**Společná SZZ – KMK + VT (NM)**

**1. a)** Popíšte podstatné znaky tvorivosti s vymedzením pojmu tvorivosť podľa relevantných autorov a uveďte rozlíšenie termínov kreativita a tvorivosť (opierajúc sa o poznatky českých autorov M. Cikáneka, et. al. a J. Hlavsu).

**b)** Civilizácia a kultúra. Vlastnosti civilizácií, vzťah civilizácie a kultúry, proces utvárania, rozvoja a úpadku civilizácií, utváranie európskej civilizácie v neskorom stredoveku. E. Tylor, A. Tonbee, N. Elias.

**2. a)** Popíšte podstatné prvky kreatívneho priemyslu, jeho zložky prostredníctvom modelov klasifikačného systému kreatívneho priemyslu (napr. UNCTAD model, model UK DCMS, symbolický textový model, Model sústredených kružníc, WIPO model).

**b)** Univerzálna civilizácia, zrážka civilizácií, svet historický, svet posthistorický, civilizačné vlny. Teoretické a futuristické koncepty S. P. Huntingtona, F. Fukuyamu, A. Tofflera, H. Tofflerovej.

**3. a)** Popíšte kreatívne triedy, index kreativity (R. Florida) a kreatívne klastre, a uveďte vzťah kreatívneho priemyslu a kultúrneho priemyslu, a „copyright“ priemyslu. Popíšte podstatu kreatívnej ekonomiky a miesto a úlohu tvorivosti v súčasnom svete, uveďte podstatné zložky kreatívneho potenciálu komunikačnej agentúry (I. Fišera).

**b)** Pojem kultúra, definičné ukotvenie fenoménu kultúry. Vlastnosti kultúry, základné elementy kultúry, kultúrne vzorce. Model kultúry G. Hofstedeho.

**4. a)** Uveďte aké je miesto kreativity v marketingovej komunikácii (vizuálnej komunikácii), uveďte základné rozdelenie kreativity (model Little "c" a Big "C" + Middle "c") a ich afinitu k marketingovej/vizuálnej komunikácii.

**b)** Kultúrna identita. Kultúra Davosu, medzinárodný univerzitný klub, McWorld, evanjelický protestantizmus. Globalizačné a glokalizačné stratégie médií. Štyri procesy globalizácie kultúry. P. Berger.

**5. a)** Popíšte podstatu kreativity v marketingovej komunikácii s prihliadnutím na ambient a guerilla marketingovú komunikáciu, uveďte príklady z krajín V4 a zo sveta.

**b)** Kultúrna zmena, difúzia kultúrnych prvkov, akulturácia, enkulturácia, socializácia, životný štýl. Koncepty mediálneho kolonializmu a dekolonializmu. H. Schiller, J. Thompson.

**6. a)** Popíšte základné úrovne tvorivosti (Taylor) a typy tvorivosti: P-novel a H-novel, a základné axiómy tvorivosti (M. Zelina).

**b)** Mcdonalizácia spoločnosti. Prienik kultúrnych prvkov, ich dôsledky, homogenizácia, antagonizmus, kultúrna vojna, hybridizácia, synkretizmus žánrových foriem. G. Ritzer, R. Holton.

**7. a)** Podľa *Modelu bio-psycho-sociálnych zdrojov tvorivosti* (J. S. Dacey, K. Lennon) popíšte biologické zdroje tvorivosti a uveďte praktické využitie týchto poznatkov.

**b)** Davový a masový človek. Psychológia davu a masy, kolektívna duša, autorita, typy vodcov, vlastnosti davu, verejnosť, rozvoj verejnej mienky, barbarstvo davov, diktát nekultúrnosti. G. Le Bon, G. Tard, J. O. y Gasset.

**8. a)** Popíšte a stručne charakterizujte hlavné komponenty tvorivosti na základe J. P. Guilfordovho kubického modelu intelektu, uveďte jeho odraz v súčasných náhľadoch na tvorivosť.

**b)** Demokratický štát, plytkosť novinárov a vzdelávania, otcovská autorita, konanie davu, typológia davov. F. Nietzsche, S. Freud, E. Canetti.

**9. a)** Špecifikujte tvorivosť ako triedu schopností, uveďte súvislosti ku kvalite tvorivej produkcie, spomeňte centrálny paradox tvorivosti.

**b)** Fragmenty masovej kultúry v retrospektíve dejín. Nábožensko-rituálny, herný a zábavný charakter masovej kultúry. Olympijské hry, Dionýzovské kulty a divadlo, Saturnálie, gladiátorské hry, karnevalová kultúra, divoká kultúra más, verejné popravy, rytierske hry, Shakespearovské divadlo, commedia dell’arte, laterna magica, cirkus, masová tlač, music hall, film a kino, auditívna a audiovizuálna zábava. J. Huizinga, R. Caillois, D. Prokop.

**10. a)** Popíšte črty a vlastnosti tvorivej osobnosti, uveďte typológie tvorivých osobností, koncepcie tvorivej osobnosti (vrátane paradoxicity čŕt – napr. M. Csikszentmihalyi) a hypotetický model tvorivej osobnosti ako pomôcka pre manažérov kreatívnych tímov.

