

# Likovna umjetnost i društvene mreže - analiza sadržaja novomedijskih art mimova i dummiesa

---

Gavrić, Lora

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:396379>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-05**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU  
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT  
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ KULTURA, MEDIJI I  
MENADŽMENT

LORA GAVRIĆ

**LIKOVNA UMJETNOST I DRUŠTVENE MREŽE –  
ANALIZA SADRŽAJA NOVOMEDIJSKIH ART  
MIMOVA I DUMMIESA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR: izv. prof. dr. sc. Damir Šebo

SUMENTOR: dr. sc. Snježana Barić Šelmić, poslijedoktorandica

Osijek, 2024.

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Teorijski okvir .....	2
2.1. Likovna umjetnost i društvene mreže .....	2
2.2. Društvene mreže kao platforme za promociju umjetnosti .....	2
2.3. Utjecaj društvenih mreža na percepciju umjetnosti .....	3
2.4. Digitalni alati i njihova uloga u suvremenoj umjetnosti .....	4
2.5. Vizualna umjetnost u doba mima i „dummies“ vodiča .....	4
2.6. Razvoj likovne umjetnosti putem društvenih mreža .....	5
2.7. Kultura mima i digitalni formati .....	6
2.8. Digitalni alati i njihova uloga u suvremenoj umjetnosti .....	6
2.9. Interaktivnost i demokracija u umjetnosti putem društvenih mreža .....	7
3. Metodologija .....	9
3.1. Istraživački pristup .....	9
3.2. Odabir uzorka .....	9
3.3. Prikupljanje podataka .....	10
3.4. Analitički okvir.....	10
3.5. Ograničenja istraživanja.....	11
3.6. Etika istraživanja .....	11
4. Analiza i interpretacija sadržaja .....	12
4.1. Primjer 1: „When the sign in the museum tells you not to touch anything“ .....	12
4.2. Primjer 2: „I just ended a 5-year relationship“ .....	13
4.3. Primjer 3: „Please enter your PIN...“ .....	14
4.4. Primjer 4: „How Munch?!“ .....	15
4.5. Primjer 5: „Are you feeling ok?“ / „Yeah I’m good“ .....	16
4.6. Primjer 6: „God, why did you create us?“ / „Felt cute, might delete later.....	17

4.7. Primjer 7: „Please stop singing Backstreet Boys“ / „Tell me why“ .....	18
4.8. Primjer 8: „I made this cute scarf from all the red flags you gave me“ .....	19
4.9. Primjer 9: „Are you single?“ / „No, I’m album“ .....	20
4.10. Primjer 10: „Having an Enlightened Discussion: Me, Myself, and I“ .....	21
5. Rasprava .....	23
5.1. Kultura reinterpretacije umjetnosti kroz art mimeve .....	23
5.2. Uloga društvenih mreža u širenju umjetničkog sadržaja .....	24
5.3. Društvena i kulturna uloga art mimova .....	26
5.3.1. Detaljnija analiza društvene uloge art mimova .....	27
5.4. Interaktivnost i participacija publike .....	28
5.5. Suvremena digitalna umjetnost i NFT-ovi .....	28
6. Zaključak .....	30
7. Literatura .....	32
8. Prilozi i slike .....	34

