

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Bakalářská práce

Intermediální objekt Osobní a veřejné

„Po tom jdi, po tom ne“

Dana Bartoníčková

Plzeň 2012

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Oddělení designu

Studijní program Design

Studijní obor Multimediální design – Meziprostředkové dialogy

Bakalářská práce

Intermediální objekt Osobní a veřejné

„Po tom jdi, po tom ne“

Dana Bartoníčková

Vedoucí práce: Doc. MgA. Milena Dopitová
Oddělení designu
Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval(a) samostatně a použil(a) jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2012

.....
podpis autor

Obsah

0	Úvod.....	1
1	Teoretický rámec.....	2
1.1	Definice tématu Osobní a veřejné.....	2
1.2	Masová kultura.....	4
1.2.1	Svět mediálního pole.....	7
1.2.2	Princip objektivit y a neutrality.....	7
1.2.3	Gatekeeping.....	9
1.3	Logická úspornost.....	10
1.3.1	Occamova břitva.....	11
1.3.2	KISS	12
1.4	Realita vs. fikce.....	12
1.4.1	Novinářská kachna.....	13
2	Praktický rámec.....	14
2.1	Vývojové faze.....	14
2.2	Fáze projektu.....	16
2.2.1	Počáteční myšlenka:skleník - svět ve světě.....	16
2.2.2	Konkretizace myšlenky: parazit.....	17
2.3	Proces výroby.....	18
2.4	Instalace v prostoru.....	19
3	Inspirace pro tvorbu.....	20
3.1	Ernesto Neto.....	20
4	Závěr.....	21
5	Seznam použitých zdrojů.....	23
5.1	Citovaná literatura a internet.....	23
5.2	Použitá literatura a internet.....	24
6	Resumé.....	27
7	Seznam příloh.....	28

0 Úvod

Má bakalářská práce, kterou zde tímto textem představuji, tvoří soubor objektů konceptuálního charakteru, reagující na problematiku důvěryhodnosti informací ze stran médií. Jejím základním tématickým rámcem je prostorová instalace tvořena několika prvky, sloužící k demonstraci informace, která je následkem procesu významově převedena a znetvořena. Tuto teoretickou část bych také chtěla pojmout jako analýzu tématu a postupů, které souvisí se změnou obsahu informace, zachycení procesu medializace a interpretace reality v komunikační sféře. Tato práce se dotýká problematiky masmédiální komunikace, konstruování reality ve zprávách, přenosu a samotné interpretace diváka. V průběhu teoretické části se zabývám dalšími tématy s lehkým náhledem do minulosti, kde řeším jak samotnou problematiku interpretace reality a důležité inspirační zdroje, tak i oblast konceptuální či minimalistické tvorby.

V rámci praktické části je snahou docílit klamné interpretace v převedeném slova smyslu a doložit výklad uchopením chybného významu reality, zmapovat dezinformaci vytvořením prostoru, ve kterém se informace uzavírá. V izolovaném světě, kde se nachází v neodpovídající skutečnosti mediálního pole a kde si informace žije vlastním životem. Jako parazitující prvek zde figuruje medializace, která zároveň vytváří odlišnou povahu dění, obklopuje a následně vytváří rozdílný stav věci, jiný svět. Vytváří svět ve světě.

1 Teoretický rámeček

1.1 Definice tématu *Osobní a veřejné*

Osobní a veřejné je téma, které zahrnuje nespočet možností, nabízí a odhaluje širokou škálu směrů a odvětví, o kterých by se dalo stejně dobře psát a zaobírat jimi. Toto téma vypovídá nikoli jen o mém postoji ke společnosti, ale i o mém názoru, pohledu či o vlastních zkušenostech. Dává mi prostor nejen reagovat na určité problémy a současné dění, ale i pouhou možností moci se zamýšlet a vnímat okolí či prostředí, ve kterém se pohybuji jiným pohledem, dovoluje mi na něj nahlížet nezaujatými očima každodenního člověka a pozorovatele. *Osobní a veřejné* je také střet dvou naprosto odlišných pozic, odporujících se významem i smyslem. Když se nad těmito hned na první pohled kontrastními výrazy zamýšlím, mám pocit jakési kontroverze. Ačkoliv neslučitelnost obou termínů může převyšovat, stále mají společnou jednu věc – informaci. Informace, z latinského *informatio* = představa, obrys, je veličina charakterizující míru neuspořádanosti, která podle teorie informace předchází chaosu.¹ *Osobní a veřejné* v sobě nosí jakousi informaci, která vypovídá nejen o statusu rozšíření či dostupnosti ke vztahu široké veřejnosti, ale v procesu mediální komunikace i předchází nejistotě, kterou informace redukuje.

Co vlastně znamená ono *osobní a veřejné*? Kde je míra, která určuje a odlišuje? *Osoba* znamená ve filosofii jednotlivého člověka s vlastním jménem, vybaveného rozumem a schopného jednat i odpovídat za své jednání. V právu může znamenat i instituci (právnícká osoba) a v obecné řeči člověka vůbec. Odtud také *osobní* ve významu vlastní,

¹REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 87.

*intimní (osobní dopis, osobní přítel).*² Může se tedy říci, že pojem *osobní* označuje a vymezuje právo věci vlastníka, přisuzuje ji jakousi důležitost a stanovuje pomyslné hranice soukromí. Osobním údajem je pak *jakákoliv informace týkající se určené nebo určitelné fyzické osoby, k níž se osobní údaje vztahují.*³

Naopak pojem *veřejné* lze v užším smyslu chápat jako *velkou skupinu osob, které jsou běžně dostupné veřejné (nikoliv privátní a nikoliv jakkoliv utajované) znalosti a informační zdroje.*⁴ Udává najevo přístup k věci otevřeně, bez viditelných omezení či otázek etikety. *Veřejnost je velmi obecný pojem, který zahrnuje všechny lidi respektive občany. Jde o pojem významově zcela neutrální, neboť osoby nijak nekategorizuje a společensky nijak dále nevymezuje.*⁵

Avšak v dnešní době, kdy je toto téma velice aktuální, začínám postrádat viditelnou hranici mezi těmito „světy“, které se pomalu nerozlišují a splývají v jedno. Převyšuje stále silnější dojem, že osobní se stává veřejným a veřejné osobním. Z vlastní zkušenosti pozoruji, že jen málokdo si snaží udržet své osobní věci pod kontrolou. Setkáváme se s tím dnes a denně na sociálních sítích, kde je možné dozvědět se i ty nejintimnější informace, které by měly být raději schované někde „pod pokličkou“. Souvisí s tím i jakýsi *exhibicionismus*, z latinského exhibere; tj. „vystavovat“, *což je z psychologického hlediska potřeba a typ chování, zahrnující vystavování částí těla jiným lidem, s cílem získání výstřední přízně a k upoutání pozornosti ostatních.*⁶ K tomuto na sociálních sítích

² Osoba, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/26]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Osoba>>.

³ Osobní údaj, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/26]. Dostupný z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Osobn%C3%AD_%C3%BAadaj>

⁴ Veřejnost, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/26]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Ve%C5%99ejnost>>

⁵ Veřejnost, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/26]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Ve%C5%99ejnost>>

⁶ Exhibicionismus, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/15]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Exhibicionismus>>.

často dochází cíleně a vědomě, z osobního se stává veřejné, často dostupné komukoliv s jedinou podmínkou – přístupem k internetu.

