

Mogućnosti primjene društvenih mreža u nastavi Likovne umjetnosti

Majić, Anđela

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:598325>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-25**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za povijest umjetnosti

Diplomski rad

MOGUĆNOSTI PRIMJENE DRUŠTVENIH MREŽA U NASTAVI
LIKOVNE UMJETNOSTI

Andela Majić

Mentor: dr. sc. Jasmina Nestić, docent

ZAGREB, 2020.

Temeljna dokumentacijska kartica

Sveučilište u Zagrebu

Diplomski rad

Filozofski fakultet

Odsjek za povijest umjetnosti

Diplomski studij

MOGUĆNOSTI PRIMJENE DRUŠTVENIH MREŽA U NASTAVI LIKOVNE UMJETNOSTI

The possibilities of social networks application in the Visual Arts education

Andela Majić

SAŽETAK

U ovom radu obrađuje se način na koji se društvene mreže *Facebook*, *YouTube* i *Instagram* mogu iskoristiti u nastavi srednjoškolskoga predmeta Likovna umjetnost. Razvojem tehnologije i društvenih medija promijenio se način na koji se odnosimo jedni prema drugima, kako komuniciramo i kako učimo. Sukladno s ovom evolucijom učenja i znanja, kod učitelja, nastavnika i profesora jača potreba za razvojem znanja i sposobnosti korištenja tehnologije. Stoga će se u radu istražiti ne samo prednosti i mane korištenja društvenih mreža u obrazovnom smislu, već i što to znači u kontekstu nadogradnje nastavničkih i učeničkih kompetencija. Ujedno će se istaknuti problematika prezentacije umjetnosti kroz društvene mreže i medije. U tom pogledu svakako treba ispitati i kako se promijenio svijet umjetnosti u moderno doba – od virtualnih muzeja do umjetnosti stvorene korištenjem 3D printera, razvoj medija i tehnologije rezultirao je i brojnim novim načinima na koje se umjetnost može promatrati i stvarati. Uzevši sve ovo u obzir, u istraživanju pitanja integracije društvenih mreža u nastavu, razmatrat će se komunikacijske i tehničke mogućnosti navedenih društvenih mreža, te njihov sadržajni aspekt u vidu materijala kojeg nastavnici i učenici mogu iskoristiti kako bi produbili svoje razumijevanje umjetnosti i razvili kulturu promatranja kao dio svoje svakodnevice.

Ključne riječi: *digitalne kompetencije, društvene mreže, Facebook, Instagram, integracija, Likovna umjetnost, YouTube.*

Rad je pohranjen u: knjižnici Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Rad sadrži: 56 stranica, 11 reprodukcija. Izvornik je na hrvatskom jeziku.

Mentor: dr. sc. Jasmina Nestić, doc., Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Ocjenjivači: dr. sc. Frano Dulibić, red. prof., Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu dr. sc.

Josipa Alviž, doc., Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu; dr. sc. Jasmina Nestić, doc.,

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Datum prijave rada: 13. srpnja 2018.

Datum predaje rada: 7. rujna 2020.

Datum obrane rada: 11. rujna 2020.

Ocjena: _____

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA

Ja, Anđela Majić, diplomantica na Nastavničkom smjeru diplomskoga studija Povijesti umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu, izjavljujem da je diplomski rad pod nazivom „Mogućnosti primjene društvenih mreža u nastavi Likovne umjetnosti“ rezultat mog istraživanja i u potpunosti samostalno napisan. Također, izjavljujem da niti jedan dio diplomskoga rada nije izravno preuzet iz nenavedene literature ili napisan na nedozvoljen način, te da se tekst u potpunosti temelji na literaturi kako je navedeno u bilješkama, uz poštivanje etičkih standarda u citiranju i korištenju izvora.

U Zagrebu, 7. rujan 2020.

Vlastoručni potpis

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Učenje kroz društvene mreže	4
2.1. Prednosti i mane korištenja društvenih mreža	4
2.1.1. Pozitivne strane korištenja društvenih mreža u nastavi	5
2.1.2. Negativne strane korištenja društvenih mreža u nastavi	7
2.2. Razvijanje i nadogradnja digitalnih kompetencija učenika i nastavnika	9
2.3. Vizualni jezik društvenih mreža	14
3. Nove mogućnosti u doživljaju umjetnosti	18
4. Društvene mreže u nastavi	22
4.1. Facebook	22
4.2. YouTube	30
4.3. Instagram	37
5. Zaključak	43
6. Popis korištene literature	45
7. Popis i izvori slikovnih priloga	54
8. Summary	56

1. Uvod

Rastuća uloga društvenih medija u današnjem društvu podrazumijeva njihovu sve dublju ukorijenjenost u svakodnevne živote svih nas, a posebno djece i tinejdžera. Svakodnevni kontakt s društvenim medijima i komunikacija kroz njih neminovno mijenjaju i način na koji se pojedinac izražava i vrši interakciju s okolinom, kako prikuplja informacije i kako uči. Za razliku od početnih faza razvoja računala i uz njih vezanih medija, društveni mediji danas su sveprisutni i šire se van granica profesionalnih i formalnih djelatnosti, odnosno postaju dio neinstitucionaliziranih praksi što uključuje i vršnjačke aktivnosti mladih. Drugim riječima, današnja djeca i mladež odrastaju u vremenu kada su digitalni mediji dio društvenog i kulturnog tkiva i kroz tu prizmu uče kako učiti, igrati se i komunicirati.¹ Kontakt s tehnologijom i društvenim medijima sveprisutan je i počinje u ranom djetinjstvu, pri čemu se neminovno vrši utjecaj na djecu i mlade ljude. Uzevši u obzir kako su učenicima društveni mediji primarni informacijski izvor današnjice, vrlo su bitan element i u obrazovanju.² Stoga se danas u obrazovanju fokus sve više stavlja na učitelje, nastavnike i profesore i njihovo znanje i sposobnosti korištenja tehnologijom. U pogledu srednjoškolskoga predmeta Likovne umjetnosti, činjenica da su učenici uključeni u svijet svakodnevne vizualnosti putem društvenih medija i mreža znači da se javlja potreba za prilagodbom nastavnih metoda i sredstava. Sukladno tome, u novom *Kurikulumu za nastavni predmet Likovna kultura za osnovne škole i Likovna umjetnost za gimnazije u Republici Hrvatskoj* (2019., dalje *Kurikulum*) velik je naglasak stavljen upravo na istraživačko učenje putem promatranja djela umjetnosti, te istraživačkih radova i zadataka u nastavi, pri čemu učenik ima opciju traženja informacija i kroz mrežne stranice, virtualne galerije, blogove, e-portfolioja i druge medije.³ Osim toga, sadržaji iz likovne umjetnosti koje nude društvene mreže u nastavi se mogu iskoristiti i u pogledu tematskog istraživanja, također naglašenog u *Kurikulumu* (2019.), kao i kronološkog pregleda umjetničkog izričaja na kojem počiva *Nastavni plan i program* (1994.),⁴ koji je aktualan do 2020./2021. godine.

¹ Usp. Christine Greenhow, Julia Sonnevend, Colin Agur (ur.), *Education and Social Media: Toward a Digital Future*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2016., str. 7.

² Usp. Božena Matyjas, »Mass media and children: Globality in everyday life«, u: *Procedia – Social and Behavioral Sciences 174*, 2015., str. 2898.

³ Usp. Ministarstvo znanosti i obrazovanja, »Kurikulum nastavnog predmeta Likovna kultura za osnovne škole i Likovna umjetnost za gimnazije« (dalje *Kurikulum*), u: *Narodne novine* 7 (2019.), https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_162.html (pregledano 22. svibnja 2020.)

⁴ Usp. *Nastavni programi za gimnazije: Likovna umjetnost*, u: Glasnik Ministarstva kulture i prosvjete Republike Hrvatske 1 (1994.), str. 90–97., http://dokumenti.ncvvo.hr/Nastavni_plan/gimnazije/obvezni/likovni.pdf (pregledano 10. siječnja 2020.)

Društveni mediji mogu se definirati kao digitalne tehnologije koje omogućuju društvenu interakciju kroz mnoštvo oblika i kanala, a iako otvaraju mogućnost mladima da ostvaruju odnose koji nisu vezani uz školu, dom ili određen vremenski okvir, njihovo korištenje nije ograničeno samo na građenje društvenih odnosa već i na razvoj i istraživanje interesa korisnika.⁵ Potreba za pripadanjem i sudjelovanjem unutar određene kulture ili društvene grupe postojala je i puno prije pojave interneta i društvenih medija, no njihovim uspostavljanjem proširila se mogućnost da se korisnici svih uzrasta okupe sa svih strana svijeta kako bi dijelili zajedničke ideje i interese.⁶ Drugačiju definiciju društvenih medija nude Arleen Cuevas i Fritz Kohle (2012.) koji smatraju da su oni skup internetskih aplikacija koje izgrađuju ideološke i tehnološke temelje *Weba 2.0*, preko kojeg se stvara i razmjenjuje korisnički sadržaj.⁷ Pod *Web 2.0* misli se na novu generaciju *Weba* koja podrazumijeva interaktivnu, dvostranu komunikaciju te se odnosi na društvene medije koji su kreirani u vrijeme skoka sa statičnih *web* stranica na dinamični sadržaj ili onaj stvoren od strane aktivnih korisnika. To znači da je umjesto jednosmjernog protoka informacija omogućena interakcija između korisnika, ili korisnika i računala.⁸ Upravo je sadržaj koji kreiraju korisnici u srži društvenih mreža,⁹ a najpopularnije od njih su društvene mreže poput *Facebooka*, *Instagrama*, *Twittera*, *YouTubea*, *Reddita*, *Pinteresta* i drugih. Unutar njih korisnici stvaraju svoje profile koje održavaju organizacije društvenih medija, a ti se korisnički računi unutar mreža mogu povezati s drugim računima ili grupama, čime se stvara društvena mreža u punom smislu riječi.¹⁰ Ukratko, zajedničke karakteristike svih društvenih mreža novog doba su: temeljenost na *Webu 2.0*; sadržaj stvoren od strane korisnika; kreiranje korisničkih profila koje potom održavaju organizacije društvenih mreža, te međusobna povezanost profila i grupa koji sačinjavaju mrežu.

U ovom radu obrađivat će se društvene mreže koje spadaju pod tri najpopularnije društvene mreže u svijetu – *Facebook* (s 2,5 milijarde aktivnih korisnika), *YouTube* (s 2

⁵ Usp. Juan Carlos Castro, »Learning and Teaching Art Through Social Media«, u: *Studies in Art Education*, 53/2 (2012.), str. 153.

⁶ Usp. Isto.

⁷ Usp. Arleen Cuevas, Fritz Kohle, *Social Media: Changing the way we teach and changing the way we learn*, NHTV Breda University of Applied Sciences, 2012., str. 1.

https://www.academia.edu/4556115/SOCIAL_MEDIA_CHANGING_THE_WAY_WE_TEACH_CHANGING_THE_WAY_WE_LEARN_KOHLER_CUEVAS (pregledano 6. svibnja 2020.)

⁸ Usp. Dragan Petrić, *Web 2.0: Nema više potrošača, sada su svi sudionici*, 2007., Jutarnji.hr, <https://www.jutarnji.hr/naslovnica/web-2.0-nema-vise-potrosaca-sada-su-svi-sudionici-3971874> (pregledano 14. srpnja 2020.)

⁹ Usp. Tanya Rose Kirby, *Networking and Connecting Creative Minds: Understanding Social Media's Role in Today's Visual Arts Instruction*, Master's thesis, Western Michigan University, 2016., str. 3

¹⁰ Usp. Isto.

milijarde aktivnih korisnika) i *Instagram* (s milijardom aktivnih korisnika)¹¹ – i to u kontekstu njihove primjenjivosti u nastavi srednjoškolskog predmeta Likovna umjetnost. Iako bi se puno moglo reći i o prednostima drugih društvenih mreža u nastavi Likovne umjetnosti, pretpostavka je da su svi ili gotovo svi učenici čuli i upoznati su s korištenjem ove tri mreže, posebice uzevši u obzir da su najkorištenije i u Hrvatskoj, a ne samo u svijetu.¹² Svaka od njih nudi korisne opcije koje mogu biti izvrstan alat za izvođenje nastave. U slučaju *Facebooka*, u nastavi bi se mogle iskoristiti komunikacijske mogućnosti platforme kao što su kreiranje grupa, stranica ili anketa, dijeljenje sadržaja, slanje privitaka, razgovori u grupi ili jedan na jedan, te stranice i grupe koje su sadržajem namijenjene upravo učenicima i/ili nastavnicima. *YouTube* kao najpopularnija svjetska video mreža sadrži izvrsne kanale koji kroz animaciju, reprodukcije ili snimke prezentiraju sadržaj povijesno-umjetničke tematike, a koji pokrivaju stilska razdoblja od drevnih civilizacija do suvremene umjetnosti, kao i određena djela ili umjetnike, umjetničke pojave i njihovu problematiku ili žanrove i medije. S druge strane, platforma se može koristiti i za kreiranje učeničkih i nastavničkih video projekata. Konačno, *Instagram* otvara pristup kreativnom stvaralaštvu širom svijeta, dijelom stoga jer služi kao besplatna galerija umjetnicima koji kroz njega dobivaju slobodu izražavanja i prezentiranja svoje umjetnosti, kao i komuniciranja sa svojim pratiteljima. Kao nastavni alat omogućava dijeljenje informacija učenicima, kao i objavu postova ili jednodnevnih *storyja* (priča) vezanih uz nastavu. Nastavnici i učenici na *Instagramu* imaju pristup svim vrstama umjetnosti koje mogu pretraživati ovisno o svom interesu ili nastavnik može uputiti učenike na pretraživanje određenih vrsta profila, a sadržaj se može pretraživati i pomoću *hashtagova* (#), što sužava pretrage, ali i otvara brojne mogućnosti.

¹¹ Podaci o korisnicima prema: Priit Kallas, *Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps*, Dreamgrow, <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> (pregledano 27. svibnja. 2020.)

¹² Usp. *Najpopularnije društvene mreže u Hrvatskoj – popis društvenih mreža*, Društvene mreže, 2019. <https://www.drustvene-mreze.com/najpopularnije-drustvene-mreze-u-hrvatskoj-popis-drustvenih-mreza/> (pregledano 25. svibnja 2020.)

2. Učenje kroz društvene mreže

2.1. Prednosti i mane korištenja društvenih mreža

Dawn E. Schrader, u svom eseju pod nazivom *Constructivism and Learning in the Age of Social Media: Changing Minds and Learning Communities* (2015.), tvrdi kako »društveni mediji omogućuju interakcije koje stvaraju pogodnosti za evoluciju znanja«,¹³ čime upućuje na to kako se pomacima u korištenju interneta, gdje korisnici sudjeluju u stvaranju i širenju znanja, mijenja način na koji učenici usvajaju znanje. Istraživanje iz 2011. godine koje su proveli Steve Chi-Yin Yuen, Gallayanee Yaoyuneyong i Patrivan K. Yuen pokazalo je da nastavnici već prakticiraju korištenje društvenih medija u nastavi, što se posebice odnosi na društvene mreže i društvene video alate, te ih smatraju pozitivnim tehnološkim resursima.¹⁴ Dokazano je i kako nastavnici pozitivno percipiraju važnost društvenih medija i prepoznaju pedagoške prednosti njihovog korištenja u podučavanju i učenju, a izražavaju i interes za sudjelovanjem u profesionalnom razvoju, kako bi se društveni mediji mogli integrirati u učionice.¹⁵ Takav pristup čini temelj za uspješnu integraciju društvenih mreža u nastavi, međutim, u tom je pogledu bitno razmotriti njezine pozitivne i negativne strane. S jedne strane postoji problem pristupa internetu, manjka pripravnosti nastavnika u podučavanju na takav način, nedovoljno istraživanja o učinkovitosti ovog pristupa, visokih cijena tehnološke opreme za učenike i nastavnike i nedostatka vremena da se ove značajne promjene što prije uklope u nastavni kurikulum. S druge strane, društvene mreže omogućuju neposredno iskustvo učenja, olakšavaju organizaciju i uključuju učenike u donošenje odluka, a i sam odnos učenika i nastavnika je pristupačniji.¹⁶

¹³ Dawn E. Schrader, »Constructivism and Learning in the Age of Social Media: Changing Minds and Learning Communities«, u: *New Directions for Teaching and Learning*, 144 (2015.), str. 28., »Social media provides interactions that create opportunities for the evolution of knowledge.« (slobodan prijevod A. M.)

¹⁴ Usp. Steve Chi-Yin Yuen, Gallayanee Yaoyuneyong, Patrivan K Yuen, »Perceptions, Interest, and Use: Teachers and Web 2.0 Tools in Education«, u: *International Journal of Technology in Teaching and Learning*, 7/2 (2011.), str. 120-121.

¹⁵ Usp. Isto.

¹⁶ Usp. Arleen Cuevas, Fritz Kohle, *A case study in using Youtube and Facebook as social media tools in enhancing student centered learning and engagement*, NHTV Breda University of Applied Sciences, 2010., str. 2. https://www.academia.edu/24421580/A_Case_Study_in_Using_Youtube_and_Facebook_as_Social_Media_Tools_in_Enhancing_Student_Centered_Learning_and_Engagement (pregledano 6. svibnja 2020.)

2.1.1. Pozitivne strane korištenja društvenih mreža u nastavi

Dok je nekad spomen društvenih mreža u kontekstu nastave bio povod za opomene i druge odgojne sankcije, danas nastavnici i učenici mogu iskoristiti mnoštvo alata koje one nude u obrazovne svrhe. Za početak, korištenje društvenih mreža u ovom pogledu prirodna je nadogradnja na vještine koje su učenici već usvojili korištenjem društvenih mreža u osobne svrhe, zbog čega Elizabeth Delacruz (2009.) navodi kako su škole po pitanju tehnologije nekompatibilne s načinom na koji učenici koriste tehnologiju u svakodnevnom životu.¹⁷ To znači da se nastava može unaprjeđivati pomoću alata kojima se učenici već znaju koristiti, a predstavljanje novih nastavnih sadržaja kroz medije koji su im poznati uvelike će olakšati ovu tranziciju. Pristup obrazovnim sadržajnim kanalima omogućava učenicima i nastavnicima surađivanje na daljinu što, osim praktičnosti rada od kuće, znači stalan pristup sadržajima neovisno o nastavi. Kao dodatak ovome, takav način komunikacije je indirektan, što može pomoći introvertiranim učenicima ili onima koji se bore sa socijalnom anksioznošću da se lakše izraze.¹⁸ Također, učenici koji koriste društvene medije u učionici više su angažirani jer su razvili sposobnosti upijanja sadržaja čitanjem i pretraživanjem, stvaranja i dijeljenja vlastitog sadržaja i zajedničke suradnje.¹⁹ Ian Jukes (2006.) u svom eseju koji se bavi tematikom razumijevanja digitalne djece (eng. *digital children*) ističe kako današnja mladež žudi za pristupom alatima koji ih povezuju s vršnjacima, ili kime god da biraju ulaziti u interakciju, te je za njih *multitasking* prirodan: »Mladi žele, očekuju, te su im prijeko potrebni alati koji će im istog trenutka omogućiti nasumičan pristup i povezivanje bilo koga ili čega s bilo čim radi trenutnog zadovoljenja.«²⁰ Ovaj argument Jukes koristi kako bi približio razlike u načinu na koji mladi ljudi funkcioniraju u modernom dobu u usporedbi s prijašnjim generacijama, te pojašnjava njihovu potrebu za komunikacijom, povezanosti i *multitaskingom*. Istraživanja pokazuju kako velik broj mladih koristi više vrsta digitalnih medija istovremeno, te su aktivnosti poput stvaranja ili kombiniranja sadržaja, suradnje s drugima i dijeljenja informacija

¹⁷ Usp. Elizabeth M. Delacruz, »Art Education Aims in the Age of New Media: Moving Toward Global Civil Society«, u: *Art Education*, 62/5 (2009.), str. 14.

¹⁸ Usp. Alyssa Tormala, Shannon Lee, *Social Media in the Classroom: Creative Teaching Methods for Engaging Students Through Social Media*, 2019.

<https://www.accreditedschoolsonline.org/resources/classroom-social-media/> (pregledano 25. svibnja)

¹⁹ Usp. Elisha Wohleb, Leane Skinner, Maria Martinez, »Examining the Benefits of Integrating Social Media Into the Classroom«, u: *Social Media in Education: Breakthroughs in Research and Practice*, United States of America: Information Resources Management Association, 2018., str. 3.

²⁰ Ian Jukes, *Understanding digital kids: Teaching and learning in the new digital landscape*, The InfoSavvy Group, 2006., »They expect, want, and need tools that provide hyperlinks and instantaneous random access that allow them to connect everyone and everything to everyone and everything else simultaneously for instant gratification.« (slobodan prijevod A. M.),

<http://jayneturner.pbworks.com/f/Jukes+-+Understanding+Digital+Kids.pdf> (pregledano 28. svibnja 2020.),

dio njihove svakodnevice i bitan aspekt metoda kroz koje uče.²¹ Drugim riječima, jedna od temeljnih dobrobiti društvenih mreža u nastavi je stvaranje zajednica učenja koje njeguju rad u kolektivu, olakšavaju komunikaciju i potiču *multitasking*.