## SAŽETAK

Ovaj rad analizira ulogu društvenih mreža u transformaciji likovne umjetnosti, s posebnim naglaskom na art mimeove i „dummies“ vodiče. Ti novomedijski formati koriste se elementima klasične i suvremene umjetnosti, kombinirajući ih s humorističnim i ironičnim porukama kako bi stvorili sadržaj pristupačan širokoj publici. Kvalitativnom analizom odabranih primjera art mimova s platformi kao što su Instagram i Twitter rad istražuje kako se digitalnim humorom reinterpetiraju poznata umjetnička djela. Također, „dummies“ vodiči kao edukativni format pojednostavljaju složene umjetničke pojmove, čime omogućuju širem krugu ljudi razumijevanje umjetnosti na nov način. Rad naglašava kako ti formati premošćuju jaz između visoke i popularne kulture, ali također postavlja pitanje trivijalizacije umjetnosti u digitalnom dobu. Ključna pitanja koja se postavljaju uključuju: Kako art mimeovi i „dummies“ vodiči utječu na percepciju umjetnosti? Na koji način društvene mreže doprinose širenju umjetničkog sadržaja i kako to utječe na ulogu umjetnika i njihova djela? Zaključci rada ukazuju na to da navedeni formati doprinose demokratizaciji umjetnosti, ali i izazivaju kontroverze zbog potencijalnog gubitka dubljeg značenja izvornih umjetničkih djela.

Ključne riječi: art mimeovi, „dummies“ vodiči, digitalna umjetnost, društvene mreže, vizualna kultura

## **ABSTRACT**

This paper analyzes the role of social media in the transformation of visual art, with a particular focus on art memes and “dummies” guides. These new media formats use elements of classical and contemporary art, combining them with humorous and ironic messages to create content that is accessible to a broad audience. Through a qualitative analysis of selected examples of art memes from platforms such as Instagram and Twitter, this paper explores how digital humor is used to reinterpret famous works of art. Additionally, “dummies” guides, as an educational format, simplify complex artistic concepts, allowing a wider range of people to understand art in a new way. The paper highlights how these formats bridge the gap between “high” and popular culture, while also raising questions about the trivialization of art in the digital age. Key questions include: How do art memes and “dummies” guides influence the perception of art? In what way do social media contribute to the dissemination of artistic content, and how does this affect the role of artists and their works? The conclusions suggest that these formats contribute to the democratization of art but also provoke controversies due to the potential loss of deeper meaning in original artworks.

Keywords: art memes, dummies guides, digital art, social media, visual culture

## 1. Uvod

Razvojem digitalnih tehnologija i društvenih mreža umjetnost je ušla u novo razdoblje transformacije. Tradicionalna likovna umjetnost, koja je bila čvrsto povezana s fizičkim prostorima, poput muzeja, galerija i kulturnih institucija, sve se više seli u digitalni svijet. Internet i društvene mreže, posebno platforme poput Instagrama, Facebooka i Twittera, postale su nove arene za distribuciju, kritiku i stvaranje umjetnosti.

Jedan od najistaknutijih fenomena digitalne umjetničke kulture jesu art mimovi – vizualne i tekstualne parodije ili reinterpretacije poznatih umjetničkih djela, koje se često koriste humorom i ironijom za prenošenje poruka. Ti mimovi populariziraju umjetnička djela među širom publikom, čime premošćuju tradicionalnu podjelu na visoku umjetnost i popularnu kulturu. Osim mimova, „dummies“ vodiči također igraju važnu ulogu u tom procesu. Pomoću jednostavnih i često humorističnih vodiča, dekonstruiraju se složeni umjetnički pojmovi i čine se pristupačnima svima, bez obzira na razinu obrazovanja ili predznanja o umjetnosti.

S obzirom na to da društvene mreže omogućuju brz i neograničen protok informacija, art mimovi i „dummies“ vodiči postali su viralan način za širenje umjetničkih ideja, dok istovremeno preispituju društvene norme, umjetničku tradiciju i vrijednosti. Ti formati ne samo da reinterpretiraju klasična umjetnička djela već ih i smještaju u suvremeni kontekst u kojem se isprepliću humor, pop-kultura i kritika društva.

Cilj ovoga rada jest istražiti ulogu art mimova i „dummies“ vodiča u suvremenoj digitalnoj umjetničkoj kulturi, analizirati kako se koriste elementima vizualne umjetnosti i tekstualne komunikacije te kakav utjecaj imaju na percepciju umjetnosti i njezino širenje društvenim mrežama. Osim toga, razmotrit će se na koji način ti digitalni formati doprinose demokratizaciji umjetnosti, ali i koje izazove postavljaju pred umjetnike i njihovu publiku u digitalnom dobu.

