Metodika nastave likovne kulture: Kabinet čuda - Utjecaj vizualne kulture na percepciju i kreativnost učenika osnovne škole

Elezović, Lora

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Academy of Fine Arts / Sveučilište u Zagrebu, Akademija likovnih umjetnosti**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:215:562550

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Fine Arts in Zagreb

Sveučilište u Zagrebu

Akademija likovnih umjetnosti

Nastavnički odsjek

Diplomski sveučilišni studij Likovna kultura

Lora Elezović

„KABINET ČUDA“, UTJECAJ VIZUALNE KULTURE NA PERCEPCIJU I KREATIVNOST UČENIKA OSNOVNE ŠKOLE

Diplomski rad

Mentorica: doc. mr. art. Sonja Vuk

Zagreb, 2020.

SAŽETAK

Svrha ovog istraživanja bila je spoznati koliko i što obuhvaća vizualna kultura, u koje sve grane je uključena u oblikovanju umjetnosti te spoznati koliko učenike svakodnevno okružuje. Također, svrha je bila i potaknuti pažnju učenika na izgled svakodnevnih predmeta gdje su se kroz rad približili utjecaju vizualne kulture na vlastiti identitet.

Problem proizlazi iz sustava, odnosno onoga što ne funkcionira unutar njega, a to je da se ne bavi kritičkim promišljanjem vizualne okoline učenika. Zbog nedostatka znanja u području vizualne kulture, učenici ne pridaju dovoljnu važnost procesu gledanja i promatranja što dovodi do brzopletog usvajanja vizualnih informacija i stvaranja manipulativnih utjecaja na razvoj učenikove percepcije.

Cilj je ovog diplomskog rada ispitati i provjeriti učenikovu svijest o prisutnosti vizualne kulture kojom je okružen u svakodnevnom životu i utjecaju nametnutih društvenih vrijednosti koje se očituju kroz razne oblike vizualne kulture i manipulira učenikovu jedinstvenost.

Istraživanje je bilo provedeno kvalitativnom metodom, uz primjenu ankete, pisanih bilješki vođenih tijekom nastavnih sati i fotodokumentacije učeničkih radova. Kao rezultat istraživanja očekuje se promjena iz koraka u korak vizije okoline i odnosa sebe u okolini. Kroz prvi korak, mentalnu mapu, učenici su spoznali suvremeni kontekst i način koji utječe na njega / nju i na njegov/njezin izbor (izražavanje vlastite osobnosti).
U drugom koraku naglasak je bio na vlastitom kabinetu čuda danas, individualni izbor za svakog učenika, odnosno interpretaciji osobnog kabineta čuda, odnosno kolekcije.
Koncept kabineta čuda naglasak je stavljao na vlastitu „kolekciju“ omiljenih predmeta.
Provodio se manji projekt sakupljanja van škole u kojem je učenik odabirao što mu se sviđa i zašto mu se sviđa.
U trećem koraku formirala se ideja vlastitog putnog kofera današnjeg *tinejdžera* za odlazak ili „preživljavanje“ u školi.

Istraživačka pitanja na koje je ovo istraživanje odgovorilo svojim rezultatima su:

1. Kako se vizualna kultura odražava u vizualnim radovima učenika?
2. Kako usmjeriti učenike na kritičko promišljanje i kreativno interpretiranje vizualne kulture iz svakodnevnog okruženja?

Rezultatima istraživanja potvrđeno je da sadržaji popularne vizualne kulture utječu na oblikovanje osobnog identiteta učenika. Zbog nedostatka znanja u području vizualne kulture učenici nesvjesno usvajaju nametnute manipulativne prikaze, interese i pravila ponašanja zbog čega gube svoju individualnost, kreativnost i jedinstvenost. Kroz likovni zadatak najčešće se predstavljaju poput ostalih, odnosno priklanjaju se nametnutim utjecajima društvenih normi. Preispitivanjem i promatranjem vlastitog vizualnog iskustva kroz likovni rad učenici uočavaju važnost utjecaja vizualne kulture i razvijaju kritičko mišljenje koje doprinosi stvaranju zdrave samosvijesti i samopouzdanja.

Ključne riječi: *identitet*, *individualnost*, *kreativnost*, *vizualna kultura*, *novi mediji*

Summary

The purpose of this research was to find out what and how much visual culture encompasses, in which branches it is involved in art design, and how many students it surrounds on a daily basis. Also, the purpose was to encourage students' attention on the appearance of everyday objects. Through work they come across the influence of visual culture on their own identity.

The problem arises from the system which does not work well within. It does not deal with critical reflection on the visual environment of students. Due to the lack of knowledge in the field of visual culture, students do not give enough importance to the process of seeing and observing. That leads to the hasty adoption of visual information and the creation of manipulative influences on the development of student perception.

The aim of this thesis is to examine and verify the student's awareness of the presence of visual culture which surrounds the everyday life. The impact of imposed social values is manifested through various forms of visual culture and manipulates the student's uniqueness.

The research was conducted by a qualitative method, with the application of a survey, written notes taken during classes and photo documentation of student work. As a result of the research, a change from step to step of the environment vision and the relationship of oneself in the environment is expected. Through the first step; mental map, students learned about the contemporary context and the way it affects him / her and his / her choice (expressing his / her own personality).
In the second step; the emphasis was on one's own cabinet of curiosity today, an individual choice for each student i.e. the interpretation of a personal collection inside a cabinet of curiosity.
The concept of the Cabinet of curiosity placed emphasis on its own "collection" of favourite items.
A small out-of-school collection project was conducted in which the student chose what he liked and why he liked it.
In the third step; the idea of today's teenager's own suitcase of "surviving" at school was formed.

The questions this research will give answers to with its results are:

1. How is visual culture reflected in students ’visual works?
2. How to encourage students to critically reflect and creatively interpret visual culture from the everyday environment?

The results of the research have proven that the contents of popular visual culture influences the formation of students' personal identity. Due to the lack of knowledge in the field of visual culture, students unconsciously adopt the imposed manipulative representations, interests and rules of behaviour. As a result students lose their individuality, creativity and uniqueness. Through the art task, they most often present themselves like others by adapting to the imposed influences of social norms. By reviewing and observing their own visual experience through art work, students perceive the importance of the influence of visual culture. As such they develop critical thinking that contributes to the creation of a healthy self-awareness and self-confidence.

Key words: identity, individuality, creativity, visual culture, new media

SADRŽAJ

SAŽETAK 1
Summary 2
SADRŽAJ 4
1.UVOD 6
2.TEORIJSKI DIO 7
2.1 Vizualna kultura 7
2.2 Položaj djeteta unutar vizualne kulture 9
2.3 Identitet i individualnost 10
2.4 Samosvijest i samopouzdanje 11
2.5. Kreativnost i mašta 12
2.6. Vizualna kultura u nastavi likovne kulture 15
3. EMPIRIJSKI DIO 16
3. 1 Cilj istraživanja 16
3.2 Uzorak istraživanja 16
3.3 Metoda i instrumenti istraživanja 16
3.4 Oblici rada i nastavne metode 17
3.5 Opis tijeka istraživanja 17
4. PRIKAZ I ANALIZA REZULTATA 19
4.1 Analiza upitnika 19
4.2 Analiza rezultata 20
4.3 Analiza likovnih radova učenika 25
4.4 Raprava 34
4.5 Zaključak 36
4.6. Prilozi 37
4.6.1 Pripreme za nastavni sat 37
4.6.2.Prilagođeni materijal za online nastavu 102
4.6.4 Radovi Mentalne mape vlastitih interesa 106
4.6.5 Radovi Vizualnog oblikovanja kabineta čuda na Instagramu 109
4.7 LITERATURA 113

1.UVOD

Današnji ubrzani način života i razvoj tehnologije pruža konstantnu dostupnost novih informacija i vizualnih prikaza. U moru informacija teško se raspoznaju bitne od nebitnih informacija, a zbog prevelike zasićenosti, kvaliteta prikaza gubi svoju važnost.
Bogatstvo sadržaja vizualne kulture kroz razne vizualne forme nesvjesno utječe na identitet učenika u školi i u svakodnevnom životu.
Popularna kultura i masovni mediji kroz vizualnu kulturu nameću određena pravila ponašanja, interese i stereotipe kao idealne prikaze pojedinaca.
Zbog nedostatka znanja u području vizualne kulture učenici ne obraćaju dovoljno pažnje u procesu gledanja i promatranja, što dovodi do stvaranja manipulativnih utjecaja na razvoj njihove percepcije. U potrebi za pripadanjem učenici padaju pod utjecaje očekivanih društvenih normi i vrijednosti i odbacuju svoje osobne interese, talente, kvalitetu i jedinstvenost. Zadovoljavajući aktualna očekivana ostvarenja, najčešće u doba adolescencije, kod učenika se javljaju kompleksi manje vrijednosti, nerazvijena samosvijest i nisko samopouzdanje, što se negativno odražava i na školski uspjeh. Učenici gube motivaciju za rad, kreativnost i maštu. Poistovjećuju se s nametnutim popularnim osobama, *influencerima* i kopiraju njihov stil, interese i način života. Razne društvene platforme, poput *Instagrama*, omogućuju još veću dostupnost nametnutih vizualnih utjecaja popularne kulture. Stvaraju se interaktivne platforme vizualnih informacija koje se prenose putem prikaza i kratkih video snimaka. Prijenos poruka preko vizualnih prikaza doprinosi stvaranju vizualne komunikacije koja nameće svoja pravila i uvjerenja popularnog društva.

S obzirom na problem nedostatka znanja o važnosti vizualne kulture i njezina utjecaja u svakodnevnom životu učenika, provedeno je istraživanje u svrhu podizanja interesa na području promatranja i istraživanja raznih oblika vizualne kulture kako bi učenici zamijetili moguće skrivene manipulacijske utjecaje.
Ideja je istraživanja u sklopu sata likovne kulture, kod učenika u dobi adolescencije potaknuti sposobnost detaljnijeg promatranja i istraživanja vizualnih prikaza u svrhu podizanja samopouzdanja i prihvaćanja vlastite jedinstvenosti potrebne za zdravi daljnji razvoj.
Uspješnost istraživanja očituje se u samim radovima nastave likovne kulture.
U sklopu nastave primjećuje se odstupanje od nametnutih društvenih stereotipa i pozitivnije i kreativnije nastojanje učenika da prikažu sebe sa svim svojim jedinstvenim vrijednostima i osobinama.

2.TEORIJSKI DIO

2.1 Vizualna kultura

Pojam vizualne kulture sve je više prisutan i skoro neizbježan u današnjem svakodnevnom životu. Različite definicije vizualne kulture i njezine važnosti zagovarali su i promovirali razni sociolozi, povjesničari umjetnosti i psiholozi još u dvadesetom stoljeću. Oslanjajući se na važnost prikaza i njihovih interpretacija za doprinos u razgradnji pojma „vizualnog“, sastavnog dijela vizualne kulture, Erwin Panofsky,[1] u svojem klasičnom djelu *Ikonološke studije,*[2] određuje tri sloja slike kojima se bavi ikonološka analiza: predikonografski opis, ikonografska analiza, ikonografska interpretacija.[3] No, samo je treći, najdublji sloj slike konačni predmet ikonologije, jer se tek na toj razini razabiru značenjske sastavnice koje umjetnik utiskuje u sliku mimo svoje svjesne namjere. Upravo se iz tih slojeva slike koji su u nju nesvjesno utkani, može uspostaviti okvir za razumijevanja značenja slike.[4]

Povjesničar umjetnosti, Ernst Gombrich,[5] dokazuje načelnu neodvojivost spoznajnih i perceptivnih sposobnosti. Uspoređuje europski način slikanja svijeta s obzirom na ono što su znali o njemu, s impresionističkim načinom slikanja gdje su umjetnici slikali svijet onakvim kakvim su ga doživljavali, što Gombrich naglašava vjernijim prijenosom zbilje. Objašnjava kako je bitno potisnuti ono što se zna o svijetu i više pažnje pridodati promatranju svijeta „objektivnim“ okom bez nametnutih pretpostavki i znanja. To nevino oko (*the innocent eye*) proziva mitom, zato što se stvarnost, odnosno zbilja, kroz proces gledanja mijenja i gubi svoj realistički prikaz zbog raznih vanjskih utjecaja. Kroz svoje tumačenje viđenja koje je upleteno u znanje, Gombrich najavljuje vizualnu kulturu.

Ideološku problematizaciju toga pojma provodi britanski povjesničar umjetnosti John Berger,[6] u zbirci radijskih predavanja *Ways of Seeing*. On polazi od potisnute preddruštvene dimenzije

[1] Erwin Panofsky (1892 - 1968) bio je njemačko – židovski povjesničar umjetnosti čija se akademska karijera odvijala uglavnom u SAD-u nakon uspona nacističkog režima. Njegov rad predstavlja odmak u modernom akademskom poučavanju ikonolografije, koji je koristio u velikim utjecajnim djelima poput Rano nizozemsko slikarstvo. Mnoga su njegova dijela još uvijek u pripremi za tisak uključujući Studije iz okonologije: Humanističke teme u umjetnosti renesanse (1939) , Značenje u vizualnoj umjetnosti (1955). Njegove ideje također su imale snažan utjecaj u povijesti, osobito u njegovoj upotrebi povijesnih ideja za tumačenje umjetničkih djela.

[2] Panofsky Erwin, 1939/1975., *Ikonološke studije: humanističke teme u renesansnoj umetnosti*, preveo Svetozar M. Ignjačević, Beograd, Nolit

[3] Panofsky je preimenovao ikonografsku interpretaciju u ikonološku analizu, Panofsky Erwin, 1955., *Meaning in the Visual Arts*, New York, Garden City

[4] Mijatović Aleksandar, 2010., Pregledni rad, *Vizualna kultura i kraj tumačenja slike ili: kako predsubjektivna fascinacija postaje teorijom bez subjekta*, Rijeka – Filozofski fakultet, str. 2

[5] Ernst Gombrich (1909 – 2001) bio je Austrijski povjesničar umjetnosti koji je većinu života proveo u Velikoj Britaniji. Autor je mnogih djela kulturne povijesti i povijesti umjetnosti od kojih je značajna knjiga Priča o umjetnosti, koja se smatra jednom od najpristupačnijih uvoda u likovnu umjetnost i Umjetnost iluzija, jedan od glavnih radova na psihologiji percepcije kojom je utjecao na razne mislioce poput Nelsona Goodmana, Umberta Eca.

[6] John Berger (1926 – 2017) bio je jedan od najutjecajnijih mislilaca i pisaca poslijeratne Europe. Kao televizijski voditelj promijenio je način na koji se gledalo na umjetnost kroz knjigu i emisiju *Ways of Seeing* gdje je kroz ulogu propovjedača i političkog aktivista branio prava i dostojanstva radnika, migranata i potlačenih širom svijeta. BBC je

viđenja: »viđenje se javlja prije riječi«.[7] Prvo i neposredno iskustvo svijeta dugujemo viđenju koje prethodi usvajanju jezika kroz čiju se prizmu anonimnosti i tuđosti zatim prelama njegovo autentično i vlastito iskustvo.[8] Berger objašnjava kako slike pružaju direktno svjedočanstvo o svijetu, ali na autentičnost njihova viđanja utječe umjetnost koja nameće svoje okvire razumijevanja. Za njega se pojam vizualno odnosi na rascjep između izvornoga viđenja i načina viđenja koja ga relativiziraju.

Zahvaljujući različitim smjerovima spomenutih i drugih mišljenja temeljenih na vizualnoj percepciji, krajem osamdesetih godina prošlog stoljeća vizualna kultura postaje samostalno disciplinarno područje.

Vizualna kultura kao teorija temelji se na preobrazbi slike u sredstvo razumijevanja.
Tako teorijski odnos prema slici više ne bi polazio od načina na koji se ona interpretira, već od načina na koji ona afektivno djeluje na promatrača.
Sami prikazi ustvari predstavljaju mješavinu kulturnog kolaža.[9] Stvoreni su i izmišljeni od strane čovjeka, a referiraju se na bezbroj mogućnosti i mogućih značenja umjesto na jedno konkretno značenje s namjerom.[10] Bezbroj značenja povezuje se sa simbolima koje čovjek iznova konstruira i neformalno uči druge u svrhu pojednostavljivanja komunikacije prikazima.[11] Zbog toga je moguće više puta ponovno sagledati već viđene bogate primjere vizualne kulture i tako nastaviti razvijati nova značenja kroz novo iskustvo s već viđenim.[12]

Vizualna kultura obuhvaća čitav spektar vizualnih formi i njihovih interpretacija, od slikarstva, skulpture, dizajna , reklama, mode, primijenjene umjetnosti, virtualnih slika i digitalnih medija i slično.
Zbog svoje interdisciplinarnosti i sveprisutnosti, vizualna kultura predstavlja svojevrsni hibrid današnjeg vremena s moćnim utjecajem manipulacije prikazima nad promatračem.
Možemo reći da ona ustvari obuhvaća skup prikaza i objekata koji nas svakodnevno okružuju i pomažu u posredovanju i izgradnji samoga sebe i pronalaska svojega mjesta u svijetu.
Zahvaljujući današnjem ubrzanom životu i tehnološkom napretku, vizualna kultura postaje globalna i razvija nove oblike nepredvidivih i skrivenih moći i simulacija.
Dostupnost vizualnog sadržaja dovela je do nametanja raznih društvenih utjecaja, pogotovo sa strane masovnih medija koji vizualnu kulturu koriste u svrhu promoviranja i reklamiranja vlastitog

---

producirao njegove emisije u trajanju od trideset minuta s ciljem otkrivanja značenja i ideologije procesa gledanja kroz vizualne medije. Poput pravog revolucionara 1953. godine napisao je „*umjetnost me uvukla u politiku daleko od umjetnosti*“

[7] Berger John, 1972., *Ways of Seeing,* London, Penguin. 1972, str. 3
[8] Mijatović Aleksandar, 2010., Pregledni rad, *Vizualna kultura i kraj tumačenja slike ili: kako predsubjektivna fascinacija postaje teorijom bez subjekta*, Rijeka – Filozofski fakultet, str 4
[9] Freedman Kerry, 2003., *Teaching visual culture : Curriculum, aesthetics, and the social life of art*, New York Teachers College, Columbia Univirsity, str. 14

[10] Freedman Kerry, 2003., *Teaching visual culture : Curriculum, aesthetics, and the social life of art*, New York Teachers College, Columbia Univirsity, str. 14
[11] Freedman Kerry, 2003., *Teaching visual culture : Curriculum, aesthetics, and the social life of art*, New York Teachers College, Columbia Univirsity, str. 14
[12] Freedman Kerry, 2003., *Teaching visual culture : Curriculum, aesthetics, and the social life of art*, New York Teachers College, Columbia Univirsity, str. 14

odabranog sadržaja. Dostupni sadržaji izravno djeluju i utječu na promatrače, pogotovo na percepciju mlađe populacije.

2.2 Položaj djeteta unutar vizualne kulture

Prema Vygotskom, društvo pruža simbolične alate, jezične i materijalne koji oblikuju razvoj mišljenja. Koristeći sadržaj popularne kulture kroz vizualne prikaze, moguće je jednostavno manipulirati pojedinim gledateljima. Kod popularne kulture lako dostupni prikazi dizajnirani su za neselektivnu javnu konzumaciju i konstantno kruže unutar medija i javnih prostora svakodnevnog života.[13] Kroz plakate, kataloge, časopise, razne reklame, internet, televiziju, film i mnoge druge promotivne materijale, prikazuju se odabrani sadržaji s ciljem informiranja. Slikovni prikazi svojim karakteristikama pružaju snažan doprinos javnom mišljenju i kulturnom očekivanju društva.[14]
Bogatstvo vizualnih prikaza prisutno je u društvu i posjeduje aktivnu ulogu u „mapiranju", određivanju društvenog, političkog i emocionalnog svijeta. Neizbježno je primijetiti vizualne prikaze djetinjstva, pogotovo prikaze prijelaza u svijet odraslih, doba adolescencije. Takvi rekonstruirani prikazi većinom su korišteni u svrhu promocije i manipuliranja osobito kod reklamne industrije.

Posljednjih godina prikaz djeteta i djetinjstva postaje aktualan problem društva i izaziva mnogobrojne kritike istovremeno prikazujući nezaštićenost i dječja prava, a s druge strane eksploatirajući njihovo neprihvatljivo ponašanje i bunt.[15] Osim što navedeni prikazi koriste dijete za promotivni motiv, oni su podjednako dostupni i samoj djeci koja vizualne prikaze najčešće doživljavaju kao svojevrsni oblik očekivanja i ponašanja zbog čega ih zatim nesvjesno preuzimaju i usvajaju.
Moć prikaza djeteta privlači pažnju promatrača, gledatelja i potiče na razmišljanje zbog čega je prikazu djeteta dodijeljeno središnje mjesto u povijesti vizualne kulture.[16] Kroz povijest se prikaz djeteta obično koristio u reklamnoj industriji kako bi pridobio odrasle kupce. Tako su na primjer razne putničke agencije i časopisi do danas zadržali prikaz „egzotičnog djeteta" kao svojevrsni simbol putovanja u zemlje trećeg svijeta.
Omot za Nirvanin album *Nevermind*, jedan od najuspješnijih svjetskih *rock* albuma, prikazuje „golu" bebu koja pliva u podvodnom bazenu prema novčanici od jednog dolara koja se nalazi na udici. Svojim prikazom, omot je izazvao brojna kontroverzna mišljenja i osudu zbog čega je kasnije izmijenjen stavljajući cenzuru na mjesto djetetovog spolovila pa mu je popularnost još i više narasla na tržištu.

U dvadesetom stoljeću reklamna industrija stvara trend „mladosti" kao svojevrsni tržišni segment s ciljem doticanja upravo djece i adolescenata i prikriveno im promovira odabrani sadržaj kroz vizualne prikaze određenih pravila ponašanja i neograničene slobode. Takav proces doveo je do

[13] Drotner Kristen, Livingstone Soni, 2008., *International Handbook of Children Media and Culture*, SAGE Publications Ltd, London, 37.str
[14] Kristen Drotner, Soni Livingstone, 2008., *International Handbook of Children Media and Culture*, , SAGE Publications Ltd, London, 37.str
[15] Kristen Drotner, Soni Livingstone, 2008., *International Handbook of Children Media and Culture*, , SAGE Publications Ltd, London, 37.str
[16] Wells Karen, 2020., *The Visual Cultures of Childhood,Film and Television from The Magic Lantern to Teen Vloggers*, London, Rowman & Littlefield Internacional, 1. Str

transformacije djetinjstva u tržišnu strategiju i modnu estetiku današnjice, stvarajući razne supkulture i vizualne „stilove " koji nameću svoje utjecaje.[17]
Navedeni dostupni vizualni prikazi predstavljaju nerealnu generalizaciju o određenoj stereotipnoj grupi poput rodnih stereotipa, LGTB zajednice, rasnih, kulturoloških, etničkih klasnih stereotipa i slično. Stvaraju se stereotipi društva koji zadovoljavaju neki određeni tip odijevanja, ponašanja i normi koje se lako prepoznaju i usvajaju, pogotovo kod adolescenata. Takvi današnji prikazi likova unutar vizualne kulture manje su stvarni, a više su savršeni i predvidljivi. Zbog svoje osjetljivosti i razdoblja pronalaženja sebe, adolescenti lako „padaju" pod *trendy* utjecaje koji im se nameću te ih svakodnevno okružuju i njima manipuliraju.

2.3 Identitet i individualnost

Za razvoj učenikove pozitivne slike o sebi neophodan je razvoj osjećaja pozitivnog identiteta.[18] Identitet predstavlja istovjetnost, potpunu jednakost; odnos po kojemu je netko ili nešto jednako samo sebi, odnosno isto; skup značajki koje neku osobu čine onom koja jest ili onom što jest. [19]

Identitet može biti višestruk i slojevit. Svatko je istovremeno mnogo toga. Neki slojevi identiteta su bliže vanjskom svijetu, „površini" i lakše uočljivi, kao što su, primjerice, spol i tjelesne karakteristike, a neki su bliže „jezgri" identiteta i manje su uočljivi, primjerice, religijska pripadnost (za ilustraciju identiteta može poslužiti glavica luka). [20]
Tijekom odrastanja, ali i kasnijeg života učenici stječu neke nove identitete, a neke gube, primjerice, sada sam učenica, nisam više predškolka. Kroz interakciju s okolinom, roditeljima, učiteljima, kolegama i ostalima, neprestano izgrađuju, rekonstruiraju i ponovno izgrađuju svoj osobni identitet, koji predstavlja vlastiti osjećaj jedinstvenih karakteristika, osjećaj individualnosti. Svojom individualnosti ističu kvalitete koje ih razlikuju od drugih zbog čega postaju jedinstveni. Vizualna kultura i medijska umreženost sastavni su faktor okoline koja utječe na razvoj učenikovog osobnog identiteta.
S obzirom na to da identitet podjednako čine i oni slojevi koji nisu stvar osobnog izbora, klasna, rasna, nacionalna pripadnost, mjesta rođenja, tjelesne karakteristike, mladi ljudi su istovremeno konstantno izloženi pritisku nametnutih dostupnih vizualnih i medijskih utjecaja, i zato padaju pod utjecaj očekivanog ponašanja i *trendy* karakteristika popularne kulture. Dolazi do ukalupljivanja i gubitka jedinstvenih dijelova identiteta, posebno u razdoblju adolescencije kada učenici trebaju postati jedinstveno neovisno i osobito ljudsko biće koje će se kao takva individua uključiti u društvo i u njemu osigurati svoj status i svoje uloge. Drugim riječima, pojedinac u tom životnom

[17] Drotner Kristen, Livingstone Soni, 2008., *International Handbook of Children Media and Culture*, SAGE Publications Ltd, London, 38.str
[18] Pučko otvoreno učilište Korak po korak, *Tko sam ja? Pitanja grupnog i osobnog identiteta*, http://www.korakpokorak.hr/upload/Sadrzaj/besplatni-resursi/knjige-i-brosure/korak-po-korak-reyn-brosura-tkosamja-big.pdf, pristupljeno: 19.8.2020.
[19] Identitet, *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. Pristupljeno 20.8.2020. https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=26909
[20] Pučko otvoreno učilište Korak po korak, *Tko sam ja? Pitanja grupnog i osobnog identiteta*, http://www.korakpokorak.hr/upload/Sadrzaj/besplatni-resursi/knjige-i-brosure/korak-po-korak-reyn-brosura-tkosamja-big.pdf, pristupljeno: 19.8.2020.

razdoblju mora naučiti istovremeno biti individualan i socijalan pri čemu razvija vlastiti identitet, vlastito samopouzdanje i samopoštovanje. [21]

2.4 Samosvijest i samopouzdanje

Samosvijest je znanje koje imamo o sebi i doživljaj toga tko smo. Jesper Juul[22] slikovito ga prikazuje kao „unutarnji stup". Zdrava i razvijena samosvijest čini da se dobro osjećamo u svojoj koži i vjerujemo da vrijedimo samim time što postojimo (Juul, 2006).
S druge strane, samopouzdanje je znanje o tome što smo sposobni učiniti, u čemu smo dobri, a u čemu lošiji te što sa svojim sposobnostima možemo postići (Juul, 2006). [23]
Juul samopouzdanje opisuje kroz „vanjske skele", izgrađene oko unutarnjeg stupa odnosno samosvijesti. Ove „vanjske skele" grade se kroz život, kroz povratne informacije iz okoline.[24]

Neovisno o izgradnji „unutarnjeg stupa" – samosvijesti, život na svakom koraku pruža povratne informacije o uspjehu ili neuspjehu. Kako će se reagirati na te informacije, ovisi isključivo o samosvijesti. Uz zdravu i razvijenu samosvijest, povratna informacija o bilo kakvom uspjehu, govori o sposobnosti za određenu stvar. No, uz nerazvijenu samosvijest, odnosno, uz misao „Vrijedim samo ako mogu nešto postići", povratna informacija o, primjerice, uspješnom plivanju znači puno više od same sposobnosti u plivanju, ona daje potvrdu o vrijednosti.
Kod povratne informacije o neuspjehu „Ne ide mi plivanje", uz zdravu samosvijest, zaključujemo da nismo dobar plivač i stajemo na tome. Uz nerazvijenu samosvijest, na temelju ove informacije preispitujemo i prosuđujemo vlastitu vrijednost: „Ne mogu nešto postići – ne mogu plivati" = „Ne vrijedim". Smatrat ćemo da ne vrijedimo, da nam ništa ne ide, da ni u čemu ne možemo uspjeti. „Vanjske skele" samopouzdanja, dakle, bez izgrađenog unutarnjeg stupa, krhke su i nestabilne te na svaku povratnu informaciju o neuspjehu gube svoju stabilnost i urušavaju se.[25]
Lakše je graditi stabilne skele i zdravo samopouzdanje s izgrađenim unutarnjim stupom.
Informacije o uspjehu i neuspjehu ističu naše mogućnosti i ukazuju na naše znanje o tome za što smo sposobni, čime grade naše samopouzdanje.
Iz tog razloga posebno osjetljivo razdoblje u izgradnji zdrave samosvijesti i pozitivnog samopouzdanja predstavlja doba adolescencije.
Dok u pubertetu dolazi do burnoga fizičkog razvitka, adolescencija se ponajviše odlikuje promjenama na emocionalnom i kognitivnom planu. To je razdoblje psihološkog sazrijevanja tijekom kojeg se osoba traži i postupno prihvaća ulogu i odgovornosti odrasle osobe.