V mediálním světě stále více roste potřeba poodhalovat soukromí celebrit a řešit jejich život. Už samotný *bulvár*, z francouzského *boulevard* = ulice; *kategorie tisku odvozená od formy distribuce pouličním prodejem*⁷, je příkladem toho, jak malá hranice je mezi osobním a veřejným – resp. osobní se stalo veřejným. V tomto kontextu termín osobní ztrácí na smyslu a významu. Ale proč je dnes tolik moderní zajímat se o tyto informace? Je za tím požadavek ze stran čtenářů a nebo je to závod mediálních korporací, předhánějící se na trhu masové komunikace o největší zisk prodaných bulvárních a novinových plátek? Reklamní slogan serveru *Super.cz* sám za sebe odpoví: „A máte se o čem bavit.“⁸

1.2 Masová kultura

*Jedním z nejmocnějších sociálních aktérů, kteří jsou angažováni v oblasti interpretování, definování, a tedy vytváření či konstruování reality, jsou masová média.*⁹

Pojem *masová kultura* označuje souhrn informací, hodnot a artefaktů zprostředkovaných masovými médii (tisk, rozhlas, televize a internet) nejjednodušeji tak, aby je mohlo snadno konzumovat co nejširší publikum. Vznik masové kultury úzce souvisí s nástupem průmyslové revoluce ve 2. polovině 18. století v USA a západní Evropě. Průmyslová revoluce a následná industrializace a urbanizace měst vedla k velké

⁷REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 287.

⁸Viz obrazová příloha číslo 1.

⁹REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 107.

migraci lidí do průmyslových center, což směřovalo ke změně společenských a pracovních vztahů. Vzniká nový fenomén volného času, který byl až doposud vyhrazen pouze elitě a bylo třeba jej zaplnit.¹⁰ Není tedy divu, že hlavním cílem masové kultury je své publikum především pobavit a nějak „zaměstnat“.

Spisovatel Umberto Eco však tvrdí, že masová kultura jako produkt masových médií vznikla již spolu s vynalezením knihtisku. Už tehdy se podle něj začal rozvíjet kulturní průmysl a vydavatelé poprvé pocítili nutnost přizpůsobit se publiku. Přizpůsobování se je podle Eca hlavním rysem kulturního průmyslu. Podle eseje *Krize kultury* Hannah Arendtové *začala společnost kulturu monopolizovat k vlastním cílům, jako je např. postavení nebo úspěch. Největší kulturní rozdíl ve společnosti je, že masová společnost kulturu nechce. Její příslušníci prahnou především po zábavě.*¹¹

Jistě revoluční posun v přenosu informací i mezi nižší třídou má ale také za následek celkové snížení kvality informace. Masmédia, jako produkt masové kultury, preferují nenáročné žánry, které lze charakterizovat jako standardizované a unifikované. Podporují nekritický přístup, jsou populární, komercializované a homogenní. Podle Denise McQuaila, spisovatele zabývající se komunikační teorií, jsou také chápány jako netradiční a neelitní.¹²

*Dnes jednoduše masová média ovládají veřejné mínění, udávají důležitost věcem tím, jak a zda vůbec se o ně zajímají a pro zvýšení zisku se obracejí k senzacechtivosti a častému lhaní.*¹³ Bulvár sleduje celebrity, mapuje jejich banální soukromé prohřešky a tyto se často zdají být tím

¹⁰Masová kultura, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/18].

Dostupný z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Masov%C3%A1_kultura>.

¹¹REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 113.

¹²REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 113.

¹³McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.10.

jediným, čemu je komerční žurnalistika nakloněna. Drtivá většina zpráv se obsahem jednostranně orientuje na velmi povrchní a obecné referování o neutrálních tématech namísto toho, aby média zkoumala příčiny těchto událostí. Americký novinář a kritik médií Ben Bagdikian o tom mluví jako o fenoménu „*po tom jdi, po tom ne*“.¹⁴ Proto se legitimními zprávami stávají kriminální kauzy a události týkající se královských rodin a celebrit, které zaručí vyšší sledovanost a následně větší zisk danému mediálnímu monopolu. Tato komerční kritéria splňují i zprávy, které kladou důraz na násilí. Zpravodajství, zvláště to televizní, se tak topí ve zprávách o automobilových a leteckých nehodách, požárech a vraždách. Profesor a významný kritik médií ve spojených státech Robert W. McChesney tuto problematiku shrnuje v knize *Problém médií: „Nejde jen o to, bude-li o věci vůbec napsáno, ale spíš o to, kolik pozornosti se jí dostane a jaký bude tón článku.“*¹⁵ Stejně tak McChesney vidí největší problém dnešních médií v komercializaci žurnalistiky.

Ekonomika novin podporovaných reklamou dává čím dál, tím více společnosti nepokrytě najevo, že jejich hlavním cílem je maximalizace zisku. „*Mazaní obchodníci velkých společností vytvoří povrchní televizní záznam, který se v televizním zpravodajství vysílá jako zpráva, ale také obsahuje reklamu na produkt společnosti.*“¹⁶ V tomto pojetí pak McChesney vytýká, že se z novinářů stávají pouzí prodavači produktů. Vidinou většího zisku se média nechávají inzerenty ovlivnit tak, že obsah a způsob zpracování zpráv je čím dál tím zmanipulovanější. „*To platí obzvláště v oblasti zdravotní péče a lékařství, kde komerční nákaza zpráv, mohu-li to tak říci, přerostla v epidemii*“¹⁷, dodává McChesney.

¹⁴McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.20.

¹⁵McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.16.

¹⁶McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.33.

¹⁷McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.33.

1.2.1 Svět mediálního pole

Samotná komunikace směřuje k tomu, co lze obecně nazvat „fabulizace světa“. To, co nazýváme „realitou světa“, je něčím, co se ustavuje jako kontext mnohých interpretací. Vztah mezi společenskými vědami a komunikační společností, jež je charakterizována zesilující výměnou informací, dává růst tendenci považovat tyto poznatky za platné a pravdivé. „*Neexistují fakta, pouze interpretace*“¹⁸, tvrdí úsloví Nietzscheho. Obrazy světa, jež jsou dodávány médiu a společenskými vědami, nejsou interpretacemi reality tak jako tak dané, nýbrž ustavují celkovou objektivitu světa. Sama hypotéza o objektivní povaze světa je ústředním východiskem současného pojetí profesionální žurnalistiky.

1.2.2 Princip objektivit y a neutrality

Princip objektivit y či neutrality je faktorem, který zvyšuje důvěryhodnost medializovaných sdělení a má zajistit, že úsudek publika nebude ovlivněn subjektivním postojem novináře.

Tendence k objektivizaci medializovaných sdělení se objevuje již od druhé poloviny 18. století a je spjata se snahou vydavatelů zajistit svým novinám co nejvyšší prodejnost. Zejména v 19. století s rozvojem tzv. tisku pro všechny, stávala se objektivita stále více logickým prostředkem, jak si zajistit co nejširší přízeň publika a tím maximalizovat zisk. Jedině maximálně univerzalizovaná a neutrální témata bylo možné prodávat jinak velmi rozrůzněnému a roztržštěnému publiku. Původní a primární funkce objektivit y tedy spočívala

¹⁸DVOŘÁK, Tomáš (ed.). Kapitoly z dějin a teorie médií. Praha: VVP AVU, 2010, s.103.

především v dosažení ekonomické stability médií a zajištění zisku jejich vlastníkům, tedy k získání ekonomické moci. Od počátku 20. století se pak princip objektivitě pevně etabloval jako strukturální element profesionální žurnalistiky.¹⁹

