

Název: **Vysoké a nízké: Umění a populární kultura v moderní době**

Forma: přednáška teorie filmu (zimní semestr 2008)

Vyučující: **Mgr. Václav Hájek**

Časový rozsah: dvě hodiny týdně : **Úterý: 10:50 – 12:25**

Stručná charakteristika kursu:

V moderní době (počínaje osvícenskými teoriemi) se proměňuje vztah vysoké kultury (Umění) a masové či populární produkce. Obojí získává nové společenské role a dopad. Idea umění je představena široké veřejnosti (jakožto právě vznikající společenské skupině) za pomoci nových pojmů a institucí: pojmy vkus, vznešené a krásné, pitoreskní, sentimentální atd. a instituce periodické výstavy (salónu), muzea, kritika apod. Umění se už nesoustřeďuje na privilegovaného objednavatele, mecenáše či donátora, ale na širší vrstvu milovníků umění. Umělecká díla už nevznikají primárně na přímou objednávku pro církevní či aristokratický interiér, ale jsou určena pro trh s uměním. Umění postupně získává nové společenské role: podílí se na estetickém vzdělání publika, začíná reprezentovat nové mocenské struktury (stát či národ). Vedle samotného umění se kvantitativně velmi rozrůstá populární vizuální zábava a užitný obraz. Na poutích jsou k vidění „kukátka“, vzniká panorama a diorama, krasohled, stereoskop, přístroje simulující dojem pohybu apod. Rodí se moderní reklama a propaganda. S nárůstem tisku získává velký vliv masový, mediální obraz (ilustrace v novinách, karikatura atd.). Rodí se průmyslový design, masově vyráběné produkty mají též určitou estetickou podobu. Mezi masovým vizuálním produktem a uměním dochází ke vzájemné výměně - až do současnosti si jedna sféra od druhé řadu postupů a „vynálezů“ vypůjčuje. Populární obraz často reaguje na uměleckou produkci (karikatura, barvotisk, masová grafická produkce, plakát). Umělci sami se nebojí dát své síly do služeb užitných funkcí (reklama, vývěsní štíty, počínající grafický design). Na několika příkladech chce následující přednáškový cyklus ilustrovat tuto zajímavou situaci vzájemných výpůjček a vlivů mezi „vysokým“ uměním a „nízkou“ populární kulturou.

Návrhy témat přednášek:

- 0) Pojmy - respekt a despekt?
- 1) Francouzská revoluce, osvícenský ideál, propaganda a destrukce
- 2) Théodore Géricault, anatomické atlasy, fyziognomie a portréty šílenců
- 3) Jak běží kůň?: znázornění pohybu v umění a vědeckém obraze
- 4) Gustave Courbet a karikatura: Je vesničan loutka?
- 5) Edouard Manet: fetišismus a fotografie
- 6) Fyziognomie krajiny: odkdy mají mraky tvar
- 7) Exotismus a erotika: žena v harému
- 8) Světová výstava: mezi technikou, uměním a zábavou
- 9) Avantgardní design, nové účesy a funkční bydlení
- 10) Ruská revoluční propaganda: dělník a avantgarda

- 11) Krásné nové přibytky: pop art a konzum
- 12) Umění ve službách národa: klasické formy, krásná těla

Literatura:

Kirk Varnedoe and Adam Gopnick: HIGH AND LOW: MODERN ART AND POPULAR CULTURE. New York: Museum of Modern Art with Harry Abrams, 1990.

Falko Herlemann (ed.): Kunst in der Öffentlichkeit : Ästhetisierung, Historisierung, Medialisierung, Frankfurt am Main : Lang, 1996.

Susan Buck-Morss: The dialectics of seeing : Walter Benjamin and the Arcades project, Cambridge 1989.

Toby Clark: Kunst und Propaganda : das politische Bild im 20. Jahrhundert, Köln : DuMont, 1997.

Dominic Strinati: An introduction to studying popular culture, London : Routledge, 2000.

Norman Bryson (ed.): Visual culture : images and interpretations, University Press of New England, 1994.