Jednom od najvećih prednosti korištenja društvenih mreža u nastavi možemo smatrati stvaranje spomenutih zajednica učenja (eng. *learning communities*), koje se mogu definirati kao kurikularne strukture koje povezuju različita polja i discipline oko zajedničke teme ili pitanja. Takve zajednice omogućuju učenicima da uče zajedno kao sudionici u stvaranju sadržaja pod nadzorom nastavnika.²² Zajednice učenja stvaraju se oko obrazovnog programa i stabiliziraju se kroz njega tako što učenicima pružaju ulogu kreatora sadržaja, čime ih se potiče na pronalaženje, prilagodbu i dijeljenje informacija unutar mreže.²³ Naravno, zajednice učenja postojale su i postoje izvan društvenih medija i mreža, ali njihovim se korištenjem ona može održati i može joj se pristupiti i izvan učionice. Informacije kojima učenici doprinose svojoj zajednici učenja tvore kolektivno znanje (eng. *collective knowledge*), odnosno skup informacija cijelog kolektiva koji je rezultat zajedničkog ulaganja i istraživanja. Kolektivno znanje još je jedna velika prednost i obilježje društvenih medija u nastavi. Ono se gradi kada grupa pojedinaca stvara nove spoznaje oslanjajući se na zajedničke doprinose i kombinira ih u nova znanja, što se može dogoditi spontano u kratkoročnim grupama, ili u zajednicama okupljenim oko zajedničkog intelektualnog ili praktičnog izazova.²⁴ Korištenjem alata koje omogućavaju društveni mediji fokus se, dakle, stavlja na povezivanje korisnika kroz zajednice učenja u kojima učenici i nastavnici koji dijele zajednički cilj mogu surađivati kroz mnogobrojne aktivnosti u izgradnji kolektivnog znanja.²⁵ Društveni mediji također uvelike olakšavaju komunikaciju i pristup informacijama kod mladih s poteškoćama. Primjerice, kod učenika sa slušnim ili govornim poteškoćama, korištenje društvenih mreža omogućuje efikasnu i aktivnu uključenost u kolektivnu razmjenu informacija, bilo komunikativnu ili sadržajnu.

U kontekstu razvoja kompetencija za cjeloživotno učenje korištenjem društvenih mreža treba spomenuti i digitalnu i medijsku pismenost. Digitalna pismenost odnosi se na sposobnost pretraživanja, stvaranja i dijeljenja internetskog sadržaja, te kritičko pristupanje širokom

²¹ Usp. John Palfrey, »Reframing Privacy and Youth Media Practices«, u: *Education and Social Media: Toward a Digital Future*, Cambridge, MA: The MIT Press, 2016., str. 115.

²² Usp. Tanya Rose Kirby, *Networking and Connecting Creative Minds*, 2016., str. 6., prema: Kay Kyeong-Ju Seo, »Empowering Learning Communities With Social Media«, u: *American Journal of Distance Education*, 30/1, 2016.

²³ Usp. Isto. Tanya Rose Kirby se u ovom podatku poziva na: Faith G. Gablenick, *Learning Communities: Creating Connections Among Students, Faculty, and Disciplines*, Michigan: Jossey-Bass, 1990.

²⁴ Usp. Isto, str. 10.

²⁵ Usp. Norm D. Vaughan, D. Randy Garrison, »Designing Collaborative Communities through the Application of Web 2.0 Tools«, u: *Wired for Learning: An Educator's Guide to Web 2.0* (ur. Terry T. Kidd, Irene Chan), Charlotte, North Carolina: Information Age Publishing, Inc., 2009., str. 63.

spektru informacija koje se mogu pronaći *online*.²⁶ Medijska pismenost može se definirati kao set vještina potrebnih za prepoznavanje, razumijevanje i upotrebu novih medija, pogotovo vizualnih i auditivnih, koji su dio okruženja svakog učenika.²⁷ Korištenjem društvenih medija u nastavi potiče se razvoj medijske pismenosti kod učenika, čime se postavlja temelj za prihvaćanje i razumijevanje novijih medija kojima će se koristiti u budućnosti. U nastavi Likovne umjetnosti, razvoj medijske pismenosti bio bi prilagođen potrebama predmeta, čime bi učenici razvijali kritički stav prema estetskim značajkama društvenih mreža; analizirali bi i tumačili aspekte medijske kulture kao proizvode društvene problematike, te bi koristili mrežnu tehnologiju kao instrument kreativnog izričaja.²⁸ Razvoj sposobnosti kritičkog razmišljanja i rješavanja problema i njihova primjena u vizualnom (ujedno i virtualnom) svijetu bitan je aspekt medijske pismenosti a time i još jedan segment koji ukazuje na prednost korištenja društvenih mreža u nastavi.

2.1.2. Negativne strane korištenja društvenih mreža u nastavi

Jedan od najvećih problema koji društvene mreže nose sa sobom je pitanje sigurnosti i privatnosti korisnika. Povjerljivost podataka kosi se s načinom na koji društvene mreže funkcioniraju jer zahtijevaju korištenje osobnih informacija. John Palfrey (2016.) naglašava kako je glavni razlog iz kojeg su roditelji i nastavnici zabrinuti po pitanju privatnosti taj što mladi ljudi dijele previše informacija o sebi *online*, ne posvećujući previše pažnje ili brige svojoj privatnosti. Međutim, istraživanja pokazuju kako mladi brinu za svoju privatnost i osobnu reputaciju, no problematičan dio leži u tome što nemaju dovoljno razvijene vještine kako bi zadržali privatnim ono što žele zaštititi.²⁹ Pritom se javlja i problem manipulacije privatnim podacima u marketinške svrhe, pri čemu marketinške kompanije dobivaju informacije o korisnicima kroz suradnju s društvenim mrežama koje se zatim prerađuju u marketinške poruke i personalizirane oglase.³⁰ Stoga bi prvi korak u rješavanju problema sigurnosti trebao ujedno biti i prvi korak u integraciji društvenih mreža u nastavu općenito – informiranje učenika o rizicima i poduzimanju koraka kako bi se zaštitili, a rizici minimizirali.

²⁶ Usp. Studentski poduzetnički inkubator, *Evolucija digitalne kompetitivnosti: digitalna pismenost u EU*, 2019., <http://spi.efst.hr/evolucija-digitalne-kompetitivnosti-digitalna-pismenost-u-eu/> (pregledano 3. rujna 2020.)

²⁷ Usp. John Sandars, Christopher Murray, Maggie McPherson, »Reflective Learning for the Net Generation«, u: *Wired for Learning*, 2009., str. 165.

²⁸ Usp. Tanya Rose Kirby, *Networking and Connecting Creative Minds*, 2016., str. 17.

²⁹ Usp. John Palfrey, »Reframing Privacy and Youth Media Practices«, u: *Education and Social Media: Toward a Digital Future*, Cambridge, MA: The MIT Press, 2016., str. 114.

³⁰ Usp. Anđelko Milardović, *Globalno selo: sociologija informacijskog društva*, Zagreb: Centar za politološka istraživanja, 2010., str. 115.

Nastavnik bi trebao kod učenika osvijestiti važnost privatnosti i zaštite osobnih informacija, te ih provesti kroz postavke sigurnosti na društvenim mrežama. Važnost zaštite privatnosti korisnika na internetu ističe u svojem radu i Božana Mirkov, koja na primjeru korištenja platforme *Facebook* naglašava: »Pošto se na društvenim mrežama projektuje naša stvarnost, jasno je da će rizici o zaštiti privatnosti uvek postojati. Najvažniji korak u očuvanju podataka jeste poboljšanje digitalne i opšte pismenosti – jačanje svijesti o tome da podaci koji se iznose na društvenim mrežama predstavljaju podatke koji se mogu koristiti kao dokaz na sudu, za javno prikazivanje i analizu, kao i svaki drugi digitalni i štampani medijski sadržaj.«³¹

Međutim, pitanje privatnosti dijelom se kosi s pitanjem identiteta koji mladi prezentiraju kroz društvene mreže. Naime, mladi ljudi koriste upravo društvene mreže poput *Facebooka* i *Instagrama* kako bi izrazili vlastiti identitet putem slika, videa, statusa ili drugih sadržaja koje objavljuju, a uzevši u obzir kako su nove generacije odrasle uz korištenje društvenih medija, u građenju slike samih sebe više nema granice između *online* i *offline* svijeta: »Za mlade ljude, ne radi se o *online* životu i *offline* životu – već samo o životu.«³² Stoga nema smisla razdvajati internetski i fizički prostor jer se učenje danas zbilja odvija u oba, ali se korištenje društvenih mreža u obrazovanju treba iskoristiti i u svrhu edukacije mladih o ovisnosti o mrežama i vezanju osjećaja vlastite vrijednosti i slike o sebi uz popularnost na mrežama. Ovo je posebno bitno kada se u obzir uzme činjenica da je adolescencija ključan period formiranja identiteta koja dolazi s biološkim sazrijevanjem. Iz tog razloga Sandra Weber i Claudia Mitchell (2018.) tvrde kako su društveni mediji, posebice u razvijenijim dijelovima svijeta, bitni modaliteti kroz koje mladi ljudi traže, svjesno ili nesvjesno, odgovore na pitanja identiteta.³³ Jednako tako, problemi koji se pojavljuju u školskom okruženju događaju se i u *online* prostoru. Ranije je spomenuto kako indirektna komunikacija kroz društvene mreže može pomoći introvertiranim i anksioznim učenicima da se lakše izraze. S druge strane, »Uz anonimnost se vezuje i nova hrabrost. Osoba bez stvarnog potpisa odnosno imena i prezimena znatno je hrabrija u odnosu na osobu koja se potpisuje punim imenom i prezimenom.«³⁴ U slučaju učenika, takav anonimni pristup otkriva »nove putove za stare oblike nasilja«,³⁵ odnosno, otvara nove mogućnosti ponašanjima s kojima

³¹ Božana Mirkov, »Zaštita privatnosti na Internetu na primeru društvene mreže Fejsbuk«, u: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 5*, (ur.) Dejan Pralica, Norbert Šinković, Novi Sad: Filozofski fakultet, prosinac 2015., str. 151.

³² Usp. John Palfrey, »Reframing Privacy and Youth Media Practices«, str. 117., »For young people, it is not online life and offline life – it's just life.« (slobodan prijevod A. M.)

³³ Usp. Sandra Weber, Claudia Mitchell, »Imagining, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies«, u: *Youth, Identity, and Digital Media*, (ur.) David Buckingham, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2008., str. 26.

³⁴ Anđelko Milardović, *Globalno selo*, str. 116.

³⁵ Vesna Bilić, »Značenje nekih aspekata morala i moralnog opravdavanja u razumijevanju nasilja prema vršnjacima u realnom i virtualnom svijetu«, u: *Nova prisutnost* 10/3 (2012.), str. 459.

se učenici suočavaju i unutar fizičkog školskog prostora, kao što je zlostavljanje. U tom kontekstu Vesna Bilić (2012.) tvrdi kako se korištenjem medija i njihovih komunikacijskih modaliteta proširuju oblici relacijskog (društvenog) nasilja.³⁶ Kod elektroničkog nasilja (eng. *cyberbullying*) radi se o psihičkom obliku zlostavljanja (kroz radnje poput vrijeđanja kroz poruke, elektroničkog uznemiravanja ili zastrašivanja, krađe identiteta, isključivanja iz *online* grupa, isključivanja kroz blokiranje ili brisanje s popisa prijatelja ili videosnimanje napada), gdje je žrtva počiniteljima uvijek dostupna. Pritom, mogućnosti žrtve da se obrani su minimalne, a anonimnost virtualnog identiteta počinitelja znatno otežava njihovo otkrivanje.³⁷

Iako postoje negativni aspekti kod podučavanja i učenja kroz društvene mreže, kvalitetnom pripremom i edukacijom nastavnika i učenika o gore navedenim problemima oni se mogu svesti na minimum, kako bi se integracijom društvenih mreža u nastavu mogao stvoriti siguran, produktivan i entuzijastičan *online* prostor za učenje.

2.2. Razvijanje i nadogradnja digitalnih kompetencija učenika i nastavnika

Uloga nastavnika mijenja se s promjenama u konceptu prikupljanja i reproduciranja znanja kod učenika, što zahtijeva uvođenje novih modela poučavanja u nastavi Likovne umjetnosti. Učenici bi nakon završetka svojeg srednjoškolskog obrazovanja trebali steći razumijevanje o funkcionalnosti i iskoristivosti društvenih mreža u osobnom, obrazovnom i karijernom usmjerenju, a uloga nastavnika u tom procesu je da pomogne učeniku u uspješnom savladavanju virtualne okoline.³⁸ U tom pogledu Petra Papak (2016.) naglašava: »Razvoj informacijske tehnologije mijenja paradigme učenja i obrazovanja primjenom tehnologije u obrazovanju uvođenjem modela sustava za poučavanje te drugih suvremenih metoda i oblika poučavanja utemeljenih na informacijsko-komunikacijskoj tehnologiji«,³⁹ dakle, ističući veliku važnost razumijevanju uloge i mogućnosti tehnologije u procesu implementiranja novih metoda i načina poučavanja u nastavi. To razumijevanje ključno je za smislenu integraciju informacijsko-komunikacijske tehnologije u nastavi jer izostanak istoga podrazumijeva nedostatak didaktičke svrhovitosti i samim time onemogućavanje usvajanja učeničkih kompetencija potrebnih za funkcioniranje u modernom svijetu.

³⁶ Usp. Vesna Bilić, »Značenje nekih aspekata morala«, 2012., str. 462–463.

³⁷ Usp. Isto.

³⁸ Usp. Elisha Wohleb, Leane Skinner, Maria Martinez, »Examining the Benefits of Integrating Social Media Into the Classroom«, u: *Social Media in Education*, 2018., str. 1.

³⁹ Petra Pejić Papak, »Poučavanje primjenom suvremene tehnologije u obrazovanju«, u: *Život i škola*, 42/3 (2016.), str. 153.

U pristupu ovoj temi koja se bavi implementacijom društvenih mreža u nastavi Likovne umjetnosti, u obzir se moraju uzeti učenik i njegove potrebe i interesi, zatim nastavnik i njegova prilagodba i razvoj kompetencija u skladu s novim promjenama (kako bi te kompetencije mogle uspješno biti prenesene na učenika), te optimizacija alata koje nudi tehnologija. Rezultat takvog pristupa usmjeren je na razvoj cjeloživotnih kompetencija kod učenika, što je i cilj modernog obrazovanja. Mila Nadrljanski, Đorđe Nadrljanski i Marko Bilić (2007.) definiraju medije kao sastavni dio komunikacije, te naglašavaju kako širenjem digitalnih medija, bilo u privatnoj ili profesionalnoj sferi, jača i potreba za korištenjem istih tehnologija u obrazovanju. Objašnjenje te tvrdnje, po njima, »zasniva se na općoj društvenoj važnosti, na budućoj profesionalnoj relevantnosti digitalnih medija, na pedagoškim učincima u poboljšanju učenja i rezultata učenja te na potencijalu promjena koje bi mogle nastupiti u institucijama kao što su škole.«⁴⁰ Potreba za korištenjem društvenih medija i mreža u obrazovanju djece i mladih, dakle, odražava ne samo važnost koju im društvo pridaje, već sugerira i nezaobilaznost potrebe za razvojem sposobnosti ovladavanja digitalnim medijima kao kompetencije koja je neophodna u budućem profesionalnom osposobljavanju. Diane C. Gregory (2009.) ovaj argument vodi korak dalje predlaganjem da nastavnici umjetnosti, integriranjem digitalnih tehnologija u nastavno okruženje, mogu istovremeno pospješiti proces usvajanja znanja kod učenika i stvoriti značajan temelj za reformu školstva koja je najvećim dijelom fokusirana na učenika. Promjenu paradigme podučavanja (umjetnosti, a potom i svih ostalih područja) opravdava kapacitetom nastavnika umjetnosti za kreativno razmišljanje, rješavanje problema i poduzimanje rizika, smatrajući da ih to čini idealnim obrazovnim profesionalcima za predvođenje ovog procesa reforme.⁴¹ Ovi argumenti ukazuju na to kako je razvoj nastavničkih kompetencija prvi i najvažniji korak u uvođenju društvenih medija u nastavu jer o tome ovisi koliko će učenici biti medijski pismeni i obrazovani nakon završavanja određenog odgojno-obrazovnog ciklusa. U Hrvatskoj je proces reforme i modernizacije odgojno-obrazovnog sustava u prošlom stoljeću urodio objavom *Nacionalnog okvirnog kurikuluma za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje* (skraćeno, NOK, 2011.). U njemu su pod međupredmetnom temom *Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije* opisani ciljevi za učeničko digitalno osposobljavanje kroz pristup informacijskoj i komunikacijskog

⁴⁰ Mila Nadrljanski, Đorđe Nadrljanski, Mirko Bilić, »Digitalni mediji u obrazovanju«, u: *The Future of Information Sciences : INFUTURE2007 : Digital Information and Heritage* (Zagreb: Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske znanosti 7.-9. 11. 2007.), (ur.) Hrvoje Stančić, Sanja Seljan, Zagreb: Filozofski fakultet 2007., str. 529.

⁴¹ Usp. Diane C. Gregory, »Boxes with Fires: Wisely Integrating Learning Technologies into the Art Classroom«, u: *Studies in Art Education*, 62/3 (2009.), str. 48.

tehnologiji, poput pronalaska i prepoznavanja informacija potrebnih u određenim situacijama te njihovog prikazivanja na jasan, logičan i sažet način; razvijanja svijesti o promjeni informacijske i komunikacijske tehnologije u društvu i njezinim posljedicama; razvijanja kritičkog stava prema valjanosti i pouzdanosti informacija te pravnim i etičkim načelima korištenja društvenih medija.⁴²

Unutar *Kurikuluma* (2019.), temeljnog dokumenta za nastavu Likovne umjetnosti u gimnazijama nastalome u sklopu nedavne reforme školstva, digitalne i računalne kompetencije učenika definirane na sljedeći način: »Digitalne i računalne kompetencije učenici razvijaju tako da primjenjuju likovni/vizualni jezik pri uporabi različitih medijskih tehnologija i računalnih programa u vlastitome stvaralačkom procesu. Upotrebljavaju ih za prezentaciju znanja, aktivnosti, pretraživanja i vrednovanja različitih izvora podataka. Istraživanjem inovacija u medijskim tehnologijama i njihova utjecaja na umjetnost, vrijednosti, kulture i ideje omogućuje se razumijevanje suoblikovanja društva i tehnologije.«⁴³ U tom smislu ideja koju izražava D. Gregory o promjeni paradigme poučavanja, polazeći od načina poučavanja umjetnosti, može se povezati s *Cjelovitom kurikularnom reformom* čija je implementacija u školama započela u jesen 2019. godine, s naglaskom na osuvremenjivanje opreme i digitalizaciju nastave.

U skladu s potrebom da učenici budu ukorak s društvenim, gospodarskim i tehnološkim promjenama, javlja se i potreba razvoja digitalnih kompetencija nastavnika koji bi ih trebali usmjeravati u razvoju tih sposobnosti. Vijeće Europske Unije na prijedlog Europske Komisije u svibnju 2018. godine donijelo je *Preporuku o ključnim kompetencijama za cjeloživotno učenje*, u kojoj je opisano »osam ključnih kompetencija potrebnih za osobno ispunjenje, zdrav i održiv način života, zapošljivost, aktivno građanstvo i socijalnu uključenost«,⁴⁴ od kojih je jedna upravo digitalna kompetencija, koja podrazumijeva socijalne i emotivne aspekti uporabe i razumijevanja digitalnih uređaja.⁴⁵ U drugom važnom dokumentu Europske komisije, *Okvirom za razvoj i razumijevanje digitalne kompetencije* (eng. *A Framework for Developing*

⁴² Usp. *Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje* (dalje *NOK*), Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2011.

http://mzos.hr/datoteke/Nacionalni_okvirni_kurikulum.pdf (pregledano 28. svibnja 2020.)

⁴³ Usp. *Kurikulum*, 2019. (Poglavlje E. Povezanost s drugim predmetima i međupredmetnim temama).

⁴⁴ *Preporuka Vijeća o ključnim kompetencijama za cjeloživotno učenje*, Europska komisija, Obrazovanje i izobrazba, 2018., https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/council-recommendation-on-key-competences-for-lifelong-learning_hr (pregledano 25. svibnja 2020.) U ostale kompetencije koje se navode u dokumentu spadaju: pismenost; višejezičnost; matematička kompetencija u prirodoslovlju i inženjerstvu; međuljudske vještine i sposobnost usvajanja novih kompetencija; aktivno građanstvo; poduzetništvo; kulturna svijest i izražavanje.

⁴⁵ Usp. Vesna Anđelić, Martina Filipović Tretinjak, *Digitalne kompetencije za nastavnike*, CARNet korisnička konferencija, 2015., str. 2.,

https://radovi2015.cuc.carnet.hr/modules/request.php?module=oc_program&action=view.php&a=&id=24&type=4 (pregledano 15. svibnja 2020.)

and Understanding Digital Competence in Europe, 2013.) predložena su područja digitalne kompetencije: *Informacija* (pretraživanje, pristupanje i kretanje informacijama *online* izvora, kao i njihovo kritičko vrednovanje, analiza i organizacija); *Komunikacija* (kroz digitalne uređaje i aplikacije koja zahtijeva razvoj internetske pismenosti kao i prilagodbu načina komunikacije prema određenoj publici, a uključenje u *online* društvo omogućuje razmjenu resursa, interakciju i suradnju kroz digitalne medije, te multikulturalnu povezanost); *Izrada sadržaja* (stvaranje novih sadržaja primjenjivanjem prethodnih znanja i vještina, kreiranje kreativnih uradaka u obliku teksta, slike i/ili videa); *Sigurnost* (osobna zaštita, zaštita osobnih podataka i digitalnog identiteta, mjere zaštite za sigurno korištenje); *Rješavanje problema* (identifikacija i procjena mogućih problema te odabir potencijalnih digitalnih sredstava za rješavanje istih, kreativno korištenje tehnologije te osvješćivanje potrebe za unaprjeđivanjem vlastite razine digitalne kompetencija u skladu s razvojem novih tehnoloških mogućnosti).⁴⁶

Zadatak nastavnika likovne umjetnosti je da razvija svako od navedenih područja njegujući pristup radu koji je fokusiran na učenika. U tom kontekstu, Slađana Marić (2015.) tvrdi: »Prenošenjem vještina medijske pismenosti učenicima, nastavnici se nalaze u ulozi zagovornika informisanog i racionalnog građanskog društva, a također, obučavajući učenike vještinama medijske pismenosti, učestvuju u stvaranju obrazovnog sistema u čijem centru nije sam nastavnik, već znanje.«⁴⁷ Stoga bi nastavnik, da bi mogao upoznati učenike s mrežama *Facebook*, *YouTube* i *Instagram* u nastavi Likovne umjetnosti, trebao uvesti nove metode i alate poučavanja za poticanje aktivnog sudjelovanja učenika u odgojno-obrazovnom procesu, na način da im prenese strukturirana uputstva za korištenje svake od društvenih mreža. Materijale i izvore koje društvene mreže nude za nastavu Likovne umjetnosti nastavnik mora istražiti, kako bi odabrao relevantne informacije, poticajne i originalne sadržaje didaktički prilagođene nastavi.⁴⁸

U tom je kontekstu bitno napomenuti kako društvene mreže u obrazovnom pogledu služe i kao alat nastavnicima za njihov profesionalni razvoj. Primjerice, društvena mreža *Facebook* sadrži grupe koje okupljaju nastavnike umjetnosti u kojima mogu dijeliti savjete i iskustva u vezi izvođenja nastave. Kao što je za učenike bitno da imaju potporu svoje zajednice kako bi se proces učenja optimizirao, tako je i nastavnicima likovne umjetnosti, ali i svih ostalih

⁴⁶ Usp. Anusca Ferrari, »DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe«, u: *JRC Scientific and Policy Reports*, Sevilla: European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, 2013. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC83167/lb-na-26035-enn.pdf> (pregledano 25. svibnja 2020.)