---

[21] Lacković-Grgin Katica, 2006., Psihologija adolescencije, Zagreb, Naklada Slap, str.130
[22] Jesper Juul (1948 – 2019) bio je danski obiteljski terapeut i autor nekoliko knjiga o roditeljstvu. U protekla je dva desetljeća formulirao novu perspektivu – novi pogled na to kako možemo razumjeti djecu i mlade kao i načine kojima možemo podržati njihov razvoj i socijalizaciju. U svojoj knjizi Your Competent Child tvrdi da su današnje obitelji na uzbudljivom raskršću jer se destruktivne vrijednosti – poslušnost, fizičko i emocionalno nasilje i sukladnost – koje upravljaju tradicionalnim hijerarhijskim obiteljima. Njegova misija je inspirirati, pomoći i pružiti podršku roditeljima i profesionalcima kako bi se osiguralo da novi naraštaji djece odrastu u društveno i mentalno zdrave pojedince.
[23] Kolimbatović Iva, 2018., Zagrebačko psihološko društvo, *Samopouzdanje i samosvijest*, https://zgpd.hr/2018/04/25/samopouzdanje-i-samopoimanje/, pristupljeno 19.8.2020.
[24] Juul Jasper, 2011. *Vaše Kompetentno dijete,* Zagreb, Naklada Pelago
[25] Kolimbatović Iva, 2018., Zagrebačko psihološko društvo, *Samopouzdanje i samosvijest*, https://zgpd.hr/2018/04/25/samopouzdanje-i-samopoimanje/, pristupljeno 19.8.2020.

Naročito je izražena težnja za osamostaljivanjem i neovisnošću, zbog čega adolescent može doći u sukob sa svojom sredinom.[26] Mlada osoba u tom periodu života vrlo je krhka i senzibilna, a ovisno o razini njezine samosvijesti i samopouzdanja prihvaća mnoge utjecaje okoline. Mediji pripomažu popularnoj kulturi u održavanju progresivnog karaktera upravo kroz razne oblike vizualne kulture kojom nameću aktualne trendove, interese i medijske reprezentacije društveno dominantnih konstrukcija poželjnih identiteta.
Mladi ljudi svakodnevno na društvenim mrežama i u raznim promotivnim materijalima nailaze na rekonstruirane prikaze idealiziranog društva i idealiziranih pojedinaca. Neizbježno je spomenuti aktualni termin *influencera*[27] koji promoviraju i nameću određeni stil života i društvene norme. Očituju se najčešće kroz društvene mreže poput *Instagrama* gdje sa svojom publikom komuniciraju kroz vizualne prikaze, odnosno fotografije manipulativnog sadržaja.
Sadržaj većinom predstavlja prikaze luksuznog života, *brandiranje*, idealizirani izgled, njegovanje kulta tijela i naglašavanje seksualnosti čime društvu prikazuju kako privlačan vanjski izgled pridonosi uspješnosti, većem osjećaju moći i boljem položaju u društvu.
Mlade osobe slabijeg samopouzdanja priklanjaju se vidljivim nametnutim utjecajima kako bi postali prihvaćeni u takvom „popularnom“ društvu. Zbog svojeg neznanja o moći vizualne kulture kojom su okruženi, padaju pod manipulacijske utjecaje, gube svoj puni potencijal i zapostavljaju svoje talente i interese. Postaju ukalupljeni primjerci, isti poput svih drugih. Gube svoju kreativnost, maštu i individualnost.

2.5. Kreativnost i mašta

Vizualna kultura kroz svoje brojne vizualne forme nudi razne sadržaje koji su prisutni u svakodnevnom životu. Zahvaljujući modernoj tehnologiji zasićenost količinom sadržaja i informacijama svakim je danom sve veća i dostupnija. Kroz prikaze na reklamama vidljivi su najnoviji promotivni predmeti, ponašanja, stilovi, interesi i mnogobrojni drugi utjecaji konzumerističkog društva. Konstantno „bombardiranje“ novim informacijama dovodi do svojevrsnog „iscrpljivanja“ duha i oka te zasićenosti zbog čega mladi ljudi nesvjesno prihvaćaju nametnute utjecaje, posebice u doba adolescencije kada poprimaju aktualne utjecaje radi potrebe za pripadanjem određenoj skupnoj grupi. Prihvaćanjem tuđih nametnutih utjecaja mladi pojedinci gube prvenstveno svoju kreativnost i maštu koja naposljetku uvjetuje gubitku vlastite originalnosti i jedinstvenosti.

Mnogobrojne su definicije kreativnosti ali svakako je jasno da kreativnost predstavlja sposobnost stvaranja jedinstvenih i originalnih ideja. Mašta ili imaginacija psihički je proces stvaranja novih predodžbi, kombiniranjem različitih ideja i pojmova koji kao takvi ne postoje u ranijem iskustvu. Mašta kao stvaralačko mišljenje predstavlja osnovu umjetničke, znanstvene i tehničke kreativnosti, ali i stvaralaštva u svakodnevnom životu.[28] Albert Einstein navodi kako je mašta potrebnija čovjeku nego znanje. Bez kreativnosti i bez mašte bilo koja vrsta napredovanja nije moguća niti za pojedinca niti za društvo.

[26] Adolescencija, *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. Pristupljeno 20.8.2020. https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=532
[27] *Influencer* je osoba koja je plaćena za promociju određenih proizvoda i usluga, potičući druge da ih kupuju. Time utječe i mijenja način ponašanja društva.
[28] Wikipedija, slobodna enciklopedija, https://hr.wikipedia.org/wiki/Ma%C5%A1ta, pristupljeno 20.8.2020.

Kao način samoizražavanja kreativnost je potrebna za osobni rast i razvoj pojedinca kako bi se osoba izgradila i ostvarila u svim svojim željenim područjima interesa kroz vlastiti jedinstveni potencijal i talent.
U nastavi, a pogotovo u nastavi likovne kulture jasno je vidljiv pad kreativnog potencijala učenika iz nižih u više razrede. Tužno je zamijetiti gubitak vlastitih interesa, želja, ideja, spontanosti, mogućnosti i motivacije kroz proces odrastanja. Konstantna kompetitivna sredina kojom je učenik okružen u školi i nametnuta očekivanja roditelja, sustava i okoline pritišću kreativnog učenika i dovode do praznine, nezadovoljstva i problema. Učenici postaju modelirani primjerci suvremenog društva. Okreću se šablonama i nametnutim vrijednostima koje smatraju ispravnim i očekivanim.
Cvijeće je crveno narodna je irska pjesma koju je napisao i otpjevao Harry Chapin, 1978. godine. Svojim jasnim tekstom pjesma ističe upravo navedeni problem društvenih normi i gubitka kreativnosti:

Cvijeće je crveno

Dječak je krenuo prvi put u školu
Uzeo pastele i crtati stao.
Rasprostro je boje širom papira
jer tako je vidio i tako znao.
Učiteljica reče: Što radiš, mladiću?
Slikam cvijeće, dječak joj reče.
Ona će na to: Sad nije vrijeme,
Uostalom zeleno je i crveno cvijeće,
Postoji način kako se stvari rade
I sve ima svoje vrijeme, dječače,
Moraš pokazati brigu i za druge,
Ti ovdje nisi jedini, đače.

Još na kraju reče:
Mladiću,znaj, crveno je cvijeće
I uz njeg zeleno lišće ide
Ne gledaj u njem neke druge boje
jer tako ga oduvijek svi ljudi vide.

No dječak reče:
Toliko boja u suncu jutra,
Toliko boja u dugi ima,
Toliko mnogo boja u cvijeću
Ja sve ih vidim i služim se njima.

Učiteljica reče: Pa ti si zločest,
Postoji način kako rade svi,
I ti moraš pravilno slikati cvijeće
zato za mnom ponavljaj ti:
Svi znamo, crveno je cvijeće
I uz njeg zeleno lišće ide

Ne gledaj u njem neke druge boje,
Jer tako ga svi ljudi oduvijek vide.

No dječak reče:
Toliko boja u suncu jutra,
Toliko boja u dugi ima,
Toliko mnogo boja u cvijeću
Ja sve ih vidim i služim se njima.

U kut ga na to učiteljica stavi
I reče: Za tvoje dobro, dječače,
Ostat ćeš tamo dok sve ne shvatiš
Kakav trebaš biti i što pravila znače.
U kutu je bio sam, strah mu kroz
misli poteče
Pa dođe do učiteljice i ovako joj reče:
Točno je, crveno je cvijeće
i uz njeg zeleno lišće ide
Ne vidim u njem druge boje
Jer tako ga svi ljudi oduvijek vide.

Dosta je vremena prošlo od tad
preselili su u drugi grad,
U novu je dječak školu krenuo
I evo što je tamo doživio:
Učiteljica mu se nasmiješila
I rekla: Zabava je slikanje,
Toliko boja u dugi ima
Hajde da ih naslikamo sve.

Ali dječak je samo uredno redao
Jednako crveno i zeleno cvijeće,
A kad ga upitaše zašto to radi
Evo što im on reče:
Svi znaju, crveno je cvijeće
I uz njeg zeleno lišće ide
ne treba ga nikad drukčije slikati
jer takvim ga oduvijek svi ljudi vide.

2.6. Vizualna kultura u nastavi likovne kulture

Odgojno-obrazovni sustav ima važnu ulogu u razvoju društva i osposobljavanja učenika za život u suvremenom i budućem dobu.
Likovna kultura omogućuje razne mogućnosti samoizražavanja učenika, a kroz procese stvaranja može pomoći u shvaćanju važnosti vizualne kulture i približavanju njezinih pozitivnih i negativnih utjecaja.
Kroz razne vizualne forme učiteljima je lakše približiti se učenicima i motivirati ih na istraživačko učenje, stvaranje, razvoj i vizualno mišljenje.
Sadržaj nastave likovne kulture trebao bi potaknuti učenike na promišljanje o vlastitom vizualnom iskustvu kako bi razvili kritičko mišljenje o važnosti vizualne kulture u oblikovanju svakodnevnog života, društva i individualnog identiteta. Time bi učenici prestali biti pasivni promatrači vizualnih informacija koje njima svakodnevno manipuliraju.
Bitno je učenicima kroz proces likovnog rada pružiti individualne mogućnosti samoizražavanja kako bi se potaknuo osjećaj prihvaćanja identiteta, pripadnosti, sigurnosti i zaštite. Tek tada bi kreativni proces stvaranja kod učenika izgradio osjećaj ultimativne slobode, sposobnosti vlastitog odabira i odluke. Poticanjem prihvaćanja sebe, učenici bi izgradili zdravu i razvijenu samosvijest i samopouzdanje. Poštivali bi svoju jedinstvenost, odmaknuli se od nametnutih vrijednosti i ohrabrili se u području kreativnosti i mašte. Nadalje, kreativnost i mašta pružile bi im mogućnosti potrebne za daljnji rast i razvoj.

Uključivanje vizualne kulture u nastavu likovne kulture pridonijelo bi razvoju učenikove vizualne percepcije. Zbog primamljivog i pristupačnog sadržaja, vizualna kultura potaknula bi učenike i motivirala ih na dublje otkrivanje i istraživanje vizualnog sadržaja u svakodnevnom životu.
Koristeći mnogobrojne društvene aktualne platforme za rad na nastavi likovne kulture moguće je primijeniti razumijevanje i upotrebu vizualnog sadržaja za vlastito likovno izražavanje. Razne mogućnosti korištenja dizajna, fotografija, obrade detalja, teksta i boje pridonose individualnom likovnom izražavanju učenika. Učenicima pružaju blisko i izazovno područje za kreativno izražavanje.
Kroz rad u kojem učenici koristeći vizualni sadržaj trebaju prikazati sebe, svoj identitet, svoje interese i zbirke vlastitog kabineta čuda, dobivamo uvid u učenikov prikaz njega samog. Sloboda prikaza i odabira učeniku omogućuje izražavanje osobnog i podsvjesnog prikaza sebe. Društvene platforme istovremeno kroz razne vizualne sadržaje učeniku pružaju prikaz tuđih načina izražavanja i predstavljanja sebe. Učenici imaju mogućnost otkrivanja vizualnih manipulativnih sadržaja koji su nesvjesno nametnuti, a time i utječu na učenikov izbor i identitet. Prikazujući većinom određene trendove i interese, vizualni prikazi nameću „određena očekivanja“ društva.
Razumijevanje vizualne kulture kroz likovni rad, dovodi do prihvaćanja sebe, odustajući od popularnih nametnutih normi što doprinosi poboljšanju učenikova samopouzdanja i samoostvarenja.

3. EMPIRIJSKI DIO

3. 1 Cilj istraživanja

Cilj je diplomskog istraživanja bio provjeriti koliko i što obuhvaća vizualna kultura i koliko utječe na učenikovu percepciju, identitet, samopouzdanje i samopoštovanje. Tijekom istraživanja bilo je ispitano koliko pažnje učenici poklanjaju vizualnom sadržaju koji ih svakodnevno okružuje i manipulira nametnutim društvenim vrijednostima.

Također, cilj je bio zabilježiti učenikovo kritičko promišljanje vizualne okoline koja kroz rad u nastavi likovne kulture ukazuje na važnost individualnosti i pridonosi prihvaćanju vlastitog identiteta i porasta samopouzdanja i samopoštovanja. Rezultatima istraživanja odgovorilo se na sljedeća istraživačka pitanja:

1. Kako se odražava vizualna kultura u vizualnim radovima učenika?
2. Kako usmjeriti učenike na kritičko promišljanje i kreativno interpretiranje vizualne kulture iz svakodnevnog okruženja?

3.2 Uzorak istraživanja

Istraživanje je provedeno tijekom rujna 2020. godine, putem *online* nastave, platforme *Instagram* u osnovnoj školi u Sesvetama i u dvije osnovne škole u centru grada Zagreba.
Učenici koji su sudjelovali u istraživanju bili su od 13 do 14 godina starosti. To su bili učenici osmih razreda u sve tri škole. Zbog Covid-19 situacije broj učenika bio je smanjen po razredima tako da je sveukupno u istraživanju sudjelovalo 40 učenika. Istraživanje je uklopljeno u nastavne jedinice (*Plošno oblikovanje/2D – Odnos slike i teksta*, *Plošno oblikovanje/2D – Rekompozicija i fotomontaža*, *Plošno oblikovanje/2D - Odnos slike i teksta*, *Rekompozicija i fotomontaža*) prema *Nastavnom planu i programu za osnovnu školu* (MZOŠ, 2006).

3.3 Metoda i instrumenti istraživanja

Istraživanje je bilo provedeno kvalitativnom metodom. Instrumenti istraživanja korišteni u diplomskom istraživanju bili su bilješke, odnosno komentari ispod određenih prikaza na profilu *Instagram* nastavnog sata i na kreiranim učeničkim *Instagram* profilima kojima su se bilježila razmišljanja i stavovi učenika, fotodokumentacija učeničkih radova i upitnik za učenike. Mjerni instrument korišten u istraživanju bio je upitnik oblikovan prema Likertovim skalama,[29] koji je

[29] *Likertova ljestvica*, vrsta najčešće primjenjivane ljestvice za mjerenje stavova. Razvoj i primjenu ljestvice razradio je 1932. Renis Likert. Likertova ljestvica sastoji se od tvrdnji, najčešće 15 do 20, koje izražavaju pozitivan ili negativan stav prema nekom objektu stava. Svaku tvrdnju prati najčešće pet mogućih odgovora. Njima se izražava stupanj slaganja, odn. neslaganja sa stavom izraženim u tvrdnji (potpuno slaganje, slaganje, neodlučnost/neutralnost, neslaganje, potpuno neslaganje). Pojedinim kategorijama odgovora pridruženi su brojevi (bodovi), stav ispitanika izražava se zbrojem bodova na temelju odgovora koje je ispitanik odabrao. Zbog toga se Likertova ljestvica naziva još i *sumativna ljestvica.* Što je taj zbroj veći, ispitanikov je stav prema objektu stava pozitivniji. https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=36507

sadržio pet pitanja i dodatno pitanje koje je zahtijevalo duži odgovor i obrazloženje. Upitnik učenici rješavaju na samom početku sata kako bi se prikupile iskrene informacije prije negoli primijete značajan doprinos vizualne kulture na vlastiti izbor tijekom sata. Svih pet pitanja vezano je uz učenikov izbor i istražuju nesvjesni utjecaj vizualne kulture na razvoj učenikove percepcije i individualnosti.

3.4 Oblici rada i nastavne metode

Oblik rada koji je bio primjenjiv za *online* nastavu na *Instagramu*, bio je *individualni rad*. Tijekom rješavanja zadataka učenike je individualni rad poticao na samostalno promišljanje, zaključivanje i ostvarivanje zadataka, a time i na razvijanje vlastitog kritičkog mišljenja. Metoda *rasprave* konstantno je bila prisutna tijekom cijelog *online* sata gdje se kroz razne sadržaje, poput prikazanog videa i drugih vizualnih primjera, preispitivalo učenikovo mišljenje. Time se učenike potaknulo na iznošenje vlastitog stava, argumentiranje i vrednovanje tuđeg i vlastitog rada. Metoda *mentalne mape* zauzela je mjesto prvog likovnog zadatka gdje se od učenika očekivalo da pomoću riječi, *asocijacija* i teksta linearnim crtežom izraze sebe kroz *Mentalnu mapu vlastitih interesa*. Zadatak mentalne mape bio je namijenjen poticanju kreativnosti i sistematiziranju vlastitih interesa i stavova, a učenicima je također poslužio i kao svojevrsna „skica“, odnosno pomoć za drugi likovni zadatak.
Istraživanje na internetu učenike je potaknulo na ciljano traženje vizualnih informacija za prepoznavanje prikazanih *brandova* u prvom zadatku u svrhu otkrivanja vizualnih manipulacija.

3.5 Opis tijeka istraživanja

Istraživanje je održano u tri osma razreda u tri različite škole u trajanju od ukupno dva nastavna sata. Tijekom istraživanja u sva tri razreda provedene su nastavne jedinice *Odnos slike i teksta*, *Rekompozicija i fotomontaža* te ponavljanje *Odnosa slike i teksta* i *Rekompozicija i fotomontaža* iz *Nastavnog plana i programa za osnovnu školu* (MZOŠ, 2006).
Zbog situacije s Covid-19 virusom nastava je bila prilagođena *online* načinu izvođenja nastavnog sata na *Instagram* platformi. Sva tri nastavna sata spojena su u svojevrsnu vizualnu „virtualnu igru“ gdje su učenici na „nastavnom *Instagram* profilu“ rješavali zadatke kako bi sakupili zvjezdice koje su bile potrebne za prijelaz na iduću razinu, a naposljetku i za završavanje igre. Učenici su rješavali priloženi upitnik preko *Instagram* naglasaka na samom početku sata kako bi se prikupile što iskrenije informacije.
Na prvoj razini (*levelu*), učenici su otkrili prikazane *brandove* i pomoću internet pretraživanja zapisali zanimljivosti o *brandovima* na koje su naišli. Uspješnim otkrivanjem *brandova* i njihovih zanimljivosti, učenici su saznali zašto i zbog čega su odabrani *brandovi* popularniji i prepoznatljiviji od ostalih. Susreli su se s pojmovima *influencera*, *trenda* i konzumerističkog društva, što je dovelo do stvaranja rasprava između odgovora učenika u komentarima ispod prikaza. Na drugoj razini (*levelu*), učenici se odgovarali na ponuđena pitanja gledajući video isječak DJ Khaleda i Justin Biebera *I´m the one*. Kroz ponuđena pitanja učenici su opisali sadržaj i osobni doživljaj videa. Video

su povezali s nametnutim društvenim i materijalnim vrijednostima. Otkrivali su razne skrivene *brandove* i prepoznali njihov manipulativni utjecaj. Učenici su uočili utjecaj vizualne kulture na vlastiti izbor. Na trećoj razini (*levelu*), učenici su na *Instagram* naglascima naišli na prvi zadatak *Mentalna mapa vlastitih interesa*, gdje su uz pomoć četiri ponuđena pitanja, odnosno četiri zadane grane, trebali istaknuti i prikazati svoje interese. Od učenika se nastojalo saznati njihovo iskreno mišljenje o sebi i svojim talentima, željama i mogućnostima. Naknadno su bila prikazana dva primjera *kabineta čuda*,[30] i popratno objašnjenje kao uvod u drugi likovni zadatak. Na četvrtoj i petoj razini (*levelu*), slikovnim prikazima i složenom kompozicijom *Djevojke s bisernom naušnicom*, učenicima se vizualno objašnjavalo pojmove rekompozicije i fotomontaže. Od učenika se tražilo da na svojem *Instagram* profilu osmisle i izvedu kompoziciju vlastitih fotografija primjenjujući rekompoziciju i fotomontažu. Zadatak je pomogao učenicima u usvajanju ključnih pojmova, vježbanju obrade fotografija i korištenja *Instagram* alata za kasnije mogućnosti primjene znanja u sljedećem zadatku. Na šestoj razini (*levelu*), učenici su došli do likovnog zadatka *vizualno oblikovanje vlastitog kabineta čuda na Instagramu*. Pomoću sadržaja vlastite mentalne mape i osobne kolekcije omiljenih interesa učenici su trebali predstaviti svoj vlastiti kabinet čuda, putni kofer za preživljavanje u školi. Devet kvadratnih polja na svojim *Instagram* profilima učenici su trebali zamisliti kao svojevrsne ladice unutar kofera u kojima bi vizualno postavili i prikazali kompoziciju odabrane kolekcije. Naglasak je bio stavljen na individualnost i kreativnost u oblikovanju ideja i vizualnog prikaza. Na sedmoj razini (*levelu*), kroz ponuđena pitanja učenici su sami komentirali i vrednovali svoje i tuđe kabinete čuda, naglašavajući važnost utjecaja vizualne kulture na njihov izbor i odabir. Evaluacijom su bile dotaknute i međupredmetne teme *Osobni i socijalni razvoj* i *Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije* koje su bile provedene kroz cijeli nastavni sat. Nakon evaluacije učenici su promatrali prikazani rad *Okviri* (2018.),[31] autora Nicolasa Claussa koji je kroz *Instagram* platformu prikazao svoj rad široj publici. Kompozicije svojih videa prilagođavao je *Instagram* formatu i pomoću društvene mreže dijelio vizualne poruke svojih likovnih radova. Uz pomoć postavljenog pitanja, „Kakve emocije doživljavate gledajući videe na umjetnikovom profilu?“, učenici su kroz iskustvo usmjerenog opažanja opisali osobne doživljaje djela povezujući obrazloženja s vlastitim emocijama čime se dodatno naglasila važnost utjecaja vizualne kulture i na emotivnoj razini.

[30] Termin *kabinet čuda*, naziv dobiva u 16. Stoljeću te predstavlja zbirku sakupljenih predmeta sabranih na jednom mjestu s ciljem predstavljanja svoga vremena. Kolekcionari raznih struka na svojim su proputovanjima i avanturama sakupljali čudnovate predmete koje su proučavali i sortirali na različite načine čime bi ostvarili cjelinu, vlastiti kabinet čuda. Kabinet čuda svojim bi sadržajem prezentirao interese njegova autora, kolekcionara.

[31] *Okvir*, metafora društvenog ponašanja. Označava granice koje svaku osobu izdvajaju iz cjeline.

4. PRIKAZ I ANALIZA REZULTATA

4.1 Analiza upitnika

Rezultati su za sva tri razreda prikazani u postotcima. Svih četrdeset učenika sudjelovalo je u ispunjavanju upitnika i odgovorili su na sva pitanja. Upitnikom se željelo provjeriti koliko vizualna kultura utječe na učenikov izbor i na razvoj učenikove percepcije i individualnosti.

