

---

# Mytopoetika digitálního věku

---

Co má společného deset nejvíce vydělávajících profilů na Instagramu s Botticelliho renesanční *Venuší*? Co má Michelangelův *Poslední soud* společného s pornografií? Čím se současná reklama neliší od barokního mysticismu a jakým způsobem se ze středověké Madony může stát digitální primadona? Podobné otázky si každopádně neklademe proto, abychom se samoučelně vraceli do historie či abychom slepě hlásali evangelium nových médií. Kartáčem dějin chceme naopak nová média hladit proti srsti, abychom pochopili, co je na současnosti skutečně originálního a naopak, jaké skryté či zapomenuté motivace a významy se skrývají mezi pixely digitální obraznosti. Jinými slovy: zajímá nás „mytopoetika“ digitálního věku neboli způsob, jakým vprostřed současnosti vznikají nové mýty, které zároveň nikdy nejsou tak docela nové.

Konkrétně? Skutečnost, že v obrazné současnosti přežívají démoni ještě z doby před „vynálezem“ obrazu, přiblíží anglicky vyučovaný úvodní předmět [Ikonologie](#). Na konkrétní fenomény včetně architektury, reklamy, sociálních sítí či vědeckých obrazů se zaměřuje předmět [Mytopoetika digitálního věku](#), věnovaný výkladu aktuálních obrazných zkušeností v mnohdy netušených souvislostech. A pak je tu kromě jiného předmět [Média a kulturní paměť](#), který se věnuje způsobům, jakými se kultura jako taková projevuje jako paměťové médium, kde se nic neztrácí a vše čeká na svou příležitost.

Tím to samozřejmě nekončí. Pakliže vás na pozadí mytopoetiky zajímá, jak obrazy vlastně fungují coby (nová) média, pak jsou tu pro vás [Dějiny a teorie média obrazu](#). Pokud byste se chtěli dozvědět více o revolučním potenciálu nových médií ve společnosti, nabízíme předmět [Digitální média a společnost](#). Pokud vás více než obrazy zajímá velmoc slova, je tu pro vás okruh věnovaný [Literatuře a rétorice](#), a pochopitelně též nabízíme studium samotné [Sémiotiky a Digitálních médií](#) neboli studium procesů a operací, jejichž prostřednictvím mohou nová média něco v pravém slova smyslu znamenat, lze jim porozumět a v neposlední řadě: na základě kterých lze prohlédnout mediální taktiky (což je cílem předmětu [Nová rétorika: média, ideologie a argumentace](#)).