⁴⁷ Slađana Marić, »Pismenost u digitalnom i medijskom kontekstu iz diskursa savremenog obrazovanja«, u: *Digitalne medijske tehnologije*, 2015., str. 132.

⁴⁸ Usp. *Kurikulum*, 2019.

predmeta, potreban pristup alatima, informacijama i ljudima koji im pomažu u podučavanju te kompleksnoj izgradnji i nadogradnji njihovih kompetencija. Specifično, digitalne kompetencije koje podrazumijeva integracija informacijsko-komunikacijskih tehnologija (dalje IKT) u nastavu mogu se opisati na sljedeći način: »pronalaženje odgovarajućih digitalnih sadržaja za nastavni proces; pronalaženje različitih digitalnih sadržaja, alata i platformi radi ostvarivanja ishoda učenja; osvješćivanje i primjenjivanje smjernica za sigurno korištenje internetskih usluga uz obaveznu zaštitu osobnih podataka; upotreba tehnologije za administrativne zadatke u skladu sa smjernicama za zaštitu podataka; uporaba tehnologije pri stvaranju materijala za učenje; stvaranje mogućnosti za neformalno učenje; poticanje suradnje, zajedničkog učenja uporabom mrežnih zajednica, alata i platforma.«⁴⁹ U tom pogledu treba spomenuti najveću europsku društvenu mrežu za nastavnike i odgojno-obrazovne djelatnike, *eTwinning*,⁵⁰ koja je odlično okruženje za suradnju nastavnika u svrhu pronalaženja i usvajanja novih načina korištenja IKT-a u nastavi. Ova je društvena mreža 2015. godine provela istraživanje o utjecaju *eTwinninga* na nastavničku praksu, te se u rezultatima navodi kako je 29% nastavnika primijetilo snažan utjecaj na razvoj njihovih tehnoloških vještina u nastavnom okruženju, dok ih je 37% primijetilo barem umjeren učinak.⁵¹

U *Kurikulumu* (2019.) se navodi kako je u nastavnom procesu potrebno »stvoriti pozitivno i poticajno ozračje za učenje, atmosferu povjerenja te usmjeriti učenje i poučavanje na učenika i ohrabrivati ga u iznošenju vlastitih prijedloga i rješenja.«⁵² Isto je tako bitno i prostor *online* učenja učiniti sigurnim, poticajnim i pozitivnim. Prethodno je u ovom radu spomenut problem *online* zlostavljanja ili *cyberbullyinga*, zaštite identiteta i privatnosti učenika te ranjivosti identiteta u razvoju u tinejdžerskoj dobi. Stoga je važno istaknuti da je bitan dio nadogradnje nastavničkih digitalnih kompetencija prakticiranje nulte tolerancije na zlostavljanje putem digitalnih medija kao i osiguravanje sigurnog prostora za komuniciranje takvih problema od strane učenika. Tek nakon što su uvjeti sigurnosti i zaštite ispunjeni, stvoren je temelj za entuzijastičnu, produktivnu radnu *online* okolinu.

⁴⁹ *Kompetencije učitelja 21. stoljeća*, Loomen, https://loomen.carnet.hr/pluginfile.php/2141826/mod_resource/content/0/Kompetencije%20u%C4%8Ditelja%2021.%20stolje%C4%87a.pdf (pregledano 15. srpnja 2020.)

⁵⁰ *eTwinning*, <https://www.etwinning.net/hr/pub/index.htm> (pregledano 15. srpnja 2020.)

⁵¹ Usp. *Digitalna kompetencija: ključna vještina nastavnika i učenika u 21. stoljeću*, Social Education Gateway: Europska internetska platforma za školsko obrazovanje, 2020.,

<https://www.schooleducationgateway.eu/hr/pub/resources/tutorials/digital-competence-the-vital-hm>

(pregledano 15. srpnja 2020.) Više o spomenutoj studiji vidi u: Caroline Kearney, Águeda Gras-Velázquez, *eTwinning Ten Years On: Impact on teachers' practice, skills, and professional development opportunities, as reported by eTwinners*, Bruxelles: Central Support Service of eTwinning, European Schoolnet, 2015., str. 20., https://www.etwinning.net/eun-files/eTwinningreport_EN.pdf (pregledano 15. srpnja 2020.)

⁵² *Kurikulum*, 2019.

2.3. Vizualni jezik društvenih mreža

Jadranka Damjanov u 90-im je godinama prošlog stoljeća objavila knjigu pod nazivom *Vizualni jezik i Likovna umjetnost: Uvod u likovno obrazovanje*, nastalu kao rezultat tridesetogodišnjeg svog rada s učenicima srednjih škola i studentima povijesti umjetnosti, u kojoj je razradila ideju vizualnog jezika i percepcije.⁵³ U toj se knjizi objašnjava što i kako vidimo, kako shvaćamo vizualne podražaje i koje nam reakcije oni izazivaju. Rezultati njezina istraživanja, posebice ona koja se tiču vizualne percepcije, bitna su i danas za razumijevanje opažanja i procesuiranja vizualnih informacija. Međutim, za razliku od fizičkih aspekata opažanja i kretanja oka pri percipiranju svijeta oko nas, pa tako i umjetničkih djela, u knjizi je fokus i na vizualnom jeziku, u smislu pridavanja pozornosti i značenja vizualnom svijetu koji je dio naše kulture i okoline: »Problem kako opažamo vizualni svijet može se podijeliti u dva problema koja će se posebno razmatrati, prvo opažaj temeljnog ili prostornog svijeta i drugo, opažaj svijeta signifikantnih stvari na koje obično usmjeravamo pažnju. Prvi je svijet boja, tekstura, površina, rubova, nagiba, likova i međuprostora. Drugi nam je svijet bliži, s njime smo najčešće zaokupljeni, svijet predmeta, mjesta, ljudi, signala i pisanih simbola. [...] Svijet signifikantnih stvari je previše složen da bi se na njega u cjelini i odjednom mogla usmjeriti pažnja i zato je opažaj tog svijeta selektivan. Neke se karakteristike jako ističu, a druge se zanemaruju.«⁵⁴ U podučavanju likovne umjetnosti kao pretežno vizualnog područja, s razvojem mrežnih digitalnih tehnologija mijenja se i pristup u nastavi zbog promjene u načinu na koji učenici shvaćaju vizualnost.

Vera Turković (2006.), u promišljanjima o komunikaciji putem vizualne umjetnosti, tvrdi kako je zbog razvoja tehnologija koje nam zaokupljaju pozornost u zapadnoj civilizaciji kroz internet, računalne i video igre, TV, reklame i slično, stvoren privid kako je vizualni način prenošenja poruka dominantan. Dodaje i kako je zbog zastrašujuće količine slika koje primamo i procesuiramo na dnevnoj bazi promijenjeno značenje pojma *slika*, »tako da on danas označava uglavnom kompjutorski generiranu sliku, stoga rijetko razlikujemo, uvjetno rečeno, tri tipa slike: 'plošna', 'prostorna' i 'elektronička slika', tj. sliku kao produkt umjetnosti od vizualne poruke društvenog ili komercijalnog karaktera.«⁵⁵ Paul Duncum (2009.), koji piše o odnosu vizualne kulture i podučavanja umjetnosti, iznosi argument kako je u području podučavanja

⁵³ Vidi: Jadranka Damjanov, *Vizualni jezik i Likovna umjetnost: Uvod u likovno obrazovanje*, Zagreb: Školska knjiga, 1991.

⁵⁴ Jadranka Damjanov, *Vizualni jezik i Likovna umjetnost*, str. 223.

⁵⁵ Vera Turković, »Komunikacija putem vizualne umjetnosti u međunarodnoj suradnji«, u: *Socijalna ekologija Zagreb*, 15/4 (2006.), str. 326.

umjetnosti prisutna nepodudarnost između pojmova vizualne kulture i likovne umjetnosti, u kojima se vizualna kultura veže isključivo uz popularnu kulturu.⁵⁶ Za njega, vizualna je kultura pojam nadređen i likovnoj umjetnosti i popularnoj kulturi. S druge strane, uz sve mogućnosti tehnologije u vidu istraživanja o umjetnosti kroz digitalne medije, kao i stvaranja same umjetnosti u obliku videozapisa ili digitalne umjetnosti, gubi se granica između umjetničkih formi i društvenih i komercijalnih projekata jer su svi izmiješani u kaleidoskopu moderne vizualnosti. Komunikacijske su tehnologije proširile sliku kao glavni način prenošenja poruke na najbrži i najjednostavniji način jer sažimaju velik broj podataka u jednostavnu vizualnu formu, dok se verbalna/pismena komponenta komunikacije pritom zanemaruje.⁵⁷ Kako bi se istražio utjecaj digitalne tehnologije na koncept izvođenja nastave Likovne umjetnosti, treba započeti od ideje vizualnosti. Aaron D. Knochel (2019.) smatra da se vizualnost temelji na građenju vizije kao društvenog, kulturnog i političkog fenomena. Odnosno, vizualnost nije samo gledanje kao fizički proces već podrazumijeva sve faktore koji sačinjavaju filter kroz koji nešto promatramo. Prema tome, slika nije površinska, univerzalna poruka koju svi promatrači shvaćaju na jednak način, već služi kao filter za to kako doživljavamo svijet i sami sebe, kako percipiramo, stvaramo pretpostavke i gradimo razumijevanje o drugima.⁵⁸

Prije postojanja interneta, odlazak u muzeje, galerije ili čitanje knjiga o umjetnosti bile su opcije za one koji su željeli interakciju s umjetnosti, dok je danas doživljavanje umjetnosti uglavnom prebačeno u virtualni svijet. Naravno, promatranje umjetničkog djela u muzeju i preko pametnog telefona nije usporedivo, ali je za većinu nas danas upravo to način na koji dolazimo u doticaj s umjetnosti. Stoga je bitno razmotriti reprezentaciju umjetnosti preko društvenih mreža. Za početak, umjetnost kroz društvene mreže postaje dostupna svima. Dok s jedne strane umjetnost ima prednost širokog dosega putem društvenih mreža, s druge strane ona se utapa u sve druge vrste ekspresije koje su dio popularne kulture. U tom pogledu zanimljive su riječi Daniela Hellera: »zbog velike količine *online* sadržaja, gubi se granica između umjetnosti i ne-umjetnosti. Oni koji nemaju osnovno znanje o umjetnosti mogu se dovesti do percipiranja *selfieja* kao oblika umjetnosti. Oni su doista oblik ekspresije koji otkriva visok stupanj narcizma, ali nisu umjetnost.«⁵⁹ Dodatna opasnost u pogledu mogućeg banaliziranja

⁵⁶ Usp. Paul Duncum, »Visual Culture in Art Education«, u: *Visual Arts Research*, 35/1 (2009.), str. 65.

⁵⁷ Usp. Isto.

⁵⁸ Usp. Aaron D. Knochel, »Assembling Visuality: Social Media, Everyday Imaging, and Critical Thinking«, u: *Visual Arts Research*, 39/2 (2013.), str. 17.

⁵⁹ Usp. Daniel Heller, *Art and Social Media*, 2017., »Because so much is posted online, the distinction between art and non-art is also vanishing. Many who do not have a basic art knowledge, may be led into thinking that selfies are in fact art. They are indeed a form of expression revealing a high degree of Narcissism, but not truly art.« (slobodan prijevod, A. M.), <https://artgreet.com/art-social-media/> (pregledano 1. lipnja 2020.),

umjetnosti leži u činjenici da su informacije o umjetnosti na društvenim mrežama svedene na minimum i služe kao kratki opisi umjetničkog koncepta koji ne govore previše o značenju djela, njegovom društvenom, političkom, vjerskom ili filozofskom kontekstu – ključnim elementima za doživljaj umjetničkog djela na dubljoj razini. Upravo kroz kontekst djela umjetnost često izražava nešto čemu namjera nije da bude vizualno ili emocionalno ugodno. Prema Philu Jamesu (2014.), povijest umjetnosti sadržava brojne pokrete čiji se uspjeh temeljio na odbijanju popularne estetike i imao je za namjeru izazivati otpor i nelagodu. No, uzevši u obzir da društvene mreže kroz površan način reprezentacije onemogućuju dublju interakciju s djelima, ta djela kroz njih možemo ili u potpunosti prihvatiti ili odbaciti, i upravo tu odbacivost on definira kao opasnu za umjetnost.⁶⁰ Također, u istraživanju prezentiranja umjetnosti kroz društvene mreže u obzir treba uzeti sam prostor društvenih mreža, koje karakterizira mnoštvo notifikacija i distrakcija, pri čemu se sve informacije natječu za prizivanje pozornosti korisnika. James ovu okolinu uspoređuje s prostorom kasina bez satova ili restorana koji potiču glad, te naglašava kako kao takva nije prikladna za predstavljanje radova, djela ili koncepata koji bi trebali poticati kritičko razmišljanje i duboku kontemplaciju.⁶¹ Jednostavnije rečeno, ova se problematika može svesti na opoziciju dva polja različitih logistika – umjetnost kao relativno isključiv, zatvoren tip ekspresije koji traži dublji angažman, te društvene mreže koje operiraju na otvoren, društveno interaktivan i površan način, što upućuje na zaključak kako se između ove dvije opozicije ne može uspostaviti harmonija, već se treba navigirati kroz napetost njihovog odnosa.⁶² Primjerice, i likovna umjetnost i književnost u cilju povezivanja s publikom koriste *pathos* za izazivanje emocionalne katarze – poput alata kojim se prenosi eksplicitna ili implicitna poruka nekog djela. Međutim, na društvenim mrežama, emocionalna vrijednost djela svodi se na kratkotrajno odobravanje koje ono dobiva. U takvoj okolini koja prakticira bombardiranje prizorima za izazivanje trenutnih emocija ne ostaje puno prostora za kompleksne, duboke analize, već prednost uvijek ide brzo probavljivom značenju.⁶³

U podučavanju Likovne umjetnosti nezaobilazna je integracija društvenih mreža u nastavu, zbog svih mogućnosti koje nudi i koje trebaju biti iskorištene. Međutim, u ovom poglavlju koje je sadržavalo osvrt na prednosti i mane korištenja društvenih mreža u nastavi, razvoj digitalnih kompetencija kod učenika i nastavnika, te prezentaciju umjetnosti kroz

⁶⁰ Usp. Phil James, *8 Reasons Why Social Media Is Decimating Art and Literature*, 2014., <https://qwiklit.com/2014/03/08/8-reasons-why-social-media-is-decimating-art-and-literature/> (pregledano 1. lipnja 2020.)

⁶¹ Usp. Isto.

⁶² Usp. Ben Davis, "Social Media Art" in the expanded field, <http://www.artnet.com/magazineus/reviews/davis/art-and-social-media8-4-10.asp> (pregledano 2. lipnja 2020.)

⁶³ Usp. Phil James, *8 Reasons Why Social Media Is Decimating Art and Literature*, 2014.

društvene medije i mreže, naglasak je i na pozitivnim i negativnim aspektima kako bi se istaknula optimalna okolina za podučavanje i učenje kroz društvene mreže, ali i važnost odmaka od virtualnog svijeta i iskustva umjetnosti u fizičkom prostoru. Jednako kao što komunikacija s drugima putem društvenih mreža ne može zamijeniti interakciju licem u lice, tako ni interakciju s umjetnosti uživo ne može zamijeniti njezin doživljaj preko ekrana.

3. Nove mogućnosti u doživljaju umjetnosti

Nastavno na prethodno problematiziranje vizualnog jezika društvenih mreža, odnosno način na koji je umjetnost prikazana kroz društvene mreže, nešto bi više trebalo reći i o tome kako se razvojem medija i tehnologije proširio i promijenio svijet umjetnosti. Kao što je ranije spomenuto, područje umjetnosti pretežno je vizualno područje, zbog čega ne iznenađuje kako je *Instagram*, platforma za dijeljenje fotografija i videa koja je također vizualno orijentirana, jedna od najpopularnijih društvenih mreža za umjetnike i umjetnost.⁶⁴ Osim što se kroz društvene mreže mogu promovirati i popularizirati ne samo etablirani umjetnici, već i oni u nastajanju, njihov dolazak i doseg do publike dobiva više dimenzija. Prvenstveno, promoviranje radova kroz društvene mreže za velik dio umjetnika znači da mogu zaobići izlaganje kroz za to namijenjene institucije poput galerija i muzeja, što je ujedno skupo i teško dostižno. Muzeji su stoljećima bili autoriteti za predstavljanje i vrednovanje umjetnika, umjetnosti i umjetničkih pokreta, te intelektualnog sadržaja koji su u njihovoj pozadini,⁶⁵ dok s druge strane društvene mreže stvaraju prostor za besplatno izlaganje širokoj publici. Iz tog razloga Martina Domladovac (2019.) tvrdi kako je »na neki način *Instagram* dosegao razinu 'infrastrukture'«. ⁶⁶ Međutim, bitno je istaknuti kako korištenje društvenih mreža koristi i samim muzejima – lokacija muzeja ograničavajući je faktor kad je u pitanju doseg do posjetitelja, dok kroz društvene mreže muzeji mogu dijeliti radove iz svojih kolekcija, promovirati stalne ili nadolazeće izložbe te tako poticati i vlastitu posjećenost.⁶⁷ Ovakav utjecaj društvenih mreža na konzumiranje umjetnosti i posjećenost muzeja rezultirao je i time da muzeji više fokusa stavljaju na prilagodbu svojeg postava kako bi bio fotogeničan. Pa tako, primjerice, za svoju izrazitu popularnost umjetnica Yayoi Kusama, koja je ujedno i svojevrsna *Instagram* senzacija, dijelom može zahvaliti upravo društvenim mrežama. Njezine instalacije od ogledala, LED svjetiljki, točkastih skulptura i bazena s vodom oduševljavaju posjetitelje koji ih često iskorištavaju za pozadine svojih *selfieja* ili fotografija, koje zatim objavljuju upravo na *Instagramu*.⁶⁸

⁶⁴ Usp. Martina Domladovac, *Nove perspektive umjetnosti*, 2019. <https://www.kulturpunkt.hr/content/nove-perspektive-umjetnosti> (pregledano 7. lipnja 2020.)

⁶⁵ Usp. Jia Jia Fei, *Art in the Age of Instagram*, TEDxMarthasVineyard, 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=8DLNFDQt8Pc&feature=youtu.be> (pregledano 26. svibnja 2020.)

⁶⁶ Martina Domladovac, *Nove perspektive umjetnosti*, 2019.

⁶⁷ Usp. The Art Assignment, *Is Instagram Changing Art?*, 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=eb0i070d3fA> (pregledano 26. svibnja 2020.)

⁶⁸ Usp. Samantha Raphaelson, *'I Came, I Saw, I Selfied': How Instagram Transformed The Way We Experience Art*, 2017. <https://www.npr.org/2017/12/13/570558113/i-came-i-saw-i-selfied-how-instagram-transformed-the-way-we-experience-art?t=1591780563652> (pregledano 8. lipnja 2020.)

Jia Jia Fei, digitalni strateg u *Jewish Museum of New York* u svom *TED Talku* (2016.) na temu utjecaja *Instagrama* na umjetnost zaključuje: »U doba pred-digitalne fotografije, poruka je bila: 'Ovo je ovo što gledam, ono što sam vidio.' Poruka danas je: 'Bio sam ovdje. Dođoh, vidjeh, okinuh selfie.'⁶⁹ Nadalje, društvene mreže kao prostor u koji svi mogu biti uključeni znači da umjetnici imaju mogućnost komunikacije s publikom. Umjetnici su svjesni ove promjene u komunikaciji – primjerice, umjetnik Stuart Semple za časopis *Gotham* je izjavio: »Nikada prije umjetnik nije imao mogućnost ući u razgovor direktno sa svojom publikom.«⁷⁰ Naime, putem mreža umjetnici se mogu obraćati direktno svojim pratiteljima, dijeliti s njima svoj proces rada i razmišljanja, inspiracije i motivacije te tako izraziti sliku o sebi i svojoj umjetnosti. Razvoj medija i tehnologije je rezultirao i brojnim drugim načinima na koje se umjetnost stvara i može promatrati. Tehnološki razvoj brži je no ikad prije, i to umjetnicima otvara širok izbor tehnika i medija stvaranja. Tu je prvenstveno riječ o digitalnoj umjetnosti koja može biti računalno kreirana, skenirana ili ručno crtana uz korištenje tableta i miša, a u novije vrijeme može biti i interaktivna, uz sudjelovanje publike u stvaranju završnog proizvoda.⁷¹ Mogućnosti digitalne tehnologije veoma su široke, od klasičnijih oblika kao što je ručno dvodimenzionalno slikanje korištenjem raznih računalnih programa koji nude mnoštvo alata (poput uvećavanja fragmenata slike, pomoću čega se mogu obrađivati i najsitniji detalji, stvaranja fraktala i savršenih oblika kakve ljudska ruke ne može, brisanja pogreški i slično), pa sve do računalno kreiranih animacija ili projekcija koje čine trodimenzionalan prostor ili instalaciju. Od nešto suvremenijih tehnologija primjer bi bila umjetnost napravljena korištenjem 3D printera koji omogućava izrazito detaljne i beskrajno raznovrsne modele koji mogu biti umjetnine same za sebe ili dijelovi neke veće instalacije. Dobar primjer koji pokazuje kako se digitalna i 3D printana umjetnost mogu preklapati su radovi umjetnika Eyala Gevera koji računalno stvara maštovite digitalne ambijente, a zatim ih prebacuje u fizički prostor kao skulpture putem 3D printera (sl. 1).⁷²

Osim inovacija u stvaranju umjetnosti, moderna tehnologija omogućila je i nove načine promatranja umjetnosti koja s vremenom sve više prožima osjetila. Izvrstan novi alat za doživljaj umjetnosti koji se razvio početkom ovoga stoljeća bile su 3D panorame, odnosno

⁶⁹ Usp. Jia Jia Fei, *Art in the Age of Instagram*, TEDxMarthasVineyard, 2016., »So, in the pre-digital photography era, the message was: 'This is what I'm seeing. I have seen.' Today the message is: 'I was there. I came, I saw, and I selfied.'⁶⁹ (slobodan prijevod A. M.)