**b)** Tradičná a masová spoločnosť, modely rodiny, všeobecná gramotnosť, sekularizácia, industrializácia mesta a krajiny, migrácia, voľný čas, individualizácia a atomizácia jednotlivcov. A. Toffler, H. Tofflerová, H. Arendtová.

**11. a)** Uveďte súvislosti kreativity a nadania (trojzložkový model nadania), popíšte vzťah kreativity a zdravie/mentálne poruchy.

**b)** Masová kultúra. Epocha masovej komunikácie. Kritická reflexia masovej kultúry v teoretických konceptoch. Štandardizácia, homogenizácia, unifikácia. A. Kloskowska, J. Lohisse, U. Eco.

**12. a)** Uveďte a popíšte prístupy k tzv. temnej stránke tvorivosti (*Dark side of the creativity*, D. H. Cropley, et. al.).

**b)** Fenomén modernej spoločnosti a koncept umeleckej moderny. Európska moderna ako kultúrne hnutie, formalizmus, racionalita, koncept pluralizmu, provokácia ako atribút modernosti. Koncept moderny v mediálnej kultúre. J. F. Lyotard, D. Bell.

**13. a)** Popíšte súvislosti tvorivosti, kognitívnych procesov a kognitívnych štýlov (štyri prúdy tradícií; typológie autorov H. A. Whitkin, J. Kagan, M. Kirton, a i.).

**b)** Tradičné hodnoty európskej kultúry a civilizácie. Ideológia, hegemónia, mýtus v kontextoch kultúry. Kultúrna nadvláda, revolúcia v myslení. Hegemoniálny koncept A. Gramsciho.

**14. a)** Popíšte metódy, postupy resp. nástroje identifikácie tvorivosti a metódy identifikácie tvorivosti osobnosti a prihliadnutím na výkonový a kvalitatívny prístup.

**b)** Frankfurtská škola. Kultúrny priemysel, štandardizácia, racionalizácia, recyklácia kultúrnej produkcie, fetišizácia, falošné vedomie, pseudoindividualizácia. T. Adorno, M. Horkheimer.

**15. a)** Uveďte stručne náčrt historických náhľadov na tvorivosť s opieraním sa o psychologické smery a školy a ich prístup k chápaniu tvorivosti, ako i ich využitie vo vašom odbore v súčasnosti (laterálne myslenie, bisociálie, etc.). Stručne popíšte náhľady na problematiku géniov a geniality.

**b)** Frankfurtská škola. Jednorozmerný človek. Ideológia technologickej racionality. Pravé a nepravé potreby, konzumná rafinovanosť. Úloha masových médií a zábavy, kolektívne ego. H. Marcuse.

**16. a)** Popíšte súčasné náhľady na tvorivosť (konfluenčné teórie kreativity) – ich využitie pre potreby marketingovej/vizuálnej komunikácie.

**b)** Frankfurtská škola. Strata aury umeleckého diela. Technická reprodukcia diela, kultická a rituálna funkcia umenia, komodifikácia umenia. Koncept krízy moderného umenia v dôsledku masovej produkcie umeleckej kultúry. Relatívne hranice medzi nízkou a vysokou kultúrou. W. Benjamin, L. Löwenthal.

**17. a)** Uveďte významné osobnosti v oblasti skúmania tvorivosti v Českej republike, na Slovensku a vo svete – popíšte ich najvýznamnejšie prínosy.

**b)** Trivilizácia kultúrnej produkcie, refedualizácia verejnej sféry, kríza literárnej verejnosti a demokratickej kultúry, ideologická forma masovej kultúry, depolitizácia verejnej mienky, strata kritického rozumu. J. Habermas.

**18. a)** Popíšte podstatu tvorivého produktu, jeho základné znaky a kritériá tvorivého produktu. Uveďte Postupy a metódy identifikácie miery tvorivosti produktu a ich praktické uplatnenie v marketingovej (resp. vizuálnej) komunikácii.

**b)** Masová kultúra a koncepty kultúrnych úrovní. Masová kultúra a gýč. Vysoká kultúra, stredná kultúra, nízka kultúra. D. McDonald, C. Greenberg.

**19. a)** Uveďte súťaže kreativity mediálnych produktov a marketingovo-komunikačných riešení doma i vo svete (typ, základné kategórie, kritériá).

**b)** Koncept kultúrnych úrovní. Gýč v mediálnej tvorbe. Skeptici a tešitelia. Obhajoba a kritika masovej kultúry. U. Eco.

**20. a)** Popíšte vzťah kreativity a efektivity v marketingovej komunikácii.

**b)** Britské kultúrne štúdie (Birminghamská škola) a koncept populárnej kultúry. Ľudová kultúra, kultúra každodenného života, kultúra tvorená zdola, pluralita kultúrnych foriem, mainstreamové kultúrne formy, alternatívne a subkultúrne kultúrne formy. Kontextuálne skúmanie kultúry. R. Hoggart, R. P. Willis, D. Hebdig, D. Morley.