## **2. Teorijski okvir**

### **2.1. Likovna umjetnost i društvene mreže**

Pojava društvenih mreža označila je značajnu promjenu u načinu na koji se likovna umjetnost prezentira, distribuira i doživljava. Tradicionalne umjetničke prakse, vezane uz fizičke prostore galerija i muzeja, sada su proširene u digitalnu sferu. Prema Manovichu (2001.), digitalna umjetnost, poput digitalne fotografije i grafike, koristi se tehnologijom ne samo za stvaranje već i za širenje umjetničkih djela putem društvenih mreža. Taj fenomen otvorio je novu mogućnost za umjetnike, koji se sada koriste društvenim mrežama kao platformama za izravnu komunikaciju sa širom publikom.

Prema Castellsu (2007.), društvene mreže omogućuju stvaranje „umreženog društva“, gdje informacije, pa tako i umjetnost, mogu cirkulirati globalno bez ikakvih ograničenja. Umjetnici više ne ovise o fizičkim prostorima, već rabe digitalne platforme za dijeljenje svojih radova. To ne samo da proširuje doseg umjetničkih djela već i omogućuje trenutnu povratnu informaciju publike. Na primjer, umjetnici se koriste Instagramom za prezentaciju svojih radova, izravnu interakciju s obožavateljima i praćenje suvremenih umjetničkih trendova.

### **2.2. Društvene mreže kao platforme za promociju umjetnosti**

Društvene mreže, posebno Instagram, postale su ključni alati za promociju likovnih umjetnika u digitalnoj eri. Manovich (2017.) ističe da Instagram postaje novi „vizualni jezik“, gdje su slike glavno sredstvo komunikacije. Umjetnici se koriste vizualnim platformama kako bi dijelili svoje radove, promovirali izložbe i stvorili osobni umjetnički brend.



Na primjer, mnogi suvremeni umjetnici, poput Banksyja, koriste se društvenim mrežama kako bi brzo podijelili svoja djela s globalnom publikom, često s političkom ili društvenom porukom. Instagram također omogućuje viralnu promociju umjetničkih djela, gdje umjetnički radovi mogu postati popularni putem dijeljenja i „lajkova“, stvarajući trenutni kulturni utjecaj.

Lev Manovich (2001.) također tvrdi da je digitalni prostor omogućio novi oblik vizualne komunikacije, gdje umjetnici rabe digitalne alate za stvaranje umjetničkih djela koja su prilagođena estetskim standardima društvenih mreža. U tom kontekstu, umjetnost više nije ograničena samo na galerije, već postaje integralni dio digitalne kulture.

### **2.3. Utjecaj društvenih mreža na percepciju umjetnosti**

Pojavom društvenih mreža percepcija umjetnosti znatno se promijenila. Umjetnost je postala pristupačnija, a javnost sada ima ulogu ne samo promatrača već i aktivnog sudionika. Shifman (2014.) u svojoj knjizi *Memes in Digital Culture* ističe da digitalni formati poput mimova omogućuju reinterpetaciju umjetničkih djela kroz humor i satiru. Ti formati premošćuju tradicionalni jaz između visoke i popularne kulture, omogućujući publici da se lakše poveže s umjetnošću.

Osim toga, društvene mreže omogućuju umjetnicima da izravno odgovaraju na reakcije svoje publike. Publika više nije pasivni promatrač, već može sudjelovati u širenju umjetničkih djela putem dijeljenja, lajkova i komentara. Taj participativni model značajno mijenja dinamiku između umjetnika i publike, čineći umjetnost interaktivnom i globalno dostupnom.