⁷⁰ Usp. *Social Media Guide, How Social Media Changed This World for the Better*, 2018., »'Never before has an artist had the power to get into a conversation directly with their audience,' cheers artist Stuart Semple in *Gotham Magazine*.« (slobodan prijevod A. M.), <http://socialmediapromotionguide.com/social-media-world/> (pregledano 8. lipnja 2020.),

⁷¹ Usp. TATE, *Digital Art*, <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/d/digital-art> (pregledano 10. lipnja 2020.)

⁷² Usp. Eyal Gever, *Sphere Pop*, 2015. <http://www.eyalgever.com/spherepop/> (pregledano 10. lipnja 2020.)

panorame koje nude pogled na okolinu od 360°, što imitira osjećaj kao da se promatrač nalazi u prostoru pred samim djelom. Primjerice, sveučilište u Kolumbiji je 2000. godine pokrenulo edukativni projekt nazvan *Real virtual* namijenjen učenicima i studentima umjetnosti ili arhitekture koji im omogućava razgledavanje nekih od najpoznatijih svjetskih građevina koje pokrivaju vremenski okvir od antike do moderne arhitekture.⁷³ Učenici su se tako mogli virtualno prošetati kupaonicom u Le Corbusierovoj *Villi Savoye* (1929.) ili baciti pogled na svod Neronove *Domus aureae* (1. st.), kao i na više od 500 drugih lokacija.⁷⁴ Danas postoji velik broj stranica koje nude širok izbor panorama umjetničke tematike, a mogu se izraditi i pomoću većine pametnih telefona.



Slika 1: Eyal Gever, *Sphere Pop*, 2015., 3D Print u VeroWhite smoli, 940 x 841 x 707 mm, The Sixth Element Collection by Stratasys

U kontekstu virtualnih iskustava vezanih uz umjetnost svakako treba spomenuti virtualne muzeje. Posjetitelji se danas mogu prošetati velikim brojem svjetskih muzeja i galerija bez da napuste svoj dnevni boravak, a u tom je pogledu neizostavna inicijativa digitalne platforme *Google Arts & Culture*, koja surađuje s kulturnim institucijama i umjetnicima širom svijeta s ciljem da se svjetska umjetnost učini dostupnom svima. Između ostaloga, ova

⁷³ Usp. *Real Virtual*, Columbia University, <http://projects.mcah.columbia.edu/ha/index.html> (pregledano 10. lipnja 2020.)

⁷⁴ Usp. Društvo Arhitekata Zagreba, *3D panorame za učenje i uživanje*, 2012. <http://www.d-a-z.hr/hr/vijesti/3d-panorame-za-ucenje-i-uzivanje,1593.html> (pregledano 11. lipnja 2020.)

platforma omogućuje i virtualni posjet poznatim muzejima širom svijeta, kao i pristup reprodukcijama više od tristo tisuća umjetničkih djela na osamnaest svjetskih jezika. Kako bi umjetnost približili i mladima, ova je platforma 2018. godine izbacila i dodatak koji ju je plasirao kao najpopularniju aplikaciju na iOS i Android platformama u siječnju 2018. godine, takozvani *selfie-matching* koji omogućuje spajanje fotografije korisnika s likom slične fizionomije u nekom umjetničkom djelu iz kolekcije.⁷⁵ Kako bi se olakšalo snalaženje među mnogobrojnim opcijama muzeja i galerija, *Google Arts & Culture* je najveće svjetske institucije predložio kao prvi odabir pri ulasku na stranicu,⁷⁶ ali se virtualne ture mogu pretraživati i po raspoloženju koje korisnik ima u tom trenutku, boji ili materijalu, te nudi još mnoštvo zanimljivog sadržaja.

Obilazak muzeja, ali i svijeta umjetnosti općenito, dobiva novu dimenziju i uživo – pomoću tehnologije proširene stvarnosti koja koristi postojeću tehnologiju pametnih telefona kako bi dodala sloj informacija ili vizualnih elemenata na ono što pojedinac vidi u fizičkom svijetu, čime se preklapaju fizički svijet u kojem se nalazimo i virtualni svijet u kojemu provodimo velik dio svog vremena. Muzeji koriste ovu tehnologiju kako bi posjetiteljima omogućili dublju interakciju s umjetninama, a umjetnici kako bi dali novu dimenziju svojim djelima.⁷⁷ Prema Thomasu Evansu (2017.), koji piše o razvoju tehnologije u umjetnosti, pomaci u tehnologiji uvijek su utjecali na stvaranje umjetnosti, te tako danas umjetnici istražuju mogućnosti virtualne stvarnosti, koja pojedinca smješta u potpuno novu simuliranu okolinu u kojoj može promatrati, slušati i komunicirati s virtualnom verzijom stvarnosti, kako bi pomicali granice moderne umjetnosti.⁷⁸

⁷⁵ Usp. *Google Arts & Culture*, <https://artsandculture.google.com/> (pregledano 15. svibnja 2020.)

⁷⁶ Usp. *Google Arts & Culture, Collections*, <https://artsandculture.google.com/partner?hl=en> (pregledano 15. svibnja 2020.)

⁷⁷ Usp. Thomas Evans, *The Rise of Technology in Art*, Bare Conductive, 2017.

<https://www.bareconductive.com/news/the-rise-of-technology-in-art/> (pregledano 12. lipnja 2020.)

⁷⁸ Usp. Isto.

4. Društvene mreže u nastavi

4.1. Facebook

Kao najpopularnija i najkorištenija društvena mreža na svijetu koja broji više od 2,2 milijarde korisnika, *Facebook* nudi mnoštvo alata koji se mogu primijeniti u nastavi. U ovom poglavlju ti će se alati istražiti u vidu njihovih komunikacijskih prednosti, kao i onih sadržajnih koje su značajne za nastavu Likovne umjetnosti. Uzevši u obzir kako je *Facebook* nezaobilazna pojava u modernom društvu, velika većina učenika već je upoznata s načinom na koji ova društvena mreža funkcionira bez obzira imaju li kreiran profil na njoj ili ne. George VanDoorn i Antoinette A. Eklund (2013.), koji se bave istraživanjem komunikacijskog potencijala *Facebooka* u učenju i podučavanju, tvrde kako *Facebook* ima privilegiranu poziciju kao glavna društvena mreža kojoj se nastavnici okreću za razvoj društvene povezanosti sa svojim učenicima, i u tom je smislu dodatak komunikaciji i podučavanju licem u lice, te jača društvene odnose koji su izgrađeni u fizičkom prostoru učionice.⁷⁹

Za početak, osnovni oblik komunikacije je preko poruka korištenjem *Facebook Messenger*a, aplikacije koju je *Facebook* osmislio 2010. godine kao funkciju odvojenu od glavne *Facebook* platforme. Korisnici njome mogu slati poruke, razmjenjivati slike, videa, zvučne zapise ili dokumente, reagirati na međusobne poruke, te obavljati telefonske i video pozive. U nastavnom kontekstu, to znači da *Facebook* omogućuje stvaranje zajedničkog razgovora (eng. *inbox*) u kojemu sudionici mogu biti svi članovi razreda uključujući i nastavnika, ili skupine učenika koje je nastavnik odredio za rad u grupi. Time su svi razgovori, podijeljene informacije i datoteke na jednom mjestu i opcijom pretraživanja u njima se lako može snalaziti. Tu svakako treba napomenuti i činjenicu kako se *Facebooku* osim preko računala može i pristupiti putem mobilne aplikacije, što učenicima dodatno olakšava pristup sadržajima koji su, doslovce, nadohvat ruke. No za razmjenu materijala za nastavu praktičnije je kreiranje zajedničke grupe. Ondje je sav sadržaj poslagan u kategorije poput: *Rasprava*, u kojoj učenici mogu postaviti upite ili u tražilici pronaći odgovore na nejasnoće iz neke od prethodnih objava; *Medijskog sadržaja*, u kojoj se nalaze sve slike ili videozapisi koji su objavljeni u grupi, *Datoteka*, u kojoj se nalaze svi dokumenti ili *Događaja*, u kojoj nastavnici

⁷⁹ Usp. George VanDoorn, Antoinette A. Eklund, »Face to Facebook: Social media and the learning and teaching potential of symmetrical, synchronous communication«, u: *Journal of University Teaching & Learning Practice*, 10/1 (2013), str. 1.

moгу kreirati događaje vezane uz nastavu ili obavještavati učenike o nadolazećim izložbama ili drugim aktivnostima koje mogu biti od nastavnog značaja.

Osim što su izvrstan i praktičan komunikacijski i nastavni alat, pojedine grupe na *Facebooku* imaju i velik sadržajni značaj, kako za učenike, tako i za nastavnike. Jedna od popularnih grupa pod nazivom *Art History Teaching Resources* okuplja *online* zajednicu od (trenutačnih) 7.3 tisuće članova koji podučavaju likovnu umjetnost ili sadržaje iz vizualne kulture, a u grupi mogu dijeliti nastavna sredstva ili planove, kao i vlastita iskustva i upite u vezi podučavanja umjetnosti. Uz sve promjene koje u nastavu donosi razvoj medija i tehnologije, veoma je bitno da nastavnici umjetnosti imaju potporu svoje profesionalne okoline i mjesto u kojoj mogu dijeliti znanja i vještine kao i alate za razvoj istih. *Art History Teaching Resources* inače je mrežna (*web*) stranica koja služi kao repozitorij obrazovnog materijala koji se stalno nadograđuje i širi, te unutar toga okuplja virtualnu zajednicu nastavnika iz područja povijesti umjetnosti u svim stadijima njihovih akademskih i profesionalnih karijera.⁸⁰ Na *Facebooku* ovaj je izvor prisutan kao stranica i kao grupa. Dok se na stranici nalaze objave i obavijesti vezane uz sadržaj stranice, grupa sadržava rasprave i razgovore članova zajednice. Kao što njezin opis navodi, grupa omogućuje suradnju učitelja, nastavnika i profesora, te potiče njihovo dijeljenje ideja i iskustava u podučavanju umjetnosti i umjetničkih područja s ciljem poboljšanja nastave i osobnih kompetencija.⁸¹ Pregledom stranice, primjetno je kako je većina objava vezana upravo uz traženje savjeta ili tuđih iskustava u načinu obrade neke umjetničke tematike, resursa na koje učenici pozitivno reagiraju ili dijeljenja dokumenata, metodičkih vježbi, prijedloga nastavnih planova ili internetskih seminara na temu podučavanja umjetničkih tematika.

S druge strane, *Facebook* grupe mogu pomoći učenicima da razviju vlastiti interes za umjetnost, ali i da budu upućeni u događanja u svijetu umjetnosti i prate izložbe u svojoj okolini. Tako primjerice grupa *Galerija remek-djela / ZAGREB* u svrhu »širenja likovne kulture na međuzupanijskom i međunarodnom području«⁸² sadrži informativne objave s biografijama umjetnika uz primjere djela, aktualne članke na temu umjetnosti te obavijesti o umjetničkim izložbama u Zagrebu. Ovakva grupa u nastavi se može koristiti kako bi se učenike poticalo na informiranost o umjetničkim događanjima u svome gradu, na način da ih se, primjerice, nagradi za doprinos u predlaganju razrednog odlaska na izložbu. Na ovaj način, učenici mogu predlagati

⁸⁰ Usp. AHTR, Mission, <http://arthistoryteachingresources.org/about/> (pregledano 15. lipnja 2020.)

⁸¹ Usp. *Art History Teaching Resources, Facebook* (javna grupa), Informacije, <https://www.facebook.com/groups/arthistoryteachingresources/about> (pregledano 15. lipnja 2020.)

⁸² Usp. *Galerija Remek-djela / ZAGREB*, Informacije, *Facebook*, <https://www.facebook.com/groups/626470477373125/> (pregledano 17. lipnja 2020.)

izložbe koje su otkrili putem korištenja *Facebooka*, te kolektivnom raspravom doći do odluke koju će izložbu posjetiti. Izložbe mogu posjećivati i sami, a za nagradu dobiti odličnu ocjenu nakon određenog broja posjeta izložbi. Kao što je navedeno u *Kurikulumu* (2019.), za razvijanje kritičke prosudbe umjetničkog djela na temelju neposrednog kontakta, »Ishod se ostvaruje u stalnim postavima muzeja, na retrospektivnim i tematskim izložbama, u gradskome prostoru i na arheološkim lokalitetima.«⁸³ Stoga je uključivanje učenika u istraživanje i odabir izložbi koje bi mogao posjetiti nadogradnja na ispunjenje ovog odgojno-obrazovnog ishoda.

U svrhu razvijanja osobnog interesa prema umjetnosti, učenike treba poticati i da istraže grupe koje se tiču onog aspekta umjetnosti koji njih interesira, što može varirati od umjetnosti drevnih civilizacija, primjerice grupa *Ancient Wonders of Archaeology, Art History & Architecture*,⁸⁴ u kojoj približno 350 tisuća članova dijele ljubav prema drevnim artefaktima, umjetninama, iskopinama ili građevinama, novovjekovne umjetnosti, primjerice grupa *The Renaissance Experience*⁸⁵ u kojoj se, između ostaloga, cijene kvalitetne reprodukcije, informativni opisi svih objava, ali i humor, čime je osiguran zabavan, informativan i šarolik prostor za sve ljubitelje renesansnog izričaja, pa sve do moderne umjetnosti kojoj su posvećene objave u grupi kao što je *Modern Art 20th Century*,⁸⁶ gdje više od 173 tisuće članova može dijeliti djela moderne umjetnosti u razdoblju od 1860. do 1980. godine. Na *Facebooku* se također mogu naći i stranice posvećene određenim umjetnicima, čiji sadržaj mogu kreirati muzeji ili institucije – primjerice, *Facebook* stranica Salvadora Dalíja koju vodi cijenjena Udruga Salvador Dalija (*The Salvador Dali Society*®),⁸⁷ ili ona Vincenta van Gogha koju vodi istoimeni muzej u Amsterdamu.⁸⁸ Sadržaj stranica, s druge strane, može biti i amaterski, stvoren od strane obožavatelja tog umjetnika, poput stranica posvećenih Édouardu Manetu⁸⁹ ili Pablu Picassu.⁹⁰ Dakako, za nastavne svrhe učenicima treba predlagati samo stranice provjerene točnosti informacija. Od prehistorijskih špiljskih oslika do impresionizma, preko bizantskih mozaika pa do suvremene umjetnosti, spektar tema različitih *Facebook* grupa poklapa se s mnogobrojnim interesima koje učenici mogu otkriti i gdje mogu pronaći zajednicu s kojom

⁸³ *Kurikulum*, 2019.

⁸⁴ *Ancient Wonders of Archaeology, Art History & Architecture*, Javna grupa, *Facebook*, <https://www.facebook.com/groups/Archaeology.Prehistoric/> (pregledano 16. lipnja 2020.)

⁸⁵ *The Renaissance Experience*, Javna grupa, *Facebook*, <https://www.facebook.com/groups/TheIntriguingRenaissance/> (pregledano 16. lipnja 2020.)

⁸⁶ *Modern Art 20th Century*, Javna grupa, *Facebook*, <https://www.facebook.com/groups/1235080896502994> (pregledano 2. rujna 2020.)

⁸⁷ *Salvador Dalí*, *Facebook*, <https://www.facebook.com/SalvadorDaliPage/> (pregledano 4. rujna 2020.)

⁸⁸ *Vincent van Gogh*, *Facebook*, <https://www.facebook.com/vincentwillemvangogh> (pregledano 16. lipnja 2020.)

⁸⁹ *Édouard Manet*, *Facebook*, <https://www.facebook.com/%C3%89douard-Manet-239370323209578/> (pregledano 4. rujna 2020.)

⁹⁰ *Pablo Picasso*, *Facebook*, <https://www.facebook.com/ArtistPabloPicasso/> (pregledano 4. rujna 2020.)

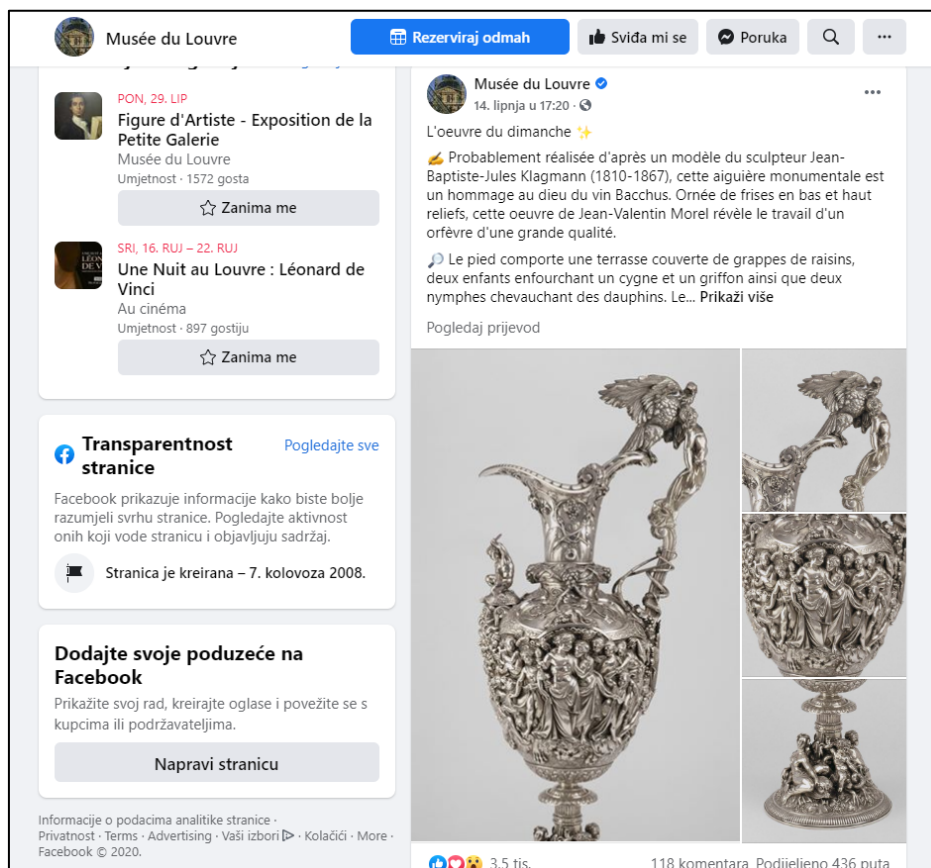
dijele isto zanimanje. No ovdje svakako bi trebalo spomenuti i jednu nedavno stvorenu grupu pod nazivom *Umjetnost dolazi vama* čiji je nastanak potaknut preporukom za izolacijom u vrijeme trajanja trenutne pandemije. Grupu je osnovala i pokrenula ekipa kulturne redakcije Radio Studenta u svrhu kulturnog uzdizanja tijekom izolacije. Od kreiranja 15. ožujka, grupa je u tri mjeseca skupila preko 26 tisuća ljubitelja kulture. Kako je navedeno u informacijama o grupi, u njoj je »dopušteno dijeliti sve što se tiče kulture: virtualne šetnje po galerijama, muzejima, radio drame, snimke predstava, live streamove predstava, *online* knjige, audio knjige, platforme za gledanje filmova, emisije, podcaste, razgovore s umjetnicima i tako dalje, i tako bliže, čega se sjetimo i što pronađemo ili što pronađe nas (čudni su putevi kulturni). U grupi su teme objava 'Filmsko', 'Kazališno', 'Književno' i 'Likovno', čisto da se lakše svi snađemo u pretraživanju onoga što nas zanima, a također postoji i tema 'Informativno', u slučaju da želite podijeliti kakvu informaciju ili pitanje s nama. Također se i slobodno mogu podijeliti događaji koji će se zbivati, uz, naravno, svijest o brizi te preporukama nadležnih.«⁹¹ U grupi većinom sudjeluju mladi ljudi koji potiču rasprave, dijele sadržaje i mišljenja i poštuju pravila grupe kako bi ona zaista bila prostor u kojem se cijeni i širi kultura i umjetnost, kako hrvatska, tako i svjetska.

U istraživanju informativnih bespuća *Facebooka*, bitno je napomenuti i razliku između grupa i stranica. Dok *Facebook* grupe služe za komunikaciju i daju platformu ljudima da izraze svoje mišljenje i dijele zajedničke interese u kontekstu specifične teme, te sadržaj grupa članovi stvaraju zajedno objavom materijala vezanih uz temu, *Facebook* stranica služi javnim osobama, poduzećima, organizacijama i drugim subjektima da kreiraju svoju javnu prisutnost, a sadržaj stranice stvaraju njezini organizatori, te tako omogućuju pratiteljima stranice praćenje informacija i novosti o temi. Praćenje sadržaja olakšano je glavnim izbornikom na kojemu se mogu odabrati videozapisi, fotografije ili objave te stranice. Tim *Facebooka* puno pozornosti stavlja na autentičnost stranica, što je u ovome kontekstu bitno jer učenike treba upućivati samo na stranice provjerene točnosti i kvalitete sadržaja. U tom pogledu prednost u nastavi bi trebalo dati stranicama važnih institucija, poput primjerice službenih stranica raznih poznatih muzeja koje su izvrstan izvor informacija jer okupljaju tim stručnjaka koji osiguravaju njihovu točnost, a od kojih je na *Facebooku* trenutno najpopularniji *Musée du Louvre* koji broji preko 2.5 milijuna pratitelja.⁹² Iako je sadržaj stranice većinom na francuskom jeziku, objave često imaju

⁹¹ *Umjetnost dolazi vama*, Javna grupa, *Facebook*, <https://www.facebook.com/groups/634901463744586/about> (pregledano 22. lipnja 2020.)