**21. a)** Popíšte kreativitu v digitálnom priestore, uveďte špecifická kreatívneho procesu a elektronicky mediovanej komunikácie.

**b)** Birminghamská škola, invenčnosť kultúrnych štúdií. Teória kódovania a dekódovania, rituály prijímania a odporu, kultúrna hegemónia, kultúrna identita, koncept multikulturalizmu. S. Hall.

**22. a)** Popíšte tzv. tvorivé situácie a najmä tvorivý proces, jeho etapy a štádiá (Efekt "aha" v tvorivom procese, inkubácia a jej špecifická v tvorivom procese marketingovo komunikačných agentúr + výsledky výskumu).

**b)** Dominantné významy a potešenia, koncept semiotickej demokracie. Dominantná paradigma populárnej kultúry. Elektronická a televízna kultúra. J. Fiske, J. Hartley, R. Williamsa, P. Bourdieu, U. Eco.

**23. a)** Popíšte špecifiká tvorivého procesu v marketingovo-komunikačnej agentúre, Klientský a kreatívny brief, ako i Fenomén "Flow" (M. Csikszentmihalyi), uveďte ako optimalizovať tvorivý proces v komunikačnej agentúre.

**b)** Gender v kultúrnych a mediálnych štúdiách. Dominancia heterosexuálního modelu, gender jako regulačný konštrukt, mýtus krásy. Aktuálne otázky genderových stereotypov v kontexte produkcie a recepcie masovej a populárnej mediálnej kultúry. J. Butler, A. McRobbie, N. Wolf.

**24. a)** Popíšte vzťah tvorivosti a prostredia (na mikro a makro úrovni), popíšte znaky kreatogénnej spoločnosti.

**b)** Charakteristiky pozdne moderní společnosti. Spoločnosti -- postindustriálna, informačná, karnevalová, ludická, narcistická, postdemokratická, postmoderná, spektakulárna, multikultúrna, hyperkonzumná, zážitková. M. Petrusek, G. Lipovetsky.

**25. a)** Popíšte podsadu tvorivej klímy v tíme a jej základné zložky, uveďte metódy identifikácie faktorov tvorivej klímy v tímovej práci (G. Ekval – CCQ).

**b)** Moderna a postmoderna. Tekutá modernita -- nová kultúrna situácia v globalizujúcom sa svete. Človek tekutej modernity – tulák a turista. Konzumenti ako zberatelia zážitkov v chrámoch konzumu. Z. Bauman.

**26. a)** Popíšte základné bariéry tvorivosti a ich klasifikáciu. Spomeňte bariéry kultúry a prostredia, bariéry vo vnímaní, emocionálne bariéry, výrazové bariéry. Popíšte postupy zvládania bariér.

**b)** Koncept pluralizmu a individualizmu. Komodifikovaná, hybridná, personifikovaná kultúra, kultúrny relativizmus, stieranie rozdielov medzi médiami a medzi žánrami. J. F. Lyotard, J. McGuigan.

**27. a)** Popíšte rozdiely individuálnej a skupinovej tvorivosti na podklade synergických a inhibičných faktorov.

**b)** Pilotovanie v chaose kultúrnych foriem v postmodernej ére, nová kultúrna logika. Inšpiračné zdroje postmoderného mediálneho umenia, reklamná tvorba, Hollywoodske filmy, Lasvegaský „strip“, „paperbacková“ gotická romanca, populárna biografia, detektívky, science-fiction a fantasy žánre. F. Jameson.

**28. a)** Popíšte tvorivosť z hľadiska ontogenézy (tvorivosť a vek).

**b)** Fenomén narcizmu v súčasnej kultúre. Narcistický životný štýl, banalizácia sociálneho života, deformácia sebareflexie jednotlivcov, fenomén novej negramotnosti, nové štádium individualizmu, antropologická mutácia jednotlivca. Narcizmus ako tvorivá dogma v mediálnej kultúre. Ch. Lasch, G. Lipovetsky.

**29. a)** Popíšte postupy a princípy rozvíjania tvorivého potenciálu osobnosti i tímu. Venujte sa rozlišovaniu tvorivého a netvorivého zadania úlohy ako i programom rozvoja tvorivosti a ich efektivite vo zvyšovaní tvorivého výkonu a schopností.

**b)** Produkcia imidžov ako virtuálny kozmos. Jihad versus McWorld, globálny svet verzus svet tradicionalizmu. Imperatívy informačných technológií a populárnej kultúry. B. Barber.

**30. a)** Uveďte a stručne popíšte metódy podpory tvorby nápadov (metóda A. F. Osborna, W. J. J. Gordona, E. de Bono, bisociačná technika, heuristika, analógie, tvorivé riešenie problémov, a iné).

**b)** Bobos, buržoázni bohémovia. Syntéza alternatívnej kultúry a Reganovho konzervativizmu. Bobos, vlastnosti, preferovaný životný štýl a postoje. Postoj k populárnej a masovej kultúre. B. Barber.