Jak upozorňuje Michael Hauser v Britských listech: „*Ve skutečnosti však omezuje schopnost rozpoznat, že mediální interpretace reality je na skutečné realitě nezávislá, že způsob, jakým média o světě referují, ani zdaleka neodráží skutečnou povahu dění.*“²⁰ Neutralita, která zamezuje novináři vnášet do sdělení vlastní interpretace, se snadno orientuje na hledání senzací a povrchních témat, umožňující vyhnout se případným kontroverzím. Robert W. McChesney v knize Problém médií uvádí, že „*pokud si novinář dovolí přijít s tématem, o kterém se žádný oficiální zdroj nezmiňuje, je obviněn z neprofesionality a pokusu propašovat do zpráv své vlastní názory.*“²¹ Namísto toho, aby publiku z pozice své profese přiblížili na konkrétních příkladech z reálného světa principy a metody myšlení, předkládají pouze jakási tvrzení. *Vytváří tlak na produkci syntetických tvrzení, která existují v jakémsi vakuu, bez vazeb a vztahů k dalším tvrzením a jejich reálným předobrazům.*²²

Princip nestrannosti sice zakazuje novinářovu funkci podrobit dané téma kritice nebo se projevit v rámci jakési sebereflexe jako autonomně myslící bytost, avšak nehovoří vůbec o převažujícím postoji vlastníků konkrétních novin, rozhlasové nebo televizní stanice. (viz. „gatekeeping“) Tento postoj, vycházející z ekonomicko-politických potřeb vlastníků médií, neslouží k tomu, aby zamezil ovlivňování úsudku publika, ale aby zamezil jeho ovlivňování nežádoucím směrem, který neodpovídá zájmu

¹⁹McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.48.

²⁰Petr Valenta, Problém s objektivitou, Britské listy, [online]. [cit. 2012/04/01].

Dostupný z <<http://blisty.cz/art/53199.html>>.

²¹McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.16.

²²Petr Valenta, Problém s objektivitou, Britské listy, [online]. [cit. 2012/04/01].

Dostupný z <<http://blisty.cz/art/53199.html>>.

vlastníků médií a spřízněných ekonomických a politických elit. Objektivita se v případě masových médií stala nikoliv prostředkem poznání skutečnosti, ale prostředkem udržení veřejné diskuse a myšlení lidí v intencích odpovídajících zájmům a potřebám držitelů symbolické moci.²³ Jak vyjádřil americký spisovatel Henry Adams: „*Tisk je najatý agent peněžního systému, vytvořený jen z toho důvodu, aby lhal tam, kde na tom tyto vrstvy mají zájem.*“²⁴ Média nutně neřeknou, co si myslet, ale řeknou vám, na co myslet a jak na to myslet.²⁵ Absence kontextu a názorová homogenita mediálního pole spolu s požadavky objektivitě o nestrannosti nakonec vytvořily to, co dnes nazýváme mediální realitou.

1.2.3 Gatekeeping

Gatekeeper z anglického slova „gate“ = dveře, brána; „to keep“ = hlídat, mít pod kontrolou²⁶, jednoduše znamenající „dveřník“, rozhoduje o tom, co projde mediální „branou“, co a jak bude zařazeno do procesu medializace. „*Termín gatekeeping je používán s odkazem na sociálního psychologa Kurta Lewina, který zkoumal procesy při rozhodování o rodinných nákupech potravin. Zjistil, že roli „dveřníka“ sehrávají takové mechanismy, jež některé produkty do vědomí zákazníků pouštějí a jiné nikoli. Lewin pojem aplikoval na rozhodovací procesy v malých skupinách; gatekeeper poté označoval osobu, která má vliv na to, které zboží projde branou a bude spotřebováno.*“²⁷

²³Petr Valenta, Problém s objektivitou, Britské listy, [online]. [cit. 2012/04/01].

Dostupný z <<http://blisty.cz/art/53199.html>>.

²⁴McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.12.

²⁵McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. Všeň: Grimmus, 2009, s.16.

²⁶Gatekeeping, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/18].

Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Gatekeeping>>.

²⁷REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 70.

Témata i fakta, která tvoří kontext sdělení, procházejí pečlivým procesem výběru. V oblasti mediálních studií David Manning White zkoumal na americkém středozápadu, jak editoři vybírají zprávy do zpravodajství, zda novináři jednají promyšleně nebo intuitivně. *„Zjistil, že editoři zpracovávají jen 10 % materiálu, který dostanou od zpravodajských agentur. Dále zjistil, že výběr probíhá na základě předpokladu, co uspokojí publikum. To znamená, že editor se tedy rozhoduje velmi subjektivně.“*²⁸

Držitelé pozic organizací a vlastníků médií, v intencích odpovídajících jejich zájmům a potřebám tak rozhodují o výběru témat a událostí, které budou zpracovány na mediální obsahy. Vytváří prostředí, ve kterém mediální koncerny spravují stovky a tisíce menších médií a kde není možné si vybírat, protože všechna sdělení jimi zprostředkovaná jsou naprosto stejná.

1.2 Logická úspornost

Logická úspornost je způsob, jak předcházet přílišné složitosti myšlenky nebo teorie. Je to postup, jak zjednodušit informace, a předejít tak nežádoucím účinkům vyvolaných v mozku velkou dávkou informací. Logická úspornost omezuje svým zobecněním tok informace, ničí podstatu věci a její charakter.

²⁸REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004, s. 70.

1.3.1 Occamova břitva

Occamova břitva, princip logické úspornosti, je zásada, podle které má mezi obdobně “silnými” vysvětleními přednost to nejjednodušší. Tento princip nazývaný podle anglického logika, františkána Williama z Ockhamu (1287–1347), je jedním ze základních principů či postupů, na kterých úspěšně staví i současná věda. Břitva řeší problém nekonečné rozmanitosti teorií, které často vedou ke stejným výsledkům. Podle této teorie je nadbytečné věci dokazovat větším počtem argumentů, než je nezbytně nutné. V zásadě praví, že největší pravdy jsou vyjadřovány úsporně, jednoduše, srozumitelně. V tomto směru se také mluví o Occamově břitvě jako o minimalistickém principu, jejímž úkolem je odřezávat z vysvětlení všechny nepotřebné součásti.

V původním smyslu teorie jde hlavně o odstraňování zbytečných entit, které ve středověku vysvětlovaly většinu přírodovědeckých úkazů a jevů. *Například k Newtonovu gravitačnímu zákonu lze formulovat alternativní teorii, která říká, že gravitační síla je ve skutečnosti poloviční než podle Newtonova zákona, a zbytek způsobují jinak neviditelní a neměřitelní trpaslíci, kteří tělesa postrkují tak, aby se zdánlivě chovala podle Newtonova zákona. Occamova břitva z nespočetného množství takových alternativních teorií vybírá právě Newtonův zákon, který žádné trpaslíky nepotřebuje. V occamovském duchu by bylo vhodné je z teorie odřezat, v praxi se ale ukazuje, že bez těchto „nadbytečných“ představ často lidé nejsou schopní o teorii uvažovat.*²⁹

V porovnání s dobou svého vzniku se Occamova břitva dnes používá opatrněji a zřídka, protože dnešní vědecké teorie jsou daleko složitější než teorie z doby počátků vědy, a přesto jsou správné.

²⁹Occamova břitva, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/10]. Dostupný z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Occamova_b%C5%99itva>.