⁹² *Musée du Louvre*, Muzej likovih umjetnosti, *Facebook*, <https://www.facebook.com/museedulouvre/> (pregledano 20. lipnja 2020.)

verziju na engleskom jeziku, a *Facebook* uz svaku objavu nudi i opciju automatskog prijevoda na željeni jezik (još jedna prednost ove platforme koja koristi učenicima koji imaju poteškoća s razumijevanjem engleskog jezika), dok za videozapise na francuskom jeziku postoji opcija odabira engleskih podnaslova. Sam sadržaj stranice većinom se sastoji od slikovnih ili video objava koje prezentiraju djela iz kolekcije muzeja uz simpatične i zanimljive opise koji daju informacije o autoru, značenju djela i stilskim specifičnostima, kao i lokaciji u muzeju na kojoj se ono može pronaći (sl. 2).

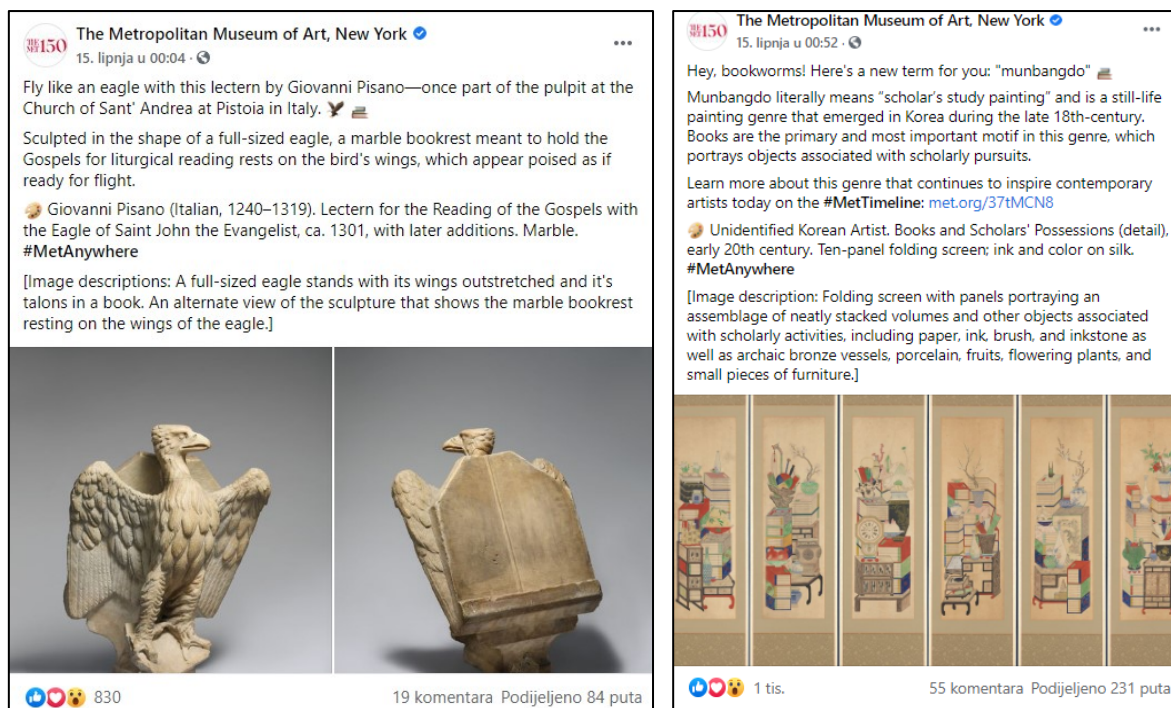


Slika 2: Primjer izgleda *Facebook* stranice *Musée du Louvre*

Od drugih popularnih službenih muzejskih stranica ističe se ona *The Metropolitan Museum of Art, New York*, čiji sadržaj prati preko dva milijuna ljudi.⁹³ Njihov suvremen i humorističan pristup u prezentiranju djela iz kolekcije muzeja koja obuhvaća djela nastala u vremenskom rasponu od pet tisuća godina vrlo je pristupačan za učenike. Na stranici se mogu pronaći i mnogi dodatni sadržaji poput prijenosa performansa, intervjua s umjetnicima, virtualnih obilazaka izložbi i dijelova muzeja, te kolekcije videopriča koje se tiču umjetničkih

⁹³ *The Metropolitan Museum of Art, New York, Facebook*, <https://www.facebook.com/metmuseum/> (pregledano 21. lipnja)

pojava, konzervacije, glazbe, mode i povijesti. Naglasak u ovim pričama je na interdisciplinarnosti, povezivanju moderne perspektive s proteklim razdobljima i poticanju interesa pratitelja i posjetitelja za umjetnost, i to od najmlađe dobi. Tako se dio objavljenih sadržaja tematizira po onome što se trenutačno događa u svijetu. Primjerice, za Očev dan ove godine (koji se u SAD obilježavao 21. lipnja 2020.), muzej je objavio čestitku svim očinskim figurama uz primjere umjetnina različitih razdoblja koje prikazuju odnose očeva i djece iz indijske, egipatske, japanske i američke umjetnosti.⁹⁴ Sadržaj stranice prezentiran je i obrađen na izrazito dopadljiv način gdje svatko može naći nešto što bi odgovaralo njegovom osobnom interesu. Iako su opisi objava vezanih uz umjetnička djela sažeti, oni sadržavaju informacije koje su jasne i pamtljive, a učenicima daju do znanja na što trebaju obratiti pozornost kada promatraju neko djelo (sl. 3; sl. 4). Objave obično započinju šaljivom dosjetkom koja privlači pozornost, a zatim slijede informacije o kojem se djelu radi, koji je njegov kulturno-povijesni kontekst ili funkcija, te nešto o autoru (ako je poznat) i kratak opis djela, sve unutar nekoliko rečenica.



Slika 3, Slika 4: Primjeri opisa umjetničkih djela na Facebook stranici *The Metropolitan Museum of Art, New York*

Sličan pristup prema korisnicima ima i stranica londonskog *British Museum*a čije objave o kolekciji koja bilježi »preko dva milijuna godina ljudske povijesti i kulture«, a koja

⁹⁴ *The Metropolitan Museum of Art, New York, Facebook*, <https://www.facebook.com/metmuseum/posts/10157697043602635> (pregledano 21. lipnja)

potiče iz Azije, Afrike, Europe, Sjeverne i Južne Amerike,⁹⁵ prati 1.5 milijuna ljudi. Na početnim stranicama spomenutih muzeja nalaze se izbornici koji korisnike upućuju na njihove pripadajuće profile društvenih mreža poput *Pinteresta*, *Twittera*, *Instagrama* ili *YouTubea*, čime se vrši ne samo promocija tih institucija, već pokazuje i koliko su društvene mreže isprepletene i povezane, te dijele korisnike na nekoliko platformi. Spomenuti muzeji dom su nekima od najznačajnijih djela umjetnosti kroz čitavu ljudsku povijest, što za učenike znači da, ako na nastavi recimo obrađuju temu egipatske umjetnosti, korištenjem *Facebooka* mogu pristupiti instituciji u kojoj se čuvaju ključna djela egipatske umjetnosti te imaju uvid u objave koje daju okvirne informacije o njima, videa koji obrazlažu njihov povijesni kontekst i stilski značaj, proces njihove konzervacije ili pregled muzejskog prostora u koji su smještene.

U *Kurikulumu* (2019.) velik je naglasak stavljen na odabir i primjenu relevantnih podataka i njihovog smještanja u kontekst pri analizi djela: »Odgajanje opažaja i razvoj kritičkoga mišljenja kroz istraživačko gledanje cilj je analize likovnoga djela. Učitelj doprinosi učenikovu razumijevanju likovnoga djela vodeći ga kroz proces gledanja/vođeno promatranje. Od izražavanja prvog doživljaja o djelu preko opisivanja i formalne analize do interpretacije i sagledavanja djela kroz razne kontekste učenik razvija kritički stav.«⁹⁶ Uz pomoć nastavnika, učenici će naučiti dubinski analizirati djelo, a praćenje ovakvog sadržaja korisno je upravo za kontinuirano razvijanje kulture promatranja umjetnosti i prepoznavanja njihovih bitnih značajki. Osim službenih stranica muzeja, postoje i druge stranice koje su odličan izvor informacija o svijetu umjetnosti. Slično grupi *Art History Teaching Resources*, stranica *Art History Resources* koristan je alat za nastavnike. Stranicom upravlja Christopher L. C. E. Witcombe, ugledni povjesničar umjetnosti i stručnjak koji iza sebe ima desetke knjiga, eseja, članaka, istraživanja i tečajeva održanih na temu umjetnosti.⁹⁷ Sadržaj stranice većinom se sastoji od članaka koji problematiziraju umjetničke pojave ili donose novosti o trenutnim događanjima iz umjetničkog svijeta, aktualnim izložbama i slično. Također se na stranici mogu naći i kvizovi, *podcastovi*, povijesni vodiči za virtualna putovanja kroz protekla razdoblja i reprodukcije detalja umjetničkih djela. Ova je stranica korisna za nastavnike jer na jednom mjestu sadržava članke i poveznice sa brojnih drugih umjetničkih stranica koje nisu vezane uz *Facebook*, a čiji sadržaj može biti iskorišten za učeničke projekte i istraživanja. Na primjer, po

⁹⁵ Usp. *British Museum*, Muzej povijesti, Info, *Facebook*, »Discover over two million years of human history and culture.« (slobodan prijevod A. M.), https://www.facebook.com/britishmuseum/about/?ref=page_internal (pregledano 17. lipnja)

⁹⁶ *Kurikulum*, 2019.

⁹⁷ Usp. Dr. Christopher L. C. E. Witcombe, *Art History Resources*, <http://arthistoryresources.net/witcombe-images/> (pregledano 20. lipnja 2020.)

uzoru na povijesne vodiče kakvi se mogu naći na stranici, nastavnik može pokrenuti grupni razredni projekt gdje učenici rekreiraju gradove iz određenih vremenskih perioda. Tako bi, primjerice, jedan nastavni sat mogao biti posvećen rekreiranju izgleda Firence u 15. stoljeću, ili Londona u 19. stoljeću, u sklopu nastavnog programa za 2. razred srednje škole kada se istražuje pitanje urbanizma i urbanističkih sklopova kroz povijest.

No za razliku od ove stranice čiji je sadržaj nešto ozbiljnije i profesionalnije prirode, i time prikladniji nastavnicima za korištenje, za potrebe poticanja učeničkog interesa za umjetnost koji nije dio nastavnog kurikuluma, odličan sadržaj na koji ih nastavnici mogu uputiti moći će pronaći na stranicama kao što su *Artsy* (925.449 pratitelja)⁹⁸ ili *Colossal* (929.539 pratitelja).⁹⁹ Obje su izvor člancima koji su u toku s umjetničkim trendovima i trenutnim događanjima u svijetu, pa su tako trenutne objave velikim dijelom vezane uz umjetničke izričaje koji su nastali kao reakcija na pandemiju uzrokovanu virusom *COVID-19*, poput rada Marie Popove koja izrađuje dizajnerske zaštitne maske s motivima prirode iz povijesnih ilustracija (sl. 5),¹⁰⁰ ili umjetničke reakcije na pokret *Black Lives Matter* koji je trenutno u jeku u SAD-u, a čiji se društveni i povijesni značaj dijelom prenosi i kroz činjenicu da, prema članku na stranici *Artsy*, muzeji prikupljaju protestne plakate i znakove s protesta za Georgea Floyd. U vezi te inicijative, Aaron Bryant, kustos u *Nacionalnom muzeju povijesti i kulture Afroamerikanaca* u Washingtonu (*National Museum of African American History and Culture*) izjavio je: »Prikupljanje je od kritične važnosti kako ovaj trenutak ne bi bio izgubljen. Razgovaramo s ljudima kako njihove priče ne bi bile zaboravljene. Povijest se događa pred našim očima. [...] Ako mi ne skupimo ove stvari, tko zna što će se dogoditi s njima.«¹⁰¹ Zašto je ovo bitno za učenike? Njihov razvoj kompetencija aktivnog doživljavanja, kritičkog promišljanja i analiziranja djela od prapovijesti do modernog doba podrazumijeva uspostavljanje veze između likovnog izričaja i društveno-povijesne zbilje kojih su ona odraz.¹⁰² Stoga je sadržaj koji iznosi primjere umjetničkog izričaja koji je reakcija na ono što se u svijetu događa danas za učenike bitna ne samo kao prirodan nastavak na razvoj tih kompetencija, nego i za razumijevanje i aktivno sudjelovanje u suvremenom životu. No i izvan umjetnosti koja nosi politički naboj, radi

⁹⁸ *Artsy*, Facebook, <https://www.facebook.com/artsy> (pregledano 27. svibnja 2020.)

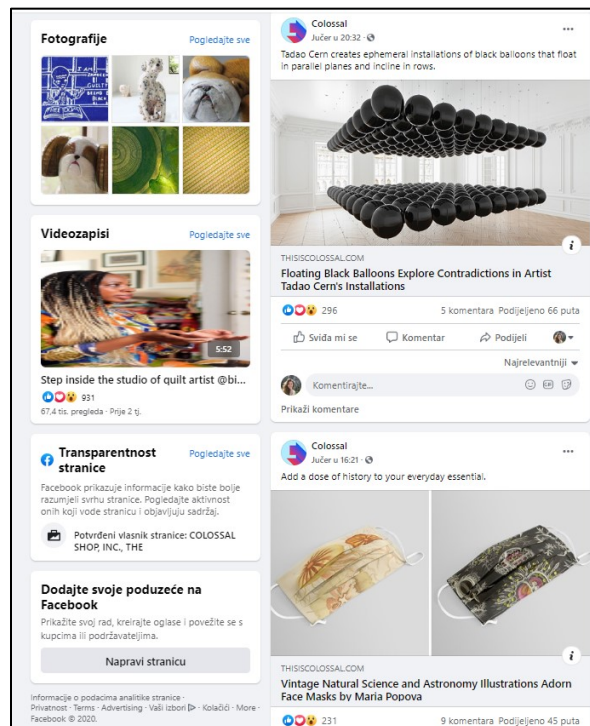
⁹⁹ *Colossal*, Facebook, <https://www.facebook.com/thisiscolossal/> (pregledano 17. lipnja 2020.)

¹⁰⁰ Usp. *Vintage Natural Science and Astronomy Illustrations Adorn Face Masks by Maria Popova*, *Colossal*, https://www.thisiscolossal.com/2020/06/aria-popova-face-masks/?fbclid=IwAR3Nwo6Sn3EzFQwCvY0gUd_-wwoXjQPeba3UK_GceYpubFUePtkGaYTxfDo (pregledano 24. lipnja 2020.)

¹⁰¹ Usp. *Museums are collecting protest signs from the George Floyd demonstrations*, *Artsy*, »It is critical that we collect so this moment does not get lost. We talk to people so we don't forget their stories. History is happening right before us. [...] If we don't collect this stuff, who knows what happens to it.« (slobodan prijevod A. M.) <https://www.artsy.net/news/artsy-editorial-museums-collecting-protest-signs-george-floyd-demonstrations> (pregledano 20. lipnja 2020.)

¹⁰² Usp. *Kurikulum*, 2019.

se o šarolikom, dinamičnom i značajnom sadržaju koji donosi suvremeni svijet umjetnosti, a ostvaren je putem raznih inovativnih medija koji bi učenicima mogli potaknuti interes i želju za upućenosti.



Slika 5: Izgled Facebook stranice Colossal

4.2. YouTube

YouTube platforma najveća je i najpopularnija video društvena mreža koja sadržava izvrsne kanale na temu likovne umjetnosti. Korištenje animacija i prezentiranje sadržaja uz reprodukcije ili videozapise djela rezultira zanimljivim, zabavnim i privlačnim izvorima za učenje o umjetnosti. U prilog tome, Dana Jandhyala (2016.) tvrdi kako su slike najjednostavniji i najefikasniji način da se informacija pohrani u dugoročno pamćenje, dok se riječi procesuiraju putem kratkoročnog pamćenja od čega samo dio ostane zadržan u dugoročnom pamćenju, te se slike za razliku od teksta u mozgu procesuiraju šezdeset tisuća puta brže.¹⁰³ Također, vizualne se informacije procesuiraju u istom dijelu mozga kao i emocije, a vizualni podražaj i emocionalna reakcija su povezani procesi koji stvaraju sjećanje. Korištenjem videa u podučavanju i učenju potiče se stvaranje sjećanja koja ostaju u dugoročnom pamćenju učenika, a odličan su način i za učenje apstraktnijih i kompleksnijih koncepata ili tema. Međutim, ovi

¹⁰³ Usp. Dana Jandhyala, *Visual Learning: 6 Reasons Why Visuals Are The Most Powerful Aspect Of eLearning*, eLearning Industry, 2017., <https://elearningindustry.com/visual-learning-6-reasons-visuals-powerful-aspect-elearning> (pregledano 24. lipnja 2020.)

pozitivne strane dolaze do izražaja samo ako se koriste na ispravan način, pri čemu kvaliteta i relevantnost sadržaja igraju bitnu ulogu. U tom smislu Jandhyala ističe važnost visoke kvalitete reprodukcija i video materijala, te njihovo korištenje u objašnjavanju teme na jasan i konkretan način, kako bi se informacije i prikazi mogli povezati u smislenu cjelinu koja bi učenicima bila logična i lakše usvojiva.¹⁰⁴ Phillip J. Guo, Juho Kim i Rob Rubin u svojem istraživanju 2014. godine bavili su se ispitivanjem korelacije utjecaja video materijala u podučavanju i na učenički angažman, a doneseni zaključci temeljeni su na iskustvima oko 128.000 učenika kroz gotovo 7 milijuna susreta u kojim su se gledali videi. Ovi se rezultati mogu iskoristiti u svrhu osvještavanja kakav bi sadržaj mogao biti poticajan za učenike, no i kao smjernice za učenike u stvaranju njihovih vlastitih video uradaka, kao dio nastavnog projekta, što je svakako jedan aspekt ove društvene mreže koji se može iskoristiti za poticanje učeničke kreativnosti u nastavi (sl. 6).

Značajni zaključci	Praktične preporuke
Kraći videi zadržavali su pozornost više od dužih. Pozornost opada nakon 6 minuta.	Duže videe treba podijeliti u segmente koji traju ispod 6 minuta.
Videi koji prikazuju predavačevo lice dok priča uz slajdove s tekstom više zadržavaju pozornost učenika nego sami slajdovi.	Predavača treba prikazati u prikladnim vremenima – slika u slici dobro funkcionira. Prijelazi između vizuala trebaju biti suptilni.
Videi koji imaju osobniju atmosferu potiču više angažmana od formalnih studijskih snimki.	U snimanju sadržaja, prednost treba dati neformalnom okruženju koje simulira iskustvo jedan-na-jedan.
Snimci učionica uživo ne zadržavaju učeničku pozornost, čak ni kada su dio kraćih videa.	Snimci jedan-na-jedan više uključuju učenika u video, pogotovo u neformalnoj, opuštenoj atmosferi.
Brži i entuzijastični govor više zadržava pozornost od sporijeg, monotonog izražavanja.	Predavač govorom treba izraziti svoju strast i entuzijizam.

Slika 6: Tablično sumiranje glavnih zaključaka istraživanja Gua, Kima i Rubina (2014.)¹⁰⁵

Kad je riječ o sadržajnim izvorima *YouTubea*, najposjećeniji resurs za povijest umjetnosti u svijetu je *Smarthistory*. Radi se o *web* stranici koja okuplja više od tristo povjesničara umjetnosti, arheologa, kustosa i akademika, koji doprinose stvaranju

¹⁰⁴ Usp. Isto.

¹⁰⁵ Usp. Phillip J. Guo, Juho Kim, Rob Rubin, *How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos*, 2014., str. 41–50. Sadržaj tablice slobodan je prijevod (A. M.). https://www.researchgate.net/publication/262393281_How_video_production_affects_student_engagement_An_empirical_study_of_MOOC_videos (pregledano 25. lipnja 2020.)

najkvalitetnijeg sadržaja o likovnoj umjetnosti od paleolitika pa sve do danas, a koji je besplatan i dostupan svima. Njihov *YouTube* kanal, koji broji 177 tisuća pratitelja, jedan je ogranak njihovog djelovanja, a ujedno su zaslužni i za stvaranje povijesno umjetničkog sadržaja stranice i *YouTube* kanala *Khan Academy*, čiji su dekani umjetnosti svojevremeno bili upravo osnivači *Smarthistoryja*, Dr. Steven Zucher i Dr. Beth Harris.¹⁰⁶ Pristupanjem popisima za reprodukciju *Smarthistory* kanala, otvara se pregled videozapisa koji su organizirani u kategorije poput *Periods* (Razdoblja), *Tools for understanding art* (Alati za razumijevanje umjetnosti), *AP Art History* (Napredna povijest umjetnosti), ili trenutno vrlo aktualne teme *Oppression and resistance, the long history of African American struggle seen through art and artifacts* (Ugnjetavanje i otpor, duga povijest afroameričke borbe kroz umjetnost i artefakte).¹⁰⁷ Zanimljivo je primijetiti i kako se ovi videi poklapaju sa smjernicama iz prethodno spomenutog istraživanja, te su u prosjeku duljine 5-6 minuta u kojima dva govornika, Dr. Steven Zucher i Dr. Beth Harris, suosnivači i izvršni direktori *Smarthistoryja* te vrhunski povjesničari umjetnosti, vode diskusiju na određenu temu ili djelo. U argumentiranju se prirodno nadovezuju jedno na drugo, čime se dinamizira sadržaj, ali i ostvaruje intimna atmosfera u kojoj se slušač osjeća kao da se obraćaju upravo njemu. Njihove riječi popraćene su reprodukcijama ili snimkama umjetnina u muzeju, te tako slušača vode kroz proces promatranja i razumijevanja umjetnine ili umjetničke pojave. Kanal je nešto poput auditivno-vizualnog udžbenika te učenicima omogućuje da pronađu dodatan sadržaj za pojašnjenje relevantnih tema, poput onih koje se navode u *Kurikulumu* (2019.). Primjerice, u obrađivanju teme *Ljudsko tijelo u umjetnosti* u 1. razredu srednje škole,¹⁰⁸ profesori i učenici na kanalu mogu pronaći videe koji analiziraju način prikazivanja ljudskog tijela u zapadnjačkom slikarstvu ili skulpturi. Iako video od oko 7 minuta ne može pokriti sve ono što ova tema podrazumijeva, način na koji se pristupa temi ili umjetničkoj analizi djela učenik može primijeniti u analizi drugih djela. Tako su, recimo, u videu pod nazivom *A brief history of representing the body in Western painting* (Kratka povijest prikazivanja tijela u zapadnjačkom slikarstvu) istaknute i uspoređene značajke prikazivanja ljudske forme na rimskom fresko osliku i bizantskom mozaiku.¹⁰⁹ Uzevši to u obzir, učenike se kao dio metodičke vježbe može tražiti da po principu te analize usporede prikazivanje tijela na primjeru romaničkog i baroknog slikarstva (primjerice prikaz raspeća

¹⁰⁶ *About Smarthistory*, *Smarthistory*, <https://smarthistory.org/about/> (pregledano 25. svibnja 2020.)