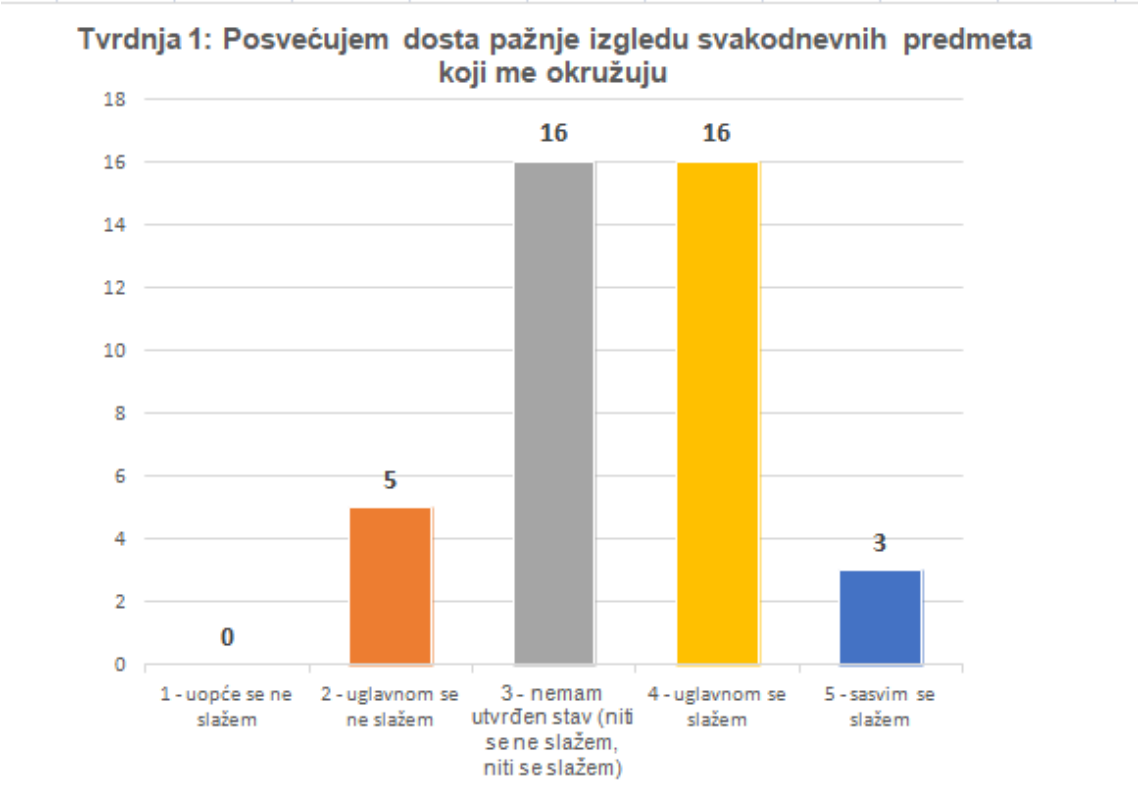
Iz analize upitnika saznajemo da je veliki postotak učenika bio izložen vizualnim manipulacijama i nametnutim vrijednostima konzumerističkog društva što je dovelo do gubitka vlastitih interesa i želja čime se gubio učenikov identitet.

Anketne tvrdnje	Izabrani odgovor	Ukupni broj anketiranih za izabrani odgovor	Anketirani za izabrani odgovor / Ukupni broj anketiranih (%)
1. Posvećujem dosta pažnje izgledu svakodnevnih predmeta koji me okružuju	1	0	0.0
	2	5	12.5
	3	16	40.0
	4	16	40.0
	5	3	7.5
2. Izgled svakodnevnih predmeta utječe na moj izbor	1	7	17.5
	2	5	12.5
	3	7	17.5
	4	13	32.5
	5	8	20.0
3. Važna mi je marka odjevnih predmeta ili predmeta koje kupujem	1	9	22.5
	2	9	22.5
	3	12	30.0
	4	10	25.0
	5	0	0.0
4. Volim gledati video spotove	1	3	7.5
	2	5	12.5
	3	8	20.0
	4	13	32.5
	5	11	27.5
5. Često puta kupim nešto što sam vidio / vidjela u reklami	1	12	30.0
	2	11	27.5
	3	10	25.0
	4	5	12.5
	5	2	5.0

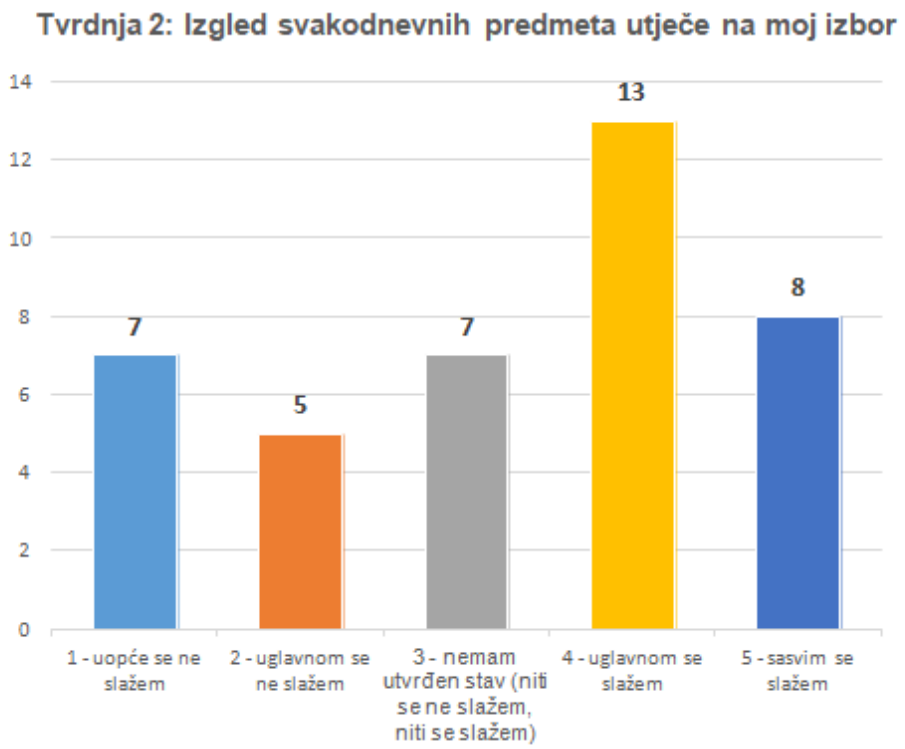
1 - uopće se ne slažem
2 - uglavnom se ne slažem
3 - nemam utvrđen stav (niti se ne slažem, niti se slažem)
4 - uglavnom se slažem
5 - sasvim se slažem

4.2 Analiza rezultata

Analiza upitnika prikazala je da je većina učenika bilo podložno utjecaju popularne vizualne kulture i nametnutim vizualnim manipulacijskim sadržajima. Upitnik je otkrio opterećenost nametnutim materijalnim predmetima i važnost izgleda i vizualnog oblikovanja svakodnevnih predmeta koje učenici koriste u svakodnevnom životu. Na učenikov izbor također dodatno utječe važnost *brandova* kojima su učenici izloženi kroz razne medijske prikaze. Unatoč upitniku, prikazuje se i pozitivni rezultat koji su otkrili učenikovo uočavanje i prepoznavanje manipulativnih potrošačkih poruka kroz reklamne prikaze.

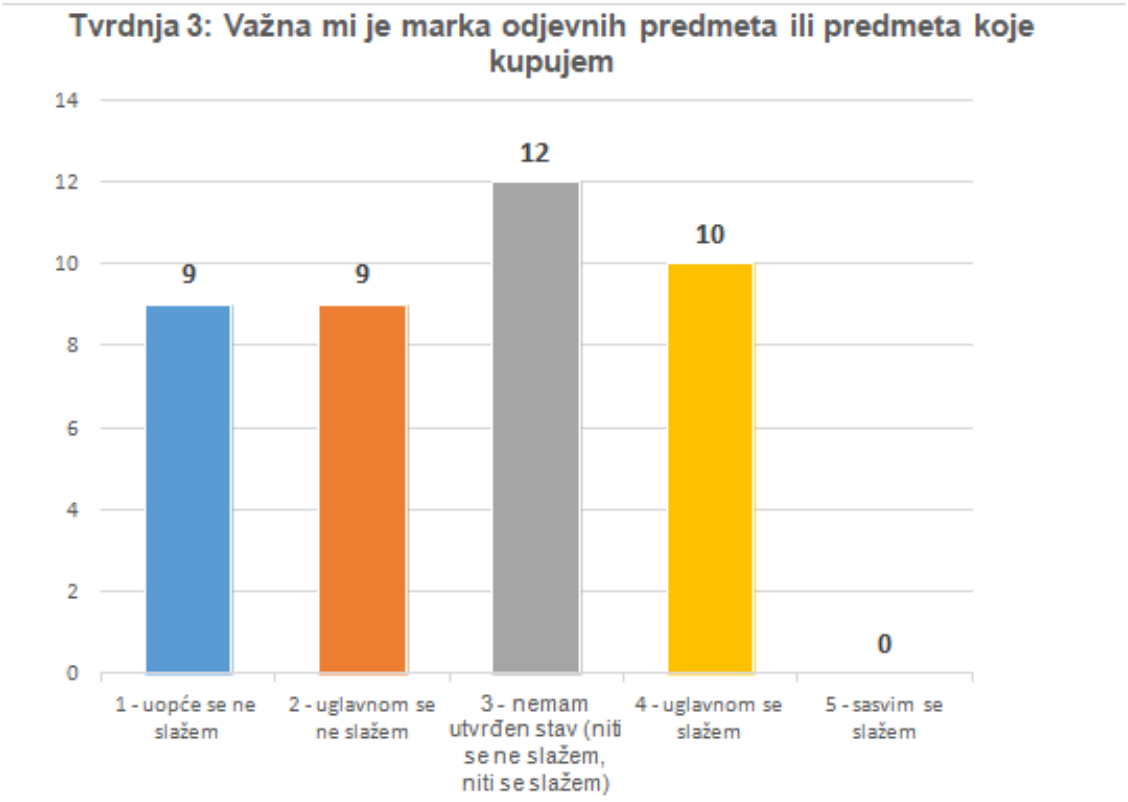


Tijekom analize rezultata upitnika analizirana je sljedeća tvrdnja : „Posvećujem dosta pažnje izgledu svakodnevnih predmeta koji me okružuju“. Od ukupno četrdeset učenika koji su sudjelovali u upitniku na tvrdnju je 40% učenika odgovorilo da se uglavnom slažu s tvrdnjom a 40% učenika je odgovorilo da nemaju utvrđeni stav (niti se ne slažu niti se slažu). Dok je preostalih 12 % učenika odgovorilo da se uglavnom ne slažu a najmanji broj učenika 8% je odgovorilo da se sasvim slažu.

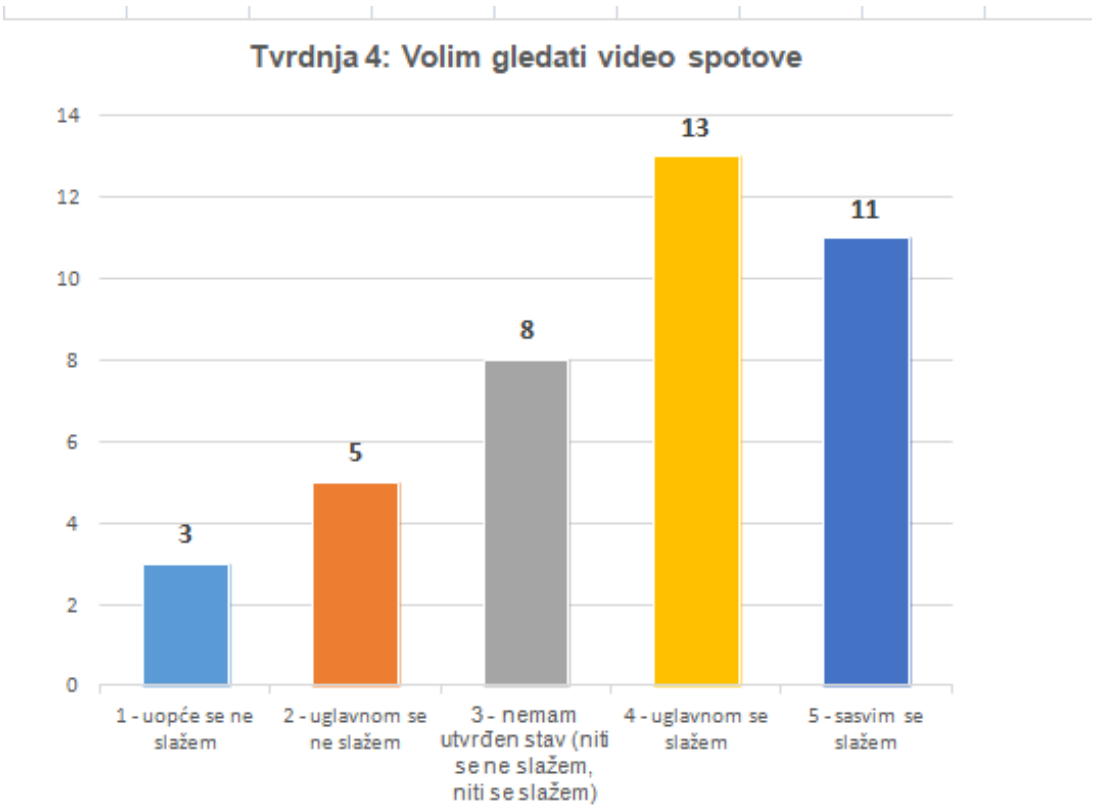


Sljedeća tvrdnja koja se analizirala u sklopu upitnika: „Izgled svakodnevnih predmeta utječe na moj izbor“. Na tvrdnju je 33% učenika odgovorilo da se uglavnom slažu a 20% učenika odgovorilo je da se sasvim slažu s tvrdnjom. Dok je preostalih 18 % učenika odgovorilo da nemaju utvrđeni stav (niti se ne slažu niti se slažu), a 17% učenika se uopće ne slaže s tvrdnjom. Najmanji postotak učenika, 12 % odgovorilo je da se uglavnom ne slažu.

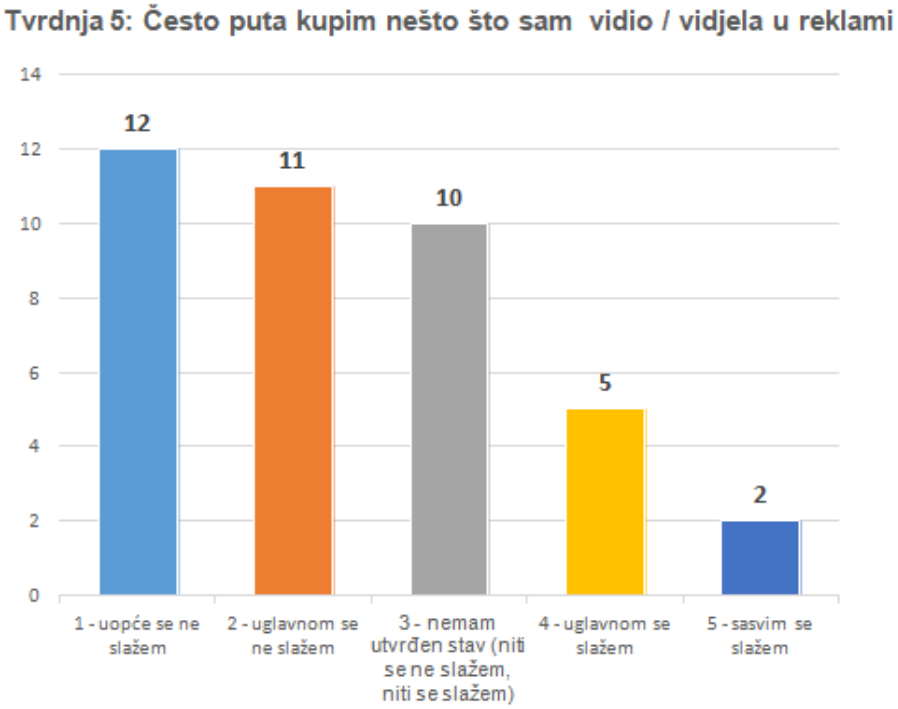
Dodatnim postavljanjem pitanja: „Kako? Dopiši odgovor na crtu“, dobio se dublji uvid u učenikovo promišljanje i obrazloženje vlastitih stavova. Učenici su većinom odgovarali da im je važna estetska važnost i da im je bitna kvaliteta marke.



Analiza treće tvrdnje u sklopu upitnika: „Važna mi je marka odjevnih predmeta ili predmeta koje kupujem“. Na pitanje je 30% ispitanih učenika odgovorilo da nemaju utvrđeni stav (niti se ne slažu niti se slažu), a 25 % učenika je odgovorilo da se uglavnom slažu. Preostalih 23 % učenika odgovorilo je da se uglavnom ne slažu, a 22% učenika je odgovorilo da se sasvim slažu. Mišljenja su bila gotovo podijeljena iako je viši postotak učenika navodi kako im je važna marka odjevnih predmeta ili predmeta koje kupuju.



Analiza četvrte tvrdnje u sklopu upitnika: „Volim gledati video spotove“. Na tvrdnju je 33% ispitanih učenika odgovorilo da se uglavnom slažu a 28% učenika da se sasvim slažu. Dok je 20% učenika odgovorilo da nemaju utvrđen stav (niti se ne slažu, niti se slažu). Preostalih 12% učenika je odgovorilo da se uglavnom ne slažu a najmanji broj učenika, 7% je odgovorilo da se uopće ne slažu.



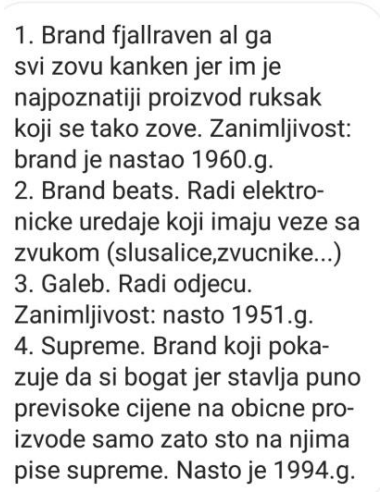
Analiza pete tvrdnje u sklopu upitnika: „Često puta kupim nešto što sam vidio / vidjela u reklami“. Na tvrdnju je 30% učenika odgovorilo da se uopće ne slažu, a 27% učenika je odgovorilo da se uglavnom ne slažu. Dok je 25% učenika odgovorilo da nemaju utvrđen stav (niti se ne slažu, niti se slažu). Preostali 13% učenika odgovorio je da se uglavnom slažu, najmanji broj učenika, 5% odgovorilo je da se sasvim slažu.

4.3 Analiza likovnih radova učenika

Na početku sata kada su učenici kreirali svoje vlastite *Instagram* profile za mogućnost sudjelovanja na nastavi likovne kulture primijetio se veliki odraz vizualne kulture u samom odabiru profilne slike i uređenju prikaza vlastitog radnog profila.

Na temelju prvog zadatka prepoznavanja popularnih *brandova* i zapisivanja zanimljivosti o odabranim *brandovima*, vidljivo je koliko su učenici okruženi utjecajem popularne vizualne kulture i nametnutim *trendy* proizvodima. Gotovo su svi učenici prepoznali sve *brandove*, osim manje poznatog hrvatskog *branda Galeb*. Učenici su propitkujući razlog prepoznatljivosti određenih popularnih *brandova* odgovarali smislenim komentarima vezanim za nametnuti utjecaj vizualnog sadržaja na vlastiti izbor (slika 3).

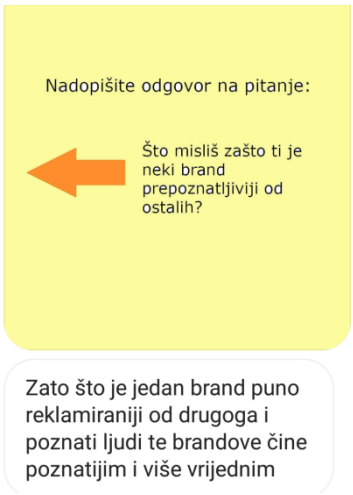
Prikazano je nekoliko primjera učenikovih odgovora kroz snimke zaslona *Instagram* profila:



Slika 1



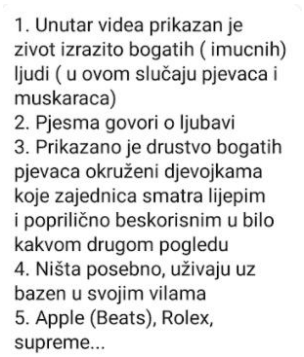
Slika 2



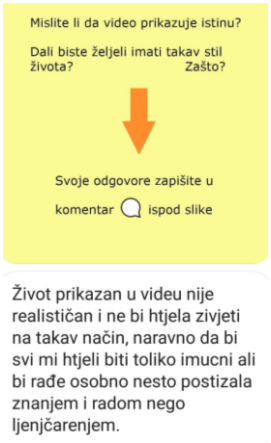
Slika 3

Gledajući video isječak DJ Khaleda i Justina Biebera, *I´m the one*, učenici su pomoću pitanja uočili veliku količinu skrivenih nesvjesnih prikaza vizualnog sadržaja kojim se nameću određene društvene vrijednosti, materijalizam, očekivanja i život. Kroz komentare opisali su različite osobne doživljaje videa te se stvorila svojevrsna rasprava o prikazima i porukama unutar videa.
Učenici su svojim komentarima prikazali podijeljena mišljenja o poruci videa i iznosili različite stavove o prikazanom načinu života.

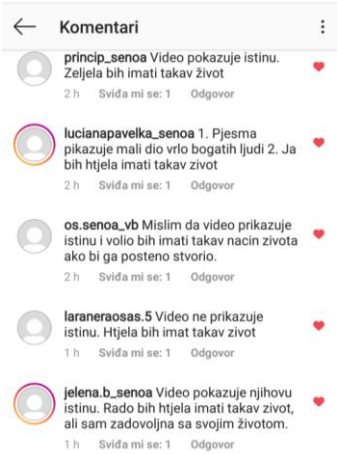
Prikazano je nekoliko primjera učenikovih odgovora kroz snimke zaslona *Instagram* profila:



Slika 4



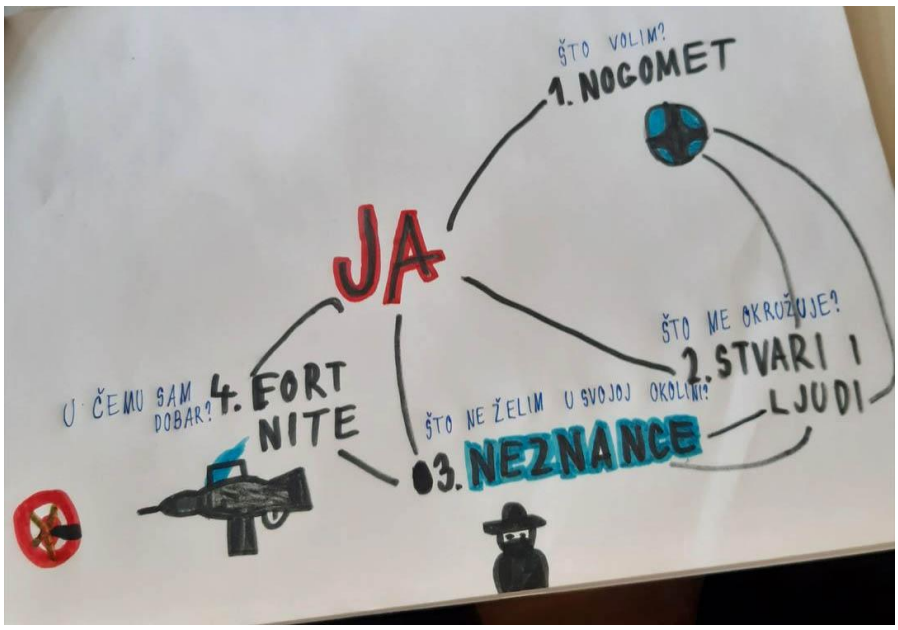
Slika 5



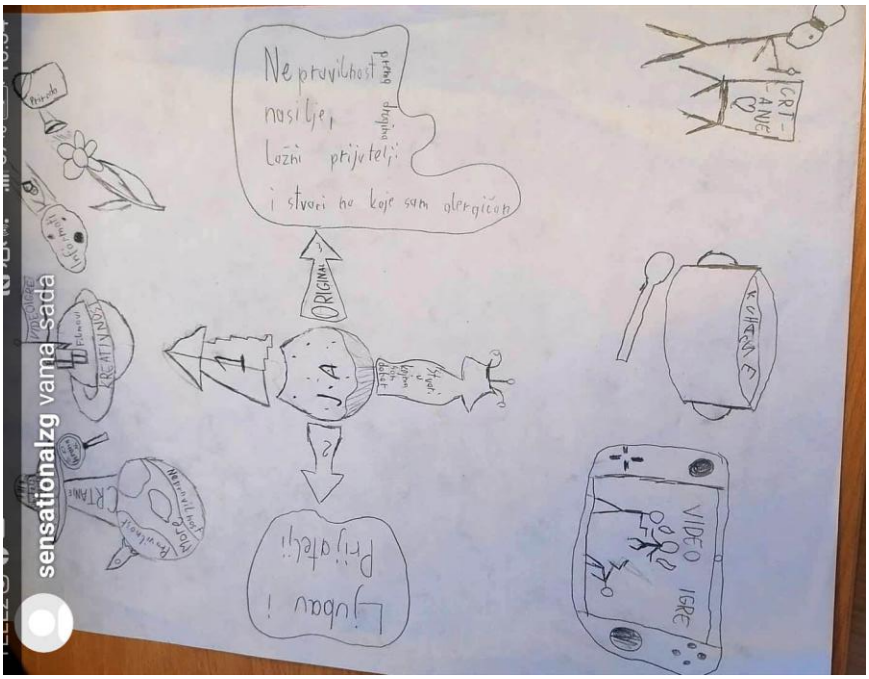
Slika 6

Kroz navedene zadatke na početku sata, učenike se propitkivalo i navodilo na uočavanje važnosti utjecaja vizualne kulture i popularnih oblika vizualnog sadržaja na vlastito mišljenje i izbor. Spomenuti koraci doveli su do prvog likovnog zadatka *Mentalne mape vlastitih interesa*, gdjesu uz pomoć četiri ponuđena pitanja učenici morali istaknuti i prikazati svoje interese i vlastiti izbor. Od učenika se kroz korištenje asocijacija, teksta i prikaza nastojalo saznati njihovo iskreno mišljenje o sebi i svojim željama i mogućnostima.