1.3.2 KISS

Zkratka KISS předznamenává podobně smýšlející teorii, fungující na principu logické úspornosti. Původ tohoto akronymu anglického výrazu Keep It Simple, Stupid (tj. „udržuj to jednoduché, hlupáku“), souvisí se vznikem projektu Apollo v 60. letech 20. století v Americe. Dnes však existuje i více alternativních vysvětlení vyhýbajících se urážce, a to nejčastěji „Keep it Short, Simple and Stupid“ překládané jako: „ať je to krátké, jednoduché a hloupé“. *Zkratka KISS shrnuje empirickou zkušenost, že problémy by se měly řešit jednoduchým způsobem, neboť přílišná komplikovanost přináší nežádoucí vedlejší účinky. A nutno dodat, že podle principu KISS většina divů moderního světa včetně internetu skutečně funguje. Princip KISS tedy říká, že i velmi komplikované systémy podléhající exponenciálním tendencím růstu směřují k vnitřní jednoduchosti – jednoduchosti, kterou lze pochopit bez vynaložení extrémního úsilí.*³⁰

1.4 Realita vs. fikce

Jak už bylo řečeno, svět mediálního pole vytváří bez reálného předpokladu a kontextu tvrzení, které udržuje v jakémsi vakuu, kde vytváří vlastní svět; prostor bez vztahu k realitě. Pokud neexistuje možnost přímé konfrontace s osobní zkušeností, nezbývá nic jiného, než věřit údajům. V kultovním filmu *Společnost mrtvých básníků (Dead Poets Society)*³¹, v příběhu o konfliktu svobodného ducha se zatuchlým konzervatismem děsícím se nezávislého myšlení, v hlavní roli s Robinem Williamsem jako profesorem *Johnem Keatingem*, ke svým studentům promlouvá:

³⁰KISS,Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/10]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/KISS>>.

³¹<http://www.csfd.cz/film/9558-spolecnost-mrtvych-basniku/>

„Vylezl jsem na stůl, abych nezapomněl, že na vše je třeba hledět odlišným způsobem. Když si myslíte, že něco znáte, podívejte se na to jinak. I když vám to přijde hloupé nebo špatné, musíte to zkusit. Při čtení se nenechte strhnout postojem autora. Přemýšlejte sami.“³² (I stand upon my desk to remind myself that we must constantly look at things in a different way. Just when you think you know something, you have to look at it in another way. Even though it may seem silly or wrong, you must try it. Now, when you read, don't just consider what the author thinks. Consider what you think.)

Nic není tak, jak se na první pohled zdá. Prezentace reality a to, jak lze na věci nahlížet, je z každého úhlu jiná. Realita podléhá permanentnímu procesu srovnávání s mediální produkcí a bloky skutečnosti. Michel de Certeau v eseji *Čtení jako vytlačení* napsal toto: „Číst totiž znamená putovat systémem, který nám byl uložen (systémem textu, který je analogický stavebnímu uspořádání města nebo supermarketu). Každé čtení mění svůj objekt, že jedna literatura se liší od druhé spíše způsobem, jakým je čtena, než svým textem“³³

1.4.1 Novinářská kachna

Vytváření fiktivních či úprava stávajících informací je běžná praxe nejen v médiích. Jako příklad můžu uvést *novinářskou kachnu*, což je termín označující neověřenou, senzační či skandální, často nepravdivou zprávu.

A proč právě kachna? *Patrně za to mohou francouzské Zemědělské noviny, které roku 1775 otiskly článek Nový způsob chytání divokých*

³²Dialog z filmu *Společnost mrtvých básníků / Dead Poets Society*, 1989. Video dialogu <http://www.youtube.com/watch?v=2EdWgsTUhmI> (1:43)

³³DVOŘÁK, Tomáš (ed.). Kapitoly z dějin a teorie médií. Praha: VVP AVU, 2010, s.139.

*kachen. Kachny měly být chyceny za pomoci žaludu, uvařeného v projímadle a uvázaného na rybářský vlasec. Ten měl lovec přinést k rybníku, kde žijí kachny a předhodit jim ho. Některá z kachen nastražený žalud spolkla, ale díky projímadlu ho ihned vykálela, pak žalud spolkla druhá, opět ho vykálela a tak to pokračovalo, dokud nebylo celé hejno navlečené v řadě za sebou na vlasci jako korálky.*³⁴

Tento způsob lovu kachen je samozřejmě nesmyslný. Tyto často kuriózní a neověřené informace vydavatelé novin opatřovali latinskou zkratkou *N .T.* (*Non testatum*), která znamená *neověřeno*. Fonetická podoba zkratky [enté] se zvukově podobá německému *die Ente*, česky *kachna*. Je tedy pravděpodobné, že za vznikem tohoto pojmu stojí jak vymyšlená historka o chytání kachen, tak i slovní hříčka se zkratkou *N. T.*³⁵

Podobně funguje také *Hoax*, který označuje podvod, mystifikaci či žert. Často se jedná o e-mailovou zprávu, která uživatele varuje před nějakým virem, prosí o pomoc, informuje o nebezpečí, snaží se ho pobavit apod.³⁶

2 Praktický rámeček

2.1 Vývojové fáze

V předešlých letech jsem se zabývala problematikou obecné neinformovanosti v oblasti chovu kuřat, vyčlenění sociálně slabších v kauze Oáza³⁷ a společenských nástrah ve formě slibů a smluv.

³⁴Novinářská kachna, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/20].

Dostupný z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Novin%C3%A1%C5%99sk%C3%A1_kachna>.

³⁵Novinářská kachna, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/20].

Dostupný z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Novin%C3%A1%C5%99sk%C3%A1_kachna>.

³⁶Hoax, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/20]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Hoax>>.

³⁷ Viz obrazová příloha č. 2

V prvním ročníku jsem se zabývala nejen chovem brojlerů, ale zacházela jsem i do takových témat, jako je šlechtění a hormonální výkrm. Celkový výstup jsem pojala interpretací půdorysu chovné haly jako silikonového schématu³⁸, s důrazem rozdílného chování kuřat podmíněné prostředím, tepelných a světelných podmínkách. Reakcí na šlechtění kuřat k docílení trojnásobné prsní svaloviny byl záznam z performance o manuální snaze docílit požadované velikosti svalu. Díky tomuto tématu se pohled na chlazené kuře v supermarketu se vzápětí změnil nejen mě, ale i mému okolí.

Odkaz k informacím a jejich vliv na nevědomost měla i práce v druhém ročníku. Molitanové objekty³⁹, inspirované řeckou mytologií o Sirénách vábících mořeplavce na svůj ostrov skrz nebezpečná skaliska, připomínají manévry ze stran společnosti a upozorňují na „háček“ nebo malé písmo ve smlouvě, skrývající potencionální nebezpečí, které se dovídáme, až když na něj narazíme. Objekty kaskádovitého tvaru zpodobňují útesy či samotný efekt vodní eroze, symbolizují nekonečný pohyb a nikdy nekončící proces, který v tomto případě, do abstraktní roviny převedeno, evokuje tok všech řečí, slibů a psychologických her.

Performance představuje symbolický pád z výšky a následný dopad na útes, reálný střet s bodem zlomu. Výsledkem akce je moment deformace útesu, který se ihned nedotčen narovná. Snahou bylo zhmotnit potencionální kámen úrazu a reakci na samotný střed s ním.

Téma *Osobní a veřejné* do těchto konceptů vhodně zapadá, neboť stále se opakuje sled stejných událostí zapříčiněných nedostatkem informací a materiálů k podstatě věci. V každém z projektů se nachází střet s realitou zcela odlišnou, než jakým způsobem byla prezentována.

³⁸ Viz obrazová příloha č. 3

³⁹ Viz obrazová příloha č. 4

Společným rysem je také konfrontace osoby s děním skutečnosti, určitý dopad na myšlení a představy. Spojovacím prvkem těchto prací je nekonečný boj slov a činů, které byly chytře vymyšleny k tomu, zmást a zlákat člověka na svou stranu, „podepsat“ a „vlastnit“.

Ve své bakalářské práci řeším především vznik informace, která je svým přenosem následně zdeformována, její smysl různými metodami změněn, a v důsledku toho, získává jiný „vzhled“ i význam.