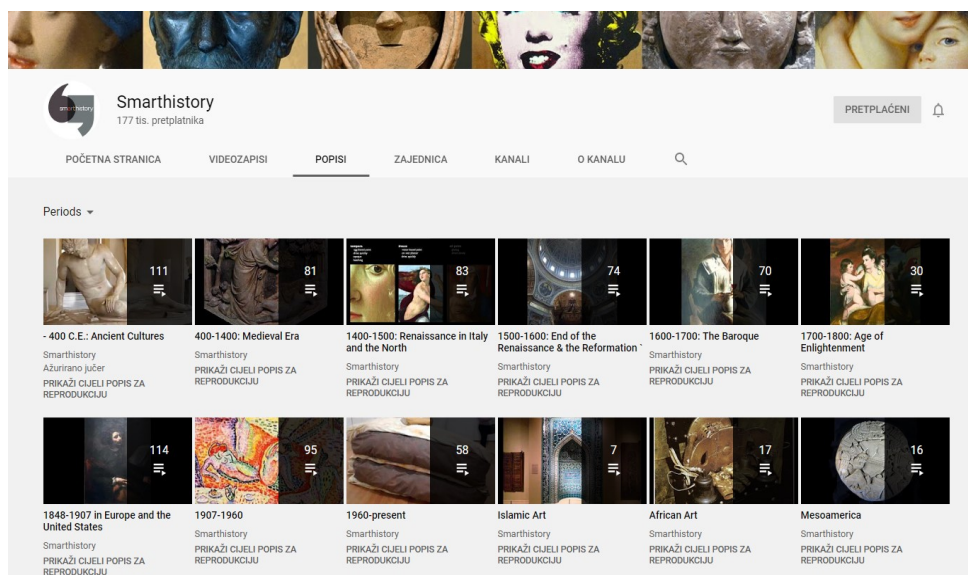
¹⁰⁷ *Smarthistory*, *YouTube*, <https://www.youtube.com/channel/UC3R-xanNgtoa8b7gpVexVIA> (pregledano 25. svibnja 2020.)

¹⁰⁸ Usp. *Kurikulum*, 2019.

¹⁰⁹ *A brief history of representing the body in Western painting*, *Smarthistory*, *YouTube*, https://www.youtube.com/watch?v=0WxPx3_ZSBI&list=PLugP0T-YRCWJNWEavPZG84vJLytxuWuG3&index=8&t=0s (pregledano 25. lipnja 2020.)

Kristovog), obraćajući pozornost na načine oblikovanja likova, stav tijela, odnos likova spram prostora i slično.

Stranica obrađuje doista širok spektar umjetničkog izričaja, no za potrebe korištenja u nastavi, učenike bi trebalo uputiti na popise za reprodukciju pod nazivom *Periods* i *Tools for understanding art*, koji su ranije spomenuti. Kategorija *Periods* (sl. 7) sadržava videozapise koji su kategorizirani po umjetničkim razdobljima unutar kojih su obrađena i pojedinačna umjetnička djela bitna za to razdoblje, a koji su dosta korisni u obradi sadržaja prema *Nastavnom planu i programu za Likovnu umjetnost* (1994.), prema kojemu se od 2. do 4. razreda gimnazije kronološki obrađuju umjetnička razdoblja.¹¹⁰ Iako se za sam plan i program može reći da je zastario i ne ispunjava potrebe suvremenog školstva i zbivanja u svijetu umjetnosti, ovakva podjela i dalje je korisna za učenike i olakšava snalaženje među videima na kanalu. Usto, dok *Kurikulum* (2019.) karakterizira podjela nastavne građe po temama, sadržaj unutar njih može se obrađivati kronološki, te se i u tom pogledu radi o alatu koji učenicima može biti od velike koristi u usvajanju gradiva Likovne umjetnosti. Kroz desetke videa unutar svakog od umjetničkih razdoblja obrađena su najznačajnija djela koja im pripadaju, kao i bitna tehnološka rješenja i društveno-povijesni kontekst. Kategorija *Tools for understanding art* sadržava snimke u kojima se tematiziraju temeljna pitanja o umjetnosti i formalnim i oblikovnim karakteristikama djela, poput načina oblikovanja volumena i prostora, obrazloženja perspektiva, kontraposta ili *chiaroscuro*, pa do pronalaženja značenja u apstrakciji i ideje lijepog u umjetnosti.



Slika 7: Izgled popisa za reprodukciju *Periods* na YouTube kanalu *Smarthistory*

¹¹⁰ Vidi u: »Nastavni programi za predmet Likovna umjetnost«, u: Glasnik Ministarstva kulture i prosvjete Republike Hrvatske, 1994., str. 90–97., http://dokumenti.ncvvo.hr/Nastavni_plan/gimnazije/obvezni/likovni.pdf (pregledano 10 siječnja 2020.)

Uzevši u obzir sadržajnu vrijednost ovog kanala, kao i način na koji je gradivo prezentirano, *Smarthistory* je izvor za koji bi trebao znati svaki profesor, učenik, kao i student umjetnosti i povijesti umjetnosti. Zbog toga i nije iznenađujuće kako se na *web* stranici *Smarthistory* može pronaći popis od gotovo 400 sveučilišta, fakulteta, škola, muzeja i drugih obrazovnih institucija koji ga preporučuju.

Još jedan izvrstan kanal za učenje i podučavanje likovne umjetnosti je *The Art Assignment* koji ima čak 557.000 pratitelja.¹¹¹ Otvoren je 2014. godine sa serijom videa koji istražuju umjetnost i povijest umjetnosti iz perspektive sadašnjosti. Voditeljica i kreatorica ovog kanala, Sarah Urist Green, nekadašnja je kustosica suvremene umjetnosti u *Indianapolis Museum of Art*, a iako su videi često duži od 6 minuta, njezin entuzijazam u interpretacijama u kombinaciji s reprodukcijama koje se izmjenjuju praćenje sadržaja čine izrazito zabavnim. U početnim epizodama, pratitelje se, kroz intervjuje koje Sarah vodi sa svojim suprugom Johnom Greenom, može upoznati s radom i životom etabliranih umjetnika, kao i onih manje poznatih. Ti bi umjetnici potom, kako samo ime kanala implicira, pratiteljima postavili zadatak iz umjetnosti koji se tiče njihovog izričaja. Kao rezultat takvih zadataka nastale su tisuće radova iz cijelog svijeta.¹¹² Vremenom se sadržaj proširio kako bi uklopio potrebu za demistifikacijom umjetnosti i umjetničkih pokreta, i to tematskim serijama videa poput *The Case for*,¹¹³ u kojima se argumentira *slučaj* za opravdavanje važnosti pokreta, umjetnika ili vrsta umjetnosti – pa tako između ostalog postoji *slučaj* za impresionizam, minimalizam, umjetnički performans, Yoko Ono ili Kanye Westa. Još jedna od video serija je *Art Cooking*,¹¹⁴ u kojoj se istražuju život, rad i prehrambene navike umjetnika, pa se uz raspravu o životu umjetnika priprema i jelo koje je značajno za njega – poput čili paprika punjenih sirom i gustom juhom od rajčice kakve je jela Frida Kahlo na svom vjenčanju, ili dnevnog menija Andyja Warhola koji uključuje i *Campbell* juhu. No kanal sadržava još mnoštvo intrigantnog, humorističnog i edukativnog sadržaja koji razlaže i objašnjava neka od kontroverznijih ili mistificiranih ideja ili pojava u umjetnosti – poput pretencioznosti ili banalnosti umjetnosti ("to mogu i ja naslikati"), umjetnosti koja krši zakon, ili se čini kao podvala za publiku.

Ovakav sadržaj koji se bavi kritikom umjetnosti i njenog procesa nastanka izvrstan je materijal za učenike u 4. razredu srednje škole koji se, prema *Kurikulumu* (2019.) bave ulogom

¹¹¹ *The Art Assignment*, YouTube, <https://www.youtube.com/user/theartassignment> (pregledano 23. svibnja 2020.)

¹¹² *Our Mission*, *The Art Assignment*, <http://www.theartassignment.com/about> (pregledano 23. svibnja 2020.)

¹¹³ *The Case For*, *The Art Assignment*, YouTube, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLdGqz6dgvIzbBxo7XJHnOtHfBzid97rtI> (pregledano 25. lipnja 2020.)

¹¹⁴ *Art Cooking*, *The Art Assignment*, YouTube, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLdGqz6dgvIzYLFxstmvIBpxU2hiD1iilb> (pregledano 25. lipnja 2020.)

umjetnosti i umjetnika u društvenom kontekstu i pitanjem umjetničkog stvaralaštva kao egzistencijalne ljudske potrebe, što su sve teme koje ovaj kanal obrađuje. Prethodno spomenuti umjetnički zadaci s ovog kanala odličan su medij za ostvarivanje odgojno-obrazovnog ishoda *Kurikuluma* (2019.), »Učenik reinterpreтира ideju umjetničkoga djela izražavajući se u odabranome mediju«,¹¹⁵ (sl. 8) gdje učenici trebaju realizirati reinterpretaciju umjetničke ideje. Na kanalu se pod popisima za reprodukciju mogu pronaći zadaci po kategorijama medija poput fotografije, skulpture, crteža, oslika, zvuka, tekstila i slično. Za ostvarivanje ovog ishoda, učenici bi mogli odabrati jedan od medija, pri čemu nastavnik treba voditi računa da odabir medija bude što različitiji, i pogledati intervju s umjetnikom koji predlaže odabrani umjetnički zadatak kako bi dobili kontekst onoga što se tim zadatkom treba postići. Potom bi trebali ispuniti zadatak, te prezentirati svoj proces razredu – izložiti nešto o umjetniku čiji su umjetnički izričaj slijedili, objasniti značaj zadatka u kontekstu njegovog stvaralaštva, te prezentiranjem vlastitog rada iznijeti zaključke na temelju tog iskustva.

odgojno-obrazovni ishod	razrada ishoda	odgojno-obrazovni ishodi na razini usvojenosti »dobar« na kraju razreda
SŠ LU A.4.2. Učenik reinterpreтира ideju umjetničkoga djela izražavajući se u odabranome mediju.	– u sklopu teme »Umjetnost i moć« učenik analizira likovne metode i postupke kojima se prenose i ističu poruke odabranoga umjetničkoga djela te izvodi vlastitu likovnu reinterpretaciju umjetničke ideje – u sklopu teme »Umjetnost i stvaralački proces« učenik reinterpreтира postupke realizacije ideje.	Učenik oponaša stvaralački proces izvođeci grafičke analize umjetničkoga djela.
Preporuke za ostvarivanje odgojno-obrazovnih ishoda Likovnim rekonstrukcijama i reinterpretacijama djela učenik u vlastitim radovima oponaša one likovne elemente ili metode koji su ključni za dublje razumijevanje pojedinoga djela te za uočavanje likovnih metoda i mehanizama prenošenja poruke. Mogućnosti izvođenja likovnih rekonstrukcija i reinterpretacija omogućit će učeniku: rekonponiranje umjetničkoga djela preoblikovanjem i reorganizacijom njegovih dijelova; redefiniranje umjetničkoga djela intervencijama na reprodukciji i/ili promjenama konteksta; reinterpretaciju stvaralačkoga procesa istraživanjem tragova fizičkih aktivnosti umjetnika u materijalu; rekonstrukciju početaka komponiranja umjetničkoga djela izvođenjem geometrijskih konstrukcija formata, od odabira formata do razmještanja elemenata u formatu; grafičko oponašanje linija i poteza kojima istražuje rukopis i uspoređuje umjetnička djela izvedena u različitim likovnim medijima (npr. crtež i slikarstvo); osmišljavanje aktivnosti s umjetničkim djelima u obliku funkcionalnih igara kojima se interpreтира logika nastanka djela.		

Slika 8: Odgojno-obrazovni ishod za 4. razred srednje škole iz *Kurikuluma* (2019.)

Kao i na *Facebooku*, i na *YouTubeu* se nalaze sadržaji koje stvaraju veliki svjetski muzeji, uključujući i one spomenute u kontekstu *Facebooka*. Međutim, radi izbjegavanja repetitivnosti sadržaja, u ovom će se poglavlju istaknuti kanali dvaju muzeja koji u ovom radu do sada nisu bili spomenuti: *The Museum of Modern Art* (MoMA) u New Yorku i *The National Gallery* u Londonu. Kanal *MoMA*-e, s 352 tisuće pratitelja prezentira modernu umjetnost, osobito djela iz svoje kolekcije koja sadržava preko dvjesto tisuća umjetnina, s ciljem da istakne njezin značaj koji, kako navodi opis kanala, po važnosti parira svim drugim umjetničkim

¹¹⁵ *Kurikulum*, 2019.

erama.¹¹⁶ Kolekcija muzeja na kanalu ne pretražuje se prema vremenskim razdobljima ili stilskim značajkama, već po mediju. Tako se za svaki razred srednje škole pri obrađivanju ili upoznavanju učenika s novim medijima ili novim načinima korištenja starih medija na ovoj stranici mogu pronaći odgovarajući sadržaji na koji ih se može uputiti za samostalno istraživanje. Unutar kolekcije muzeja mogu pronaći kategorije: slikarstvo i skulptura; fotografija; film; konzervacija; arhitektura i dizajn; mediji i performans.¹¹⁷ U svakoj od ovih kategorija prezentirana su djela iz kolekcije ili umjetnici koji stvaraju umjetnost u tom mediju i opisuju svoj proces inspiracije i rada. Kategorije sadržavaju i videa koja obrazlažu tehničke i filozofske aspekte umjetnosti tog medija, slično kao popis za reprodukciju *Tools for understanding art* na kanalu *Smarthistory*. Osim popisa za reprodukciju koji se bave kolekcijom muzeja, svakako treba istaknuti *MoMA Series*, što se odnosi na popise za reprodukciju koji se tiču same institucije i događanja vezanih uz nju. Tako, primjerice, pratitelji kanala mogu slušati moderne umjetnike kako pričaju o svojem radu, pratiti prijenose uživo iz muzeja, uputiti se u procese konzervacije djela iz kolekcije i slično. U istoj seriji videozapisa, mogu se pronaći i videi koji se bave razdobljem moderne umjetnosti i glavnim konceptima koji se u njoj javljaju nisu podijeljeni na pokrete ili kronološka razdoblja. Umjesto toga, obrađuju se na sličan način na koji je koncipiran *Kurikulum* (2019.) – kroz teme. Ispituje se odnos umjetnosti i prostora, umjetnosti i identiteta, transformacije svakodnevnih objekata, te umjetnosti i društva.¹¹⁸ Budući da svaki funkcionira kao kratak pregled (ispod 5 minuta) problematike koju donosi moderna umjetnosti, u nastavi se može iskoristiti kao odličan uvod u svaku od ovih tema. Na kanalu se mogu pronaći i serije videa pod nazivom *How to see*, u kojima kustosi i gostujući umjetnici istražuju muzej kako bi objasnili svoj pogled na suvremenu umjetnost,¹¹⁹ i *The way I see it* u kojima vodeće kreativne ličnosti pričaju o tome kako ih određeno djelo iz kolekcije inspirira, izaziva, uzbuđuje ili iznenađuje.¹²⁰

¹¹⁶ Usp. *Opis/About, The Museum of Modern Art, YouTube*, <https://www.youtube.com/momavideos/about> (pregledano 26. svibnja 2020.)

¹¹⁷ Vidi u: *Popisi/Playlist, The Museum of Modern Art, YouTube*, <https://www.youtube.com/momavideos/playlists> (pregledano 26. svibnja 2020.)

¹¹⁸ Usp. *MODERN ART AND IDEAS, The Museum of Modern Art, YouTube*, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLfYVzk0sNiGfUapzxvW8wuXj7YQmcJ1gk> (pregledano 26. lipnja 2020.)

¹¹⁹ Usp. *HOW TO SEE, The Museum of Modern Art, YouTube*, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLfYVzk0sNiGfUaqN1iYF-KaVKBEgA3ZPCI> (pregledano 26. lipnja 2020.)

¹²⁰ Usp. *THE WAY I SEE IT | MoMA BBC, The Museum of Modern Art, YouTube*, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLfYVzk0sNiGG8mvBWAXGnETXurUviXfkj> (pregledano 26. lipnja 2020.)

The National Gallery preko svog kanala približava pratiteljima neka od najpoznatijih slikarskih djela i umjetnika od 13. do 20. stoljeća putem serija videa koje uključuju intervju sa stručnjacima, snimke u kojima kustosi uživo raspravljaju o određenim slikama ili umjetnicima, prijenose restauracija djela i meditacije vođene kroz promatranje djela.¹²¹ U nastavi se može iskoristiti i kao dodatan izvor za prikupljanje znanja o umjetnicima poput Tiziana, da Vincija, Botticellija, Caravaggia, van Gogha, Van Eycka i drugih, čija se poznata djela nalaze u galerijskoj kolekciji. Osim toga, kanal sadržava i popise videa koji se dotiču teme ženskih autorica u umjetnosti, dešifriranja simbola u slikama, odnosa slikarstva i religije i prijedloga za stvaranje umjetnosti koja je inspirirana djelima iz kolekcije te je kao takav izvrstan izvor znanja o svijetu slikarstva. Iako sadržaj nije sistematiziran tako da pokriva umjetnička razdoblja ili kronološku podjelu, teme i umjetnici koje se obrađuju na kanalu važan su dio obrazovanja učenika o umjetnosti, te u tom kontekstu ovaj kanal svakako treba biti spomenut.

4.3. *Instagram*

Koliku ulogu i utjecaj društvene mreže imaju na umjetničke institucije i ljubitelje umjetnosti već su pokazale neke od već spomenutih definiranih mogućnosti *Facebooka* i *YouTubea*. Zbog društvenih mreža mijenja se način na koji se umjetnost prezentira publici i na koji ga ona način doživljava. Iako *Facebook* i *YouTube* prednjače po broju korisnika, društvena mreža *Instagram* vremenom postaje sve popularnija, dok je za *Facebook* u ožujku 2018. godine po prvi puta od lansiranja aplikacije zabilježen pad u broju korisnika.¹²² S tehničke strane, *Instagram* omogućuje uređivanje, objavljivanje i dijeljenje slika i videa u obliku trajnih objava koje se nalaze na korisničkom profilu, *storyja* (priča) koji nestaju nakon 24 sata ili onih koji se mogu sačuvati na profilu korisnika tako da služe kao blic-objave koje ne opterećuju profil. Kao i svaka druga društvena mreža, *Instagram* omogućuje i spajanje s drugim korisnicima ili institucijama koje se mogu pretraživati po računima, *hashtagovima* (#) i lokacijama. Objave se, slično kao na Facebooku, mogu *lajkati* i komentirati, te prosljeđivati prema drugim mrežama, čime se još jednom pokazuje kako su društvene mreže međusobno isprepletene. Kao isključivo vizualna platforma, može biti izvrstan alat za nastavnike i učenike u podučavanju Likovne umjetnosti. Ranije je spomenuto kako se *Instagram* danas koristi kao besplatna galerija za

¹²¹ Usp. *The National Gallery*, *YouTube*, <https://www.youtube.com/user/nationalgalleryuk> (pregledano 26. lipnja 2020.)

¹²² Usp. Jay Baer, *Facebook Usage Declined and the 3 Reasons why*, Convince & Convert, <https://www.convinceandconvert.com/social-media-measurement/facebook-usage-declined-3-reasons/> (pregledano 21. lipnja 2020.)

promoviranje fotografa, dizajnera i umjetnika, no isto tako putem njihovih profila i objava dobiva se uvid u njihove živote i osobnost. Time umjetnici imaju ne samo slobodu prezentiranja svoje umjetnosti i sebe na način koji žele, već mogu direktno komunicirati sa svojim pratiteljima i potencijalnim kupcima, čime umjetnost postaje bliža i osobnija no ikad prije. U prilog argumentu kako se umjetnost velikim dijelom danas prebacila u virtualno okruženje koje čine društvene mreže, a posebno *Instagram*, govori i činjenica kako umjetničke institucije poput muzeja i galerija na ovoj mreži imaju stotine tisuća (kao *Rijksmuseum* s 555 tisuća pratitelja ili *Galleria degli Uffizi* s 507 tisuća pratitelja) pa do nekoliko milijuna pratitelja (*Musée du Louvre* s 4 milijuna pratitelja ili *Tate* galerija s 3.5 milijuna pratitelja).