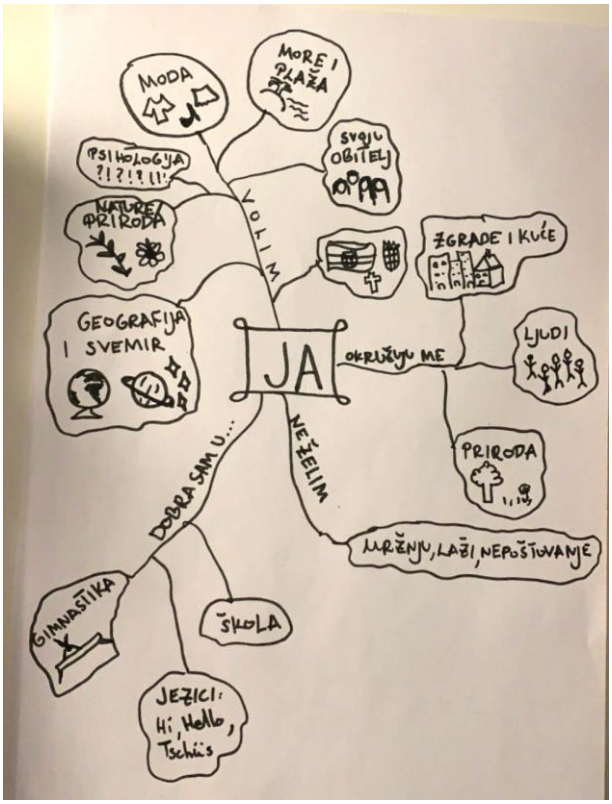
Učenici su individualno pristupili zadatku stvarajući jedinstvene razgranate kompozicije. Koristili su različite vizualne asocijacije, prikaze i tekst u oblikovanju svoga rada. Veliki broj učenika koristio je šablonske izraze za prikazivanje željenih odgovora zbog čega su neki radovi učenika međusobno počeli sličiti. Učenici (slika 7 i slika 8) su postignuli veću kreativnost unutar svojih radova od učenica (slika 3) koje su svoje interese prikazale kotrolirano, manje slobodno i više šablonski. Samo je nekoliko učenica koristilo slikovne prikaze u oblikovanju svoje mentalne mape (slika 11). Vizualni sadržaj interesa unutar mentalnih mapa kod većine učenika se ponavljao. Tako su, na primjer, učenici ponajviše prikazivali igrice, puške i aute kao prikaze svojih talenata dok su učenice prikazivale modu, prirodu i vannastavne aktivnosti (ples i pjevanje). Upravo u odabiru vlastitih interesa vidljiv je odraz i utjecaj vizualne kulture na svakodnevni život učenika.
Veliki broj učenika u svojim je mentalnim mapama prikazalo školu, manipulaciju i Covid-19 kao glavne elemente koje nisu željeli u svojoj okolini.



Slika 7



Slika 8



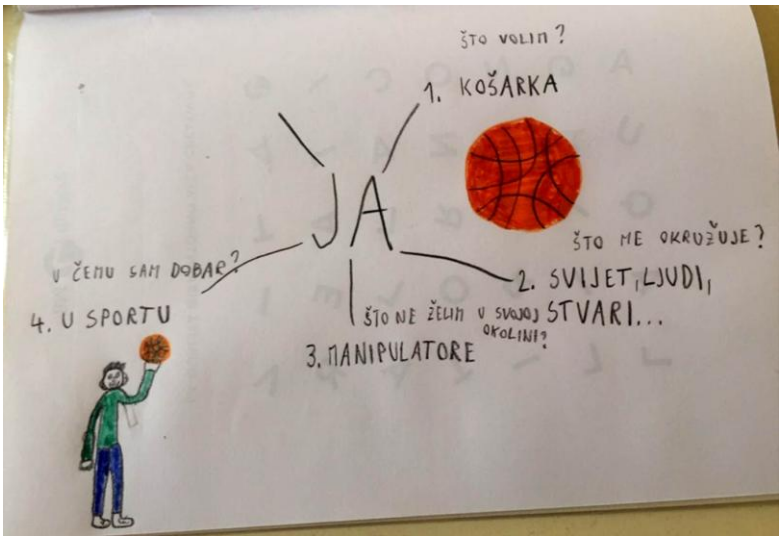
Slika 9



Slika 10

Učenici su kombinirali različite veličine prikaza i teksta kako bi naglasili bitne i značajne dijelove rada. Zanimljivo je kako je u većini radova jednaka pažnja bila posvećena odgovorima na pitanja

„Što volim“ i „Što ne želim u svojoj okolini“ zbog čega su učenici u jednakoj veličini prikazivali svoje odgovore na oba pitanja.



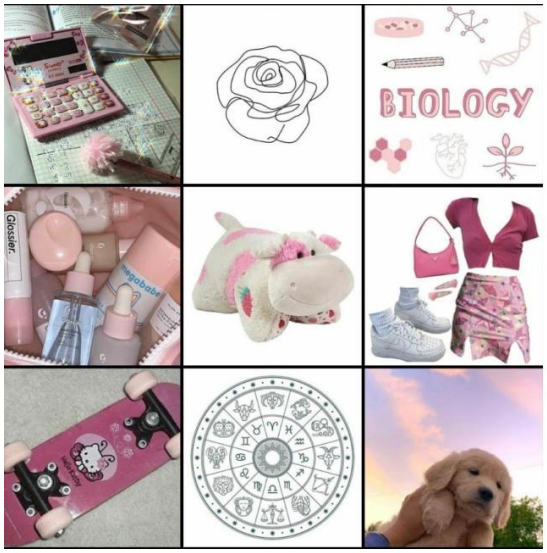
Slika 11

U nastavku sata kroz drugi likovni zadatak *Vizualno oblikovanje vlastitog kabineta čuda na Instagramu*, učenici su pomoću sadržaja vlastitih mentalnih mapa i osobnih kolekcija omiljenih interesa oblikovali svoj vlastiti kabinet čuda, putni kofer za preživljavanje u školi. Devet kvadratnih polja na svojim *Instagram* profilima učenici su zamislili kao svojevrsne ladice unutar kofera u kojima su vizualno postavili i prikazali kompoziciju odabrane vlastite kolekcije. Naglasak je bio stavljen na individualnost i kreativnost u oblikovanju ideja i vizualnog prikaza sadržaja.

Kabineti čuda, odabirom vizualnog sadržaja jasno prikazuju utjecaj vizualne kulture na gubitak prepoznatljivosti i individualnosti učenikova identiteta.

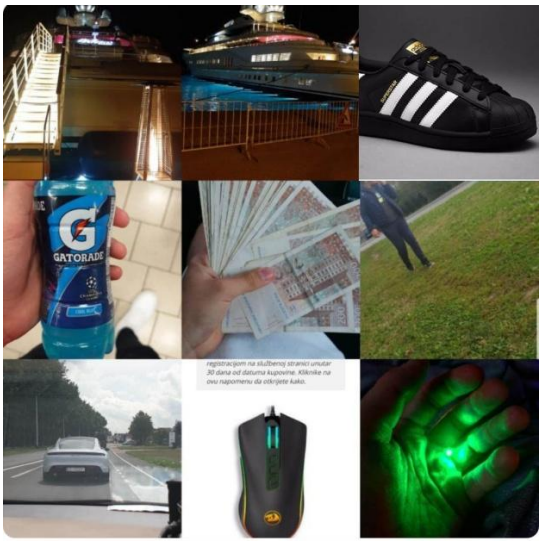


Slika 12



Slika 13

Učenici su kao i u mentalnim mapama kombinirali različite veličine prikaza kako bi naznačili bitne dijelove rada. Kod učenika se mogla primijetiti velika količina prikaza sporta, markiranih tenisica i tehnologije (slika 13), dok se kod učenica (slika 14) mogla primijetiti velika količina prikaza šminke, prijateljica i isto tako tehnologije.
Kroz proces odabira prikaza učenici su pomno birali vizualne sadržaje kojima su kroz konačnu kompoziciju prenijeli vizualnu poruku, što je doprinijelo razvijanju kritičkog mišljenja.

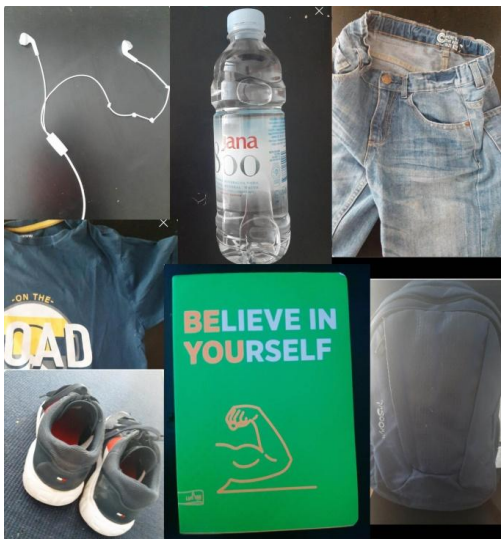


Slika 14



Slika 15

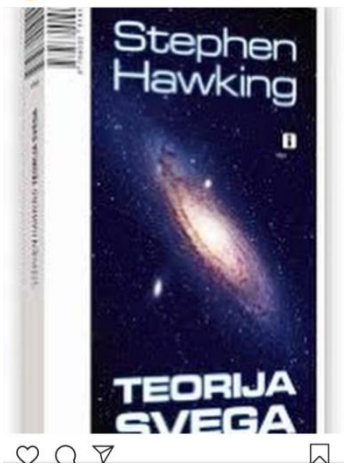
Izražavanje sebe kroz sadržaj vizualne kulture učenicima je omogućio jednostavno arhiviranje vlastite kolekcije odabranih prikaza.
Pojedini učenici u kabinetima su prikazali sadržaje koji svojim vizualnim prikazom šalju određenu poruku (slika 16, slika 17 i slika 18). Prikazi jastuka vjerojatno šalju poruku umora i želje za odmorom dok kroz kutije za prvu pomoć učenici traže podršku i ohrabrivanje. Prikazi satova vjerojatno prikazuju učenikovu vremensku preopterećenost i stresa.



Slika 16



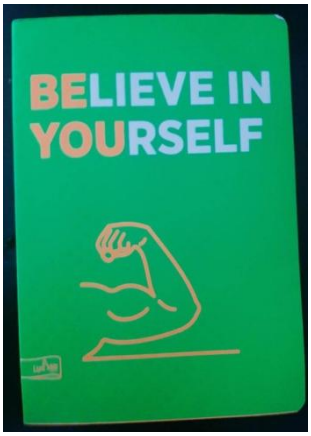
Slika 17



Slika 18



Slika 19



Slika 20

Tako je moguće primijetiti razne vodiče za motiviranje i predmete koji učenicima osobno znače i koji im olakšavaju stresne trenutke u školi (slika 14). Poneki kabinet čuda u svojem je sadržaju prikazivao i osobne predmete opasnog značenja, poput spreja za samoobranu (slika 13), noža i palice (slika 9, slika 11, slika 13 i slika 15). Autori navedenih kabineta u svome opisu prikazanog sadržaja kolekcije izostavili su opasni predmet kojeg su s određenim nepoznatim razlogom smjestili u svoju kofer za preživljavanje u školi.



Slika 21

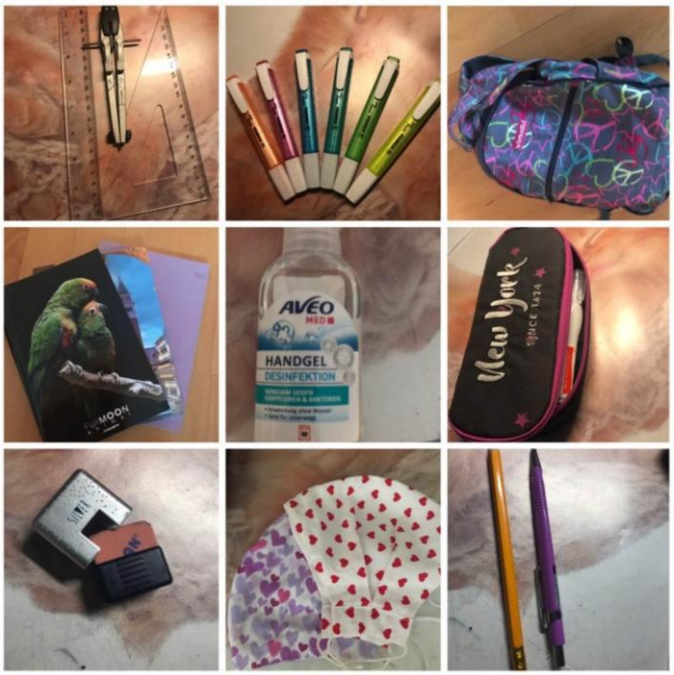
Neizostavno je i spomenuti trenutnu situaciju izazvanu virusom Covid-19 koji je imao velikog utjecaja na učenike. Koristeći razne vizualne sadržaje namijenjene pridržavanju epidemioloških mjera učenici su kroz svoju kolekciju prikazali zabrinutost i opterećenost situacijom (slika 14 i slika 15).



Slika 22



Slika 23



Slika 24

4.4 Raprava

Analizirajući rješenja upitnika i sam postotak dobivenih odgovora primjećuje se značajan utjecaj vizualne kulture na izbor, percepciju i izgradnju identiteta učenika.
Iz upitnika se saznaje da 40% učenika posvećuje dosta pažnje vizualnom izgledu svakodnevnih predmeta dok ostalih 40 % učenika nemaju utvrđen stav. Preostalih 20% učenika uopće ne posvećuje pažnju vizualnom izgledu svakodnevnih predmeta koji ih okružuju. Učenici su svjesni da izgled svakodnevnih predmeta utječe na njihov izbor. Čak 53% učenika u upitniku navodi kako izgled svakodnevnih predmeta utječe na njihov izbor dok je 18% učenika bez utvrđenog stava. Preostalih 29% učenika ne smatra izgled svakodnevnih predmeta bitnim niti utjecajnim na njihov izbor.
Zbog nedostatka znanja u području vizualne kulture učenici ne pridaju dovoljnu važnost procesu gledanja i promatranja vizualnog sadržaja kojim su svakodnevno okruženi. Takav način „površnog promatranja“dovodi do brzopletog usvajanja vizualnih informacija i stvaranja manipulativnih utjecaja na razvoj učenikove percepcije. Učenici tada nesvjesno prihvaćaju nametnute društvene vrijednosti koje se očituju kroz razne oblike vizualne kulture i usvajaju ih kao idealan oblik očekivanja. Uspoređuju svoje svakodnevne predmete i izgled s popularnim osobama i *influencerima* koji svojim vlastitim vizualnim sadržajem manipuliraju učenikovo mišljenje. U slučaju ne postizanja određenih nametnutih, idealiziranih i materijalnih očekivanja, učenici gube svoje samopouzdanje i samopoštovanje. Postaju nezadovoljni vlastitim izgledom, vlastitim mogućnostima i vlastitim vrijednostima. Zbog toga je marka odjevnih predmeta pojedinim učenicima iznimno važna. Kroz upitnik jasno je vidljivo kako 30 % učenika nije sigurno dali im je važna marka odjevnih predmeta ili predmeta koje kupuju dok je 25 % učenika jasno izrazilo svoje mišljenje o velikoj važnosti markirane robe. Preostalih 45% učenika nije opterećeno markom odjevnih predmeta.

Nastavnim satom nastojalo se učenike potaknuti na prepoznavanje važnosti utjecaja vizualne kulture i popularnih oblika vizualnog sadržaja na vlastito mišljenje i izbor, kroz nastavu likovne kulture. Samom nastavom i osmišljenim zadacima, učenicima se nastojalo ukazati na važnost vlastitog izbora, identiteta i jedinstvenosti. Zahvaljujući mogućnostima nastave likovne kulture na društvenim platformama bogatog vizualnog sadržaja učenicima se iz koraka u korak omogućilo kreativno bilježenje i interpretiranje vlastitog vizualnog sadržaja. Tijekom rada učenici su se služili raznim vizualnim izražajnim mogućnostima likovnog jezika, a kroz izražajne mogućnosti tehnologije individualno su prezentirali odabrani sadržaj. Učenici su promatrajući tuđe likovne radove, kabinete čuda, uočili utjecaj vizualne kulture. Analizom radova učenici su opisali vlastite i tuđe prikaze kolekcije kabineta čuda ukazujući na važnost vizualne kulture za promišljeno izražavanje jedinstvenosti. Argumentirano su interpretirali suodnos tematskog i vizualnog sadržaja povezivaujući ga s vlastitim doživljajem.

Metoda individualnog rada kod učenika je potaknula samostalno promišljanje, zaključivanje i ostvarivanje zadataka a time i razvijanje vlastitog kritičkog mišljenja. Učenikovo promišljanje kroz vizualni izbor jasno je prikazalo odraz vizualne kulture u vizualnim radovima učenika. Zbog ubrzanog načina života i razvoja tehnologije vizualna kultura svakim danom sve brže širi svoj vizualni sadržaj i postaje dostupnija. Time učenici sve više padaju pod utjecaj vizualne kulture koja ih svakodnevno okružuje. Iz toga proizlazi da bi se više pažnje trebalo posvetiti upravo tumačenju

popularnog sadržaja vizualne kulture kroz školsku nastavu, ali pogotovo kroz nastavu likovne kulture koja bi nastojala potaknuti djecu na ostvarivanje svojih kreativnih potencijala. Vizualnu kulturu također bi se moglo uključiti u *Nastavni plan i program* svih nastavnih predmeta u svrhu razvijanja kritičkog mišljenja potrebnog za daljnji rast i razvoj.

Kako bi istraživanje bilo kvalitetnije, trebalo bi biti provedeno i u nižim razredima osnovnih škola. Radi razlika u godinama moglo bi se preciznije otkriti utjecaj određenog vizualnog sadržaja na razvoj učenikove percepcije i izbora. Također bi se istraživanje moglo produljiti na četiri školska sata kako bi učenici imali vremena izvan škole promišljati o vizualnom sadržaju, a poslije to naknadno i primijeniti u svome radu.

4.5 Zaključak

Istraživanje je ispitivalo koliko sadržaj vizualne kulture utječe na percepciju učenika. Pozornost je pritom bila usmjerena na poticanje razvoja učenikovog osobnog identiteta i jedinstvenosti tijekom rada u nastavi likovne kulture. Pretpostavljalo se da će učenici nakon provođenja određenih vježbi i zadataka, samostalno početi pridavati više pažnje vizualnom sadržaju koji ih svakodnevno okružuje i manipulira nametnutim društvenim vrijednostima. Rad od učenika zahtjevao je promišljanje stvaralačkog procesa i vizualno izražavanje unutar zadane teme. Sloboda izbora i sigurnost koju likovno izražavanje pruža, učenicima omogućuje prikazivanje iskrenih razmišljanja i osobnih poruka. Povezivanje cjelokupnog odabranog vizualnog sadržaja kod učenika potiče apstraktno razmišljanje koje im pomaže u stjecanju boljeg uvida u svijet koji ih okružuje.

Prikazom nedostatka znanja o utjecaju vizualne kulture učenici su primjetili važnost šireg sagledavanja cjeline svakodnevnih vizualnih sadržaja u svrhu razvoja kritičkog mišljenja koje doprinosi prihvaćanju sebe i svoje individualnosti. Time razvijaju kreativnost te grade samopouzdanje i samopoštovanje.

Dobiveni rezultati potvrdili su pretpostavke da vizualna kultura svakodnevno utječe na percepciju učenika, a kroz razne nametnute vizualne sadržaje utječe na kreiranje učenikovih vrijednosti.

4.6. Prilozi

4.6.1 Pripreme za nastavni sat

Ime i prezime studenta: Lora Elezović

Škola: OŠ Brestje

Razredni odjel: 8. razred

Školska godina: 2019./2020.

Dan izvedbe:

Priprema za nastavni sat:

Odnos slike i teksta

Iz nastavne cjeline/teme: Plošno oblikovanje/2D

Tip sata: Obrada novog nastavnog sadržaja

I. CILJ I ISHODI UČENJA U NASTAVNOJ JEDINICI

(znanja, vještine i stavovi)

Odgojno-obrazovni cilj nastavnog sata: učenici će biti upoznati s utjecajem vizualne kulture na vlastito mišljenje i izbor te potaknuti na stvaranje pozitivnog stava o sebi i drugima.

ISHODI UČENJA (postignuća učenika/kompetencije/znanje, vještine vrijednosti i stavovi)

Učenik će moći:

1. primijeniti odnos slike i teksta u izradi vlastite mentalne mape.
2. predstaviti se kroz izradu mentalne mape.
3. objasniti vlastiti raspored kadrova unutar mentalne mape.
4. prepoznati utjecaj vizualne kulture na vlastiti izbor.
5. povezati značenje vlastitih odabranih asocijacija s prikazima.

II. DIDAKTIČKO-METODIČKI PODACI O NASTAVNOJ JEDINICI

Etape nastavnog sata :	1.Šire istraživanje 6 min. 2. Fokusirano istraživanje 6 min. 3. Ponavljanje 3min. 4.Realizacija ideje, npr. praktični rad učenika/ individualno i poticaj/učitelj 60 min. 5. Analiza i vrednovanje ostvarenih likovnih radova15min
Likovno područje:	Plošno oblikovanje/ 2D
Nastavna tema:	Odnos slike i teksta
Ključni pojmovi:	Kadar, kadrirati, strip
Likovni elementi:	Točka, crta, ploha
Elementi gradnje likovne sintakse:	Ravnoteža
Likovni motiv:	Mentalna mapa vlastitih interesa
Likovni problem:	Odnos slike i teksta u uravnoteženoj kompoziciji
Likovno tehnička sredstva:	Papir, crni flomasteri
Likovno-umjetnička djela vezana uz nastavnu jedinicu:	Barbara Kruger - *Kupujem, dakle, jesam*, 1987., sitotisak na vinilu, 125 x 125 cm
Oblici rada:	Sociološki oblik rada: rad u paru, samostalan rad
Metode rada:	razgovor, vizualno istraživanje (analitičko promatranje, uočavanje, razlikovanje), vježba, demonstracija
Mediji *(nastavna sredstva i pomagala)***:**	Power Point prezentacija, računalo, projektor, ploča
Korelacija:	Povijest, Informatika
Literatura:	**a) Za učenike** *(udžbenici, priručnici i drugi izvori znanja):* 1. …… 2. ……..
	b) Za nastavnika *(stručno-znanstvena, metodička, pedagoška, psihološka):* 1. Wolfgang Mattes – Nastavne metode: 75 kompaktnih pregleda za

	nastavnike i učenike,Naklada Lijevak,Zagreb 2007. 2. Cimić, Koščec, Mati – Likovna kultura 8, udžbenik iz likovne kulture za 8. razred osnovne škole, Znanje, Zagreb 200

III. RAZRADA NASTAVNOG SATA («SCENARIJ»)

(Detaljna razrada sata – «scenarij» nastavnog procesa. Ovdje se detaljno razrađuje sat onako kako će se izvesti: pritom se *ne* prepričava sadržaj, već naznačuju načini učenja i poučavanja. Treba odrediti ne samo što će raditi nastavnik, već i što će raditi učenici: nastavnik osmišljava, oblikuje, priprema i

ETAPE NASTAVNOG SATA	UČITELJ	UČENIK	OBLICI RADA	METODE RADA	NASTAVNA SREDSTVA I POMAGALA
1. ŠIRE ISTRAŽIVANJE 6 min **1.1. Priprema**	Studentica se predstavlja učenicima: ”Dobar dan.”„Kako ste?”„Ja sam Lora Elezović, studentica sam Akademije likovnih umjetnosti i danas ću vam održati sat Likovne kulture. Družit ćemo se još dva puta nakon danas.” “Za početak sata pripremila sam vam jednu istraživačku igru, zagonetke koje ćete raditi u paru. Za vas sam pripremila posudu s papirićima na kojima su prikazani različiti simboli kako biste mogli pronaći svoj par.”	-učenici se pripremaju za sat -učenici izvlače papirić sa simbolom	-frontalni rad	-razgovor	- projektor - posuda s papirima

1.2 Ponavljanje, usmjeravanje pažnje i motivacija za nast. sadržaj (npr. kreativna igra pomoću koje se otkriva problem na široj razini)	"Od svakog simbola postoje dva papirića koji će vas podijeliti u parove." "Jeste li svi pronašli svoj par?" "Sada kada ste ga pronašli, podijelit ću vam radni listić koji ćete s parom zajedno rješavati i otkrivati." Studentica svakome paru dijeli radni listić. "Cilj igre je u paru prepoznati i otkriti pet brendova koji su raspoređeni na listiću te na prazne crte zajedno napisati sve što znate o tome. Nakon što samostalno napišete što znate o brendovima svaki par odradit će jedno kratko internet pretraživanje, istraživanje na svojim pametnim telefonima. Pokušajte pronaći dodatne informacije o brendu te zapisati što vas se dojmilo ili što mislite da je bitno, a niste prije znali. Kasnije ćete jedni drugima prezentirati što ste pronašli." - potiče ih pitanjima na samostalno razmišljanje, prisjećanje i otkrivanje ponuđenih brendova Nakon što učenici ispune svoje papire slijedi kratki razgovor i analiza odgovora. " Jeste li napisali sve što znate?" "Postoji li	-učenici promatraju simbole prema kojima traže svoj par. „Jesmo." -učenici uzimaju listić i slušaju upute za daljnji rad." -učenici razmišljaju, prisjećaju se, otkrivaju te zapisuju sve što znaju. -učenici samostalno preko interneta otkrivaju nove informacije	- rad u paru	- razgovor - istraživačka igra	-projektor -power point prezentacija -papirići

	par koji je otkrio sve?”	-učenici završavaju s ispunjavanjem papira. „Jesmo, gotovi smo.“			
2. FOKUSIRANO ISTRAŽIVANJE **6 min** **2.1……** **(povezivanje otkrivenog problema s nastavnim sadržajem, pomoću umjetničkog djela i**	“Molim vas sada da svi ustanete i sjednete na svoje klupe.” “Sada ću jednome paru baciti ovu lopticu. Molim vas da osoba koja uhvati lopticu pročita što su ona i njezin par napisali samostalno za prvi brend, a njezin par neka zatim pročita zanimljivost koju su otkrili na internetu.” “Kada pročitate svoj dio, lopticu bacite nekom drugom paru.” “Za svaki brend lopticu bacate dva puta i ne smijete baciti paru koji je već dobio lopticu.” -studentica baca lopticu prvome paru		- rad u skupini	-rad s ilustrativnim materijalima/vizu-alnim izvorima	- power point prezentacija - projektor

primjera iz svakodnevnog života)	-nakon dva bacanja i učenikovih kratkih čitanja odgovora studentica ukratko nadopunjuje svaki brend: "Koliko vas posjeduje ovakav ruksak?" "1950 tih godina u Švedskoj ,vaš vršnjak, izviđač po imenu Åke Nordin zbog teškog ruksaka koji je morao nositi u školu odlučio je osmisliti svoj vlastit lakši ruksak. Na svome tavanu sastavio drveni okvir na koji je nategnuo tkaninu te s maminom šivaćom mašinom zašio svoj novi inovativni, praktični, lagani ruksak. Nakon služenja švedskoj vojsci, uspješno ga je uspio plasirati na svjetsko tržiste. Od tada ruksak nije promijenio svoj izgled. Riječ *fjällräven* na švedskom znači arktička lisica. Radi ugroženosti životinje određena svota od prodaje ruksaka odlazi kao donacija za očuvanje arktičkih lisica na sveučilište u Stockholmu. " -nastavlja se bacanje loptice za drugi primjer -nakon dva bacanja i učenikovih čitanja odgovora studentica ukratko nadopunjuje: "2006. godine reper Dr. Dre i predsjednik	-učenici otkrivaju što su napisali te nabrajaju zanimljivosti -učenici lopticu prosljeđuju idućem paru koji izdvaja svoje drugačije informacije o brendu -učenici dižu ruke u zrak			-

	diskografskih kuća *Interscope* - a A&M Recordsa Jimmy Iovine na tržište su plasirali Beats slušalice i zvučnike namijenjene hip hop sceni. Popularnost su stekle kada ih je *Apple* otkupio i prodavao uz svoje ipode. Kasnije ih je otkupila tajvanska HTC mobilna tvrtka čime su tada stekle još veću popularnost. Vrlo su proširene među poznatim glazbenicima, poput Lady Gage, koji ih i dalje reklamiraju što je uvjetovalo nastajanjem limited edition verzija određenih izvođača. “ -nastavlja se bacanje loptice za treći primjer -nakon dva bacanja i učenikovih kratkih čitanja odgovora, studentica kratko nadopunjuje: “Hrvatska Dalmatinska tvrtka *Galeb* bavi se proizvodnjom kvalitetnog donjeg rublja. 2010. godine osvojio je prestižnu *Best Buy Award* nagradu u kategoriji muškog rublja čime je dokazana kvaliteta marke. Svojom kvalitetom može konkurirati svjetskim markama donjeg rublja poput marke *Calvin Klein*.” -nastavlja se bacanje loptice za četvrti primjer	-učenici otkrivaju što su napisali te nabrajaju zanimljivosti -lopticu učenici prosljeđuju idućim parovima koji izdvajaju svoje drugačije informacije o brendu -učenici otkrivaju što su napisali te nabrajaju zanimljivosti -učenici lopticu prosljeđuju idućim parovima koji izdvajaju svoje drugačije informacije o			