2.2 Fáze projektu

2.2.1 Počáteční myšlenka:skleník - svět ve světě

Hlavním motivem pro mou bakalářskou práci bylo připodobnit a vytvořit systém skleníku, izolovaného světa a života uvnitř, odtrženého od reality mediálního pole. Vakuum uvnitř mediální krajiny, prostředí separace. Skleník sám, jako svět ve světě, skrývá v sobě místo totální nerealitě „umělého“ klimatu, kde prostor uvnitř izolace neodpovídá podmínkám okolního světa. V nitru skleněné konstrukce vzniká místo, které se ohraničením skleněných tabulí odděluje od okolního života, zaniká přímá konfrontace s okolím a s podmínkami v něm. Gatekeeper v roli zahradníka určuje koncept, jako jediný zasahuje do procesu a znemožňuje vstup neoprávněnému. Takovou mám alespoň zkušenost.

Média, tak jako skleník, si vytváří vlastní interpretace reality a udržují „při životě“ něco, co by samo existovat nemohlo. Zájmem tedy bylo vytvořit prostředí, které by svou koncepcí vnitřku neodpovídalo vnějšku a naopak. Má pozornost směřovala především do sféry optických klamů a triků, pomocí kterých jsem chtěla stavbu i prostor narušit a jako „gatekeeper“ znemožnit vstup do skleníku. Avšak zarytá „domečkoidní“

skleníková konstrukce, od které jsem se chtěla odpoutat, směřovala k tvarosloví krystalu (viz obrazová příloha č. 2), který už jsem nechtěla znovu opakovat. Rozhodla jsem se „skleník“ vytvořit bez skleníku.

2.2.2 Konkretizace myšlenky: parazit

Jelikož jsem zavrhla „kubistické“ přetváření prostoru skleníku, uchýlila jsem se k jinému pojetí skleníkového tématu. Začala jsem se zabývat samotným vztahem mezi dvěma světy uvnitř a vně a jejich takzvanou symbiózou. Hlubší ponoření do tohoto odvětví mě nasměřovalo do biologie, konkrétně na typ biologické interakce mezi dvěma organismy nazývaný *Komensalismus*. Komenzálismus označuje symbiotický vztah, kdy jeden ze vztahu profituje a má z něj prospěch, zatímco druhý není ovlivněn. *Termín komensalismus pochází z latinského com mensa, což v překladu znamená sdílet stůl. Původně se označení používalo pro mrchožrouty, kteří následují lovící šelmy, aby s nimi mohli „spolustolovat“.*⁴⁰

Uvědomila jsem si, že i masmédiá parazitující na informacích se přiživují na zprávě, kterou svým působením na pohled přetváří. Informace, jejíž základ sice žádný zásah nepociťuje a fakt nemění, se však významově liší. Základ informace ve smyslu šelmy lovící zvíře a jeho částečná konzumace tvoří podstatu zdroje, následná domršení hyenou zanechávají na podstatě věci viditelné narušení, až vymizení zapříčiněné rozcupováním oběti a roznesením po okolí.

Začala jsem přemýšlet o vytvoření jakéhosi světa mediálního pole, ve kterém se nachází informace a kterou přetváří parazit k podobě zcela

⁴⁰Komensálismus, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/20]. Dostupný z <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Komenz%C3%A1lismus>>.

odlišné od původní. Formu nosného prvku, kterou se doslovně stala informace, jsem vyobrazila jako jednoduchou, geometrickou linku, která následně pomyslnou medializací radikálně změní tvar, stane se obětí parazita⁴¹. Parazit ji svou členitostí obklopí tak, že zcela zanikne minimalistický tvar informace, a následkem toho se z jednoduché linky stane organický tvar, evokující spíše nějakou rostlinu.⁴²

2.3 Proces výroby

Pro samotnou realizaci „informace“ jsem zvolila jako materiál dřevo, pro parazita netkanou textilii střiženou do oblouku, vyztuženou plastovou trubicí podporující oblý tvar a stabilitu úhlu.

Soubor tvoří tři samostatné skulptury o počtu celkem jedenácti trámů (3 + 3 + 5). Základem je dřevěný trám profilově zkoseného šestihranu o průměru 8 cm, spojený pomocí dřevěných kostek o rozměrech 10x10 cm⁴³. Délka jednotlivých trámů se pohybuje od 70 cm do 130 cm. Technická řešení spojů pomocí kolíků neboli „týblů“ umožňuje tvar jednoduše sestavit a případně i rozložit⁴⁴. Minimalistický vzhled informace je opatřen týbly nejen ve spojích jednotlivých trámů, ale i na povrchu ve formě hrotů sloužících k „uchycení“ parazita. Hrot je ukotven lepidlem na dřevo, vyvrtán do hloubky trámu maximálně 2 cm.

Jednotlivé oblouky různých rozměrů, jsou zhotovené z netkané textilie o gramáži 65g/m² v barvě *červená – neon*, celkový návin role textilie činí 200 m. Sešitím dvou vrstev k sobě vznikla jakási kapsa⁴⁵, otočením na rub a následným „štepovacím“ lemem 2 cm od kraje

⁴¹ Viz obrazová příloha č. 5

⁴² Viz obrazová příloha č. 6

⁴³ Viz obrazová příloha č. 7

⁴⁴ Viz obrazová příloha č. 7

⁴⁵ Viz obrazová příloha č. 8

oblouku se vytvořil „tunýlek“ pro hadici na vyztužení. Plastová hadice⁴⁶ o průměru 1 cm (celkové délky 250 m), původně sloužící jako hadice ke kompresoru, se protažením do tunýlku oblouku přizpůsobí oblému tvaru a tvar podpoří i v různých pozicích a úhlech (viz obrazová příloha č. a č.). Hadice v barvě bílé se zaštipne na koncích oblouku a při výsledném umístění docela zanikne.⁴⁷ Slouží tedy primárně jako konstrukční prvek. Takto zhotovený oblouk se díky vystupujícím hrotům upevní k trámu a následné variabilní vrstvení oblouků různých velikostí vedle sebe, libovolně po délce, vytváří efekt organického vzezření, evokujícího žebrování nějaké houby či okvětní plátky rostlin. (viz obrazová dokumentace)

Všechna potřebná technická a konstrukční řešení jsem konzultovala s truhláři a s odborníky ve specializovaných prodejnách s materiálem mnou potřebným.

2.4 Instalace v prostoru

Soubor tří objektů přetvářející místnost mediálního pole je koncipován tak, že jeden, největší tvar je uzpůsoben k instalaci z části na zeď, zbylé dva objekty díky svému „univerzálnímu“ tvaru nemají specifické požadavky na umístění v prostoru a lze je umístit variabilně.

„Nekonečné“ varianty skladeb tvarů a jejich vzájemná kombinace umožňuje jejich uspořádáním vytvářet neomezenou pluralitu významů a podob, možnost oblouky spojovat na různá místa i objekty mezi sebou. Kombinace fragmentů v prostoru udává parazitům větší moc obsadit neobsazené, rozrůstat se a „neomezeně“ zasahovat do prostoru

⁴⁶ Viz obrazová příloha č. 9

⁴⁷ Viz obrazová příloha č. 9

mediálního pole. Pokaždé může vniknout nový a jedinečný vzhled různorodého tvarosloví.