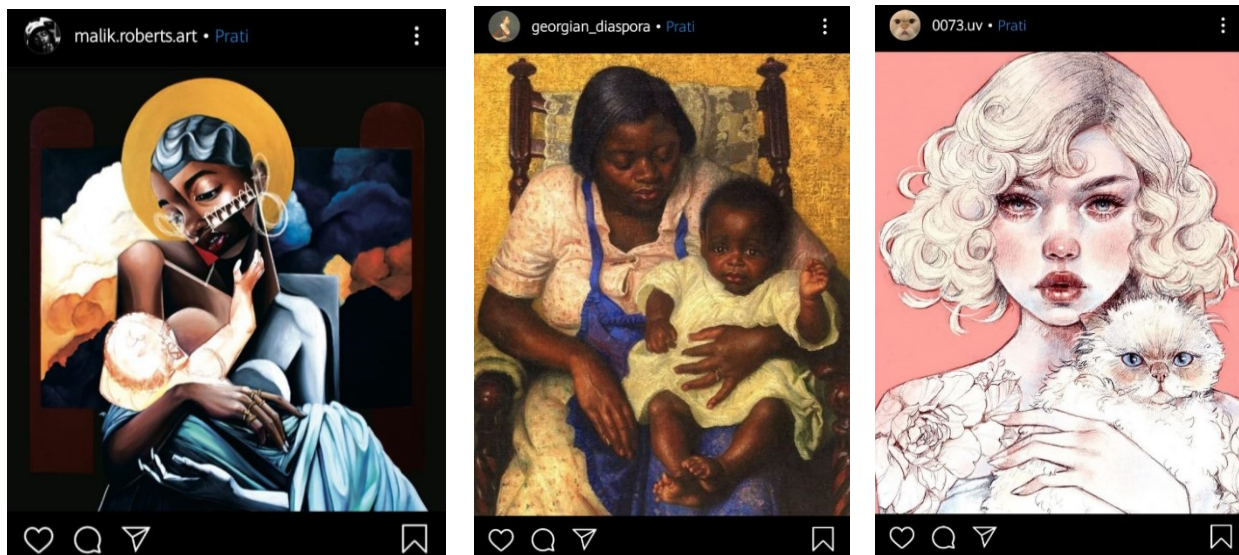
Jedan od načina na koje se umjetnost i općenito sadržaji na *Instagramu* mogu pretraživati je kroz *hashtagove* (#), koji su stvoreni upravo u svrhu kategoriziranja sadržaja kako bi bio vidljiviji za druge korisnike. Klikom na određeni *hashtag* otvara se stranica koja prikazuje sve objave koje ga sadrže, a *#art* trenutačno je šesti najpopularniji *hashtag* na *Instagramu*, sa sveukupno 643.6 milijuna objava, čiji broj raste svakim danom.¹²³ Iako je tu riječ o umjetnosti u širem smislu, ova činjenica i dalje pokazuje kako je interes za umjetničkim izričajem naglašen na ovoj društvenoj mreži. Treba napomenuti i kako je u slučaju korištenja *hashtagova* vezanih uz umjetnost »većina ovih objava doprinos korisnika u kasnim tinejdžerskim ili 20-im godinama, što je demografija koja dominira *Instagramom*, ali će korištenje ove društvene mreže u nastavnim ili fakultetskim učionicama vjerojatnije biti zabranjeno nego potaknuto.«¹²⁴ Opcija pretraživanja pomoću *hashtagova* olakšava i nastavnicima i učenicima istraživanje umjetnika i vrsta umjetnosti, ali i specifičnih vrsta medija (npr. *#photography*, *#painting*, *#illustration*, *#performanceart*) ili stilova/umjetničkih era (npr. *#ancientegypt*, *#renaissance*, *#expressionism*, *#hyperrealism*). U nastavi se korištenje *hashtagova* može iskoristiti u svrhu pismene analize umjetničkih djela kroz njihovu usporedbu, kao dio učeničkog samostalnog istraživačkog zadatka. Pri tome bi učenici imali slobodu odabrati umjetničko djelo iz svog udžbenika za Likovnu umjetnost, te bi korištenjem *hashtagova* koji to djelo opisuju po temi ili stilskom razdoblju pronašli drugo djelo s kojim će ga usporediti.¹²⁵ Ako je, recimo, odabrano djelo iz udžbenika Raphaelova (Urbino 1483. – Rim

¹²³ Usp. Christina Newberry, *The 2020 Instagram Hashtag Guide - How to Use Them and Get Results*, <https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/> (pregledano 27. svibnja 2020.)

¹²⁴ Usp. Hallie Scott, *#arthistory: Instagram and the Intro to Art History Course*, Art History Teaching Resources (AHTR), »The majority of these posts are contributed by people in their late-teens and twenties — the age demographic that dominates instagram — and yet the app is more likely to be banned from college classrooms than encouraged.« (slobodan prijevod A. M.), http://arthistoryteachingresources.org/2014/06/arthistory-instagram-and-the-intro-to-art-history-course/#_ftn1 (pregledano 27. svibnja 2020.)

¹²⁵ Usp. Mary Slavkin, *Bridging the Gap: Art and Popular Culture in the Formal Analysis Comparison*, Art History Teaching Resources (AHTR), <http://arthistoryteachingresources.org/2017/01/bridging-the-gap-art-and->

1520.) *Madonna del Granduca* (1506.-1507., ulje na platnu, 84.4 x 55.9 cm, Palazzo Pitti, Firenca), učenik će korištenjem hashtaga *#madonnaandchild* moći pristupiti preko 30 tisuća objava koje sadrže taj *hashtag*, te birati djelo za usporedbu koje se njemu čini najzanimljivijim (sl. 9, sl. 10, sl. 11).



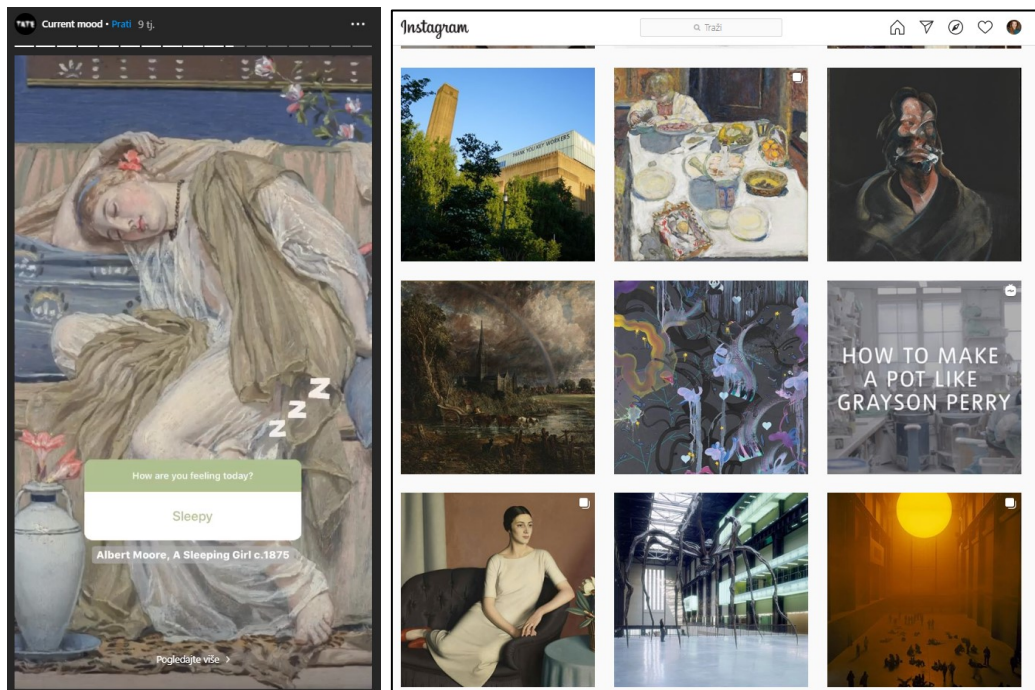
Slika 9, 10, 11: Primjeri umjetničkih djela koja sadrže *#madonnaandchild* na *Instagramu*

Nakon toga učenik bi mogao analizirati odabrana djela kroz usporedbu teme, stila, likovnog oblikovanja i društveno-povijesnog konteksta. Iako *Instagram* u nastavi može iskoristiti i za stvaranje zajedničkog razrednog korisničkog računa u koji nastavnik objavljuje sadržaj vezan uz nastavu ili *storyje* kao podsjetnike na učeničke obaveze ili razredna natjecanja, prethodno spomenuta opcija stvaranja razredne *Facebook* grupe ili zajedničkog *inboxa* već ispunjava ovu svrhu, ali na praktičniji i jednostavniji način. Što se tiče sadržajnih mogućnosti *Instagrama*, radi se o zbilja velikom spektru izvora. Kao i kod *Facebooka* i *YouTubea*, službene stranice muzeja i na *Instagramu* izvor su kvalitetnog sadržaja za proučavanje i poučavanje umjetnosti. Razlika je u tome što se kroz sadržaj na *Instagramu* prolazi velikom brzinom, i u svrhu zadržavanja pozornosti korisnika na više od nekoliko sekundi, slike i objave su hiperbolizirane. U oslikavanju te tvrdnje, Cliff Lauson (2019.) tvrdi: »Jednako kao što ne biste koristili *Google Slike* kako biste istražili izložbu, tako *Instagram* privlači određenu vrstu sadržaja koju stvaraju korisnici temeljenu na likeovima, hashtagovima i pratiteljima. U većini se slučajeva radi o objavama koje djeluju spektakularno, budalasto ili urnebesno, pogotovo s

[popular-culture-in-the-formal-analysis-comparison/?fbclid=IwAR1cUvgM32MhBClwrIT-AaBdjv_KAnnAl-2NGMw_yoHxNaO8FDgOI9Ep6Ws](https://www.researchgate.net/publication/338111111-popular-culture-in-the-formal-analysis-comparison/?fbclid=IwAR1cUvgM32MhBClwrIT-AaBdjv_KAnnAl-2NGMw_yoHxNaO8FDgOI9Ep6Ws) (pregledano 27. svibnja 2020.)

foto filterima (uključujući zečje uši). Teško je naći trenutak koncentracije u beskonačnom listanju vizualnih hiperbola.«¹²⁶

Drugim riječima, dok zanimljiv video na *YouTubeu* ili članak podijeljen u *Facebook* grupi traži onoliko pozornosti koliko je potrebno da ga se pogleda ili pročita do kraja, *Instagram* objava mora prvo vizualno privući pozornost kako bi korisnik imao potrebu istražiti dodatne informacije vezane uz nju. U slučaju muzeja i galerija u prezentiranju kolekcije na *Instagramu* se koriste djela koja su dramatična, šarena ili tematski trenutno aktualna. Stranica *Tate* ovakvom se tempu prezentiranja sadržaja prilagodila tako da objave tematizira po onome s čime se pratitelji mogu emocionalno ili mentalno povezati, primjerice muzej objavljuje niz trajnih *storyja* koji povezuju djela iz kolekcije s potencijalnim raspoloženjem korisnika, uz naziv djela i opciju dodatnog istraživanja o njemu na stranici muzeja, ili putem objava prezentira vizualno privlačna djela čiji opis informira o njihovom kontekstu, autoru i/ili mediju u kojem su napravljeni (sl. 12, sl. 13).¹²⁷ Ovakvo povezivanje umjetnina iz različitih razdoblja kroz određenu zajedničku temu korisno je za učenike jer potiče svijest o povezanosti umjetničke ekspresije kroz povijest.



Slika 12, Slika 13: Isječak sadržaja *Instagram* stranice *Tate*

¹²⁶ Usp. Cliff Lauson, *When art becomes a hashtag, do museums lose their meaning?*, *The Globe and Mail*, 2019., »Just as you wouldn't use Google Images to research an exhibition, Instagram tends to attract a certain type of user-generated content based on likes, hashtags and followers. Most of the time, posts are images which look spectacular or ridiculous or humorous, even more so with photo filters (including bunny ears). It's hard to find a moment of concentration among the infinite scroll of visual hyperbole.« (slobodan prijevod A. M.)

<https://www.theglobeandmail.com/opinion/article-when-art-becomes-a-hashtag-do-museums-lose-their-meaning/> (pregledano 28. lipnja 2020.)

¹²⁷ Usp. *Tate, Instagram*, <https://www.instagram.com/tate/?hl=hr> (pregledano 22. svibnja 2020.)

Stranica *Van Gogh Museum* također sadrži objave vezane uz kolekciju muzeja, u ovom slučaju jednog od najpoznatijih umjetnika u povijesti čiji sadržaj prati 1.7 milijun korisnika. Stranica je vizualno vrlo privlačna i sadrži isječke ili cjelovite reprodukcije djela Vincenta van Gogha, kao i slike muzeja i posjetitelja. Pregledom stranice pratitelj dobiva uvid u specifičnost i raznolikost, ali i homogenost van Goghovog slikarskog izričaja. Uz svaku objavu nalazi se anegdota o njegovom životu ili citat iz njegovih pisama, koja isto tako daju uvid u njegovu osobnost, razmišljanja i perspektive, te ključne događaje iz njegova života. Učeniku to omogućuje osvještavanje korelacije između umjetnikovog stilskog izričaja i konteksta njegova života, čime se postiže intimniji pristup u doživljaju umjetnosti. Prema *Kurikulumu* (2019.), u četvrtoj se godini učenja i poučavanja Likovne umjetnosti obrađuje tema *Umjetnost i stvaralački proces*, pri čemu učenik treba samostalno istražiti stvaralački opus jednoga umjetnika.¹²⁸ Kao prijedlog izvedbe ovog praktičnog rada, učenici po uzoru na *Instagram* stranicu van Gogh muzeja mogu kreirati *Instagram* profil posvećen umjetniku kojeg su odabrali. Pritom bi se u objavama profila nalazila bitna djela tog umjetnika, a opisi objava bi navodili njihove titulare, kratku analizu djela i crticu o umjetnikovom životu vezanu uz djelo.

Osim muzejskih stranica, učenicima je otvoren pristup profilima posvećenima svim vrstama umjetnosti koje mogu pretraživati i otkrivati ovisno o svom interesu, primjerice stranice *avant.arte* koja više puta dnevno objavljuje umjetnička djela suvremene umjetnosti, uglavnom bez opisa osim naziva djela, a vizualna interakcija s djelima koje stranica objavljuje pratiteljima služi kao dnevna doza bizarne, groteskne, humoristične i općenito zanimljive umjetnosti širom svijeta.¹²⁹ Za korisnike koji žele nešto više informacija, tu su stranice poput *Art History Gallery (painters.paintings)*¹³⁰ i *Discovering Art History (historiadelart)*.¹³¹ U periodu pregleda figurativne umjetnosti kroz povijest, *Art History Gallery* uz objave daje i povijesni kontekst teme djela, te je u svakom opisu kratka priča koja potiče dublje promatranje. Kako ne bi bilo previše teksta uz objave, svakome je umjetniku posvećeno nekoliko uzastopnih objava, kako bi se prezentiralo više njegovog opusa, te kako bi se kroz opise moglo reći više informacija o umjetnikovom životu. Na profilu se također nalaze i *storyji* posvećeni umjetnicima koji pratiteljima služe za brzi pregled nekih njihovih djela. *Discovering Art History* dnevno objavljuje sadržaj koji osim naziva djela navodi minimalne opise, ali čestim

¹²⁸ Usp. *Kurikulum*, 2019.

¹²⁹ Usp. *avant.arte*, *Instagram*, <https://www.instagram.com/avant.arte/?hl=hr> (pregledano 27. svibnja 2020.)

¹³⁰ *Art History Gallery (@painters.paintings)*, *Instagram*, <https://www.instagram.com/painters.paintings/> (pregledano 27. svibnja 2020.)

¹³¹ *Discovering Art History (@historiadelart)*, *Instagram*, <https://www.instagram.com/historiadelart/> (pregledano 27. svibnja 2020.)

objavama osiguravaju da se među mnoštvom vizualno privlačnog sadržaja tu nađe i umjetnost. Na ovom se profilu također mogu naći storyji, ali nisu posvećeni umjetnicima već umjetničkim razdobljima, temama i vrstama umjetnosti. *Instagram* putem ovakvih profila doprinosi razvijanju kulture promatranja umjetnosti kao dijela svakodnevice.

5. Zaključak

U argumentiranju integracije društvenih mreža u nastavu Likovne umjetnosti na prvom mjestu bilo je potrebno procijeniti koje su mane i prednosti korištenja društvenih mreža u nastavnom kontekstu. S jedne strane, nastavnici tu svakako pri svijesti trebaju imati potrebu za informiranjem učenika o njihovoj privatnosti i sigurnosti, kao i o pravilima komunikacije i odnošenja prema drugima u *online* okruženju, u što spada i tema *online* zlostavljanja. S druge strane, obrazovni potencijal društvenih mreža prevelik je da bi bio zanemaren – poticanje *multitaskinga*, građenje zajednica učenja i kolektivnog znanja, lakoća komunikacije u više oblika, čime i mladi s poteškoćama imaju jednak pristup informacijama – sve su to elementi kojima se može unaprijediti nastava te razviti digitalna i medijska pismenost. Naravno, ove promjene podrazumijevaju ujedno i nadogradnju nastavnčkih kompetencija, kako bi se mogla stvoriti sigurna, produktivna i pozitivna radna *online* okolina. No osim promjena u načinu podučavanja umjetnosti, društvene mreže i mediji uzrok su i promjenama u načinu na koji doživljavamo umjetnost. Naime, virtualni/mrežni prostor osigurava umjetnicima platformu za predstavljanje svoje umjetnosti i komunikaciju s publikom, te nudi odlične besplatne sadržaje za učenike, nastavnike i sve ostale ljubitelje umjetnosti. S druge strane, taj isti prostor karakterizira svojevrsno bombardiranje prizorima i trenutnim emocijama u svrhu pridobivanja pozornosti korisnika, što nije idealna atmosfera za produktivnu radnu okolinu. Stoga je svrha ovog rada, između ostaloga, bila i probiranje sadržaja koje nude *Facebook*, *YouTube* i *Instagram*, kao najzastupljenije društvene mreže u svijetu, pa i u Hrvatskoj, u svrhu pronalaženja alata koji su korisni za srednjoškolsku nastavu Likovne umjetnosti. U slučaju *Facebooka*, velika je prednost u raznolikosti komunikacijskih alata, od pisane, audio i video komunikacije, kreiranja grupa i praćenja stranica, s naglaskom na interaktivnosti i dijeljenju sadržaja i iskustava. Međutim, teško je pretraživati sadržaje i naći odgovarajuće grupe i stranice korištenjem *Facebook* tražilice. Društvenoj mreži *YouTube*, s druge strane, slabije je zamišljen komunikacijski aspekt te je dijeljenje sadržaja omogućeno preko drugih mreža, ali je zato platforma neprocjenjiv izvor kvalitetnog sadržaja koji pokriva nastavnu građu Likovne umjetnosti – sadržaje ne organizira samo kronološki, kako je zamišljeno i u *Nastavnom planu i programu za Likovnu umjetnost* (1994.), već i tematski, tako da daje poveznice i kontekst bitnim pitanjima o umjetnosti kroz povijest, što više odgovara podučavanju predmeta prema novom *Kurikulumu* (2019.). Osim gledanja videa, *YouTube* učenicima omogućuje i stvaranje video projekata u sklopu nastave, što je još jedna velika prednost platforme. Društvena mreža *Instagram* može se pohvaliti lakoćom pretraživanja sadržaja kakvu *Facebook* nema, ne samo

pomoću tražilice, već posebno korištenjem *hashtagova* (#). Povijesno-umjetnički sadržaj na *Instagramu* je vrlo privlačan i odličan za poticanje učeničkog interesa, ali je istovremeno i površan, čime je onemogućen dubinski kontakt i shvaćanje umjetnosti. Zaključno, *Facebook*, *YouTube* i *Instagram* društvene su mreže od kojih svaka ima svoje prednosti i mane u pogledu njihove moguće implementacije u nastavu Likovne umjetnosti, a prednosti jednih nadopunjuju mane drugih.

6. Popis korištene literature

Knjige:

1. Jadranka Damjanov, *Vizualni jezik i Likovna umjetnost: Uvod u likovno obrazovanje*, Zagreb: Školska knjiga, 1991.
2. Christine Greenhow, Julia Sonnevend, Colin Agur (ur.), *Education and Social Media: Toward a Digital Future*, Cambridge, MA: The MIT Press, 2016.
3. Terry T. Kidd, Irene Chen (ur.), *Wired for Learning: An Educator's Guide to Web 2.0*, Charlotte: Information Age Publishing, Inc., 2009.
4. Anđelko Milardović, *Globalno selo: sociologija informacijskog društva*, Zagreb: Centar za politološka istraživanja, 2010.

Poglavlja u knjigama:

1. John Palfrey, »Reframing Privacy and Youth Media Practices«, u: *Education and Social Media: Toward a Digital Future*, (ur.) Christine Greenhow, Julia Sonnevend, Colin Agur, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2016., str. 113–131.
2. John Sanders, Christopher Murray, Maggie McPherson, »Reflective Learning for the Net Generation«, u: *Wired for Learning: An Educator's Guide to Web 2.0*, (ur.) Terry T. Kidd, Irene Chan, Charlotte, North Carolina: Information Age Publishing, Inc., 2009., str. 153–169.
3. Norm D. Vaughan, D. Randy Garrison, »Designing Collaborative Communities through the Application of Web 2.0 Tools«, u: *Wired for Learning: An Educator's Guide to Web 2.0*, (ur.) Terry T. Kidd, Irene Chan, Charlotte, North Carolina: Information Age Publishing, Inc., 2009., str. 61–85.
4. Sandra Weber, Claudia Mitchell, »Imagining, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies«, u: *Youth, Identity, and Digital Media, The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning*, (ur.) David Buckingham, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2008., str. 25–48.
5. Elisha Wohleb, Leane Skinner, Maria Martinez, »Examining the Benefits of Integrating Social Media Into the Classroom«, u: *Social Media in Education: Breakthroughs in Research and Practice*, (ur.) Mehdi Khosrow-Pour, Information Resources Management Association, United States of America: IGI Global, 2018., str. 1–12.