	-nakon dva bacanja i učenikovih čitanja odgovora studentica ukratko nadopunjuje: "1994. godine u New Yorku brend *Supreme* osnovao je James Jebbia. Jebbia je brend namijenio prvenstveno *skateboarding*, *hip hop* kulturi i samoj kulturi mladih." "Supremov logo zasnovan je na propagandnoj umjetnosti koju je stvorila Barbara Kruger. Njezina umjetnost većinom je prikazivala crvene pravokutnike s bijelim tekstom. Propaganda je otvorena manipulacija javnog mišljenja koja se prenosi putem masovnih medija s ciljem uvjeravanja ljudi da je neka stvar dobra ili loša." -nastavlja se bacanje loptice za posljednji primjer -nakon dva bacanja i učenikovih čitanja odgovora, studentica kratko nadopunjuje: "Tvrtka *Nike* je dobila ime po grčkoj božici Nike, božici pobjede.""1964. godine tvrtku su osnovali Bill Bowerman i Philip Knight." O njihovoj popularnosti dovoljno govori anegdota iz Japana. Ljudi su se toliko pomamili za *Air Max* tenisicama da su zabilježeni slučajevi krađe tenisica dok ih osobe nose na nogama! To je zaista nevjerojatno u zemlji s jednom od najnižih stopa kriminala. Uzrok tomu bile su visoke cijene i nestašica tenisica."	brendu -učenici otkrivaju što su napisali te nabrajaju zanimljivosti -učenici lopticu prosljeđuju idućim parovima koji izdvajaju svoje drugačije informacije o brendu			

		-učenici otkrivaju što su napisali te nabrajaju zanimljivosti -učenici prosljeđuju lopticu idućim parovima koji izdvajaju svoje drugačije odgovore o brendu			
2.2. Analiza likovno-umjetničkog djela i fotografija	"Molim vas da se sada svi spustite s klupa i sjednete natrag na svoje stolce." "Što mislite zašto su vam neki brendovi prepoznatljiviji od ostalih na listiću?" "Tako je, zbog toga su vam ostala u sjećanju i postala prepoznatljiva." "Sada ću vam pustiti jedan kratki video." -studentica prikazuje kratki reklamni video za *AirPods* slušalice kao primjer uspješnog, primamljivog reklamnog videa za promociju proizvoda koji kupljen omogućuje odmak u "svoj svijet" tj. bijeg od stvarnosti - studentica povremeno zaustavlja video "kako biste nazvali upravo prikazani okvir zaustavljenog videa kojim se sada izdvojio dio radnje? " Tako je, to je *kadar*, izdvajanjem toga detalja manipulira se informacijom koju dobivamo." „Time se može naglasiti ili smanjiti	-učenici sudjeluju u razgovoru: „Zato što smo ih više puta vidjeli." -učenici promatraju video	- rad u skupini	- razgovor	-prezentacija

	važnost.” „Kako je postignuta radnja videa?” „Kako tome doprinose kadrovi? Kako je njima prikazana radnja? „ Tako je, *kadriranje* ustvari lomi radnje pojedine slike.” „Može li netko na ploču doći napisati ***kadar i kadriranje,*** naše današnje ključne pojmove.” -potiče se kratka rasprava o utjecaju medija na učenikov odabir i izbor: “Znate li što je bila poruka videa?” “Mislite li da video prikazuje istinu?” “Tako je, možemo reći da su masovni mediji zaslužni za promociju većine odabranih predmeta i marki.” “Veliki utjecaj može se primijetiti u reklamama gdje je sve podređeno popularizaciji određenih brendova.” „Što mislite kako to utječe na vas? Utječe li uopće?” „Da, nažalost takav način predstavljanja omogućuje manipulaciju i nesvjesno utječe na naš izbor.”	-učenici odgovaraju: „Kadar?“ „Nizanjem radnje, kadriranje?“ -učenik na ploču zapisuje *kadar i kadriranje* -učenici povezuju video s reklamnom industrijom i masovnim medijima -učenici povezuju primjere iz svakodnevnog			

		života s manipulacijom -učenici prepoznaju utjecaj masovnih medija na njihov izbor i odabir			
2.3. Najava zadatka (povezivanje nastavnog sadržaja s odgojnom tematikom šireg problema iz uvodnog dijela sata)	Studentica najavljuje i objašnjava likovni zadatak: “Sada dolazimo do našeg današnjeg zadatka: “Jeste li kada radili mentalnu mapu, možete li svojim riječima opisati što je to mentalna mapa?” “Tako je, mentalna mapa je vizualna tehnika prikazivanja informacija koja će vam danas pomoći u prezentaciji i izražavanju vaših ideja.” “Svatko od vas dobit će jedan prazan a3 papir na kojemu se u središtu nalazi riječ ***ja***. Na prezentaciji će biti prikazana četiri pitanja, može li mi ih netko pročitati?”(*1. Što volim?, 2. Što me okružuje?, 3. Što ne želim u svojoj okolini?, 4. U čemu sam dobra/dobar?)* To će biti četiri grane vaše mentalne mape. *“*Hvala.”Vaš zadatak je u sklopu mentalne mape na svome papiru istaknuti i prikazati svoje interese i odgovore. Sami odaberite na koji način ćete odgovoriti na sva četiri pitanja u odnosu na riječ *ja* u središtu.” “Razmislite dobro kako biste odgovorili na pitanja, kako ćete prikazati sebe, možete koristiti asocijacije, crteže, tekst, što god mislite da je potrebno kako biste najbolje izrazili sebe.” “Važno je da crteže rjiešite linearno. “Linearni crtež je onaj na kojemu je sve izvedeno samo	-učenici sudjeluju u najavi zadatka „Jesmo...“ „Tehnika koja nam pomaže prikazati najbitnije čime omogućuje lakše i brže pamćenje.“ -učenik čita pitanja	- individualni rad	- razgovor - usmeno izlaganje - razgovor	- power point prezentacija

	linijom, bez sjenčanja." "Imate li svi papir i crni flomaster?" "Vidite li svi dobro pitanja na prezentaciji?"	-učenici razmišljaju i planiraju kako će postaviti pitanja na svoj papir „Imamo." „Vidimo."			
3. PONAVLJANJE 3 min	„U redu onda, tko će mi ponoviti današnji zadatak?" „Hvala. Možete početi s radom."	-učenik ponavlja zadatak	- individualni rad	- razgovor	-prezentacija

4. REALIZACIJA IDEJE, PRAKTIČNI RAD UČENIKA 60 min.	- studentica podsjeća učenike da dobro razmisle kako će prikazati i smjestiti svoje odgovore te da razmisle o kompoziciji rada - studentica potiče učenike ističući kvalitetne elemente za daljnji rad - studentica individualno obilazi učenike i po potrebi ih usmjerava na daljnji rad	- izvode zadatak prema uputama	- Individualni rad	- razgovor - praktičan rad - kombiniranje - građenje	-papir -crni flomaster -power point prezentacija
5. (npr.)ANALIZA I VREDNOVANJE OSTVARENIH LIKOVNIH RADOVA 15 min **5.1. Priprema**	-studentica najavljuje analizu i vrednovanje likovnih radova „Imate još nekoliko minuta za završiti, molim vas da požurite." „Molim vas da sada ponovno sjednete kod svoga para s kojim ste ne početku sata zajedno rješavali zadatak." „Sjednite jedan preko puta drugoga." „Uzmite i svoje radove ali ih nemojte pokazivati paru."	-učenici uzimaju svoje radove i sjedaju kod svoga para	- frontalni rad - individualni rad	- razgovor	- ploča

5.2. Ponavljanje	-studentica poziva učenike da ponove zadatak: „Tko bi nam ponovio današnji zadatak?“	- prisjećaju se zadatka i ponavljaju ga	- rad u skupini	- razgovor	
5.1. Analiza i vrednovanje npr. likovnih radova	„Sada će svatko dobiti prazan papir s istim pitanjima koja su bila smjernice za mentalnu mapu. Zadatak svakoga od vas je odgovoriti na pitanja ali ovaj put ne za sebe već za vašega para.“ „Razmislite što vaš par voli, što ga okružuje, što ona /on ne žele u svojoj okolini i što mislite u čemu je vaš par dobar/dobra.“ „Odgovorite kratko riječima jer nemate puno vremena.“ „Molim vas da zadatak radite samostalno, bez ispitivanja svoga para.“ „Sada kada ste završili možete paru pokazati svoje odgovore i mentalnu mapu.“ „Koliko ste toga pogodili o svome paru?“	-učenici sudjeluju u zadatku te odgovaraju na pitanja	-rad u paru - rad u skupini	- analitičko promatranje - razgovor - vrednovanje	- ploča

	„Jesu li vas iznenadile njihove mentalne mape i njihovi vlastiti odgovori?“ „Možete okrenuti papir s pitanjima.“ „Na drugoj strani se nalazi još nekoliko pitanja.“ „Vaš zadatak je odgovoriti na pitanja koja će vam pomoći pri analizi rada vašeg para.“ „Možete i zajedno odgovarati.“ „Sada kada ste završili molila bih nekoliko dobrovoljaca, parova, da dođu sa svojim radovima i ukratko prema pitanjima i svojim odgovorima zajedno prezentiraju svoje radove.“ -studentica povremeno učenicima nadodaje pod pitanja: „Što mislite kako je većina vas prikazala svoje odgovore na mentalnoj mapi, pogledajte?“ „Tako je, upravo taj ***odnos slike i teksta*** naša je današnja tema.“ „Može li netko doći napisati velikim slovima naslov na ploču?“ „Hvala.“	-učenici promatraju mentalnu mapu svoga para i uspoređuju sa svojim odgovorima -učenici prepoznaju i izdvajaju razlike -učenici analitički promatraju radove -učenici uspoređuju radove -učenici povezuju prikaze s pitanjima -učenici otkrivaju odgovore unutar radova -učenici objašnjavaju svoj izbor, odabir i način interpretacije svojih odgovora i interesa unutar svoje mentalne mape -kombiniraju svoje odgovore s prikazima unutar mentalne mape -učenici uočavaju kako je odnos slika i teksta doprinio prikazu odgovora			

	„Na što vas podsjećaju ovi oblačići s tekstom?“ „Tako je, ***strip*** predstavlja naraciju slika koje su popraćene oblačićima teksta.” “Molim vas da netko na ploču dođe napisati pojam ***strip***.” “Čini li vam se da su radovi slični?” “Na prvu možda, ali kada bolje pogledate možete primijetiti da je svaki drugačije riješen, i po načinu rada, karakteru linija i odabiru odgovora.” “Ustvari su potpuno različiti isto kao i vi.” -ističu se razlike i naglašava personalizirani pristup, njihova različitost u odabiru i izražavanju. “Sada ćemo pričati o nečemu što se zove kabinet čuda” Što mislite da se krije pod tim nazivom? Termin *kabinet čuda*, naziv dobiva u šesnaestom stoljeću te predstavlja zbriku sakupljenih predmeta sabranih na jednome mjestu s ciljem predstavljanja svoga vremena. Kolekcionari raznih struka na svojim su putovanjima i avanturama sakupljali čudnovate predmete koje su proučavali i sortirali na različite načine čime bi ostvarili cjelinu, vlastiti kabinet čuda. Kabinet čuda svojim bi sadržajem prezentirao interese njegova autora, kolekcionara. Na prezentaciji možete vidjeti nekoliko zanimljivih primjera kabineta čuda. ”	-učenik na ploču zapisuje *odnos slike i teksta* -učenici nastavljaju s objašnjavanjem svojih radova „Na strip?“ -učenik na ploču zapisuje *strip* -učenici uočavaju različitost i individualnost -učenici uspoređuju razlike i poneku sličnost			

	“Sada ću vam podjeliti papiriće sa simbolima životinja.” “Od svake životinje postoje četiri iste koje će vas podijeliti u četiri grupe.” -studentica dijeli papiriće kojima se učenici raspoređuju u četiri grupe “Svaka grupa dobit će papir s pitanjima na koje je potrebno zajedno odgovoriti gledajući video. “Molim vas da svi zajedno sudjelujete u ispunjavanju papira i praćenju videa.” -prikazuje se isječak iz videospota; *I´m The One*, Dj-a Khaleda i Justina Biebera -unutar videa učenici će moći zamijetiti prikaze luksuznog života, razne skrivene reklamne proizvode, brendiranu robu, „grupne pripadnosti“, tehnološke proizvode, „trendi proizvode“, naglašeni materijalizam i konzumerizam, stereotipe... -nakon videa pokreće se kratki razgovor: “Molila bih vas sada da svaka grupa odabere svoga predstavnika koji će pročitati zajedničke odgovore.” “Možemo krenuti s lijeve strane. Prva grupa neka pročita svoj odgovor za prvo pitanje, druga za drugo, treća za treće a četvrta grupa s desne strane neka pročita odgovor za četvrto pitanje.” “Nakon što svaka grupa pročita svoj odgovor ostale grupe neka slobodno nadopune svojim odgovorima jer sigurno imate različito.”	-učenici svojim odgovorima nagađaju -učenici proučavaju različite prikaze kabineta čuda na prezentaciji -učenici se raspoređuju u grupe prema simbolima na papiru - učenici promatraju video pomoću kojeg			

		zajedno izdvajaju svoje odgovore			
	-studentica pohvaljuje grupe i ako je potrebno dodatno nadopunjuje odgovore “Sada ću vam ponovno pustiti video i molim vas da ovaj put obratite pažnju na detalje.” “Koja je razlika u usporedbi s prošlim videom koji sam pustila?” “Tako je, što mislite zašto je bez tona, što ste mogli zamijetiti time?” “Što time video postiže?” “Zašto je bez tona lakše zamijetiti detalje?” “na što vas to podsjeća?” “Tako je, bez tona video djeluje kao jedna velika reklama koja reklamira određene skrivene proizvode.”	-učenici po grupama biraju svoga predstavnika -predstavnici čitaju pitanja i zajedničke odgovore -svaka grupa argumentira i objašnjava svoje odgovore -druge grupe uspoređuju svoje odgovore s pročitanim odgovorima			

	“Možete li se prisjetiti koje su sve brendove reklamirali unutar videospota?” “Uzmite svoje prve listiće koje ste rješavali na početku sata, pogledajte dali su možda neki od tih proizvoda bili reklamirani?” -studentica pohvaljuje učenikove odgovore te na prezentaciji otkriva nekoliko *screenshotova* koji su zabilježili nesvjesno reklamiranje proizvoda unutar videa uz dodatne brendove, KandyPens, BUMBU RUM CO., Ciroc, Luc Belaire, luksuzni auti, Gucci i Prada. “Sada zaista možemo reći kako je jasno vidljiv utjecaj masovnih medija kroz skrivene reklamne proizvode, subliminalne poruke i nesvjesne manipulacije unutar videa.“ „Nismo niti svjesni koliko to sve utječe na naš izbor i odabir.“ „Dobit ćete zadatak do idućeg puta.“ Molim vas sve da do idućeg puta probate sakupiti svoju kolekciju interesa; najdražih predmeta, stvari, hobija, hrane, glumaca, glumica, filmova, serija, glazbe, svega što vas najbolje opisuje i predstavlja. Ograničite se obavezno samo na svoje mobitele. Pogledajte u vašu galeriju slika, videa, spremljene sadržaje koje ste sačuvali s društvenih mreža i interneta. Obratite pažnju na svoju povijest internet pretraživanja, što ste sve zabilježili, otvorili, zašto ste *googlali* određene pojmove.“ „Pogledajte i povijest svojeg Netflixa ako ga imate na mobitelu.“ „Obratite pažnju na svoje *instagram* profile, na profile koje pratite i lajkate.“„Sve što ste	-učenici zajedno zaključuju kako se unutar videa mogu zamjietiti prikazi luksuznog života i luksuznih predmeta o čemu i govori pjesma, da su prikazani popularni pjevači, stereotip života slavnih osoba i influencera, zabava, slavlje, bezbrižnost, rastrošnost i slavljenje života -učenici promatraju video -učenici zaključuju kako su bez tona prizori i kadrovi jasniji i dopuštaju veću kontrolu vizualnih prikaza čime se mogu bolje zamijetiti detalji -učenici video povezuju s reklamom -učenici se prisjećaju prikazanih brendova koji su reklamirani unutar videa, Dr.Beats slušalice, Nike tenisice, Supreme trenirke...			

	sačuvali i spremili u vaše mobitele očito vam znači i time već možete sakupiti svoju kolekciju kojom predstavljate sebe.“ Molim vas da sve te informacije, slike, datoteke, videe, linkove, profile zabilježite kako biste imali nekakvu sakupljenu kolekciju koja će vam trebati za vaš idući zadatak sljedećeg puta.“ „Pokušajte ili *screenshotati* ili prebaciti svoj sadržaj, svoje bilješke na usb.“ „Naravno možete i ručno ako imate želju.“ „Zadatak ću vam poslati na vaše email adrese kao podsjetnik.“ „Može li onda netko još ponoviti zadatak za idući put?“ „Hvala, vidimo se idući put i nemojte zaboraviti donijeti zadatak.“				

		-učenik ponavlja zadatak			

IV. PLAN PLOČE

Odnos slike i teksta

Ključni pojmovi: Kadar, kadrirati, strip

Likovno-umjetničko djelo:

Ime i prezime studenta: Lora Elezović

Škola: OŠ Brestje

Razredni odjel: 8. razred

Školska godina: 2019./2020.

Dan izvedbe:

Priprema za nastavni sat:

Rekompozicija, fotomontaža

Iz nastavne cjeline/teme: Plošno oblikovanje/2D

Tip sata: Obrada novog nastavnog sadržaja

I. CILJ I SHODI UČENJA U NASTAVNOJ JEDINICI

(znanja, vještine i stavovi)

Odgojno-obrazovni cilj nastavnog sata: učenici će biti upoznati s utjecajem društvenih aplikacija na vlastito mišljenje i izbor te potaknuti na stvaranje i prihvaćanje pozitivnog stava o sebi i svojoj individualnosti. Kroz usvajanje pojmova rekompozicije i fotomontaže učenici će moći prepoznati utjecaj manipulacije i prikrivenog značenja unutar vizualnih sadržaja društvenih mreža.

ISHODI UČENJA (postignuća učenika/kompetencije/znanje, vještine vrijednosti i stavovi)

Učenik će moći:

1. primijeniti rekompoziciju i fotomontažu u izradi vlastitog rada.
2. predstaviti sebe kroz izradu vlastitog kabineta čuda.
3. povezati značenje vlastite odabrane kolekcije s vizualnim oblikovanjem prikaza.
4. objasniti vlastiti raspored odabranog sadržaja unutar kompozicije.
5. prepoznati utjecaj vizualne kulture i popularnih društvenih aplikacija na vlastiti izbor.

II. DIDAKTIČKO-METODIČKI PODACI O NASTAVNOJ JEDINICI

Etape nastavnog sata :	1.Šire istraživanje 6 min. 2. Fokusirano istraživanje 6 min. 3. Ponavljanje 3min. 4.Realizacija ideje, npr. praktični rad učenika/ individualno i poticaj/učitelj 60 min. 5. Analiza i vrednovanje ostvarenih likovnih radova10min
Likovno područje:	Plošno oblikovanje/ 2D
Nastavna tema:	Rekompozicija, fotomontaža
Ključni pojmovi:	Rekompozicija, fotomontaža
Likovni elementi:	Boja, ploha
Elementi gradnje likovne sintakse:	Ravnoteža
Likovni motiv:	Kabinet čuda
Likovni problem:	Vizualno oblikovanje vlastitog kabineta čuda na *Instagramu*
Likovno tehnička sredstva:	Pametni telefoni, papir, kemijska olovka
Likovno-umjetnička djela vezana uz nastavnu	Johann Vermeer, *Djevojka s bisernom naušnicom,* 1665., ulje na platnu, 44,5 × 39 cm

jedinicu:	
Oblici rada:	Sociološki oblik rada: rad u grupi, rad u paru, samostalan rad
Metode rada:	razgovor, vizualno istraživanje (analitičko promatranje, uočavanje, razlikovanje), vježba, demonstracija
Mediji *(nastavna sredstva i pomagala)***:**	Power Point prezentacija, računalo, projektor, ploča, pametni telefoni
Korelacija:	Informatika
Literatura:	**a) Za učenike** *(udžbenici, priručnici i drugi izvori znanja):* 3. ……..…… 4. ……..……..
	b) Za nastavnika *(stručno-znanstvena, metodička, pedagoška, psihološka):* 1. Wolfgang Mattes – Nastavne metode: 75 kompaktnih pregleda za nastavnike i učenike,Naklada Lijevak,Zagreb 2007. 2. Cimić, Koščec, Mati – Likovna kultura 8, udžbenik iz likovne kulture za 8. razred osnovne škole, Znanje, Zagreb 200

III. RAZRADA NASTAVNOG SATA («SCENARIJ»)

(Detaljna razrada sata – «scenarij» nastavnog procesa. Ovdje se detaljno razrađuje sat onako kako će se izvesti: pritom se *ne* prepričava sadržaj, već naznačuju načini učenja i poučavanja. Treba odrediti ne samo što će raditi nastavnik, već i što će raditi učenici: nastavnik osmišljava, oblikuje, priprema i

ETAPE NASTAVNOG SATA	UČITELJ	UČENIK	OBLICI RADA	METODE RADA	NASTAVNA SREDSTVA I POMAGALA
2. ŠIRE ISTRAŽIVANJE 6 min **1.1. Priprema**	Studentica pozdravlja učenike: ”Dobar dan.”„Kako ste?” „Na prošlom satu ste se upoznali s utjecajem vizualne kulture na vlastito mišljenje i izbor. Radili ste i mentalne mape vlastitih interesa koja će vam pomoći u današnjem zadatku.” “Jeste li svi napravili i donijeli zadatak koji ste dobili prošli put?” “Sadržaj će nam trebati kasnije tako da ga zasad možete spremiti.” “Za vas sam pripremila posudu s papirićima na kojima su prikazani različiti simboli. Oni će vas podijeliti u četiri grupe.”	-učenici se pripremaju za sat -učenici izvlače papirić sa simbolom -učenici promatraju simbole prema kojima traže svoju grupu.	-frontalni rad	-razgovor	- projektor - posuda s papirima
	„Prije nego što se podijelite u grupe molila bihh nekoga da mi prepriča što smo sve radili prošli put.“	-učenici se prisjećaju prošloga sata - učenik opisuje nastavni sadržaj prošloga sata gdje ističe utjecaj vizualne kulture na vlastito mišljenje, nesvjesno manipuliranje	- rad u grupi	- razgovor - istraživačka igra	-projektor -power point prezentacija

1.2 Ponavljanje, usmjeravanje pažnje i motivacija za nast. sadržaj (npr. kreativna igra pomoću koje se otkriva problem na široj razini)	„Tako je, danas ćemo nastaviti dalje.“ ”Jeste li svi pronašli svoju grupu?” “Sada kada ste pronašli svoju grupu, podijelit ću vam radni listić koji ćete zajedno u grupi rješavati i otkrivati.” Studentica svakoj grupi dijeli drugačiji radni listić. “Jeste li svi dobili listić po grupi?” “Vaš zadatak je u grupi zajedno ispuniti listić, istražiti zanimljivosti o *Instagramu* općenito, otkriti koja *Instagram* aplikacija je prikazana i odgovoriti na pitanja koja se odnose na navedenu aplikaciju. Pitanja će vam pomoći u prezentaciji vaše prikazane aplikacije koju ćete kasnije prezentirati ostalim grupama. Svaka grupa dobila je drugačiju *Instagram* aplikaciju koja je potrebna za pregled i rad unutar popularne *Instagram* aplikacije.” “Unutar grupe podijelit ćete uloge koje će odrediti tko će istraživati koji dio i kasnije ćete skupa sve povezati.” “Uloge će vam pomoći da budete složniji i da zajedno odgovorite na pitanja.” -studentica na ploču zapisuje uloge: *zapisničar, Google asistent, Instagram asistent, kritičar, istražitelji* “*Zapisničar* će biti osoba u grupi koja zapisuje sve informacije i odgovore na papir, *Google asistent* će biti jedina osoba koja će u grupi	kroz reklamne sadržaje, nametanje popularnih trendova kroz masovne medije, odnos slike i teksta unutar mentalne mape, prikazivanje sebe... -učenici promatraju simbole prema kojima traže svoju grupu. -učenici uzimaju listić i slušaju upute za daljnji rad -učenici promatraju prikazanu aplikaciju			-papirići -pametni telefoni

	imati pristup internetu na svojem pametnom telefonu i njime upravljati, *Instagram asistent* će biti osoba u grupi koja će jedina imati pristup svome *Instagram* profilu koji će poslužiti za pomoć pri istraživanju, *kritič*ar će biti osoba u grupi koja će propitkivati i nadzirati pronađene informacije i odgovore a *istražitelji* će biti osobe koje će uz sve druge uloge imati zadatak razmišljanja i zaključivanja odgovora." -studentica obilazi grupe i potiče ih pitanjima na samostalno razmišljanje, prisjećanje i povezivanje novih informacija kako bi lakše odgovorili na pitanja Nakon što grupe ispune svoje papire slijedi kratak razgovor i analiza odgovora. " Jeste li svi ispunili svoje listiće?"	-učenici dijele ponuđene uloge unutar grupe -učenici zajedno otkrivaju nove informacije -učenici razmišljaju o svrsi i funkciji aplikacije te povezuju dosadašnja znanja s istraženim novim podatcima -učenici opisuju i nabrajaju mogućnosti za rad, navedene aplikacije -učenici završavaju s ispunjavanjem papira			