3. Inspirace pro tvorbu

3.1 Ernesto Neto

Ernesto Neto, celým jménem Ernesto Saboia de Albuquerque Neto, je jeden z nejvýznamnějších současných umělců konceptuální a vizuální tvorby, narozený v Rio de Janeiru v Brazílii v roce 1964. Ernesto Neto, jehož práci charakterizuje abstraktní minimalismus, představuje rozměrné instalace, biomorfní sochy, které vyplňují prostor galerií a hal často v obrovských rozměrech. Jeho skulptury tvořené elastickými materiály připomínají síť punčoch naplněných pískem, polystyrenem nebo kořením, fantazijní krajiny organických tvarů evokující futuristickou architekturu. Vizuální styl, se kterým Ernesto pracuje, jako by vycházel z nitra krápníkové jeskyně nebo z rozmanitého světa mikroskopických organismů a buněk.⁴⁸

V jeho stěžejní práci zvané *Anthropodino*⁴⁹ kombinuje ocelové konstrukce s „křehkou“ elastickou látkou, lycrou, pastelových barev připomínající kůži, kterou tvary ocele potahuje. Vytváří světlo propustné plochy a prostory, které jsou neomezeně zpřístupněny očím i rukám diváků. Objekt jako velký biomorfní tunel je „interaktivní“ a je dovoleno vstoupit.

Neta ve své práci nejvíce zajímá především vnitřní boj materiálu jako hranice, vycházející z vnitřku a vnějšku, symbolizující pnutí lidské kůže a křehkost, ze které jeho umění čerpá. Vnitřní boj vychází z lidského bytí mezi kulturou a přírodou. Sám věří, že všechno pochází a děje se

⁴⁸Ernesto Neto, Likeyou [online]. [cit. 2012/04/23]. Dostupný z <<http://www.likeyou.com/en/node/14839>>. Ernesto Neto, Wikipedie [online]. [cit. 2012/04/23]. Dostupný z <http://en.wikipedia.org/wiki/Ernesto_Neto>.

⁴⁹Viz obrazová příloha č. 10, Ilustrační video k nalezání na <http://www.youtube.com/watch?v=K5ANu8hwx5Y&feature=endscreen>

uvnitř „kůže“ objektů, že vše pochází z čistoty a „konceptuální nahoty“. Jeho instalace v prostoru galerie vytváří symbiotický vztah s místem, kde vzniká nový život v podobě organických skulptur.⁵⁰

Určitou podobnost s jeho instalací vidím i ve svém díle. Hlavním záměrem mé práce bylo vytvořit biomorfní svět organického vzezření, předznamenávající vnitřní život a jakousi symbiózu mezi materiály. Podobně jako Neto využívá konstrukčních prvků pro docílení oblých tvarů, uplatňuji i já vzájemnou podporu vlastností hadic v kombinaci oble střížené látky. Ačkoliv používám těchto principů, narozdíl od Neta je aplikuji na ploché prvky, které vrstvim vedle sebe v různých velikostech a ty pak udávají výsledný efekt prostoru a pohybu. Charakterem parazitů je také určitá jednotvárnost vycházející z minimalistické linky informace, zatímco Netův svět je architektonický systém chodeb a prostor na bázi stanových přístřešků.

4. Závěr

Smyslem mé bakalářské práce je poukázat na informační manipulaci, přiblížit se procesu medializace a aktuálnímu stylu, který je pro současné masmédiu příznačný. Nechat vzniknout myšlenku, že ne vždy to, co je v médiích psáno, je zarytá pravda. Z osobní zkušenosti vím, že lidé často udávají nadměrnou důležitost tomu, co je kde a jak napsáno, a neuvědomují si i jiné souvislosti s tím spojené. Objevila jsem, že média jako taková nejsou nestranným pozorovatelem a že za vším je kolikrát úplně opačný důvod pozornosti podmíněný ziskem a ekonomicko-politickými potřebami vlastníků. Hlubší záběr a ponoření do tématu otevřelo obzory nejen mě, ale po následné konfrontaci i mému okolí. Díky

⁵⁰Animal Architecture: Ernesto Neto, Youtube [online]. [cit. 2012/04/23]. Dostupný z <http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=y0MSbpiXs1w#!>.

tomu jsem se dozvěděla spoustu nových a důležitých informací, které změnilý můj pohled na současné dění v mediálním světě.

Nastínění principů logické úspornosti v komunikačním prostředí a celková inspirace touto problematikou mě vedla k vytvoření vizuálního systému parazita, který díky své variabilitě vytváří „nikdy nekončící“ proces. Parazit, nesoucí v sobě biomorfní prvky, předznamenává tendenci růstu a rozpínavosti. Cílem bylo vytvořit objekt, který bude fungovat sám o sobě a obejde se i bez zdlouhavého konceptu. Objekt, který bude zástupcem věcí, které jsou a budou jinak, než si myslíme.

Podstatou volby dřeva jako stěžejního materiálu a výběru netkané textile byla v první řadě dobrá zpracovatelnost, dostupnost a manipulace. Neonově červená barva netkaniny působí v prostoru efektivně a hravě. Svou barevností v kombinaci biomorfního tvaru předznamenává jakousi „výstrahu“ a nutí diváka k pozornosti a rozboru.

Celkový dojem, po zpětném zhodnocení současného stavu projektu s porovnáním prvotních myšlenek a popudů, splňuje veškerá moje očekávání a představy. Technická zpracovanost umožňuje opětovnou manipulaci s objektem, nabízí se jeho další přetváření v prostoru a s objekty mezi sebou. Protože spojovací prvky fungují na principu skládacího systému, výsledek může být pokaždé jiný. Udává možnost novým a novým podobám vizuálního systému parazita a celkové míry jeho obklopení a sdílení nosného prvku - informace.

5. Seznam použitých zdrojů

5.1 Citovaná literatura a internet

- 1) McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. [překlad Barbora Holubová], 1. Vyd. Všeň: Grimmus, 2009, s. 144.
ISBN 978-80-902831-2-1.
- 2) DVOŘÁK, Tomáš (ed.). Kapitoly z dějin a teorie médií. Praha: VVP AVU, 2010, s. 349.
ISBN 978-80-87108-16-1.
- 3) REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. 1. Vyd. Praha: Portál, 2004, s. 328.
ISBN 80-7178-926-7
- 4) Exhibicionismus In: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation, 24. 10. 2009, 20. 2. 2012 [cit. 2010/04/15]. Dostupný z WWW <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Exhibicionismus>>.
- 5) Petr Valenta, Problém s objektivitou, Analýza ústředního principu profesionální žurnalistiky, In: Britské listy[online]. © 1996-2012 Občanské sdružení Britské listy, 22.6.2010 [cit. 2012/04/01]. Dostupný z WWW < <http://blisty.cz/art/53199.html>>.
- 6) Gatekeeping In: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 11. 6. 2010, 2. 11. 2011 [cit. 2012/04/18]. Dostupný z WWW < <http://cs.wikipedia.org/wiki/Gatekeeping>>.
- 7) Occamova břitva In: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 3. 1. 2007, 20. 3. 2012 [cit. 2012/04/10]. Dostupný z WWW < http://cs.wikipedia.org/wiki/Occamova_b%C5%99itva >.
- 8) KISS In: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 22. 5. 2006, 30. 3. 2012 [cit. 2012/04/10]. Dostupný z WWW < <http://cs.wikipedia.org/wiki/KISS> >.