Radovi u časopisu:

1. Vesna Bilić, »Značenje nekih aspekata morala i moralnog opravdavanja u razumijevanju nasilja prema vršnjacima u realnom i virtualnom svijetu«, u: *Nova prisutnost*, 10/3 (2012.), str. 459–477.
2. Juan Carlos Castro, »Learning and Teaching Art Through Social Media«, u: *Studies in Art Education*, 53/2 (2012.), str. 152–169.
3. Elizabeth M. Delacruz, »Art Education Aims in the Age of New Media: Moving Toward Global Civil Society«, u: *Art Education*, 62/5 (2009.), str. 13–18.
4. Paul Duncum, »Visual Culture in Art Education«, u: *Visual Arts Research*, 35/1 (2009.), str. 64–75.
5. Manuelle Freire, Erin McCarthy, »Four Approaches to New Media Art Education«, u: *Art Education*, 67/2 (2014.), str. 28–31.
6. Diane C. Gregory, »Boxes with Fires: Wisely Integrating Learning Technologies into the Art Classroom«, u: *Studies in Art Education*, 62/3 (2009.), str. 47–54.
7. Aaron D. Knochel, »Assembling Visuality: Social Media, Everyday Imaging, and Critical Thinking«, u: *Visual Arts Research*, 39/2 (2013.), str. 13–27.
8. Petra Pejić Papak, »Poučavanje primjenom suvremene tehnologije u obrazovanju«, u: *Život i škola*, 42/3 (2016.), str. 153–162.
9. Dawn E. Schrader, »Constructivism and Learning in the Age of Social Media: Changing Minds and Learning Communities«, u: *New Directions for Teaching and Learning*, 144 (2015.), str. 23–35.
10. Vera Turković, »Komunikacija putem vizualne umjetnosti u međunarodnoj suradnji«, u: *Socijalna ekologija Zagreb*, 15/4 (2006.), str. 325–337.
11. George VanDoorn, Antoinette A. Eklund, »Face to Facebook: Social media and the learning and teaching potential of symmetrical, synchronous communication«, u: *Journal of University Teaching & Learning Practice*, 10/1 (2013), str. 1–14.
12. Steve Chi-Yin Yuen, Gallayanee Yaoyuneyong, Patrivan K. Yuen, »Perceptions, Interest, and Use: Teachers and Web 2.0 Tools in Education«, u: *International Journal of Technology in Teaching and Learning*, 7/2 (2011.), str. 109–123.

Radovi u zborniku znanstvenog skupa:

1. Slađana Marić, »Pismenost u digitalnom i medijskom kontekstu iz diskursa savremenog obrazovanja«, u: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 5*, (Novi

- Sad: Filozofski fakultet, 22.-23. 05. 2012.), (ur.) Dejan Pralica, Norbert Šinković, Novi Sad: Filozofski fakultet, prosinac 2015., str. 131–143.
2. Božena Matyjas, »Mass media and children: Globality in everyday life«, u: *Procedia – Social and Behavioral Sciences 174*, (Pariz: Novotel Paris Est, 25.-27. srpnja 2014.), (ur.) Isman Aytekin, Pariz, veljača 2015., str. 2898–2904.
 3. Božana Mirkov, »Zaštita privatnosti na Internetu na primeru društvene mreže Fejsbuk«, u: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 5*, (Novi Sad: Filozofski fakultet, 22.-23. 05. 2012.), (ur.) Dejan Pralica, Norbert Šinković, Novi Sad: Filozofski fakultet, prosinac 2015., str. 143–153.
 4. Mila Nadrljanski, Đorđe Nadrljanski, Mirko Bilić, »Digitalni mediji u obrazovanju«, u: *The Future of Information Sciences : INFUTURE2007 : Digital Information and Heritage* (Zagreb: Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske znanosti 7.-9. 11. 2007.), (ur.) Hrvoje Stančić, Sanja Seljan, Zagreb: Filozofski fakultet, 2007., str. 527–537.

Internetski izvori:

1. *A brief history of representing the body in Western painting*, Smarthistory, YouTube, https://www.youtube.com/watch?v=0WxPx3_ZSBI&list=PLugP0T-YRCWJNWEavPZG84vJLytxuWuG3&index=8&t=0s (pregledano 25. lipnja 2020.)
2. *About Smarthistory*, Smarthistory, <https://smarthistory.org/about/> (pregledano 25. svibnja 2020.)
3. *A brief history of representing the body in Western painting*, Smarthistory, YouTube, https://www.youtube.com/watch?v=0WxPx3_ZSBI&feature=youtu.be (pregledano 24. lipnja 2020.)
4. *Ancient Wonders of Archaeology, Art History & Architecture*, Javna grupa, Facebook, <https://www.facebook.com/groups/Archaeology.Prehistoric/> (pregledano 16. lipnja 2020.)
5. Vesna Anđelić, Martina Filipović Tretinjak, *Digitalne kompetencije za nastavnike*, CARNET korisnička konferencija, 2015., https://radovi2015.cuc.carnet.hr/modules/request.php?module=oc_program&action=view.php&a=&id=24&type=4 (pregledano 15. svibnja 2020.)
6. *Art Cooking, The Art Assignment*, YouTube, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLdGqz6dgvIzYLFxstmvIBpxU2hiD1iiIb> (pregledano 25. lipnja 2020.)
7. *Artsy*, Facebook, <https://www.facebook.com/artsy> (pregledano 25. svibnja 2020.)

8. *Art History Gallery (@painters.paintings)*, Instagram, <https://www.instagram.com/painters.paintings/> (pregledano 27. svibnja 2020.)
9. *Art History Resources*, Facebook, <https://www.facebook.com/Art.History.Resources> (pregledano 25. svibnja 2020.)
10. *Art History Teaching Resources*, Facebook, <https://www.facebook.com/groups/arthistoryteachingresources> (pregledano 25. svibnja 2020.)
11. *avant.art*, Instagram, <https://www.instagram.com/avant.art/?hl=hr> (pregledano 27. svibnja 2020.)
12. Jay Baer, *Facebook Usage Declined and the 3 Reasons why*, *Convince & Convert*, <https://www.convinceandconvert.com/social-media-measurement/facebook-usage-declined-3-reasons/> (pregledano 21. lipnja 2020.)
13. *British Museum*, *Muzej povijesti, Info*, Facebook, https://www.facebook.com/britishmuseum/about/?ref=page_internal (pregledano 17. lipnja)
14. *Colossal*, Facebook, <https://www.facebook.com/thisiscolossal/> (pregledano 17. lipnja 2020.)
15. Arleen Cuevas, Fritz Kohle, *A case study in using Youtube and Facebook as social media tools in enhancing student centered learning and engagement*, NHTV Breda University of Applied Sciences, 2010., str. 1–9., https://www.academia.edu/24421580/A_Case_Study_in_Using_Youtube_and_Facebook_as_Social_Media_Tools_in_Enhancing_Student_Centered_Learning_and_Engagement (pregledano 6. svibnja 2020.)
16. Arleen Cuevas, Fritz Kohle, *Social Media: Changing the way we teach and changing the way we learn*, NHTV Breda University of Applied Sciences, 2012., str. 1–11. https://www.academia.edu/4556115/SOCIAL_MEDIA_CHANGING_THE_WAY_WE_TEACH_CHANGING_THE_WAY_WE_LEARN_KOHLE_CUEVAS (pregledano 6. svibnja 2020.)
17. Ben Davis, *"Social Media Art" in the expanded field*, <http://www.artnet.com/magazineus/reviews/davis/art-and-social-media8-4-10.asp> (pregledano 2. lipnja 2020.)
18. *Digital Art*, TATE, <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/d/digital-art> (pregledano 10. lipnja 2020.)

19. *Digitalna kompetencija: ključna vještina nastavnika i učenika u 21. stoljeću*, Social Education Gateway: Europska internetska platforma za školsko obrazovanje, 2020., <https://www.schooleducationgateway.eu/hr/pub/resources/tutorials/digital-competence-the-vital-.htm> (pregledano 15. srpnja 2020.)
20. *Discovering Art History (@historiadelart)*, Instagram, <https://www.instagram.com/historiadelart/> (pregledano 27. svibnja 2020.)
21. Martina Domladovac, *Nove perspektive umjetnosti*, 2019., <https://www.kulturpunkt.hr/content/nove-perspektive-umjetnosti> (pregledano 7. lipnja 2020.)
22. Društvo Arhitekata Zagreba, *3D panorame za učenje i uživanje*, 2012., <http://www.d-a-z.hr/hr/vijesti/3d-panorame-za-ucenje-i-uzivanje,1593.html> (pregledano 11. lipnja 2020.)
23. *eTwinning*, <https://www.etwinning.net/hr/pub/index.htm> (pregledano 15. srpnja 2020.)
24. Jia Jia Fei, *Art in the Age of Instagram*, TEDxMarthasVineyard, 2016., <https://youtu.be/8DLNFDQt8Pc> (pregledano 26. svibnja 2020.)
25. Anusca Ferrari, »DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe«, u: *JRC Scientific and Policy Reports*, Sevilla: European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, 2013., <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC83167/lb-na-26035-enn.pdf> (pregledano 25. svibnja 2020.)
26. *Galerija Remek-djela / ZAGREB, Informacije*, Facebook, <https://www.facebook.com/groups/626470477373125/> (pregledano 17. lipnja 2020.)
27. *Google Arts & Culture*, <https://artsandculture.google.com/> (pregledano 15. svibnja 2020.)
28. Phillip J. Guo, Juho Kim, Rob Rubin, *How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos*, 2014., str. 41–50., https://www.researchgate.net/publication/262393281_How_video_production_affects_student_engagement_An_empirical_study_of_MOOC_videos (pregledano 25. lipnja 2020.)
29. Daniel Heller, *Art and Social Media*, 2017., <https://artgreet.com/art-social-media/> (pregledano 1. lipnja 2020.)
30. *HOW TO SEE, The Museum of Modern Art*, YouTube, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLfYVzk0sNiGFaqN1iYF-KaVKBEgA3ZPCI> (pregledano 26. lipnja 2020.)
31. *Is Instagram Changing Art?, The Art Assignment*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=eb0i070d3fA> (pregledano 26. svibnja 2020.)

32. Phil James, *8 Reasons Why Social Media Is Decimating Art and Literature*, 2014., <https://qwiklit.com/2014/03/08/8-reasons-why-social-media-is-decimating-art-and-literature/> (pregledano 1. lipnja 2020.)
33. Dana Jandhyala, *Visual Learning: 6 Reasons Why Visuals Are The Most Powerful Aspect Of eLearning*, eLearning Industry, 2017., <https://elearningindustry.com/visual-learning-6-reasons-visuals-powerful-aspect-elearning> (pregledano 24. lipnja 2020.)
34. Ian Jukes, *Understanding digital kids: Teaching and learning in the new digital landscape*, The InfoSavvy Group, 2006., <http://jayneturner.pbworks.com/f/Jukes+-+Understanding+Digital+Kids.pdf> (pregledano 28. svibnja 2020)
35. Jutarnji.hr, *Web 2.0: Nema više potrošača, sada su svi sudionici*, 2007., <https://www.jutarnji.hr/naslovnica/web-2.0-nema-vise-potrosaca-sada-su-svi-sudionici-3971874> (pregledano 14. srpnja 2020.)
36. Priit Kallas, *Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps*, Dreamgrow, <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> (pregledano 27. svibnja. 2020)
37. Caroline Kearney, Àgueda Gras-Velázquez, *eTwinning Ten Years On: Impact on teachers' practice, skills, and professional development opportunities, as reported by eTwinners*, Bruxelles: Central Support Service of eTwinning, European Schoolnet, 2015., https://www.etwinning.net/eun-files/eTwinningreport_EN.pdf (pregledano 15. srpnja 2020.)
38. Tanya Rose Kirby, *Networking and Connecting Creative Minds: Understanding Social Media's Role in Today's Visual Arts Instruction*, Master's thesis, Western Michigan University, 2016., https://scholarworks.wmich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1767&context=masters_theses (pregledano 2. svibnja 2020.)
39. *Kompetencije učitelja 21. stoljeća*, Loomen, https://loomen.carnet.hr/pluginfile.php/2141826/mod_resource/content/0/Kompetencije%20u%C4%8Ditelja%2021.%20stolje%C4%87a.pdf (pregledano 15. srpnja 2020.)
40. *Kurikulum nastavnog predmeta Likovna kultura za osnovne škole i Likovna umjetnost za gimnazije*, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, 2019., https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_162.html (pregledano 22. svibnja 2020.)

41. *Kurikulum za međupredmetnu temu Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj*, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, 2019., https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_150.html (pregledano 22. svibnja 2020.)
42. Cliff Lauson, *When art becomes a hashtag, do museums lose their meaning?*, The Globe and Mail, <https://www.theglobeandmail.com/opinion/article-when-art-becomes-a-hashtag-do-museums-lose-their-meaning/> (pregledano 28. lipnja 2020.)
43. *Museums are collecting protest signs from the George Floyd demonstrations*, Artsy, <https://www.artsy.net/news/artsy-editorial-museums-collecting-protest-signs-george-floyd-demonstrations> (pregledano 20. lipnja 2020.)
44. *Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje*, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2011., http://mzos.hr/datoteke/Nacionalni_okvirni_kurikulum.pdf (pregledano 28. svibnja 2020.)
45. *Najpopularnije društvene mreže u Hrvatskoj – popis društvenih mreža*, Društvene mreže, 2019., <https://www.drustvene-mreze.com/najpopularnije-drustvene-mreze-u-hrvatskoj-popis-drustvenih-mreza/> (pregledano 25. svibnja 2020.)
46. *Nastavni programi za gimnazije: Likovna umjetnost*, u: Glasnik Ministarstva kulture i prosvjete Republike Hrvatske 1 (1994.), str. 90–97., http://dokumenti.ncvvo.hr/Nastavni_plan/gimnazije/obvezni/likovni.pdf (pregledano 10. siječnja 2020.)
47. Christina Newberry, *The 2020 Instagram Hashtag Guide - How to Use Them and Get Results*, <https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/> (pregledano 27. svibnja 2020.)
48. *Mission, Art History Teaching Resources (AHTR)*, <http://arthistoryteachingresources.org/about/> (pregledano 15. lipnja 2020.)
49. *MODERN ART AND IDEAS, The Museum of Modern Art, YouTube*, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLfYVzk0sNiGEUapzxvW8wuXj7YQmcJ1gk> (pregledano 26. lipnja 2020.)
50. *Modern Art 20th Century*, Javna grupa, Facebook, <https://www.facebook.com/groups/1235080896502994> (pregledano 2. rujna 2020.)
51. *Musée du Louvre*, Muzej likovnih umjetnosti, Facebook, <https://www.facebook.com/museedulouvre/> (pregledano 20. lipnja 2020.)
52. *Our Mission, The Art Assignment*, <http://www.theartassignment.com/about> (pregledano 23. svibnja 2020.)

53. Samantha Raphaelson, *'I Came, I Saw, I Selfied': How Instagram Transformed The Way We Experience Art*, 2017., <https://www.npr.org/2017/12/13/570558113/i-came-i-saw-i-selfied-how-instagram-transformed-the-way-we-experience-art?t=1591780563652> (pregledano 8. lipnja 2020.)
54. Hallie Scott, *#arthistory: Instagram and the Intro to Art History Course*, *Art History Teaching Resources (AHTR)*, http://arthistoryteachingresources.org/2014/06/arthistory-instagram-and-the-intro-to-art-history-course/#_ftn1 (pregledano 27. svibnja 2020.)
55. Mary Slavkin, *Bridging the Gap: Art and Popular Culture in the Formal Analysis Comparison*, *Art History Teaching Resources (AHTR)*, http://arthistoryteachingresources.org/2017/01/bridging-the-gap-art-and-popular-culture-in-the-formal-analysis-comparison/?fbclid=IwAR1cUvgM32MhBClwrlT-AaBdjv_KAnnAl-2NGMw_yoHxNaO8FDgOl9Ep6Ws (pregledano 27. svibnja 2020.)
56. *Smarthistory*, *YouTube*, <https://www.youtube.com/user/smarthistoryvideos> (pregledano 25. svibnja 2020.)
57. Studentski poduzetnički inkubator, *Evolucija digitalne kompetitivnosti: digitalna pismenost u EU*, 2019., <http://spi.efst.hr/evolucija-digitalne-kompetitivnosti-digitalna-pismenost-u-eu/> (pregledano 3. rujna 2020.)
58. *Tate*, *Instagram*, <https://www.instagram.com/tate/?hl=hr> (pregledano 22. svibnja 2020.)
59. *The Art Assignment*, *YouTube*, <https://www.youtube.com/user/theartassignment> (pregledano 26. svibnja 2020.)
60. *The Case For, The Art Assignment*, *YouTube*, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLdGqz6dgvIzbBxo7XJHnOtHfBzid97rtl> (pregledano 25. lipnja 2020.)
61. *The Metropolitan Museum of Art, New York*, *Facebook*, <https://www.facebook.com/metmuseum/posts/10157697043602635> (pregledano 21. lipnja 2020.)
62. *The Museum of Modern Art*, *YouTube*, <https://www.youtube.com/user/MoMAvideos> (pregledano 26. svibnja 2020.)
63. *The National Gallery*, *YouTube*, <https://www.youtube.com/user/nationalgalleryuk> (pregledano 26. svibnja 2020.)
64. *The Renaissance Experience*, *Javna grupa*, *Facebook*, <https://www.facebook.com/groups/TheIntriguingRenaissance/> (pregledano 16. lipnja 2020.)

65. *THE WAY I SEE IT | MoMA BBC*, The Museum of Modern Art, *YouTube*, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLfYVzk0sNiGG8mvBWAXGnETXurUviXfkj> (pregledano 26. lipnja 2020.)
66. Alyssa Tormala, Shannon Lee, *Social Media in the Classroom: Creative Teaching Methods for Engaging Students Through Social Media*, 2019. <https://www.accreditedschoolsonline.org/resources/classroom-social-media/> (pregledano 25. svibnja 2020.)
67. *Umjetnost dolazi vama*, Javna grupa, *Facebook*, <https://www.facebook.com/groups/634901463744586/about> (pregledano 22. lipnja 2020.)
68. *Vintage Natural Science and Astronomy Illustrations Adorn Face Masks by Maria Popova*, *Colossal*, https://www.thisiscolossal.com/2020/06/maria-popova-face-masks/?fbclid=IwAR3Nwo6Sn3EzFQwCvY0gUd_-wwoXjQPeba3UK_GceYpubFUePtkGaYTxfDo (pregledano 24. lipnja 2020.)
69. *Dr. Christopher L. C. E. Witcombe*, *Art History Resources*, <http://arthistoryresources.net/witcombe-images/> (pregledano 20. lipnja 2020.)

7. Popis i izvori slikovnih priloga

Slika 1. Eyal Gever (rođ. 1970., Tel Aviv), *Sphere Pop*, 2015. (3D Print u VeroWhite smoli, 940 x 841 x 707 mm, The Sixth Element Collection by Stratasys, Frankfurt), Izvor: <http://www.eyalgever.com/spherepop/> (pregledano 10. lipnja 2020.)

Slika 2. Primjer izgleda *Facebook* stranice *Musée du Louvre*, Izvor: <https://www.facebook.com/museedulouvre> (pregledano 21. lipnja 2020.)

Slika 3. Primjeri opisa umjetničkih djela na *Facebook* stranici *The Metropolitan Museum of Art*, New York, Izvor: <https://www.facebook.com/metmuseum/posts/10157697043602635> (pregledano 21. lipnja)

Slika 4. Primjeri opisa umjetničkih djela na *Facebook* stranici *The Metropolitan Museum of Art*, New York, Izvor: <https://www.facebook.com/metmuseum/posts/10157697043602635> (pregledano 21. lipnja)

Slika 5. Izgled *Facebook* stranice *Colossal*, Izvor: <https://www.facebook.com/thisiscolossal/> (pregledano 17. lipnja 2020.)

Slika 6. Tablično sumiranje glavnih zaključaka istraživanja Gua, Kima i Rubina (2014.), Izvor: Phillip J. Guo, Juho Kim, Rob Rubin, *How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos*, 2014., str. 41–50. Sadržaj tablice slobodan je prijevod (A. M.),

https://www.researchgate.net/publication/262393281_How_video_production_affects_student_engagement_An_empirical_study_of_MOOC_videos (pregledano 25. lipnja 2020.)

Slika 7. Izgled popisa za reprodukciju *Periods* na *YouTube* kanalu *Smarthistory*, Izvor: https://www.youtube.com/user/smarthistoryvideos/playlists?view=50&sort=dd&shelf_id=7 (pregledano 25. lipnja 2020.)

Slika 8. Odgojno-obrazovni ishod za 4. razred srednje škole iz *Kurikuluma* (2019.), Izvor: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_162.html (pregledano 22. svibnja 2020.)

Slika 9. Primjer umjetničkog djela koje sadrži *#madonnaandchild* na *Instagramu*, Izvor: <https://www.instagram.com/p/B69Lv9YFXFV/> (pregledano 27. lipnja 2020.)

Slika 10. Primjer umjetničkog djela koje sadrži *#madonnaandchild* na *Instagramu*, Izvor: <https://www.instagram.com/p/CABxWlQgPKt/> (pregledano 27. lipnja 2020.)

Slika 11. Primjer umjetničkog djela koje sadrži *#madonnaandchild* na *Instagramu*, Izvor: <https://www.instagram.com/p/B4DItyCnJRH/> (pregledano 27. lipnja 2020.)

Slika 12. Isječak sadržaja *Instagram* stranice *Tate*, Izvor:

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18112957735113097/> (pregledano 27. lipnja 2020.)

Slika 13. Isječak sadržaja *Instagram* stranice *Tate*, Izvor: <https://www.instagram.com/tate/> (pregledano 27. lipnja 2020.)

8. Summary

The theoretical framework of this thesis deals with the ways in which *Facebook*, *YouTube*, and *Instagram* can be utilized for the purpose of advancing the Visual Arts class. With the development of technology and social media, the way we relate to one another, how we communicate and learn is also affected. Along with the evolution of knowledge and learning, educational institutions put more focus on educators and their skills and abilities in technology management. Therefore, this thesis explores not only the advantages and disadvantages of using social networks in an educational context, but also what this means in the context of upgrading teacher and student competencies. The way art is presented through social networks and media is also brought into question. In that regard, the way the art world has changed in the modern age should also be examined – from virtual museums to 3D-printed art, the development of media and technology resulted in new ways of observing and creating art. When all these elements are taken into consideration, the question of integrating social networks into the Visual Arts class will be analyzed using the communication and technical possibilities of *Facebook*, *YouTube*, and *Instagram*, as well as their content which can be used by teachers and students to deepen their understanding of the Arts and maintain the culture of art-observing as part of their everyday life.

Key words: *digital competencies, Facebook, Instagram, integration, social networks, Visual Arts, YouTube.*