**Společná SZZ – KMK + VT (NM)**

**1. a)** Základní teoretická východiska kreativity, definice kreativity, základní charakteristiky kreativity, kreatogenní společnost.

**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)** Překážky kreativity a jejich příčiny, příklady jejich eliminace, mýty o kreativitě.

**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)** Historické souvislosti vnímání kreativity, hlavní představitelé směrů zkoumání kreativity v období antika a středověk.

**b)** Pojem kultura, definiční ukotvení fenoménu kultury. Vlastnosti kultury, základní elementy kultury, kulturní vzorce. Model kultury G. Hofstedeho.

**4. a)** Historické souvislosti vnímání kreativity, hlavní představitelé směrů zkoumání kreativity v období renesance a humanismus.

**b)** Kulturní identita. Kultura Davosu, mezinárodní univerzitní klub, McWorld, evangelický protestantismus. Globalizační a glokalizační strategie médií. Čtyři procesy globalizace kultury. P. Berger.

**5. a)** Historické souvislosti vnímání kreativity, období osvícenství a romantismus.

**b)** Kulturní změna, difúze kulturních prvků, akulturace, socializace, životní styl. Koncepty mediálního kolonialismu a dekolonialismu. H. Schiller, J. Thompson.

**6. a)** Hlavní směry zkoumání kreativity ve 20. století, představitelé směrů asocianismus   
a gestaltismus, analýza jejich pojetí kreativity.

**b)** McDonalizace společnosti. Průnik kulturních prvků, jejich důsledky, homogenizace, antagonismus, kulturní válka, hybridizace, synkretismus žánrových forem, G. Ritzer, R. Holton.

**7. a)** Biografický,kognitivní a integrovaný přístup ke zkoumání kreativity.

**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)** Psychodynamický přístup ke zkoumání kreativity (S. Freud).

**b)** Demokratický stát, plytkost novinářů a vzdělávání, otcovská autorita, konání davu, typologie davů, F. Nietzsche, S. Freud, E. Canetti.

**9. a)** Fáze kreativního procesu a jejich charakteristika.

**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)** Strukturální model inteligence dle J. P. Guilforda.

**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)** Koncepce mnohoúrovňové inteligence a její význam v teorii kreativity (H. Gardner,   
T. Buzan).

**b)** Masová kultura. Epocha masové komunikace. Kritická reflexe masové kultury v teoretických konceptech. Standardizace, homogenizace, unifikace. A. Kloskowska, J. Lohisse, U. Eco.

**12. a)** Souvislosti konvergentního a divergentního myšlení, analýza kreativity a talentu.

**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)** Kreativní kompetence, kompetenční model kreativity a jejich význam pro rozvíjení kreativity.

**b)** Tradiční hodnoty evropské kultury a civilizace. Ideologie, hegemonie, mýtus v kontextu kultury. Kulturní nadvláda, revoluce v myšlení. Hegemoniální koncept A. Gramsciho.

**14. a)** Moderní pojetí kreativity dle T. Amabielové a analýza motivace ke kreativitě, specifikace typů motivace.

**b)** Frankfurtská škola. Kulturní průmysl, standardizace, racionalizace, recyklace kulturní produkce, fetišizace, falešné vědomí, pseudoindividualizace. T. Adorno, M. Horkheimer.

**15. a)** Vymezení kreativity a její struktura, rysy kreativní osobnosti.

**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)** Kreativita jako interpersonální kompetence, analýza a vliv emoční inteligence.

**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)** Kreativní projektový management a kreativní projekt.

**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)** Kreativita a inovace, role jedince a týmu v inovačním procesu.

**b)** Masová kultura a koncepty kulturních úrovní. Masová kultura a kýč. Vysoká kultura, střední kultura, nízká kultura. D. McDonald, C. Greenberg.

**19. a)** Inovační proces, strategie kreativity, inovativní organizace.

**b)** Koncept kulturních úrovní. Kýč v mediální tvorbě. Skeptici a utěšitelé. Obhajoba   
a kritika masové kultury. U. Eco.

**20. a)** Determinanty organizační kreativity a jejich charakteristika, souvislosti se stylem vedení.

**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)** Manažerské praktiky a nástroje pro rozvoj kreativity jedince a pracoviště.

**b)** Birminghamská škola, invence kulturních studií. Teorie kódování a dekódování, rituály přijímání a odporu, kulturní hegemonie, kulturní identita, koncept multikulturalizmu. S. Hall.

**22. a)** Přehled technik a nástrojů pro rozvíjení kreativity, analýza vybrané techniky, kreativita v self-managementu.

**b)** Dominantní významy a potěšení, koncept sémiotické demokracie. Dominantní paradigma populární kultury. Elektronická a televizní kultura. J. Fiske, J. Hartley, R. Williams, P. Bourdieu, U. Eco.

**23. a)** Kreativní průmysl a specifika kreativního projektového managementu.

**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)** Megatrendy v souvislostí s kreativitou, rysy kreativity.

**b)** Charakteristiky pozdně moderní společnosti. Společnosti: postindustriální, informační, karnevalová, ludická, narcistická, postdemokratická, postmoderní, spektakulární, multikulturní, hyperkonzumní, zážitková. M. Petrusek, G. Lipovetsky.

**25. a)** Význam kreativity v marketingové komunikaci, příklady a analýza vybraných komunikačních nástrojů.

**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)** Kreativní řešení v marketingu, příklady z praxe.

**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)** Kreativita v umění, příklady z praxe.

**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)** Kreativní techniky a jejich uplatnění v praxi (brainstorming, myšlenkové mapy).

**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)** Kreativita a její specifika v digitálním marketingu, příklady a jejich analýza.

**b)** Produkce image jako virtuální kosmos. Jihad versus McWorld. Globální svět tradicionalizmu. Imperativy informačních technologií a populární kultury. B. Barber.

**30. a)** Uplatnění kreativity v kulturním a kreativním průmyslu, vztah kreativity a efektivity v komunikačních procesech.

**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.