- 9) Novinářská kachna In: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 3. 7. 2007, 18. 3. 2012 [cit. 2012/04/20]. Dostupný z WWW <http://cs.wikipedia.org/wiki/Novin%C3%A1%C5%99sk%C3%A1_kachna>.
- 10) Komenzálismus In: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 29. 6. 2006, 19. 3. 2012 [cit. 2012/04/20]. Dostupný z WWW <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Komenz%C3%A1lismus>>.
- 11) Osoba In Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 6. 1. 2007, 10. 4. 2012 [cit. 2012/04/26]. Dostupný z WWW <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Osoba>>.
- 12) Osobní údaj In Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 21. 3. 2008, 29. 8. 2011 2012 [cit. 2012/04/26]. Dostupný z WWW <http://cs.wikipedia.org/wiki/Osobn%C3%AD_%C3%BAtaj>
- 13) Veřejnost In Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 2. 6. 2011, 22. 2. 2012 [cit. 2012/04/26]. Dostupný z WWW <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Ve%C5%99ejnost>>

5.2 Použitá literatura a internet

- 1) REIFOVÁ, Irena a kolektiv. Slovník mediální komunikace. 1. Vyd. Praha: Portál, 2004, s. 328. ISBN 80-7178-926-7
- 2) McCHESNEY, Robert W. Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích. [překlad Barbora Holubová], 1. Vyd. Všeň: Grimmus, 2009, s.144. ISBN 978-80-902831-2-1.

- 3) DVOŘÁK, Tomáš (ed.). Kapitoly z dějin a teorie médií. Praha: VVP AVU, 2010, s. 349.
ISBN 978-80-87108-16-1.
- 4) MARZONA, Daniel. Conceptual Art. Köln: Taschen, 2006.
ISBN 978-3-8228-2962-2.
- 5) MARZONA, D. Minimalismus. Köln: Taschen, 2005.
ISBN 80-7209670-2.
- 6) MEYER, James. Minimalism. Phaidon, 2010.
ISBN 978-0-7148-5653-7.
- 7) GODFREY, Tony. Conceptual Art. Phaidon, 2008.
ISBN 978-0-7148-3388-0.
- 8) GROSENICK, Uta. RIEMSCHEIDER, Burkhard. Art Now. Köln: Taschen, 2005.
ISBN 3-8228-4093-9.
- 9) Masová kulturaIn: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 18. 5. 2008, 22. 4. 2012 [cit. 2012/04/18].
Dostupný z WWW <
http://cs.wikipedia.org/wiki/Masov%C3%A1_kultura >.
- 10) HoaxIn: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 18. 7. 2006, 1. 4. 2012 [cit. 2012/04/20].
Dostupný z WWW <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Hoax>>.
- 11) Ernesto NetoIn: Likeyou [online]. © 2012. Likeyou Publications [cit. 2012/04/23]. Dostupný z WWW <
<http://www.likeyou.com/en/node/14839>>.
- 12) Ernesto NetoIn: Wikipedie: the free encyclopedia [online]. © 2012. Wikipedia Foundation 5.11. 2007, 29. 9. 2011 [cit. 2012/04/23].
Dostupný z WWW < http://en.wikipedia.org/wiki/Ernesto_Neto>.

- 13) Animal Architecture: Ernesto NetoIn: Youtube [online].© 2012. YouTube, LLC15. 5.2009 [cit. 2012/04/23]. Dostupný z WWW <http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=yoMSbpiXs1w#!>.
- 14) HUMHAL, P. Osobní a veřejné. 1. Vyd. Praha: Tranzit, 2008. ISBN 978-80-87259-00-9.

6. **Resumé**

Public and private - the topic of my bachelors diploma and also eternal topic of the virtual world. Currently, the impression that private is becoming more public and vice versa is getting stronger and more widespread. In the world of media, it's getting more and more popular to uncover the private life of celebrities and politicians. Where does this trend come from? Is it just the customer demand or is it driven by the media corporations.

My bachelors work contains set of conceptual objects, focused on the topic of objectivity and neutrality of media, commercialization of journalism and its impact on the reliability of information. The purpose of the spatial installation created from multiple segments is to demonstrate the changes of information meaning, which consequently doesn't show the real information substance in the view presented by the media.

The foundation of the spatial installation is information in the form of simple geometric line. The information which becomes virtual victim of the media, victim of the parasite, is getting different visualization. My inspiration regarding this topic was leading me to show a visual system of parasite which creates "neverending" process thanks to its variability. It envelopes the information using its variability so that the original minimalistic object disappears behind the organic shape which can recall some alien plant.

The target was to create object that will work on its own, even without some complicated concept. The object which will be the exponent of things which are and will be different from how we see them.

7. Seznam příloh

Příloha 1: Reklama na lavičce, duben 2012

Příloha 2: Klauzurní práce Oáza 2011

Příloha 3: Klauzurní práce “Všechno lítá co peří má?” 2011”

Příloha 4: Klauzurní práce Útesy 2011

Příloha 5: Skyca č. 1, duben 2012

Příloha 6: Skyca č. 2 a model vizuálního systému, duben 2012

Příloha 7: Rozpracovaná bakalářská práce, dřevěný šestihran spojený kostkami, duben 2012

Příloha 8: Realizace. Sešitím vystřiženého oblouku vzniká kapsa, duben 2012

Příloha 9: Realizace. Hadice o průměru 1 cm navlečená do tunýlku vzniklého štepováním, duben 2012

Příloha 10: Erenesto Neto – Anthropolino 2009, New York

Příloha 1

Reklama na lavičce, CAN Plzeň, duben 2012 (foto vlastní)



Příloha 2

Klauzurní práce Oáza 2011 (foto vlastní)



Příloha 3

Klauzurní práce “Všechno lítá, co peří má?” 2011 (foto vlastní)



