



Jakou ženu vybrali pro reklamu?

Vzdělávací cíl: Žáci jsou prostřednictvím analýzy dobové reklamy vedeni k odhalení vynálezu fonografu a jeho funkce, a zejména pak k hlubší kritické interpretaci klíčové ženské postavy. Osobu ženy reflektují v kontextu kulturní historie, ale také současného reklamního průmyslu.

Klíčová slova: technika, umění, symboly, trvání a změna, diskutujeme

Práce s jednotlivými slidy:

Poznámky:

1 ZKOUMÁNÍ PLAKÁTU (2 min.)

Prohlížení plakátu s pomocí lupy a četba popisky.

Vizuální seznámení s hlavním pramenem cvičení, tištěnou barevnou reklamou pocházející z přelomu 19. a 20. století, jež propaguje fonograf jako nový vynález umožňující zachytit zvuk.

2 KONTEXTUALIZACE PLAKÁTU (5 min.)

Zkoumání pramenů v doplňkové galerii a odpovídání na otázku do textového pole: ? Na jaký nový vynález reklama upozorňovala a k čemu přístroj sloužil?

Žáci na základě dalších pramenů interpretují obsah reklamy a funkci přístroje. Obrázková galerie obsahuje soudobou fotografickou dokumentaci přístroje a jeho jednotlivých částí, dobovou fotografii z nahrávání lidových zpěvů a dobovou kolorovanou pohlednici, jež opět seznamuje s jednotlivými součástkami přístroje, který sloužil také jako prostředek domácí zábavy.

3 SROVNÁNÍ PRAMENŮ (5 min.)

Označování podobných prvků na různých vizuálních pramenech a jejich popis.

Žáci srovnávají ústřední reklamní plakát s dvěma dalšími ztvárněními řecké múzy hudby Euterpé, sochou z postupimského parku Sansoucci a olejomalbou J. E. Handmana. Mezi společné znaky patří svázané vlnité dlouhé vlasy, nařasené šaty zvýrazňující ženské křivky, hudební nástroj a svitek či arch notového záznamu.

4 PŘÍŘAZOVÁNÍ ŠTÍTKŮ (2 min.)

Přiřazování charakteristik z nabídky k ženě na plakátu pomocí přetahování.

Žákům je odhaleno, že reklama, socha i malba zachycují múzu hudby. Vybírají dvě až čtyři charakteristiky, pomocí nichž popisují, jak na ně osoba múzy působí. Žáci si tak uvědomují obsah sdělení reklamy, který není zřetelný na první pohled. Všechny uvedené štítky je možné použít, žáci tedy nemohou udělat chybu.

5 ŠKÁLOVÁNÍ TEZÍ (3 min.)

Zvětšování či zmenšování tezí dle toho, která nejlépe odůvodňuje, proč je žena múza zobrazena na reklamním plakátu.

Žáci pracují s nabídkou pěti odpovědí, z nichž každá je relevantní.

6 VYJÁDRĚNÍ POSTOJE (3 min.)

Žáci na základě předchozí analýzy plakátu a dalších pramenů odpovídají do textového pole na otázku: ? Umístili byste múzu Euterpé na reklamu současné hudební streamovací služby? Zdůvodňují svou odpověď. Popisují, v čem by se současná Euterpé lišila od múzy a proč.

Žáci jsou závěrečnou otázkou vyzváni k tomu reflektovat zobrazení ženy v současném reklamním průmyslu a uvažovat o hudebním vynálezu fonografu v kontextu významu dnešních on-line streamovacích audioslužeb.

Další možnosti zapojení do výuky:

- Diskuze o zobrazování žen ve stereotypních rolích a prostřednictvím stereotypních vizuálních postupů v dobové i současné reklamě, médiích a ve filmu.*
- Diskuze o významu vynálezu fonografu ve vztahu k současné dostupnosti hudebních a nahrávacích technologií.*
- Hledání dalších příkladů toho, jak dobová či současná reklama odkazuje na zavedené kulturní mýty, osobnosti nebo události.*