**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)** Civilizace a kultura. Vlastnosti civilizací, vztah civilizace a kultury, proces utváření, rozvoj a úpadek civilizací, utváření evropské civilizace v pozdním středověku, 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)** Univerzální civilizace, střet civilizací, svět historický, svět posthistorický, civilizační vlny. Teoretické a futuristické koncepty S. P. Huntingtona, F. Fukayama, A. Tofflera, H. Tofflerové.

**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 kultura, definiční ukotvení fenoménu kultury. Vlastnosti kultury, základní elementy kultury, kulturní vzorce. Model kultury 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)** Kulturní identita. Kultura Davosu, mezinárodní univerzitní klub, McWorld, evangelický protestantismus. Globalizační a glokalizační strategie médií. Čtyři procesy globalizace kultury. 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)** Kulturní změna, difúze kulturních prvků, akulturace, socializace, životní styl. Koncepty mediálního kolonialismu a dekolonialismu. 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)** McDonalizace společnosti. Průnik kulturních prvků, jejich důsledky, homogenizace, antagonismus, kulturní válka, hybridizace, synkretismus žánrových forem, 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 člověk. Psychologie davu a masy, kolektivní duše, autorita, typy vůdců, vlastnosti davu, veřejnost, rozvoj veřejného mínění, barbarství davů, diktát nekulturnosti.
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 stát, plytkost novinářů a vzdělávání, otcovská autorita, konání davu, typologie davů, 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 masové kultury v retrospektivě dějin. Nábožensko-rituální, herní a zábavní charakter masové kultury. Olympijské hry, Dionýzovské kulty a divadlo, Saturnálie, gladiátorské hry, karnevalová kultura, divoká kultura mas, veřejné popravy, rytířské hry, Shakespearovské divadlo, commedia dell´arté, laterna magica, cirkus, masový tisk, music hall, film a kino, auditivní a audiovizuální 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)** Tradiční a masová společnost, modely rodiny, všeobecná gramotnost, sekularizace, industrializace města a krajiny, migrace, volný čas, individualizace a atomizace jednotlivců.
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 kultura. Epocha masové komunikace. Kritická reflexe masové kultury v teoretický konceptech. Standardizace, homogenizace, unifikace. 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 moderní společnosti a koncept umělecké moderny. Evropská moderna jako kulturní hnutí, formalizmus, racionalita, koncept pluralizmu, provokace jako atribut modernosti. Koncept moderny v mediální kultuře. 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)** Tradiční hodnoty evropské kultury a civilizace. Ideologie, hegemonie, mýtus v kontextu kultury. Kulturní nadvláda, revoluce v myšlení. Hegemoniální 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. Kulturní průmysl, standardizace, racionalizace, recyklace kulturní produkce, fetišizace, falešné vědomí, pseudoindividualizace. 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. Jednorozměrní člověk. Ideologie technologické racionality. Pravé
a nepravé potřeby. Konzumní rafinovanost. Úloha masových médií a zábavy, kolektivní ego. H. Marcuse.

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

 **b)** Frankfurtská škola. Ztráta aury uměleckého díla. Technická reprodukce díla, kultická
a rituální funkce umění v důsledku masové produkce umělecké kultury. Relativní hranice mezi nízkou a vysokou kulturou. 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)** Trivilizace kulturní produkce, refedualizace veřejné sféry, krize literární veřejnosti
a demokratické kultury, ideologická forma masové kultury, dopolitizace veřejného mínění, ztráta 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 kultura a koncepty kulturních úrovní. Masová kultura a kýč. Vysoká kultura, střední kultura, nízká kultura. 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 kulturních úrovní. Kýč v mediální tvorbě. Skeptici a utěšitelé. Obhajoba
a kritika masové kultury. U. Eco.

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

 **b)** Britské kulturní studie (Birminghamská škola) a koncept populární kultury. Lidová kultura, kultura každodenního života, kultura tvorby zdola, pluralita kulturních forem, mainstreamové kulturní formy, alternativní a subkulturní formy. Kontextuální zkoumání kultury. 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, invence kulturních studií. Teorie kódování a dekódování, rituály přijímání a odporu, kulturní hegemonie, kulturní 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)** Dominantní významy a potěšení, koncept semiontické demokracie. Dominantní paradigma populární kultury. Elektronická a televizní kultura. J. Fiske, J. Hartley, R. Williams, 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 kulturních a mediálních studiích. Dominance heterosexuálního modelu, gender jako regulační konstrukt, mýtus krásy. Aktuální otázky genderových stereotypů v kontextu produkce a recepce masové a populární mediální kultury. J. Butler, A.McRobbie,
N. Wolf.

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

 **b)** Charakteristiky pozdně moderní společnosti. Společnosti: postindustriální, informační, karnevalová, ludická, narcistická, postdemokratická, postmoderní, spektakulární, multikulturní, hyperkonzumní, 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 kulturní situace v globalizujícím se světě. Člověk tekuté modernity – tulák a turista. Konzumenti jako sběratelé zážitků v chrámech 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, hybridní, personifikovaná kultura, kulturní relativizmus, stírání rozdílů mezi médii a mezi žánry, J. F. Lyotard,
J. McGuigan.

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

 **b)** Pilotování v chaosu kulturních forem v postmoderní éře, nová kulturní logika. Inspirační zdroje postmoderního mediálního umění, reklamní tvorba, Hollywoodské filmy, Lasvegaský
„strip“, „paperbacková“ gotická romance, populární biografie, detektivky, science-fiction
a fantasy žánry. F. Jameson.

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

 **b)** Fenomén narcismu v současné kultuře. Narcistický životní styl, banalizace sociálního života, deformace sebereflexe jednotlivců, fenomén nové negramotnosti, nové studium individualizmu, antropologická mutace jednotlivce. Narcizmus jako tvořivé dogma v mediální kultuře. 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)** Produkce image jako virtuální kosmos. Jihad versus McWorld. Globální svět tradicionalizmu. Imperativy informačních technologií a populární kultury. 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, buržoazní bohémové. Syntéza alternativní kultury a Reaganova konzervatizmu. Bobos, vlastnosti, preferovaný životní styl a postoje. Postoj k populární a masové kultuře.
D. Brooks.