2. FOKUSIRANO ISTRAŽIVANJE **6 min** **2.1……** **(povezivanje otkrivenog problema s nastavnim sadržajem, pomoću umjetničkog djela i primjera iz svakodnevnog života)**	"Molim vas sada da svaka grupa odabere svoja dva predstavnika koji će zajedno prezentirati istraživanja svoje grupe." "Možemo početi s prvom grupom." "Molim predstavnike da prema odgovorima ukratko predstave svoje dobivene aplikacije." "Ako mislite da možete nadopuniti grupu s dodatnim informacijama, slobodno se uključite." -potiče razgovor i raspravu o aplikacijama -predstavljanja aplikacija učenicima omogućuje usvajanje osnovnih radnji unutar *Instagram* platforme "Tko nije upoznati s radom unutar *Instagrama*, neka si zapisuje bilješke za svaku od četiri aplikacije koje su potrebne za osnovni rad unutar programa jer ćete kasnije to trebati primijeniti u svom likovnom radu." -studentica svima dijeli prazni papir za bilješke	-učenici unutar svojih grupa odabiru predstavnike -predstavnici prve grupe čitaju svoje odgovore -prepoznaju *Instagram* kao najpopularniju aplikaciju društvenog umrežavanje i fotografskih usluga	- rad u skupini	-rad s ilustrativnim materijalima/vizu-alnim izvorima	- power point prezentacija - projektor -

		-otkrivaju dobivenu aplikaciju koju povezuju s pojmom *Instagram feed* -učenici opisuju aplikaciju, navode kako ona predstavlja mjesto unutar *Instagrama* gdje se može vidjeti i podijeliti odabrani sadržaj koji je prikazan prema *lajkanim hashtegovima*, interesima -učenici pojam aplikacije povezuju s pojmom *naslovnica* -učenici otkrivaju da je aplikacija korisna unutar *Instagrama* jer nudi prikaz raznih drugih profila koji kasnije omogućuju povezivanje -učenici povezuju svrhu aplikacije s njezinom funkcijom gdje osoba unutar aplikacije prstom pomiče sadržaj zaslona gore i dolje što omogućuje brzi pregled novosti i zaustavlja pažnju na određenim interesima -učenici uspoređuju pozitivne i negativne strane aplikacije gdje ističu mogućnost širenja znanja o svojim interesima i povezivanje s cijelim svijetom kao pozitivno, ali spominju i negativne i opasne profile, ovisnost o konstantnom pregledavanju *feeda* i moguće oblike *cyber bulinga*			
	-ako je potrebno, studentica kratko nadopunjuje informacijama o aplikaciji -studentica pohvaljuje grupu i proziva drugu grupu	-predstavnici druge grupe čitaju svoje odgovore -prepoznaju *Instagram* kao najutjecajniju platformu današnjice koja svojim korisnicima pruža razne mogućnosti predstavljanja sebe i povezivanja s cijelim svijetom -otkrivaju dobivenu aplikaciju koju povezuju s			

	-ako je potrebno, studentica kratko nadopunjuje informacijama o aplikaciji	pojmom *Instagram Story* -učenici opisuju aplikaciju, navode kako ona predstavlja mogućnosti dijeljenja i gledanja *storyja,* kratkih videa koji se prenose uživo -učenici otkrivaju kako je aplikacija korisna u svrhu brze prezentacije ili prijenosa uživo trenutaka iz svakodnevnog života -aplikaciju uspoređuju sa svojevrsnim „bilješkama“ svakodnevice koje su svima dostupne unutar 24 sata -učenici opisuju način njezinog korištenja gdje je potrebno samo kliknuti na ikonu koja odmah započinje sa snimanjem i prijenosom uživo -učenici naglašavaju kako snimljeni sadržaj aplikacije nije potrebno spremati na svoj pametni telefon jer se sadržaj direktno sprema na profil te nakon 24 sata ostaje vidljiv samo autoru -učenici raspravljaju o pozitivnim i negativnim stranama aplikacije gdje pozitivno ističu kratke vremenske periode koji ograničavaju dužinu videa -time potiču na promišljanje o važnosti odabira bitnih dijelova koje moraju prezentirati u kratkom vremenskom roku -predstavnici treće grupe čitaju svoje odgovore -učenici ističu *Instagram* kao najpopularniju aplikaciju za povezivanje ljudi i promociju odabranih sadržaja čime doprinosi veliki naglasak vizualnih primjera -otkrivaju dobivenu aplikaciju koju povezuju s			

	-studentica pohvaljuje grupu i proziva treću grupu -podsjeća učenike na važnost vođenja bilješki kako bi kasnije mogli izvršiti zadatak -ako je potrebno, studentica kratko nadopunjuje informacijama o aplikaciji	*Instagram direktnim porukama* -učenici opisuju aplikaciju, otkrivaju kako *Instagram* direktne poruke omogućuju direktno stupanje u kontakt sa svakim koga pratite na *Instagram* platformi -učenici navode kako je za stupanje u kontakt s bilo kojom osobom samo potrebno kliknuti na ikonu koja zatim odmah pokreće razgovor -učenici raspravljaju o pozitivnim i negativnim stranama korištenja aplikacije jer iako ona pruža mogućnost povezivanja s bilo kime što ona isto tako pruža dostupnost stupanja u kontakt sa zabranjenim sadržajem i opasnim profilima -predstavnici četvrte grupe čitaju svoje odgovore -učenici opisuju platformu *Instagram* koju povezuju s utjecajem masovnih medija i promidžbe -učenici otkrivaju dobivenu aplikaciju koju povezuju s pojmom *Instagram Tv (IGTV)* -učenici otkrivaju svrhu aplikacije; ona predstavlja zasebnu videoaplikaciju unutar *Instagrama*, poput *youtubea* gdje, za razliku od *Instagram storyja*, aplikacija omogućuje prikaz videa u trajanju do 10 minuta -učenici opisuju rad unutar aplikacije gdje je potrebno prvo otvoriti svoj kanal, koristeći vlastiti postojeći *Instagram* profil -učenici uspoređuju IGTV s *Youtube* kanalom te ističu kako je IGTV prilagođen mladima radi kvalitetnih mogućnosti postava videa i vertikalnih pregleda videa			

	-studentica pohvaljuje grupu i proziva zadnju grupu -ako je potrebno, studentica kratko nadopunjuje informacijama o aplikaciji	-učenici izdvajaju odabrane primjere vlastitih IGTV kanala koje ističu kao privlačne i kvalitetne videe -učenici uspoređuje pozitivne i negativne strane aplikacije gdje ističu kvalitetne i zanimljive kanale, ali isto tako otkrivaju postojanje kanala neprimjerenog sadržaja -učenici se prisjećaju prikazanih videa, objašnjavaju kako su bili spomenuti nesviesni reklamni utjecaji koji su kroz razne medijske načine pokušavali manipulativno nametnuti odabrane trendove i proizvode -učenici argumentiraju razloge zbog kojih *Instagram* nesvijesno utječe i nameće svoj izbor gdje ističu popularne *influencere* kao glavne pokretače u *online* promidžbi			

	-studentica pohvaljuje grupu -nakon predstavljanja grupnih odgovora, studentica ukazuje na važnost istraživanja i sagledavanje širje slike popularnih društvenih mreža „Sjetite se prošlog nastavnog sata kada smo gledali videe o utjecaju masovnih medija na vaš izbor.“ „Kakve načine utjecaja smo spominjali?“ „Dobro, mislite li da i *Instagram* na sličan način pridonosi medijskoj manipulaciji nad vama?“ „Unutar *Instagrama* možete primijetiti kako većina, gotovo svi na svojim profilima sebe prikazuju potpuno „savršeno“, čime se nesvjesno nameću određena pravila izgleda, ponašanja pa i sami izbor zbog čega se gubi individualnost i jedinstvenost				

2.2. Analiza likovno-umjetničkog djela i fotografija	"Sada ću vam ponovno podijeliti nekoliko papirića sa simbolima. Od svakog simbola postoje dva ista koji će vas podijeliti u parove." "Jeste svi pronašli svoj par?" "Vaš zadatak je prema uputama koje ćete dobiti otvoriti svoj novi *Instagram* profil. Svatko će otvoriti svoj vlastiti. Možete si međusobno u paru zajedno pomagati." -studentica na prezentaciji prikazuje upute za otvaranje *Instagram* profila prema kojima učenici otvaraju vlastiti "Jeste svi uspjeli otvoriti svoj profil?" "Sada vas molim da ostanete na *Instagram feedu*, naslovnici i da kliknete na *plus* u središtu trake s opcijama. Ponudit će vam se opcija fotografiranja. Svatko neka zatim fotografira svoga para. Razmislite o kompoziciji i odabiru kadra." "Sada kada imate fotografiju možete primijetiti veliki izbor filtera, a pored njih i opciju *uredi*. Kliknite svi opciju *uredi.* Ponovno vam se nudi bezbroj mogućnosti, od boje, kontrasta prilagodbe itd." "Vaš zadatak je da fotografiju doradite i uredite pomoću alata koje ste sada mogli primijetiti. Istražiti kakve sve opcije nude, možete rezati fotografije, dodavati filtere...obratite pažnju na detalje i naglasite ono što mislite da je bitno." "Kada završite s uređivanjem kliknite opciju *dalje* čime fotografiju odmah dijelite na *Instagram feed* i automatski spremate na svoju profil stranicu." "Korak ponovite još pet puta." "Nemate puno	-učenici izvlače papiriće prema kojima se dijele u parove -učenici pronalaze svog para -učenici prema uputama otvaraju svoj *Instagram* profil -učenici otvaraju svoje *Instagram* profile -učenici prate upute te fotografiraju svoj par -učenici sudjeluju u zadatku	- rad u paru -individualni rad	- razgovor	-posuda s papirićima -prezentacija -pametni telefoni

	vremena pa vas molim da požurite.” -studentica usmjerava učenike na kratku analizu zadatka: “Sada kada ste završili zadatak kliknite na svoj profil.” “Što se na njemu promijenilo nakon zadatka?” “Dobro, a što ste fotografijama stvorili kada sagledate šest fotografija kao cjelinu? “Točno, stvorila se kompozicija fotografija, koja vas predstavlja na vašem profilu.” “Kompozicija predstavlja raspored i odnos dijelova unutar cjeline.” -studentica na prezentaciji prikazuje reprodukciju Vermeerove slike *Djevojka s bisernom naušnicom* “Znate li možda koje djelo je prikazano?” -studentica hvali točan odgovor učenika	-učenici istražuju opcije i razne mogućnosti uređenja fotografija -učenici povezuju odabrane filtere i alate s atmosferom fotografije koju žele dočarati -učenici kombiniraju razne fotografske kadrove kako bi postigli što više različitih kompozicija -učenici izdvajaju detalje koje žele naglasiti pomoću *crop* alata -učenici ponavljaju određene korake kako bi postali vješti u obradi fotografija -učenici izdvajaju bitne dijelove na fotografiji kako bi naglasili važnost -učenici promatraju svoje profile i opisuju promjene „Pojavio se sadržaj koji smo dodali.“ „Razne fotografije našega para vidljive su na našem profilu.“ „Kompoziciju koja nas predstavlja na našem profilu, tj. predstavlja kompoziciju fotografija			

	"Vaš idući zadatak će biti pronaći reprodukciju Vermeerove slike *Djevojka s bisernom naušnicom* na internetu, spremiti sliku i otvoriti je na svojem *Instagram* profilu, kao da ćete ju podijeliti na naslovnici." "Zatim ćete iskoristiti *crop* alat za izrezati dio slike koji vam se najviše sviđa. "Izrezani dio možete i rotirati, a zatim podijelite sliku na svojem profilu." "Zadatak ponovite još pet puta i pokušajte svaki put izrezati drugačiji dio slike." "Jeste gotovi? Što možete primijetiti na svojem *Instagram* profilu sada?" "Tako je." -studentica prikazuje svoj primjer kompozicije: "Na prezentaciji možete primijetiti kako se slika razrezala i svi razrezani dijelovi stvorili su novu kompoziciju." "Znate li možda kako nazivamo takvu promjenu? "To nazivamo ***rekompozicija***." „Rekompozicija predstavlja promjenu slike gdje se slika podijeli u više dijelova koji se ponovno spoje i stvore novu kompoziciju." "Može li netko doći napisati ključni pojam na ploču?" "Hvala." "Pogledajte iduću kompoziciju. Što se promijenilo s reprodukcijom *Djevojke s bisernom naušnicom* na ovom primjeru?" "Tako je, znate li kako nazivamo takvu izmijenjenu verziju fotografije?" "***Fotomontaža*** je fotografija dobivena kombiniranjem više različitih snimaka." "Može li netko doći napisati ključni pojam na ploču? "Hvala."	našeg para na našem profilu." -učenici prepoznaju prikazanu reprodukciju -učenici sudjeluju u zadatku -učenici uočavaju promjenu: „Stvorila se nova kompozicija od izrezanih dijelova slike na našemu profilu." -učenici uspoređuju prikazanu kompoziciju sa svojom na *Instagramu*			

	-studentica kredom podcrtava pojmove rekompozicija i fotomontaža koje su učenici zapisali na ploču "Oba ključna pojma naziv su našeg današnje nastavnog sata." -studentica na ploču zapisuje naziv nastavne jedinice	-učenik na ploču zapisuje pojam *rekompozicija* -učenici opisuju razlike „Prikazano je lice i dio leđa Angeline Jolie na pojedinim mjestima prijašnje djevojke" „Ne." -učenik na ploču zapisuje pojam *fotomontaža*			
2.3. Najava zadatka (povezivanje nastavnog sadržaja s odgojnom tematikom šireg problema iz uvodnog dijela sata)	-studentica učenicima dijeli mentalne mape koje su napravili na prošlom satu „Vaše mentalne mape će vam pomoći u izradi likovnog zadatka." „Prije negoli krenete sa zadatkom, molila bihh vas da otvorite svoje *Instagram* profile i sa svoje naslovnice obrišete fotografije svoga para i rekompoziciju djela *Djevojke s bisernom naušnicom* , vježbi koje ste izveli u prethodnim zadatcima." „Sada vas molim da pripremite sav sadržaj		- individualni rad	- razgovor - usmeno izlaganje	- power point prezentacija -pametni telefoni

	zadaće koju ste donijeli. Fotografije i bilješke skinite na pametne telefone ako to niste učinili. Tko je donio zadaću na papiru, isto tako izvadite sve.“ Studentica najavljuje i objašnjava likovni zadatak: „Na prošlom satu smo spominjali termin *Kabineta čuda*. Može li mi netko ponoviti što je to?“ „Evo i nekoliko primjera za podsjetiti se.“ “Sada dolazimo do našeg današnjeg zadatka: “Pomoću vaše mentalne mape i zadaće sadržaja odnosno kolekcije koju ste donijeli, predstavite svoj vlastiti „Kabinet čuda.” Kabinet čuda vašeg omiljenog sadržaja, predmeta svega što vas najbolje opisuje.” “Svoj kabinet čuda povežite s idejom vlastitog	-učenici slušaju upute i brišu sve fotografije koje su podijelili na svom *Instagram* profilu -učenici pripremaju svoju zadaću -prisjećaju se svojih interesa i pripremaju bilješke koje su donijeli -učenici skidaju datoteke s informacijama koje su pripremili -učenik objašnjava: „*Kabinet čuda* predstavlja zbirku sakupljenih predmeta sabranih na jednome mjestu s ciljem predstavljanja svoga vremena. Kolekcionari raznih struka na svojim su putovanjima i avanturama sakupljali čudnovate predmete koje su proučavali i sortirali na različite načine čime bi ostvarili cjelinu, vlastiti kabinet čuda. Kabinet čuda svojim bi sadržajem prezentirao interese njegova autora, kolekcionara.”		- razgovor	

	putnog kofera za preživljavanje u školi." "Razmislite što vam je sve potrebno, bez čega ne možete." "Možete koristiti vlastite fotografije, tekst, određene riječi koje vam znače, asocijacije, linkove, fotomontaže najdražih popularnih osoba, omiljene boje, simbole..." "Način na koji ćete raditi kabinet čuda bit će isti onome u vježbi s fotografiranjem para, samo s 3 fotografije više." "Tako da na raspolaganju imate 9 kvadratnih polja koja zajedno čine kompoziciju." "Svako polje je vaša svojevrsna ladica u koju stavljate svoju kolekciju." "Umjesto da fotografirate, kliknite samo opciju postavljanje slike iz galerije i odaberite što iz mobitela želite objaviti." "Također imate i opciju *layout* koja omogućuje umetanje više fotografija unutar kvadrata." "Za razne mogućnosti rada mogu vam pomoći bilješke o aplikacijama unutar Instagrama koje ste zapisivali na početku sata. S njima možete *screenshotat* sadržaje od kojih kasnije možete slagati rekompozicije i fotomontaže." "Razmislite o tome kako ćete vizualno riješiti kompoziciju vašeg kabineta čuda unutar polja." -studentica učenicima dijeli prazni papir za razmišljanja i bilježenje ideja	-učenici prate upute za zadatak -učenici razmišljaju i planiraju koje interese će odabrati za svoj kabinet čuda -učenici se prisjećaju zadatka			

3. PONAVLJANJE 3 min	„Može li mi netko ponoviti što je kompozicija?“ „Tako je.“ „Kako biste objasnili rekompoziciju i fotomontažu koje smo isto spominjali?“ „Hvala.“ „U redu onda, tko će mi ponoviti današnji zadatak?“ „Hvala. Možete početi s radom.“	-učenik se prisjeća pojma i ponavlja: „Kompozicija predstavlja raspored i odnos dijelova unutar cjeline.“ -učenici se javljaju i prisjećaju pojmova: „Rekompozicija predstavlja promjenu slike gdje se slika podijeli u više dijelova koji se ponovno spoje i stvore novu kompoziciju.” “Dok je fotomontaža fotografija dobivena kombiniranjem više različitih snimaka” -učenik ponavlja zadatak -izdvaja bitne informacije za rad	- individualni rad	- razgovor	-prezentacija
4. REALIZACIJA IDEJE, PRAKTIČNI RAD UČENIKA 60 min.	Studentica prema potrebi individualno pristupa učenicima: -podsjeća učenike da dobro razmisle kako će prikazati sebe i kolekciju smjestiti unutar kvadrata - studentica potiče učenike ističući važnost kompozicije i ravnoteže -učenike podsjeća na važnost utjecaja vizualne kulture koja im može pomoći pri predstavljanju - studentica učenike po potrebi usmjerava na daljnji rad	- izvode zadatak prema uputama -sastavljaju bilješke kao smjernice za daljnji rad -prikupljaju sadržaj koji smatraju da predstavlja njihovu kolekciju -samostalno izvode zadatak	- Individualni rad	- razgovor - praktičan rad - kombiniranje - građenje	-power point prezentacija -pametni telefoni -*Instagram* aplikacija -mentalna mapa -papir -kemijska

5. (npr.)ANALIZA I VREDNOVANJE OSTVARENIH LIKOVNIH RADOVA 10 min **5.1. Priprema**	-studentica podsjeća učenike na skori završetak nastavnog sata.	-učenici završavaju sa zadatkom	- frontalni rad - individualni rad	- razgovor	- ploča
5.2. Ponavljanje	-studentica poziva učenike da ponove zadatak: „Tko bi nam ponovio današnji zadatak?“ „Tako je, kako ste prikazali svoje kabinete	- prisjećaju se zadatka i ponavljaju ga -učenici sudjeluju u razgovoru: „Prikazali smo svoje kabinete čuda pomoću slika koje tvore	- rad u skupini	- razgovor	

	čuda? U kojem obliku?“ „Bravo, što mislite zašto ste koristili popularnu društvenu mrežu za izradu svojeg rada?“ „Da, svojim kabinetom čuda predstavili ste sebe na drugačiji način. Odmaknuli ste se od nametnutih, očekivanih utjecaja i trendova čime ste prihvatili svoju individualnost i predstavili sebe na najbolji mogući način.“	kompoziciju naših interesa u obliku *Instagram* objave na našem profilu.“ -učenici povezuju namjenu *Instagram* aplikacije s izradom svojeg rada: „Jer bi tako sadržaj naših interesa postao dostupan na društvenoj mreži *Instagram*, gdje je potrebno što bolje predstaviti sebe.“			
5.1. Analiza i vrednovanje npr. likovnih radova	„Sada ću svakome podijeliti papir s pitanjima koja će biti vaše smjernice za predstaviti svoj rad idućeg puta.“ -studentica svakome učeniku dijeli papir s pitanjima „Pitanja ću vam također poslati *mailom* u slučaju da izgubite papire.“ „Zadatak svakoga od vas je uz pomoć dobivenih pitanja pripremiti kratko predstavljanje svojeg kabineta čuda u trajanju od dvije minute.“ „Za vrijeme vašeg predstavljanja, rad, vaš profil bit će prikazan na prezentaciji tako da ćete moći i prikazivati i opisivati kvadrate vaše kompozicije i razloge i objašnjenja sadržaja unutar njih.“ „S obzirom na to da imate samo dvije minute za predstavljanje, izdvojite ono što smatrate	-učenici prate upute za zadatak -učenici promatraju prikazana pitanja	- rad u skupini	- analitičko promatranje - razgovor - vrednovanje	- ploča -prezentacija -papiri -pametni telefoni

	najbitnijim.“ „Molim vas još da sada napravite *screenshot* vašeg zadatka na vašem profilu i da mi fotografiju pošaljete na *e-mail* u slučaju da vam se profil izbriše.“ -studentica zapisuje svoj *e-mail* za slanje na ploču, nakon čega prikuplja mentalne mape s prethodnog sata „Može li onda netko još ponoviti zadatak za idući put?“ „Hvala, vidimo se idući put i nemojte se zaboraviti pripremiti.“	-učenici snimaju zaslon svojeg zadatka i fotografiju šalju preko *e - maila* -učenik ponavlja zadatak			

IV. PLAN PLOČE

Rekompozicija, fotomontaža

Ključni pojmovi: Rekompozicija, fotomontaža

Likovno-umjetničko djelo: Johann Vermeer, *Djevojka s bisernom naušnicom*

Ime i prezime studenta: Lora Elezović

Škola: OŠ Brestje

Razredni odjel: 8. razred

Školska godina: 2019./2020.

Dan izvedbe:

Priprema za nastavni sat

Odnos slike i teksta
Rekompozicija, fotomontaža

Iz nastavne cjeline/teme: Plošno oblikovanje/2D

Tip sata: Ponavljanje i provjera usvojenosti nastavnog sadržaja

I. CILJ I ISHODI UČENJA U NASTAVNOJ JEDINICI

(znanja, vještine i stavovi)

Odgojno-obrazovni cilj nastavnog sata: učenici će biti upoznati s različitim pristupima istome zadatku čime će biti potaknuti na stvaranje i prihvaćanje pozitivnog stava o sebi i svojoj jedinstvenosti te će prepoznati utjecaj manipulacije i prikrivenog značenja unutar vizualnih sadržaja masovnih medija.

ISHODI UČENJA (postignuća učenika/kompetencije/znanje, vještine vrijednosti i stavovi)

Učenik će moći:

1.predstaviti sebe kroz vlastiti rad, kabinet čuda.

2.povezati sadržaj vlastite kolekcije s rasporedom unutar kompozicije.

3. prepoznati utjecaj vizualne kulture unutar svojeg rada i radova svojih kolega.

4.objasniti različite načine vizualnog oblikovanja u izradi vlastitog i tuđeg rada.

