Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KUK/21bdTEDI103/21
Názov predmetu	reklamná fotografia a dizajn II.
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Peter Lančarič, PhD. (prednášajúci), Mgr. Kristína Svítok Mayerová, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

Predmet Reklamná fotografia a dizajn je zameraný na komunikáciu v médiu fotografie, fotografia ako program komunikácie s časom, vecami, ľuďmi, analýzu súčasného stavu estetiky fotografie, poznávanie vnútornej štruktúry média fotografie, výrazových prvkov, produkčnej a postprodukčnej zložky tvorivého procesu, zameranie a využitie fotografie na zvýšenie kreatívneho myslenia a tvorivosti, poznávanie fotografie ako samostatného komunikačného média s vlastnou históriou, intermediálne prepojenia fotografie.

Kľúčové slová:
Médium fotografie, digitálna fotografia, fotografické žánre, portrét, móda, reklama, vizuálna komunikácia, stavba, skladba obrazu, fotografia ako vizuálny jazyk, moderna, postmoderna, metafora, odkaz, obrazové plány, fotografia ako magická nadrealita, čas, nadčasovosť, výrazové prvky fotografie, ostrosť, neostrosť, kompozícia, dekompozícia, popredie, pozadie, postprodukcia, reklama ako stanovisko.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %):
· 10 % hodnotenia tvorí účasť na seminároch (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s ŠP max. 50% z celkového počtu seminárov),
· 20% hodnotenia tvorí konzultácia moodboardu a kreatívneho konceptu (20 bodov),
· 30% hodnotenia tvorí konzultácia rozpracovania (30 bodov),
· 40% hodnotenia tvorí vypracovanie fotografií súvisiacich so semestrálnou témou, finálna prezentácia fotografického projektu a odovzdanie komplet materiálov (moodboard, anotácia, autorská séria fotografií v tlačovej kvalite), kritériá hodnotenia (originalita konceptu, kreativita fotografií).
Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiaca stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami ‹92 – 100 %›; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami ‹83 – 91 %›; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky ‹74 – 82 %›; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby ‹65 – 73 %›; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám ‹56 – 64 %›; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta ‹0 – 55 %›. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť

na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.

Výsledky vzdelávania

Predmet Reklamná fotografia I. je zameraný na zlepšenie teoreticko-praktických zručností súvisiacich s komunikáciou prostredníctvom fotografie. Cieľom je študentom odovzdať poznatky o možnostiach vizuálnej komunikácie, o súčasnom stave estetiky fotografie, o vnútornej štruktúre média fotografie, jej výrazových prvkoch a princípoch, produkčnej a postprodukčnej zložke tvorivého procesu. Cvičenie je zamerané aj na zvýšenie kreatívneho myslenia a tvorivosti študentov. Výučba prebieha priamo vo fotografickom ateliéri. Lektor je prítomný počas celého tvorivého procesu a reflexívne rieši otázky súvisiace s fotografickou produkciou jednotlivých študentov.

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

Prednáškový cyklus je rozdelený do dvoch blokov.
1/ Základné teoreticko-metodologické východiská
študent sa oboznámi s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov diferenciácie vizuálnych jazykov používaných vo fotografii,
v nadväznosti na spomenuté teoreticko-metodologické východiská média fotografie sa oboznámi s konkrétnymi témami a zadaniami. Každé zadanie praktického cvičenia je okrem teoretického zdôvodnenia a analýzy doplnené bohatou obrazovou prílohou, dokumentujúcou rôzne polohy a prístupy tvorivého procesu.
2/ Tvorivý a kreatívny proces – praktická realizácia zadaných tém
študent aplikuje teoretické poznatky vnútornej štruktúry a výrazových prvkov média fotografie, konzultuje formou osobného prístupu (pedagóg – študent) a sústredí sa na tvorivý proces, analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukciu a finálnu prezentáciu semestrálneho projektu.

Stručná osnova predmetu

1. Úvodné stretnutie, zadanie semestrálnej témy
2. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme
3. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme
4. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme
5. Prednáška o tvorivom procese
6. Konzultácie konceptov a moodboardov
7. Konzultácie konceptov a moodboardov
8. Praktická hodina
9. Konzultácie rozpracovania
10. Konzultácie rozpracovania
11. Praktická hodina
12. Dodatočné konzultácie, evaluácia semestra

Odporúčaná literatúra

1. Bate, D. (2023). Photography after Postmodernism; Barthes, Stieglitz and the Art of Memory. Routledge.
2. Lančarič, P. (2023. Portrét: historické kontexty a tvorivé východiská. FMK UCM.
3. Rubinstein, D. (2023). How Photography Changed Philosophy. Routledge I Taylor & Francis Group.
4. Wells, L. (2021). Photography: A Critical Introduction. Routledge.
5. Cotton, Ch. (2020). World of Art: The Photograph as Contemporary Art. Thames & Hudson.

6. Hirsch, R. (2017). Seizing the Light: A Social & Aesthetic History of Photography. Routledge.
7. Hlaváč, Ľ. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk

Poznámky

K absolvovaniu predmetu nie je potrebné vlastniť digitálnu zrkladlovku, ale stačí akýkoľvek fotoaparát. Prípadne aj fotoaparát v mobilnom telefóne