## **2.4. Digitalni alati i njihova uloga u suvremenoj umjetnosti**

Pojava novih digitalnih alata, kao što su Photoshop, Procreate i druge aplikacije za digitalno slikanje, omogućila je umjetnicima da prošire svoje kreativne mogućnosti. Lev Manovich (2017.) tvrdi da digitalni alati nisu samo tehnološki alati, već i estetski, omogućujući umjetnicima da kreiraju radove prilagođene digitalnim platformama. Digitalna umjetnost stvorena pomoću tih alata često se dijeli na društvenim mrežama, gdje dobiva globalnu vidljivost.

Ti alati omogućuju umjetnicima da eksperimentiraju s različitim stilovima i tehnikama koje nisu moguće u tradicionalnim medijima. Na primjer, digitalno slikanje može uključivati slojeve, efekte i korekcije koji mijenjaju tradicionalne umjetničke procese. Umjetnici sada mogu rabiti te alate za stvaranje djela koja su specifično dizajnirana za viralno širenje putem društvenih mreža, čime se prilagođavaju ukusu i interesima digitalne publike.

## **2.5. Vizualna umjetnost u doba mima i „dummies“ vodiča**

U kontekstu digitalne kulture, art mimovi i „dummies“ vodiči postali su popularni formati za reinterpretaciju klasične umjetnosti. Shifman (2014.) ističe da su mimovi jednostavni, ali snažni alati za prenošenje poruka jer kombiniraju vizualne elemente s humorističnim tekstom. Ti formati koriste se elementima tradicionalne umjetnosti kako bi prenijeli suvremene poruke ili društvene komentare, često kroz ironiju i satiru.

Art mimovi često reinterpretiraju poznata umjetnička djela, smještajući ih u moderni kontekst. Na primjer, Michelangelova freska *Stvaranje Adama* često se upotrebljava kao osnova za art mimeove, gdje Bog ne pruža Adamu život, već Wi-Fi signal ili drugi moderni simbol. Ti mimovi odražavaju suvremene ovisnosti i digitalnu kulturu, pružajući publici novi način povezivanja s umjetnošću.

„Dummies“ vodiči, s druge strane, koriste se jednostavnim i humorističnim prikazima kako bi objasnili složene umjetničke koncepte. Ti vodiči, nadahnuti popularnim edukativnim formatom „For Dummies“, omogućuju publici da se uključi u složene teorije umjetnosti na lakši i zabavniji način. Oni često pojednostavljaju apstraktne ili konceptualne pojmove, čineći ih pristupačnima široj publici.

## **2.6. Razvoj likovne umjetnosti putem društvenih mreža**

Društvene mreže postupno su se razvijale kao ključne platforme za promociju umjetnosti, posebno likovne umjetnosti, što je rezultiralo transformacijom načina na koji umjetnici dijele svoja djela i kako ih publika doživljava. Od početnih dana digitalnih platformi društvene mreže poput MySpacea, a kasnije Facebooka, omogućile su umjetnicima nove mogućnosti za prikazivanje i dijeljenje svojih djela. No pravi procvat digitalne promocije umjetnosti dogodio se pojavom Instagrama 2010. godine, platforme koja se od samoga početka fokusirala na vizualnu komunikaciju.

Umjetnici poput Beeplesa, koji je postao poznat po svojim svakodnevnim digitalnim radovima, pokazali su kako se društvene mreže mogu rabiti ne samo za promociju već i za kontinuirano umjetničko izražavanje i stvaranje digitalnih zajednica. Umjetnici se sada mogu koristiti Instagramom kako bi izgradili svoje osobne brendove, komunicirali s publikom i prodavali svoja djela, sve bez posrednika, poput galerija i kustosa. Taj razvoj pokazuje prijelaz iz tradicionalnog umjetničkog tržišta u dinamičniji, decentralizirani sustav u kojem umjetnici imaju veću kontrolu nad svojom karijerom.

Društvene mreže također su omogućile globalnu vidljivost umjetnika koji dolaze iz manjih umjetničkih scena ili onih koji nisu u središtu kulturnih središta. Time je omogućena decentralizacija umjetničke scene, gdje umjetnici iz različitih dijelova svijeta mogu dobiti jednak pristup publici i tržištu.