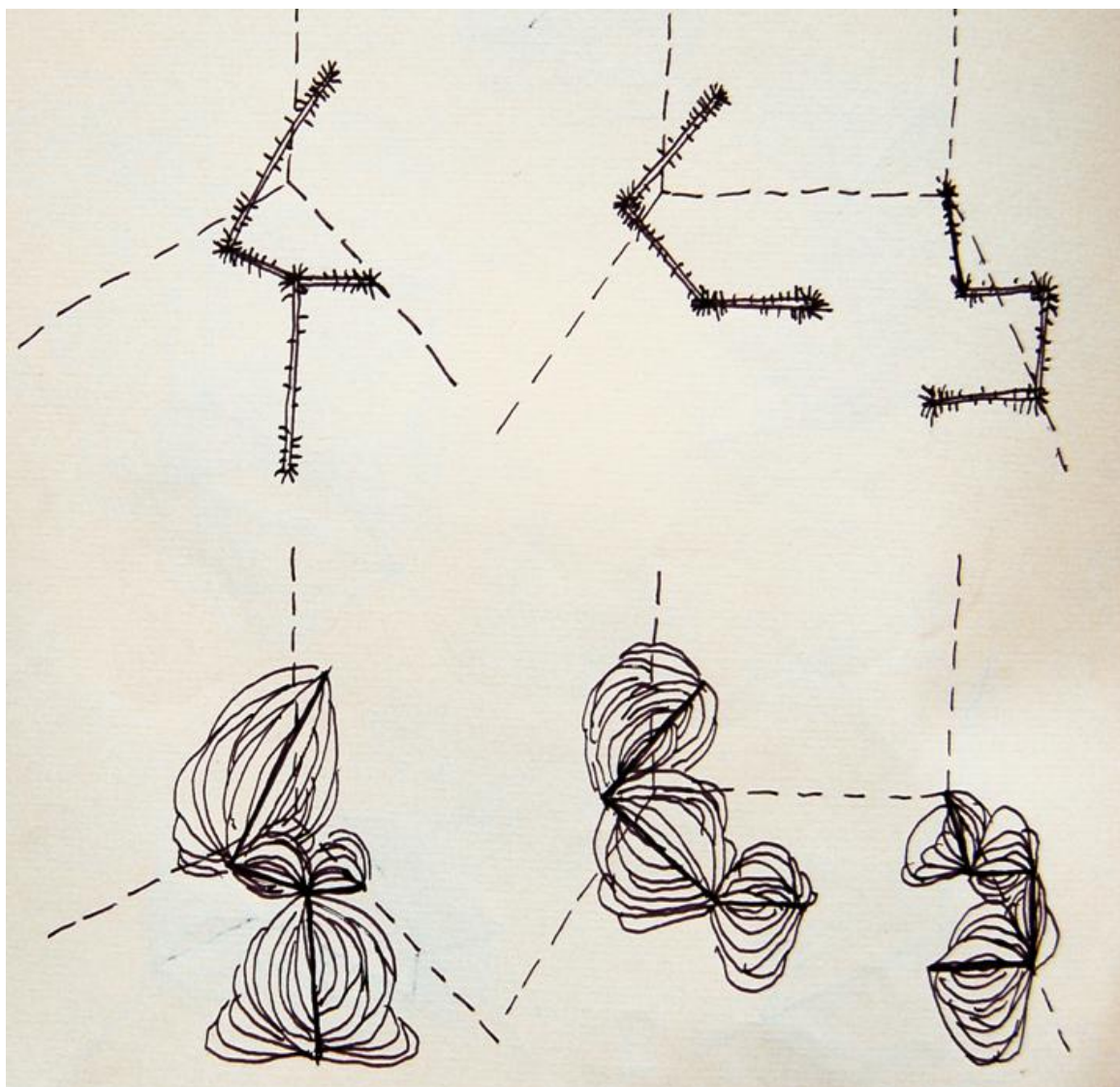
Příloha 4

Klauzurní práce Útesy 2011 (foto vlastní)



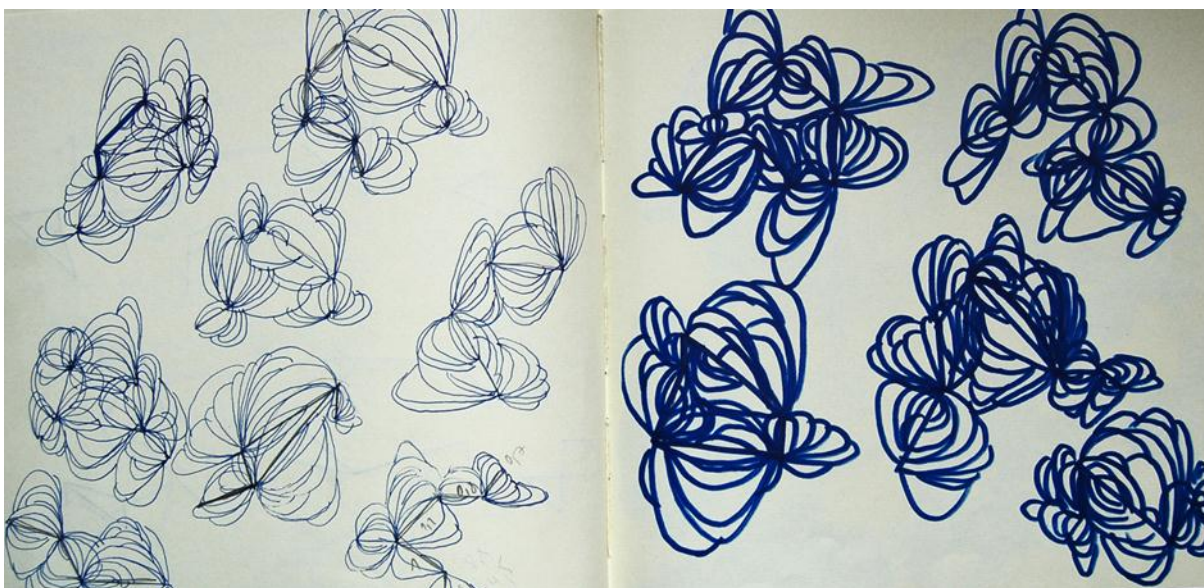
Příloha 5

Skyca č. 1, duben 2012 (foto, skyca vlastní)



Příloha 6

Skyca č. 2, duben 2012 (foto, skyca vlastní)



Model vizuálního systému, duben 2012 (foto vlastní)



Příloha 7

Rozpracovaná bakalářská práce, dřevěný šestihran spojený kostkami (jeden ze tří tvarů), duben 2012 (foto vlastní)



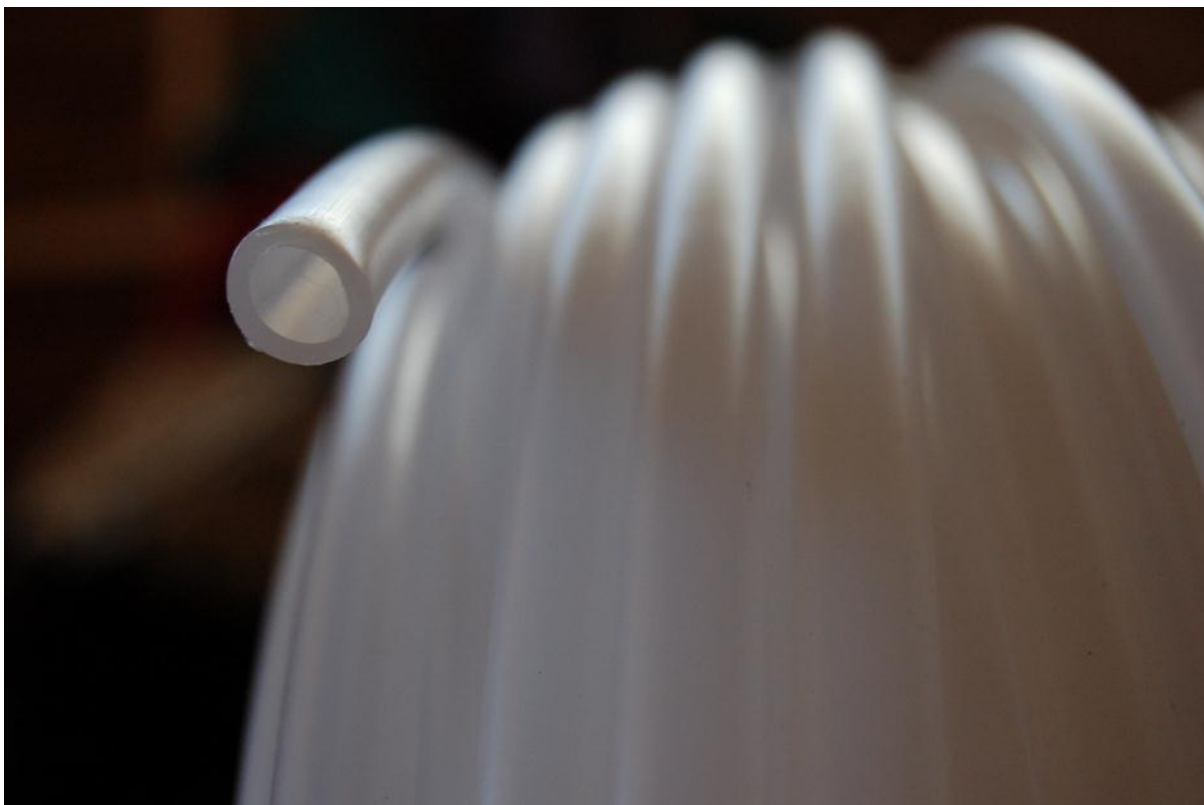
Příloha 8

Realizace. Sešitím vystříženého oblouku vzniká kapsa, duben 2012 (foto vlastní)



Příloha 9

Realizace. Hadice o průměru 1 cm se navleče do tunýlku oblouku vzniklého štepováním, duben 2012 (foto vlastní)



Příloha 10

Erenesto Neto – Anthropodino 2009, New York