Etape nastavnog sata :	1.Šire istraživanje 6 min. 2. Fokusirano istraživanje 6 min. 3. Ponavljanje 3min. 4.Realizacija ideje, npr. praktični rad učenika/ individualno i poticaj/učitelj 60 min. 5. Analiza i vrednovanje ostvarenih likovnih radova10min
Likovno područje:	Plošno oblikovanje/ 2D
Nastavna tema:	Odnos slike i teksta; Rekompozicija, fotomontaža
Ključni pojmovi:	Kadar, fotomontaža
Likovni elementi:	Boja, ploha
Elementi gradnje likovne sintakse:	Ravnoteža
Likovni motiv:	Ravnoteža ploha boje unutar kadra
Likovni problem:	Vizualno oblikovanje

Likovno tehnička sredstva:	Pametni telefoni, papir, kemijska olovka
Likovno-umjetnička djela vezana uz nastavnu jedinicu:	Nicolas Clauss, *Okviri*, 2018.
Oblici rada:	Sociološki oblik rada: rad u grupi, samostalan rad
Metode rada:	razgovor, vizualno istraživanje (analitičko promatranje, uočavanje, razlikovanje), vježba, demonstracija
Mediji *(nastavna sredstva i pomagala)***:**	Power Point prezentacija, računalo, projektor, ploča, pametni telefoni
Korelacija:	Informatika
Literatura:	**a) Za učenike** *(udžbenici, priručnici i drugi izvori znanja):* 5. …… 6. ……..
	b) Za nastavnika *(stručno-znanstvena, metodička, pedagoška, psihološka):* 1. Wolfgang Mattes – Nastavne metode: 75 kompaktnih pregleda za nastavnike i učenike,Naklada Lijevak,Zagreb 2007. 2. Cimić, Koščec, Mati – Likovna kultura 8, udžbenik iz likovne kulture za 8. razred osnovne škole, Znanje, Zagreb 200

III. RAZRADA NASTAVNOG SATA («SCENARIJ»)

(Detaljna razrada sata – «scenarij» nastavnog procesa. Ovdje se detaljno razrađuje sat onako kako će se izvesti: pritom se *ne* prepričava sadržaj, već naznačuju načini učenja i poučavanja. Treba odrediti ne samo što će raditi nastavnik, već i što će raditi učenici: nastavnik osmišljava, oblikuje, priprema i

ETAPE NASTAVNOG SATA	UČITELJ	UČENIK	OBLICI RADA	METODE RADA	NASTAVNA SREDSTVA I POMAGALA
3. ŠIRE ISTRAŽIVANJE **6 min** **1.1. Priprema**	Studentica pozdravlja učenike: ”Dobar dan.”„Kako ste?” „Na prošlom satu ste se upoznali s utjecajem popularne kulture na vlastito mišljenje i izbor. „Radili ste i vlastite kabinete čuda koje ćete danas predstaviti.” “Jeste li se svi pripremili za predstavljanje svojeg kabineta čuda danas?” “Za vas sam pripremila posudu s papirićima na kojima su prikazani različiti simboli. Oni će vas podijeliti u četiri grupe.”	-učenici se pripremaju za sat -učenici se prisjećaju sadržaja prošloga nastavnog sata -učenici izvlače papirić sa simbolom -učenici promatraju simbole prema kojima traže svoju grupu.	-frontalni rad	-razgovor	- posuda s papirima
	„Prije nego što se podijelite u grupe molila bihh nekoga da mi prepriča što smo sve radili prošloga puta.“	-učenici se prisječaju prošloga sata - učenik opisuje nastavni sadržaj prošloga sata gdje ističe utjecaj vizualne kulture na	- rad u grupi	- razgovor - istraživačka igra	-papirići -pametni telefoni

1.2 Ponavljanje, usmjeravanje pažnje i motivacija za nast. sadržaj (npr. kreativna igra pomoću koje se otkriva problem na široj razini)	„Tako je.“ ”Jeste li svi pronašli svoju grupu?” “Sada kada ste pronašli svoju grupu podijeliti ću vam nekoliko papirića s različitim pojmovima i prazan list papira.” Studentica svakoj grupi dijeli drugačije papiriće. “Jeste li svi dobili tri papirića s različitim pojmovima i prazan papir po grupi?” “Vaš zadatak je u grupi zajedno pročitati pojmove koji se nalaze na trima malim papirićima koje ste dobili. Pojmovi će vas podsjetiti na sadržaj o kojem smo razgovarali na prethodnim satima.” “Zajedno u grupi proučite pojmove pomoću kojih ćete na prazan papir napisati kratki osvrt o sadržaju za koji mislite da je najbitniji za istaknuti s prethodnih sati.” “Svoj osvrt možete oblikovati kao svojevrsno upozorenje na određeni sadržaj koji ćete istaknuti.” “Razmislite dobro što ćete povezati, što vam je bitno spomenuti, možete navesti i primjere koje smo spominjali.” “Kasnije ćete svoje osvrte prezentirati drugim grupama.” “Za istraživanje možete koristiti svoje pametne telefone.” “Ako vam je lakše možete napraviti i zajedničku mentalnu mapu koja će vam pomoći u kasnijoj prezentaciji.”	vlastito mišljenje unutar društvenih mreža, nesvjesno manipuliranje kroz razne *instagram* profile, nametanje trendova kroz objavljene fotografije popularnih influencera, prikazivanje sebe kroz vlastiti kabinet čuda na *Instagram* aplikaciji... -učenici promatraju simbole prema kojima traže svoju grupu. -učenici uzimaju papiriće i prazan list papira i slušaju upute za daljnji rad -učenici promatraju pojmove na papirićima			

	-studentica obilazi grupe i potiče ih pitanjima na samostalno prisjećanje i povezivanje pojmova sa svojim stavom kako bi se lakše izrazili Nakon što grupe završe zadatak, slijedi kratko predstavljanje i razgovor. "Jeste li svi gotovi?"	-učenici zajedno otkrivaju i čitaju dobivene pojmove -učenici se prisjećaju sadržaja prethodnih sati kojeg povezuju s pojmovima -učenici razmišljaju o svrsi svojeg osvrta -učenici nabrajaju razne asocijacije koje povezuju u smislenu cijelinu -učenici završavaju s radom			
2. FOKUSIRANO ISTRAŽIVANJE **6 min** **2.1……** **(povezivanje otkrivenog problema s nastavnim sadržajem,**	"Molim vas sada da svaka grupa odabere svojeg predstavnika koji će prezentirati sadržaj svoje grupe." "Možemo početi s prvom grupom." "Molim predstavnika da ukratko predstavi osvrt svoje grupe." -predstavljanje radova učenicima omogućuje ponavljanje i prisjećanje usvojenog sadržaja s prethodnih sati	-učenici unutar svojih grupa odabiru predstavnika -predstavnik prve grupe čita i objašnjava osvrt svoje grupe -učenici prvi grupe povezuju *pojmove masovni medij, individualnost i društvene mreže* s utjecajem na učenikov izbor -prepoznaju veliki utjecaj masovnih medija	- rad u skupini	-rad s ilustrativnim materijalima/vizu-alnim izvorima	

pomoću umjetničkog djela i primjera iz svakodnevnog života)	-Ako je potrebno, studentica kratko nadopunjuje informacijama -studentica pohvaljuje grupu i proziva drugu grupu -ako je potrebno, studentica kratko nadopunjuje informacijama -studentica pohvaljuje grupu i proziva treću grupu	kao glavni problem u narušavanju učenikove individualnosti -otkrivaju i opisuju određene društvene mreže i njihove promotore koji nameću popularne trendove kroz *lajkove* i *hashtegove* čime mijenjaju učenikove interese -predstavnik druge grupe čita i objašnjava osvrt svoje grupe -učenici druge grupe povezuju pojmove *vizualna kultura, reklame i manipulacija* sa svakodnevnim životom, u kojem su konstantno okruženi vizualnom kulturom -naglašavaju važnost vizualne kulture koja doprinosi širenju njihovih interesa -otkrivaju razne prikrivene reklame koje nesvjesno manipuliraju i nameću svoj izbor -time potiču na promišljanje o važnosti vlastite sigurnosti i opreza -predstavnik treće grupe čita i objašnjava osvrt svoje grupe -učenici treće grupe povezuju pojmove *vlastiti izbor, nametnuti trendovi i prihvaćanje* s razvojem samopouzdanja -otkrivaju kako je bitno oduprijeti se nametnutim popularnim trendovima koji ih okružuju -učenici navode kako je potrebno prihvatiti sebe i svoju individualnost kako bi ostali jedinstveni			

	- ako je potrebno, studentica kratko nadopunjuje informacijama -studentica pohvaljuje grupu i proziva četvrtu grupu - ako je potrebno, studentica kratko nadopunjuje informacijama -studentica pohvaljuje grupu	-predstavnik četvrte grupe čita i objašnjava osvrt svoje grupe -učenici četvrte grupe povezuju pojmove *popularna kultura, kreativnost i kabinet čuda* s velikom količinom informacija kojom su danas okruženi -nabrajaju pozitivne strane popularne kulture gdje ističu veliki izbor različitih sadržaja koji učenicima pomažu u razvijanju svoje kreativnosti -ističu važnost umjerenosti u praćenju popularne kulture kako ne bi imala prevelik utjecaj na njihovu individualnost -opisuju kabinet čuda kao oblik koji im omogućava najbolji način za prikazati sebe			

2.2. Analiza likovno-umjetničkog djela i fotografija	“Molila bihh jednog dobrovoljca da mi detaljno prepriča zadatak koji ste radili prošli put.” “Da, slobodno možete nadodati dodatne informacije ako mislite da je vaš kolega nešto izostavio.”	-učenik se prisjeća zadatka: “Pomoću naših mentalnih mapa i sadržaja naše kolekcije koju smo donijeli predstavili smo svoj vlastiti Kabinet čuda.” “Kabinet čuda našeg omiljenog sadržaja, predmeta svega što nas najbolje opisuje.”“Svoj kabinet čuda povezali smo s idejom vlastitog putnog kofera za preživljavanje u školi.” “Zadatak smo izveli unutar *Instagram* aplikacije kroz 9 kvadratnih polja čime smo ostvarili kompoziciju za predstaviti svoj kabinet čuda.” -učenici izdvajaju ključne pojmove *rekompozicija i fotomontaža*, koji su im pomogli pri uređivanju i biranju detalja na svojim fotografijama prije slaganja unutar kvadrata	-individualni rad	- razgovor	

	-studentica pohvaljuje učenikove odgovore				
2.3. Najava zadatka (povezivanje nastavnog sadržaja s odgojnom tematikom šireg problema iz uvodnog dijela sata)	-studentica svakom učeniku dijeli papir s pitanjima i tablicama „Svakome ću podijeliti listić vrednovanja s pitanjima pomoću kojih ćete pratiti predstavljanje rada vaših kolega.“ „Vaš zadatak je na papir izraziti svoje mišljenje o provjeri usvojenosti nastavnog sadržaja rada vaših kolega.“ „Za svaku osobu koja će predstaviti svoj kabinet čuda vi ćete odgovoriti na dobivena pitanja u tablicama. Nadopišite svoje odgovore na pitanja s linijom i stavite x ispod tvrdnje u tablici s kojom se slažete. „Kada odgovorite na sva pitanja otvorite svoj *Instagram*, pronađite osobu koja predstavlja svoj rad i lajkajte onaj kvadrat njezinog kabineta čuda koji vam se najviše sviđa.“ „Sada vas molim da uzmete svoje bilješke i papire koje ste pripremili za predstavljanje svojeg rada.“ „Svatko će imati dvije minute za predstaviti svoj kabinet čuda.“ „Ulogirat ćete se u *Instagram* preko kompjutora kako bi sadržaj vašeg kabineta bio	-učenici uzimaju l ističe vrednovanja i prate upute za zadatak	- individualni rad	- razgovor - usmeno izlaganje - razgovor	-papir za vrednovanje -kemijska olovka -pametni telefoni

	vidljiv na projektoru.“ „S obzirom na to da imate malo vremena spomenite ono što mislite da je najbitnije za vaš kabinet čuda. Možete čitati s papira ali i ne morate ako vam je tako lakše.“	-učenici se pripremaju za predstavljanje svojeg rada			
<u>3. PONAVLJANJE</u> 3 min	„Može li netko ponoviti zadatak koji radite dok gledate i slušate predstavljanje svojih kolega?“ „Hvala.“ „Možemo početi s lijeve strane.“ „Ulogiraj se prvo u kompjuter.“	-učenik ponavlja zadatak -izdvaja bitne informacije za rad	- individualni rad	- razgovor	-projektor

		-učenici započinju s radom			
4. REALIZACIJA IDEJE, PRAKTIČNI RAD UČENIKA 60 min.	Studentica prema potrebi individualno pristupa učenicima: -podsjeća učenike da dobro razmisle kako će predstaviti svoj kabinet čuda - studentica ohrabruje učenike koji predstavljaju svoj rad -učenike podsjeća na zadatak vrednovanja - studentica učenike po potrebi usmjerava na daljnji rad	-učenici individualno predstavljaju svoj kabinet čuda - učenici samostalno izvode zadatak prema uputama	- Individualni rad	- razgovor - praktičan rad - kombiniranje	-projektor -pametni telefoni -papir -kemijska
5. (npr.)ANALIZA I VREDNOVANJE OSTVARENIH LIKOVNIH RADOVA	-studentica podsjeća učenike na skori završetak nastavnog sata.	-učenici završavaju sa zadatkom	- frontalni rad - individualni rad	- razgovor	- projektor

10 min **5.1. Priprema**					
5.2. Ponavljanje	-studentica pohvaljuje učenike za predstavljanje njihovog rada -poziva učenike da formiraju krug ispred ploče i da ponesu svoje mobilne telefone	-učenici prate upute za zadatak -formiraju krug	- rad u skupini	- razgovor	-projektor
5.1. Analiza i vrednovanje npr. likovnih radova	„Molim vas sada da svi otvorite svoje *Instagram* profile.“ „Što se promijenilo u vašim novostima?“ „Svaka osoba iz vašeg razreda lajkala je kvadrat vašeg kabineta čuda koji im se najviše dojmio.“ „Dali postoji osoba kojoj su svi *lajkali* isti kvadrat njegovog/njezinog kabineta čuda?“	-uočavaju razne lajkove u svojim novostima -promatraju tko je lajkao njihove objave -učenici primjećuju kako neki kvadrati imaju više lajkova a neki manje -uočavaju kako je svaka osoba lajkala drugačiji kvadrat i kako se niti u jednom kabinetu čuda nije dogodilo da su svi *lajkali* isti kvadrat	- rad u skupini	- analitičko promatranje -igra - razgovor - vrednovanje	-pametni telefoni -loptica

	„Što mislite zašto?“ „Tako je. Kabinet čuda omogućuje spoznaju o vašoj jedinstvenosti koja je prikazana upravo u vašim različitim pristupima zadatku.“ „Sada ću baciti ovu lopticu jednoj osobi.“ „Kada uhvatite lopticu vaš zadatak je spomenuti kabinet čuda koji vas je najviše dojmio i objasniti zašto.“ „Kada završite, lopticu bacite nekome drugom.“ -nakon nekoliko bacanja studentica zaustavlja igru „Kada uhvatite lopticu sada, spomenuti ćete u kojem kabinetu čuda mislite da je najviše vidljiv utjecaj vizualne kulture i zašto.“	-objašnjavaju da se svakome svidio drugačiji prizor radi čega su lajkovi podijeljeni -opisuju različitost izbora i ističu individualnost svake osobe i njezino /njegovog rada -učenici sudjeluju u igri -ističu kabinet čuda koji ih je najviše dojmio i zbog čega -opisuju kabinete koji su bili zabavni i jedinstveni -individualnost ističu kao drugačiji i zanimljivi način predstavljanja -lopticu proslјeđuju dalje -učenici sudjeluju u igri -prisjećaju se u kojem kabinetu čuda su primjetili veliki utjecaj vizualne kulture -opisuju odabrane kabinete gdje ističu prepoznatljive brendove i modne trendove -povezuju takve kabinete čuda s profilima popularnih influencera -navode odabrane kabinete kao kopije i ističu kako zbog toga gube svoj identitet i			

	-studentica pohvaljuje njihove odgovore i zaustavlja igru „Molim vas da u svoju Instagram tražilicu sada upišete *Nicolas Clauss“* „Možete li mi opisati sadržaj profila?“ „Tako je, pogledajte sada videe gdje su prikazani ljudi u kutijama jedni pored drugih.“ „Što mislite što video predstavlja?“ „Video je djelo koje predstavlja zgrčene osobe u svojim okvirima u kojima se razvijaju. Umjetnik se poigrava ljudskim tijelom gdje kroz njegove pomake manipulira ponavljanjem prikazane kretnje čime postiže razne emocije.“ „ Okvir je ustvari metafora društvenog ponašanja. On označava granice koje svaku osobu izdvajaju iz cjeline.“ „Svako tijelo kao dio cjeline gubi svoj identitet i postaje slično ostalima, gubi se u masi.“ „Dok individualno	individualnost -lopticu prosljeđuju dalje -učenici sudjeluju u zadatku -učenici uočavaju razne kratke videe koji svojom kratkom dužinom trajanja ustvari djeluju kao pomične fotografije -opisuju većinom videe portreta koji zbog svojeg pomaka djeluju kao da gledaju i ostavljaju osobne, jedinstvene emocije -ističu videe kao uspješno uhvaćene momente određenih situacija ili osoba -učenici opisuju različite izolirane ljude koji su zgrčeni unutar kutija -uočavaju razne prikazane emocije na ljudskim licima			

	gledano tijelo predstavlja vlastiti rezultat.“ „Možete li to povezati s vašim radom i prethodnim satima? „Da, umjetnik, Nicolas Clauss iskoristio je upravo *Instagram* platformu kako bi prikazao svoj rad široj publici. Kompozicije svojih videa prilagođavao je *Instagram* formatu i pomoću društvene mreže dijelio poruke svojih likovnih radova.“ - studentica zahvaljuje učenicima na radu i govori im da izbrišu svoje *Instagram* profile	-učenici povezuju svoj način rada na *Instagramu* s radom umjetnika -povezuju termin kabinet čuda s predstavljanjem individualnosti i jedinstvenosti -objašnjavaju važnost prihvaćanja sebe -učenici spremaju sadržaj koji žele sačuvati i brišu svoje *Instagram* profile			

IV. PLAN PLOČE

Odnos slike i teksta; Rekompozicija, fotomontaža

Ključni pojmovi: Kadar, fotomontaža

Likovno-umjetničko djelo: Nicolas Clauss, *Okviri*, 2018.

UPITNIK

Molim vas da iznesete svoje stavove o sljedećim tvrdnjama.
Stav iskazujete zaokruživanjem broja SAMO JEDNOG od ponuđenih odgovora:

1 - uopće se ne slažem
2 - uglavnom se ne slažem
3 - nemam utvrđen stav (niti se ne slažem, niti se slažem)
4 - uglavnom se slažem
5 - sasvim se slažem

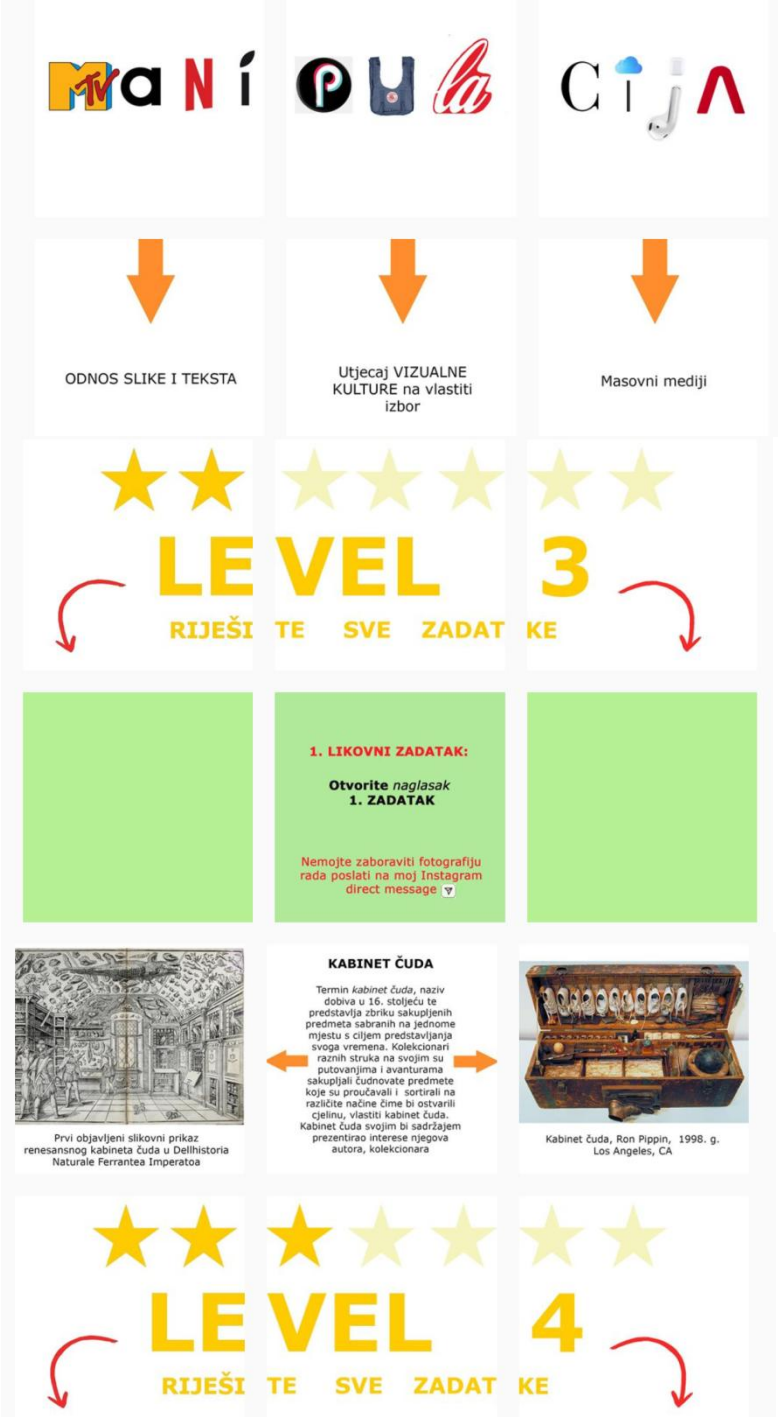
1.	Posvećujem dosta pažnje izgledu svakodnevnih predmeta koji me okružuju	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
2.	Izgled svakodnevnih predmeta utječe na moj izbor Kako? Dopiši odgovor na crtu: _____	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
3.	Važna mi je marka odjevnih predmeta ili predmeta koje kupujem	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
4.	Volim gledati video spotove	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
5.	Često puta kupim nešto što sam vidio / vidjela u reklami	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

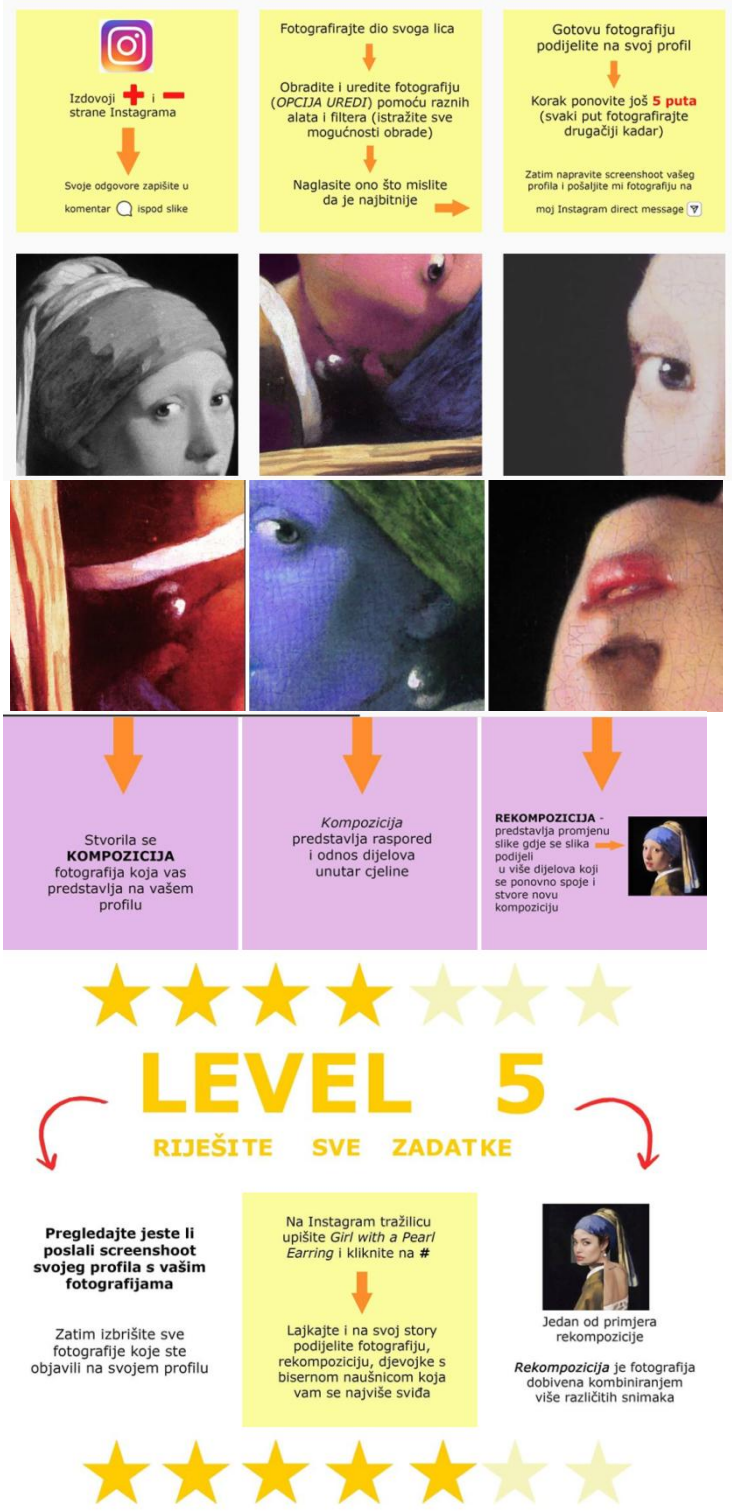
4.6.2.Prilagođeni materijal za online nastavu

Prikaz snimke zaslona Instagram profila koji se koristio za rad na nastavi Likovne kulture






ODNOS SLIKE I TEKSTA
Utjecaj VIZUALNE KULTURE na vlastiti izbor
Masovni mediji
LEVEL 3
RIJEŠITE SVE ZADATKE
1. LIKOVNI ZADATAK:
Otvorite naglasak
1. ZADATAK
Nemojte zaboraviti fotografiju rada poslati na moj Instagram direct message
KABINET ČUDA
Termin kabinet čuda, naziv dobiva u 16. stoljeću te predstavlja zbriku sakupljenih predmeta sabranih na jednome mjestu s ciljem predstavljanja svoga vremena. Kolekcionari raznih struka na svojim su putovanjima i avanturama sakupljali čudnovate predmete koje su proučavali i sortirali na različite načine čime bi ostvarili cjelinu, vlastiti kabinet čuda. Kabinet čuda svojim bi sadržajem prezentirao interese njegova autora, kolekcionara
Prvi objavljeni slikovni prikaz renesansnog kabineta čuda u Dellhistoria Naturale Ferrantea Imperatoa
Kabinet čuda, Ron Pippin, 1998. g. Los Angeles, CA
LEVEL 4
RIJEŠITE SVE ZADATKE

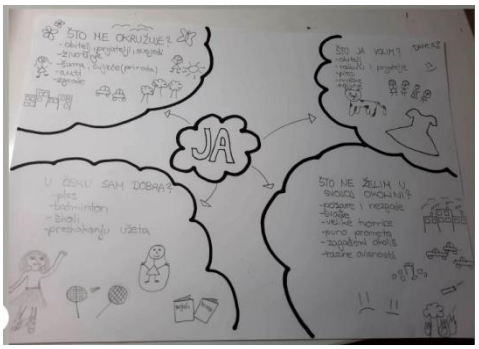

Izdovoji + i − strane Instagrama
Svoje odgovore zapišite u komentar ispod slike
Fotografirajte dio svoga lica
Obradite i uredite fotografiju (OPCIJA UREDI) pomoću raznih alata i filtera (istražite sve mogućnosti obrade)
Naglasite ono što mislite da je najbitnije
Gotovu fotografiju podijelite na svoj profil
Korak ponovite još 5 puta (svaki put fotografirajte drugačiji kadar)
Zatim napravite screenshoot vašeg profila i pošaljite mi fotografiju na moj Instagram direct message
Stvorila se KOMPOZICIJA fotografija koja vas predstavlja na vašem profilu
Kompozicija predstavlja raspored i odnos dijelova unutar cjeline
REKOMPOZICIJA - predstavlja promjenu slike gdje se slika podijeli u više dijelova koji se ponovno spoje i stvore novu kompoziciju
LEVEL 5
RIJEŠITE SVE ZADATKE
Pregledajte jeste li poslali screenshoot svojeg profila s vašim fotografijama
Zatim izbrišite sve fotografije koje ste objavili na svojem profilu
Na Instagram tražilicu upišite Girl with a Pearl Earring i kliknite na #
Lajkajte i na svoj story podijelite fotografiju, rekompoziciju, djevojke s bisernom naušnicom koja vam se najviše sviđa
Jedan od primjera rekompozicije
Rekompozicija je fotografija dobivena kombiniranjem više različitih snimaka