## 2.7. Kultura mima i digitalni formati

Mimovi su postali jedan od glavnih kulturnih proizvoda digitalne ere, osobito u kontekstu vizualne komunikacije. Prema Richardu Dawkinsu (1976.), koji je prvi skovao pojam mima, mimovi su jedinice kulturne informacije koje se šire putem imitacije. U digitalnom dobu mimovi su se razvili u specifičan format vizualne i tekstualne komunikacije koji kombinira slike i kratke poruke kako bi prenio određenu ideju, humor ili kritiku.

U kontekstu likovne umjetnosti, art mimovi kombiniraju klasične umjetničke slike s modernim tekstualnim dodacima kako bi prenijeli suvremene poruke. Umjetnička djela poput Michelangelove freske *Stvaranje Adama*, *Mona Lise* Leonarda da Vincija ili *Vriska* Edvarda Muncha često se rabe kao osnova za digitalne mim reinterpretacije. Te slike, koje su nekada bile simboli visoke umjetnosti, sada su prilagođene za humoristične ili ironične komentare o modernom društvu.

Limor Shifman (2014.) u svojoj knjizi *Memes in Digital Culture* analizira kako mimovi funkcioniraju kao važan alat za digitalnu komunikaciju. Mimovi pružaju platformu za brzu i učinkovitu komunikaciju ideja, a njihova funkcija u kulturi leži u njihovoj prilagodljivosti. U popularnoj kulturi oni postaju alati za izražavanje društvenih stavova, dok u visokoj umjetnosti art mimovi preispituju tradicionalne pojmove umjetničke vrijednosti i autoriteta. Kombinacija vizualne umjetnosti i modernih društvenih poruka u mimovima redefinira ulogu umjetnosti u digitalnom dobu.

## 2.8. Digitalni alati i njihova uloga u suvremenoj umjetnosti

Digitalna umjetnost značajno je napredovala razvojem novih alata i aplikacija koji omogućuju umjetnicima neograničene kreativne mogućnosti. Photoshop, Procreate, Adobe Illustrator te mnogi drugi softveri za digitalno crtanje i obradu postali su nezamjenjivi alati za suvremene umjetnike.

Photoshop, na primjer, omogućuje umjetnicima da digitalno manipuliraju fotografijama, stvaraju slojeve i primjenjuju širok spektar efekata, čime mogu eksperimentirati s različitim stilovima i tehnikama koje nisu moguće u tradicionalnim medijima. Procreate, aplikacija za digitalno crtanje, iznimno je popularna među ilustratorima jer omogućuje preciznu kontrolu nad crtanjima i slikarskim tehnikama, a istovremeno nudi intuitivno sučelje i bogat set alata.

Svi ti alati omogućuju umjetnicima da brzo stvaraju, mijenjaju i distribuiraju svoja djela putem društvenih mreža. Primjer digitalnog umjetnika Beeplea pokazuje kako svakodnevna produkcija digitalne umjetnosti može proizvesti izniman interes na društvenim mrežama, pa čak i postići komercijalni uspjeh. Njegova prodaja NFT-ova, digitalnih certifikata o vlasništvu nad umjetničkim djelima, pokazuje kako su digitalni alati i platforme kao što su društvene mreže omogućile potpuno novu ekonomiju umjetnosti.

## **2.9. Interaktivnost i demokracija u umjetnosti putem društvenih mreža**

Jedan od najvažnijih aspekata digitalne umjetnosti putem društvenih mreža jest interaktivnost. Publika više nije pasivni promatrač umjetničkog djela u galeriji, već aktivni sudionik u širenju i tumačenju umjetnosti. Društvene mreže omogućuju izravnu komunikaciju između umjetnika i publike, što stvara prostor za diskusiju, interpretaciju i kritiku. Umjetnici mogu dobiti trenutne povratne informacije o svojim radovima putem komentara i dijeljenja sadržaja.

