zpřijemňují lidem existenci a kultivují estetické vnímání
6.	selektivní	usnadňují výběr předmětů denní potřeby
7.	expresivní	vyjadřují životní styl společnosti
8.	identifikační	určují totožnost konkrétního objektu
9.	hodnotící (distinkční)	vypovídají o kvalitě svého nositele
10.	propagační (reklamní)	podněcují zájem o výrobek
11.	deklarativní	usilují o změnu sociálně žádoucího jevu

SPOUSTA, V. Vizualizace jako tvořivý akt učitele. In *Tvořivá škola*. Sborník. Brno: Paido, 1998, s. 89–95.

Tabulka čís. 2.4.6

DIDAKTICKÉ FUNKCE VIZUÁLÍ		
Funkce vizuálií		Způsob uplatnění
1.	poznávací	umožňují abstraktní poznání
2.	vzdělávací	umožňují zvýšit kvalitu osvojovaných poznatků
3.	výchovná	podílejí se na formování názorů a postojů žáka
4.	komunikativní	zprostředkovávají a optimalizují interakci mezi učitelem a žákem
5.	transformující	mění vnější podobu a seskupení přenášených informací
6.	explikativní	napomáhají pochopení při výkladu
7.	systemizační	informace strukturují a prezentují v systému
8.	informační	informace doplňují, prohlubují a rozšiřují
9.	interpretační	dosáhnou zjednodušení a zestručnění problému
10.	akcelerační	urychlují osvojovací proces
11.	rekapitulační	zefektivňují opakování učiva
12.	petrifikační	upevňují a začleňují poznatky do vědomostní soustavy
13.	verifikační	ověřují žákovy vědomosti
14.	demonstrativní	podílí se na zprostředkované prezentaci jevů
15.	instruktivní	znázorňují jednotlivé fáze určité činnosti
16.	regulační	vyjádří řízení procesu a posloupnost jeho etap
17.	facilitační	usnadňují pochopení učiva a postizení souvislostí
18.	dekorativní	činí text esteticky přitažlivějším

SPOUSTA, V. Vizualizace jako tvořivý akt učitele. In *Tvořivá škola*. Sborník. Brno: Paido, 1998, s. 89–95.

PŘÍLOHA č. 3

MASARYKOVA UNIVERZITA, PEDEGOGICKÁ FAKULTA, KATEDRA VÝTVARNÉ VÝCHOVY. Rigorózní práce. Mgr. Růžena Beránková: *Vizuální komunikace a vizuální gramotnost mimo oblast výtvarné výchovy, obrazy v každodenním životě, jejich vizuální jazyk a jak s nimi komunikujeme*. Vedoucí práce Prof. PaedDr. Radek Horáček, PhD. Brno 2009.

Dotazník k analýze reklamy.**A/ OBSAH REKLAMY**

1. Popište vlastními slovy, co jste viděli v reklamě. Popisuje reklama nějaký příběh?
2. Jaké je hlavní sdělení reklamy?

B/ CÍLOVÁ SKUPINA

3. Koho reklama oslovuje (věk, pohlaví, majetkové poměry,...)?
4. Před jaký pořad byste tuto reklamu zařadili?

C. PŘESVĚDČOVACÍ TECHNIKY

5. Jakým způsobem se vás snaží reklama přesvědčit?
6. Jaké sdělení je skryto za hlavní myšlenkou reklamy?

D/ HODNOTY

7. Jaký životní způsob je prezentován v reklamě? Jaké hodnoty reklama zobrazuje?
8. Obsahuje reklama nějaké stereotypy (o sociálních skupinách)? Jaké?

E/ OBRAZY A HUDBA

9. V jakém prostředí se reklama odehrává? O čem svědčí?
10. Jaká hudba je použita v reklamě? Hodí se podle vás k reklamě? Těmito otázkami se obrací na levou hemisféru k pojmovému arzenálu. Přitom si stanovuje cíle:

- 1/ soustřeďuje se na rozpoznávání manipulativní komunikace v reklamě a masmédiích zaujímá k ní kritický postoj
- 2/ analyzuje skrytý obsah reklamy.