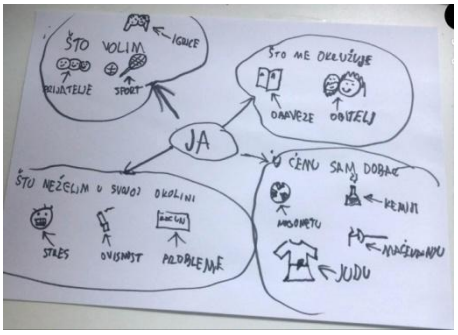

LEVEL 6
RIJEŠITE SVE ZADATKE
2. LIKOVNI ZADATAK:
Otvorite naglasak
2. ZADATAK
Nemojte zaboraviti napraviti screenshoot svojeg gotovog rada na svojem profilu i fotografiju pošaljite na moj Instagram direct message
LEVEL 7
RIJEŠITE SVE ZADATKE
Pomoću pitanja predstavite svoj kabinet čuda:
1. Objasnite smještaj vaših interesa unutar kompozicije:
2. Izdvojite što ste odabrali za sadržaj vašeg putnog kofera za preživljavanje u školi:
3. Koliko je vizualna kultura suvremenog konteksta utjecala na izražavanje vaše osobnosti?
4. Koji dio vašeg kabineta čuda biste izdvojili kao najbitnije, zašto?
Odgovore mi pošaljite na moj Instagram direct message - kliknite na ikonu
ispod slike na kojoj odgovarate na pitanja

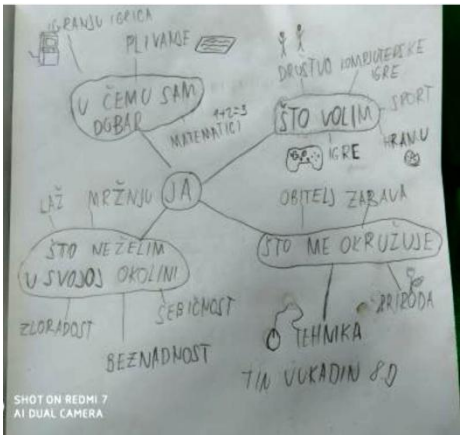

Pomoću pitanja predstavite svoj kabinet čuda:
1. Objasnite smještaj vaših interesa unutar kompozicije:
2. Izdvojite što ste odabrali za sadržaj vašeg putnog kofera za preživljavanje u školi:
3. Koliko je vizualna kultura suvremenog konteksta utjecala na izražavanje vaše osobnosti?
4. Koji dio vašeg kabineta čuda biste izdvojili kao najbitnije, zašto?
Odgovore mi pošaljite na moj Instagram direct message - kliknite na ikonu
ispod slike na kojoj odgovarate na pitanja
Kliknite na osobe koje prate moj profil (vaše kolege iz razreda)
Pogledajte njihove kabinete čuda i lajkajte onaj kvadrat njihovog kabineta čuda koji vam se najviše svida (odaberite samo jednu osobu)
U komentar ispod odabranog kvadrata nadopišite odgovore na pitanja:
1. Koji dio kabineta čuda mislite da je nabitniji autoru? Zašto?
2. Koliko je vidljiv utjecaj vizualne kulture? Gdje?
Pomoću Instagram tražilice pronađite profil umjetnika Nicolasa Claussa
Kakav emocije doživljavate gledajući videe na umjetnikovom profilu?
Svoje odgovore zapišite u komentar
Nicolas Clauss iskoristio je upravo Instagram platformu kako bi prikazao svoj rad širjoj publici
Kompozicije svojih videa prilagođavao je Instagram formatu i pomoću društvene mreže dijelio poruke svojih likovnih radova
Okvir = metafora društvenog ponašanja
- označava granice koje svaku osobu izdvajaju iz cijeline
Svako tijelo kao dio cijeline gubi svoj identitet i postaje slično ostalima, gubi se u
Video je djelo koje predstavlja zgrčene osobe u svojim okvirima u kojima se razvijaju
Umjetnik se poigrava ljudskim tijelom gdje kroz njegove pomake

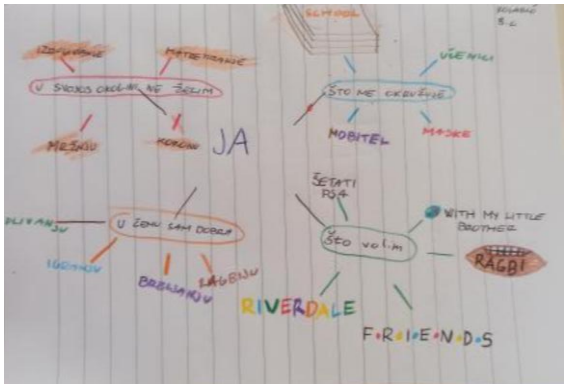


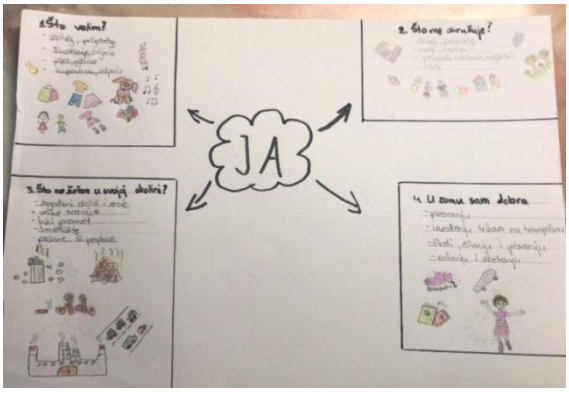
4.6.4 Radovi Mentalne mape vlastitih interesa



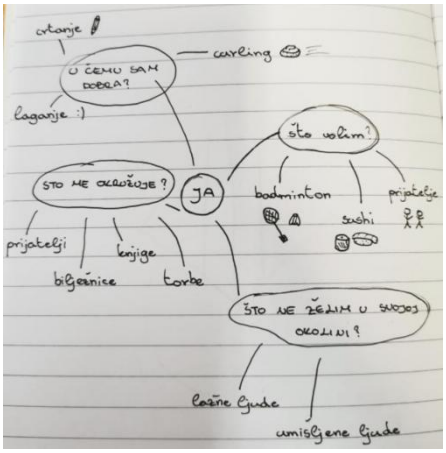


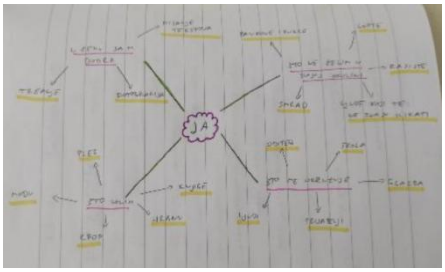


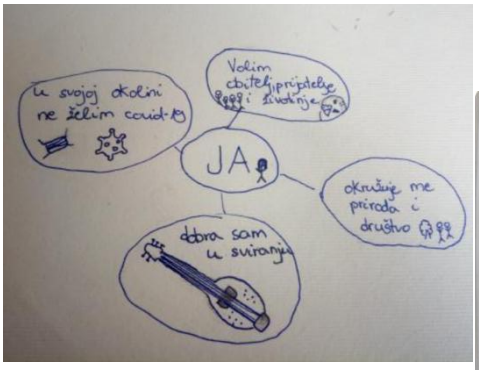


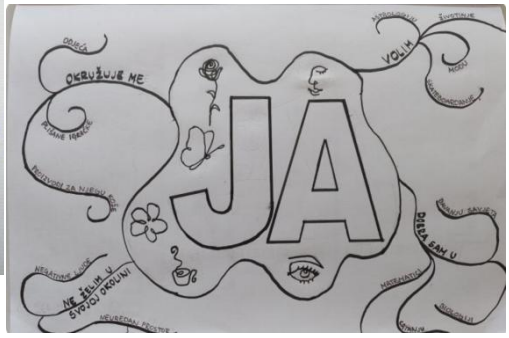


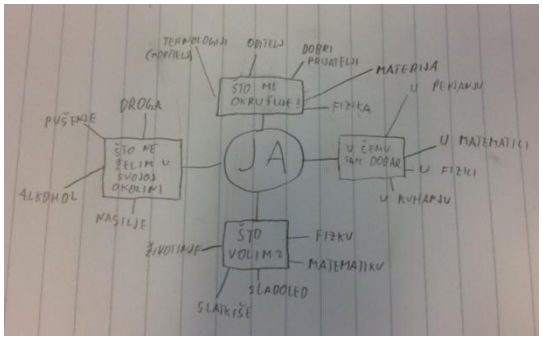


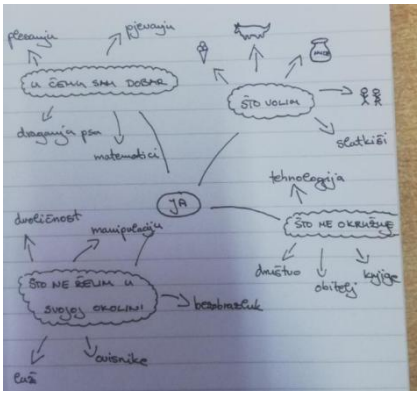

crtanje
curling
U ČEMU SAM DOBRA?
šetanje :)
ŠTO VOLIM?
ŠTO ME OKRUŽUJE?
JA
badminton
sushi
prijatelji
prijatelji
knjige
bilježnice
torbe
ŠTO NE ŽELIM U SVOJOJ OKOLINI?
lažne ljude
umišljene ljude

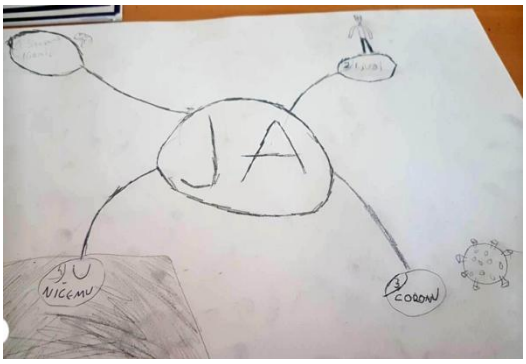


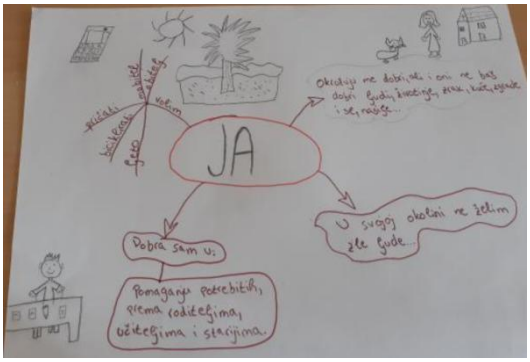

U svojoj okolini ne želim covid-19
Volim obitelj,prijatelje i životinje
JA
okružuje me priroda i društvo
dobra sam u sviranju

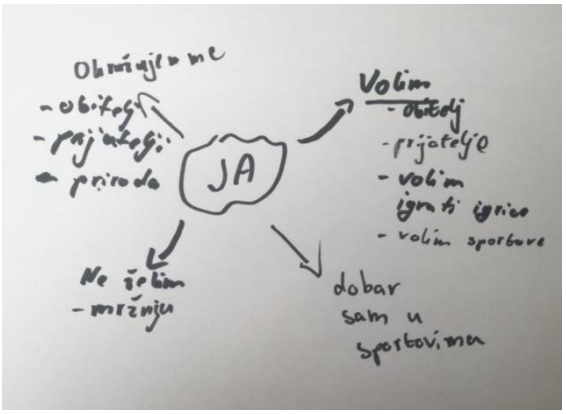

OKRUŽUJE ME
VOLIM
JA
DOBRA SAM U
NE ŽELIM U SVOJOJ OKOLINI

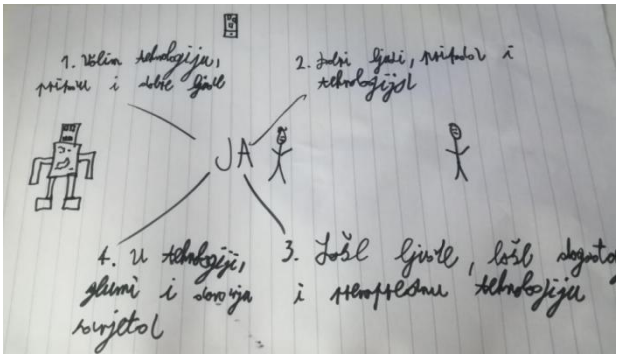

TEHNOLOGIJU
OBITELJ
DOBRI PRIJATELJI
MATERINA
U PEVANJU
ŠTO ME OKRUŠUJE!
FIZIKA
DROGA
PUŠENJE
ŠTO NE ŽELIM U SVOJOJ OKOLINI
JA
U ČEMU SAM DOBAR
U MATEMATICI
U FIZICI
U KUHANJU
ALKOHOL
NASILJE
ŠTO VOLIM?
ŽIVOTINJE
FIZIKU
MATEMATIKU
SLADOLED
SLATKIŠE

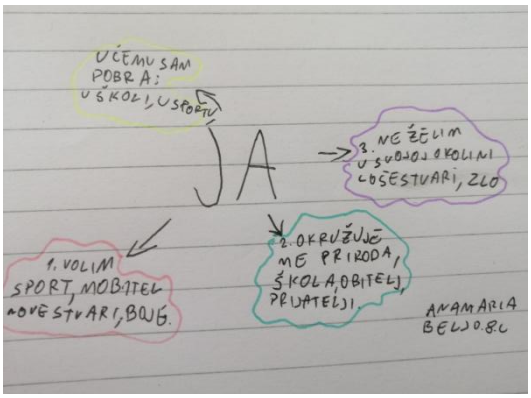

pisanju
pjevanju
U ČEMU SAM DOBRA
ŠTO VOLIM
slatkiši
druganja psa
matematici
tehnologija
JA
dvoličnost
manipulaciju
ŠTO NE OKRUŽUJE
društvo
obitelj
knjige
ŠTO NE ŽELIM U SVOJOJ OKOLINI
bezobrazluk
ovisnike
laži

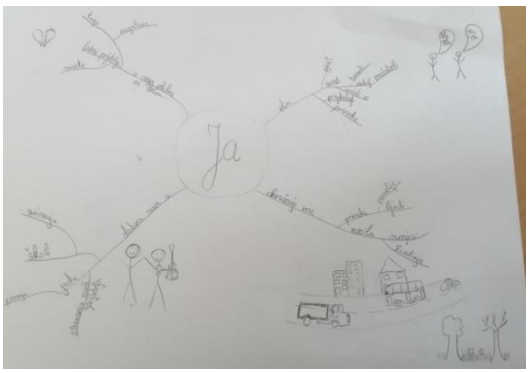

JA
U NIČEMU
U CORONI

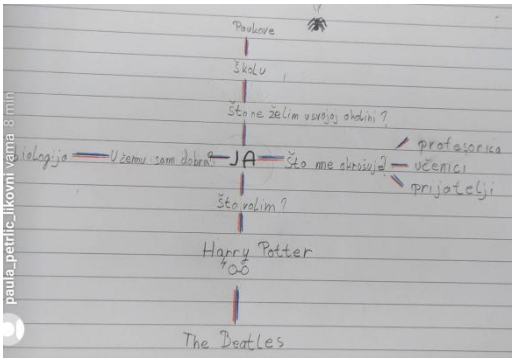












paula_petric_likovni vama 8 min

4.6.5 Radovi Vizualnog oblikovanja kabineta čuda na Instagramu

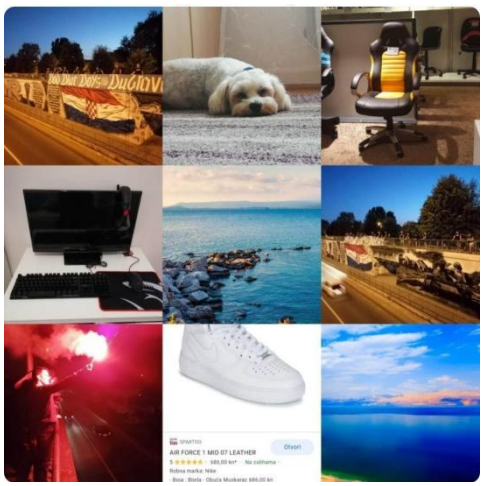




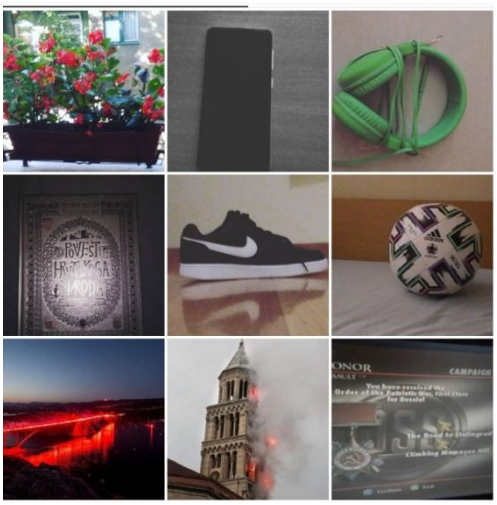


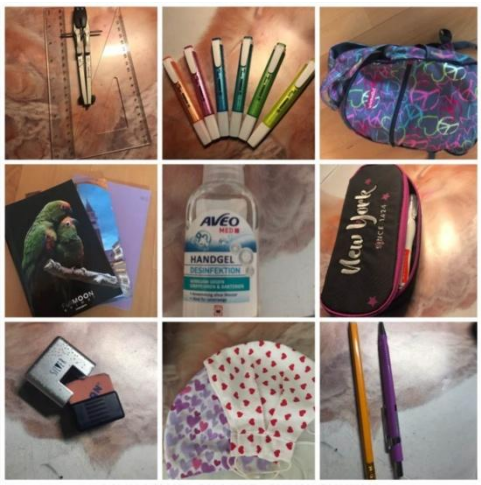


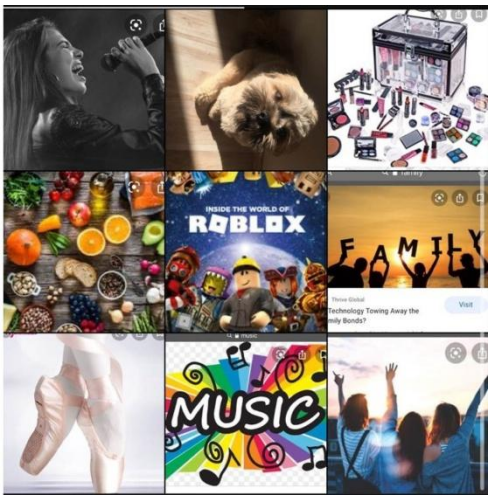


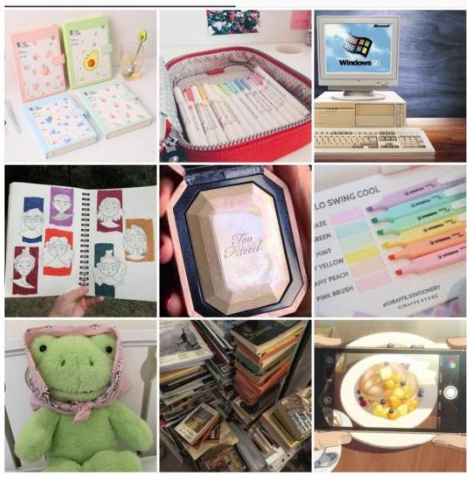







AVEO
HANDGEL
DESINFEKTION
New York

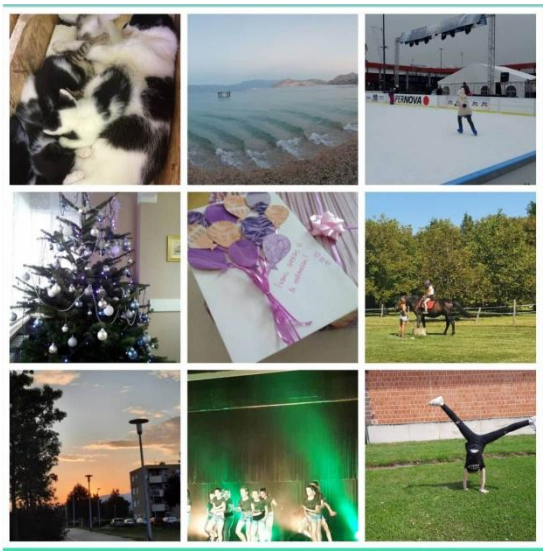

INSIDE THE WORLD OF
ROBLOX
FAMILY
MUSIC

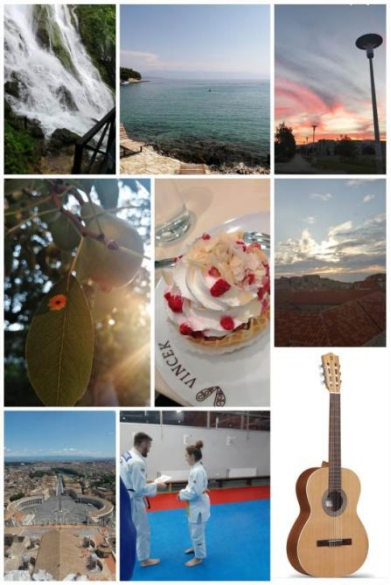

Windows
LO SWING COOL

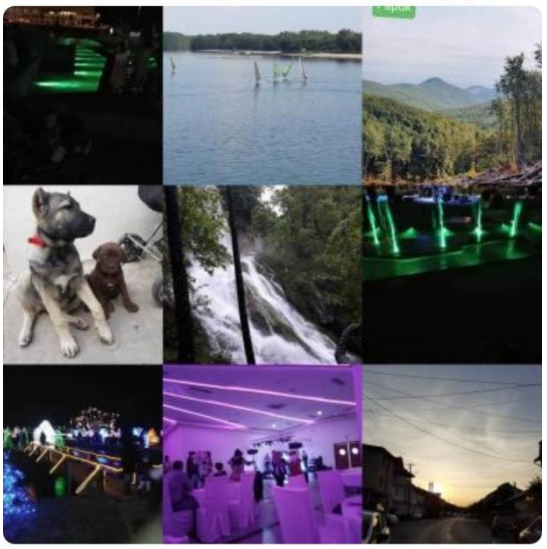










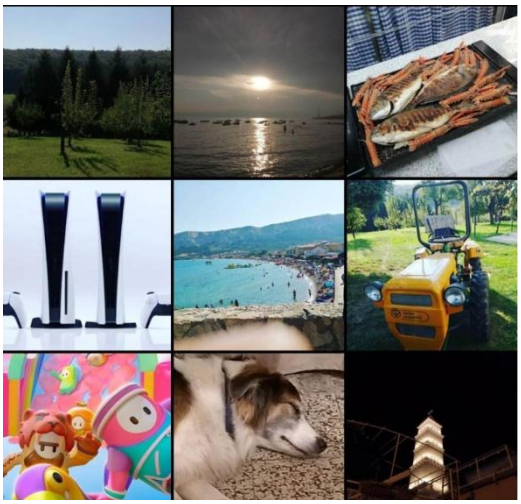


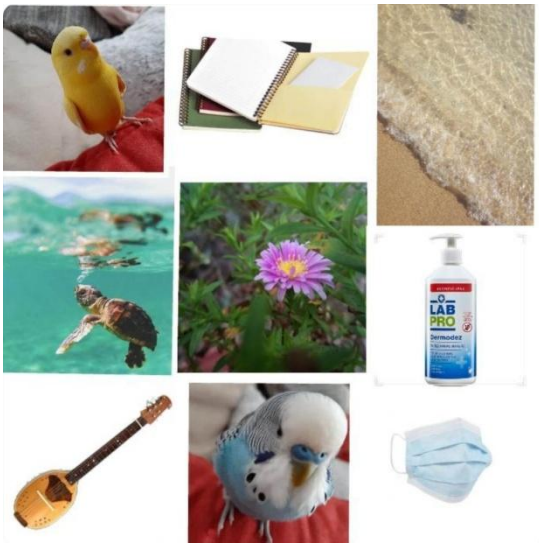


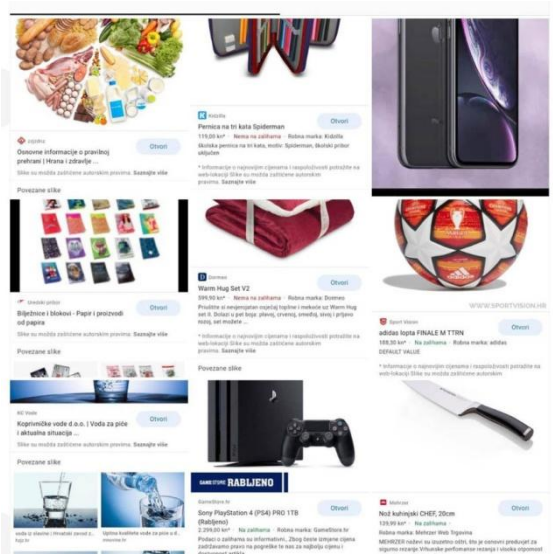

SWEET CLOUD
Lovely colorful life
BE Happy








LAB PRO


Pernica na tri kata Spiderman
Warm Hug Set V2
adidas lopta FINALE M TTRN
Sony PlayStation 4 (PS4) PRO 1TB (Rabljeno)
RABLJENO
Nož kuhinjski CHEF, 20cm

4.7 LITERATURA

1. Berger John, 1972., *Ways of Seeing,* London, Penguin

2. Drotner Kristen, Livingstone Soni, 2008. *International Handbook of Children Media and Culture*, London, SAGE Publications Ltd

3. Freedman Kerry, 2003., *Teaching visual culture : Curriculum, aesthetics, and the social life of art*, Teachers College, Columbia Univirsity, New York

4. Juul Jesper, 2011., *Vaše Kompetentno dijete,* Zagreb, Naklada Pelago

5. Lacković-Grgin Katica, 2006., *Psihologija adolescencije*, Zagreb, Naklada Slap

6. Mattes Wolfgang, 2007., *Nastavne metode - 75 kompaktnih pregleda za nastavnike i učenike*, Zagreb, Naklada Ljevak

7. Wells Karen, 2020. *The Visual Cultures of Childhood,Film and Television from The Magic Lantern to Teen Vloggers*, London, Rowman & Littlefield Internacional

8. Mijatović A., 2010., Pregledni rad, *Vizualna kultura i kraj tumačenja slike ili: kako predsubjektivna fascinacija postaje teorijom bez subjekta*, Rijeka, Filozofski fakultet

9. Kolimbatović Iva, 2018., Zagrebačko psihološko društvo, *Samopouzdanje i samosvijest*, https://zgpd.hr/2018/04/25/samopouzdanje-i-samopoimanje/, pristupljeno: 19.8.2020.

10. Pučko otvoreno učilište Korak po korak, *Tko sam ja? Pitanja grupnog i osobnog identiteta*, http://www.korakpokorak.hr/upload/Sadrzaj/besplatni-resursi/knjige-i-brosure/korak-po-korak-reyn-brosura-tkosamja-big.pdf, pristupljeno: 19.8.2020.