Demokratizacija umjetnosti putem društvenih mreža odnosi se na činjenicu da je umjetnost sada dostupna svima. Castells (2007.) ističe da društvene mreže omogućuju globalnu komunikaciju i participaciju, gdje svi korisnici mogu imati pristup umjetničkim djelima, bez obzira na njihovu fizičku lokaciju ili socijalni status. To je posebno važno za umjetnike iz manjih ili manje poznatih sredina, koji sada imaju priliku prikazati svoja djela široj publici, bez potrebe za fizičkim izložbenim prostorima.

Ta interaktivnost također potiče participativnu kulturu, gdje publika postaje sukreator umjetničkih sadržaja. Publika često reinterpreтира i dijeli umjetnička djela putem mim kulture, stvarajući nove verzije izvornih djela koje se prilagođavaju njihovu vlastitom kontekstu i interesima. Ta dinamika stvara novi oblik umjetničkog izraza gdje se tradicionalni modeli umjetničke distribucije i vrednovanja preispituju u digitalnoj sferi.

### **3. Metodologija**

Metodologija ovoga rada temelji se na kvalitativnom istraživanju koje će obuhvatiti analizu sadržaja art mimova i „dummies“ vodiča s društvenih mreža. Cilj istraživanja jest istražiti kako ti digitalni formati reinterpetiraju umjetnička djela i prenose poruke suvremenom društvu, kao i kakav utjecaj imaju na percepciju umjetnosti.

#### **3.1. Istraživački pristup**

Rad se koristi kvalitativnom analizom sadržaja kao osnovnom metodom istraživanja. Kvalitativna analiza sadržaja omogućuje dublje razumijevanje značenja koje se prenosi slikama i tekstualnim porukama unutar art mimova i „dummies“ vodiča. U tom kontekstu, art mimovi i „dummies“ vodiči analiziraju se u svrhu razumijevanja kako se vizualni i tekstualni elementi rabe za prijenos određenih kulturnih, društvenih i umjetničkih ideja.

#### **3.2. Odabir uzorka**

Uzorak za istraživanje obuhvaća art mimove i „dummies“ vodiče prikupljene s društvenih mreža, uključujući platforme poput Instagrama, Facebooka, Twittera i TikToka. Primjeri mimova prikupljeni su pomoću ključnih *hashtagova* kao što su #artmemes, #arthumor, #dummiesguide, #classicalartmemes, koji omogućuju prepoznavanje popularnih i relevantnih primjera. Uzorak će uključivati oko 20 do 30 art mimova i 10-ak „dummies“ vodiča, koji će biti analizirani prema unaprijed definiranim kriterijima.

Kriteriji za odabir uzorka:

1. Viralnost – odabrani su mimovi i vodiči koji su dobili visok broj lajkova, dijeljenja i komentara, što ukazuje na njihov utjecaj na publiku.
2. Relevantnost za umjetničku tematiku – primjeri koji se referiraju na klasična ili suvremena umjetnička djela ili teorije.
3. Raznolikost formata – uključeni su različiti formati art mimova, od klasičnih slikovnih mimova do interaktivnih vodiča.

### **3.3. Prikupljanje podataka**

Podaci su prikupljeni pretraživanjem relevantnih *hashtagova* na društvenim mrežama i korištenjem specijaliziranih profila posvećenih art mimovima i vodičima. Profilima kao što su @classical\_art\_memes na Instagramu i @art\_bastard na Twitteru upravljaju korisnici koji dijele art mimeove i sadržaje vezane uz umjetnost. Analizirat će se primjeri s tih profila te najpopularniji i viralni sadržaji.

### **3.4. Analitički okvir**

Analiza prikupljenih podataka provest će se u sljedećim fazama:

1. Vizualna analiza:
  - Ispitat će se kako su vizualni elementi korišteni u mimovima i vodičima za prijenos značenja. Analizirat će se stilizacija slika, kompozicija, uporaba boja i umjetničkih simbola te kako



oni prenose specifične poruke ili ironiju. Primjerice, analiza će se fokusirati na korištenje klasičnih umjetničkih djela kao vizualnih referenci.

2. Tekstualna analiza:

- Mimovi i vodiči često kombiniraju slike s tekstom kako bi postigli humoristične ili kritičke učinke. Tekstualna analiza usmjerit će se na ton i stil teksta, vrste humora (sarkazam, ironija) te kako se tekstualne poruke odnose prema vizualnim elementima.

3. Kontekstualna analiza:

- Ispitat će se širi kontekst u kojem mimovi nastaju i šire se. Analiza će obuhvatiti kako društvene mreže utječu na širenje i popularnost tih formata te kako publika reagira na sadržaje (komentarima, dijeljenjem i lajkovima). Fokus će biti na tome kako društveni i kulturni kontekst oblikuje recepciju tih digitalnih formata.

### **3.5. Ograničenja istraživanja**

Jedno od ograničenja ovoga istraživanja jest ograničen broj primjera koji su uključeni u analizu zbog vremena i resursa. Istraživanje se fokusira na najpopularnije formate art mimova i vodiča, pa postoji mogućnost da neki manje poznati i specifični formati ostanu neobrađeni. Također, subjektivnost u tumačenju sadržaja predstavlja potencijalno ograničenje, s obzirom na to da se analitički okvir oslanja na osobnu interpretaciju vizualnih i tekstualnih elemenata.

### **3.6. Etika istraživanja**

Svi podaci prikupljeni za ovu analizu javno su dostupni putem društvenih mreža, što znači da nema potrebe za dodatnim etičkim pristankom autora sadržaja. No u analizi će se poštovati autorska prava i svi relevantni sadržaji bit će pravilno atribuirani korisnicima koji su ih stvorili.

## 4. Analiza i interpretacija sadržaja

### 4.1. Primjer 1: „When the sign in the museum tells you not to touch anything“

When the sign in the museum tells you not to touch anything



Slika 1. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)

Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se poznatom baroknom slikom na kojoj je prikazana figura koja ne poštuje znakove upozorenja u muzeju. Slika rabi chiaroscuro tehniku (jak kontrast svjetla i sjene), koja je tipična za barokna djela, stvarajući ozbiljan ton slike. Međutim, humorističnim tekstom koji se odnosi na muzejske znakove ozbiljnost slike se ironizira.

Tekstualna analiza:

Poruka mimova rabi suvremeni jezik kako bi stvorila humor. „When the sign in the museum tells you not to touch anything“ rabi kontrast između muzejske ozbiljnosti i svakodnevne situacije

ignoriranja pravila, što stvara smiješan učinak. Taj primjer pokazuje kako se klasična umjetnost može transformirati humorističnim dodacima koji se odnose na modernu svakodnevicu.

Kontekstualna analiza:

Publika na društvenim mrežama prepoznaje ovu situaciju kao nešto s čime se često susreću u stvarnom životu prilikom posjeta muzejima, što im omogućuje da se povežu s mimom. Viralnost tih mimova ukazuje na to da takvi sadržaji olakšavaju identifikaciju publike s umjetnošću, smanjujući distancu između visoke kulture i svakodnevnog iskustva.

#### 4.2. Primjer 2: „I just ended a 5-year relationship“



Slika 2. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)

Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se slikom dviju žena, prijateljica koje sjede zajedno i razgovaraju u prirodnom okruženju. Jedna žena, koja djeluje zabrinuto, pita drugu je li u redu, dok druga žena s blagim osmijehom odgovara da je dobro jer prekid o kojem razgovaraju nije njezin.

Tekstualna analiza:

Tekstualni dio mimova koristi se humorom kako bi prikazao apsurdnost situacije u kojoj se netko emotivno distancira od problema koji zapravo nije njegov. Ironija u tekstu naglašava nedostatak empatije u svakodnevnim situacijama.

Kontekstualna analiza:

Ovaj mim odražava suvremene društvene dinamike u kojima se emocionalni problemi često ne shvaćaju ozbiljno, a empatija se ponekad trivijalizira. Prijateljski razgovori prikazani na slici postaju sredstvo za humorističnu refleksiju o distanci i ravnodušnosti u međuljudskim odnosima.

#### 4.3. Primjer 3: „Please enter your PIN...“



Slika 3. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)

Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se freskom Michelangela *Stvaranje Adama*, jednom od najpoznatijih slika u povijesti umjetnosti. Izvorna slika prikazuje Boga kako pruža ruku Adamu, simbolizirajući darivanje života. U mimu je taj čin zamijenjen modernim elementom – POS uređajem za unos PIN-a. Freska zadržava originalnu kompoziciju i boje, ali dodatak uređaja drastično mijenja značenje slike.

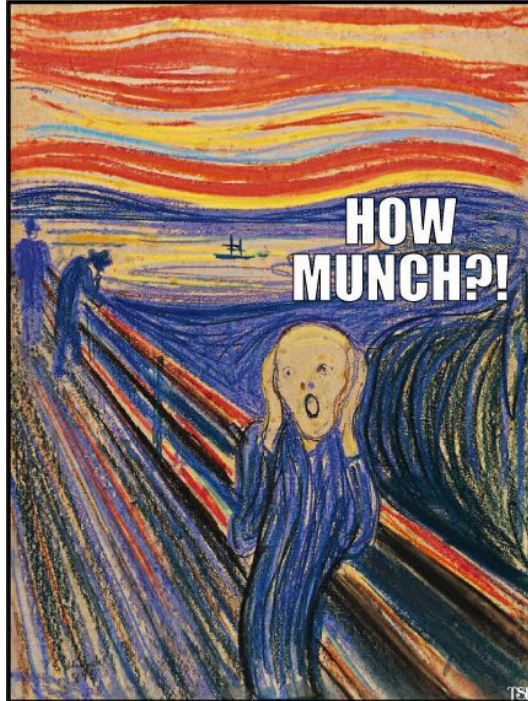
Tekstualna analiza:

Tekst „Please enter your PIN...“ uvodi humorističan element, komentirajući suvremenu ovisnost o tehnologiji i financijskim transakcijama. To je ironično jer povezuje sveti trenutak stvaranja sa svakodnevnim, banalnim činom unosa PIN-a, čime se svetost izvorne slike pretvara u nešto trivijalno.

Kontekstualna analiza:

Ovaj mim koristi se kontrastom između svete scene i svakodnevnog čina kako bi komentirao moderni način života, gdje su financijske transakcije postale sveprisutne i gotovo ritualne. Publika koja se susreće s tim mimom vjerojatno će prepoznati ironiju i humor u preoblikovanju klasične slike u simbol modernog konzumerizma.

#### 4.4. Primjer 4: „How Munch?!“



Slika 4. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)

Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se slikom *Vrisak* Edvarda Muncha, poznatom po izražavanju egzistencijalne tjeskobe i straha. Umjesto originalnog izraza lica, mim dodaje tekstualni element „How Munch?!“ (igra riječi na „How much?“, što znači „Koliko košta?“), dok se u pozadini zadržavaju prepoznatljive ekspresionističke boje i stil.

Tekstualna analiza:

Tekstualni dodatak mijenja cijeli ton slike, zamjenjujući egzistencijalnu tjeskobu pitanjem o cijeni, što stvara humor kroz ironiju i igru riječi. Ovdje se rabi prezime umjetnika kako bi se stvorila dvosmislenost, kombinirajući strah i komercijalizam.

Kontekstualna analiza:

Mim komentira naša suvremena iskustva s konzumerizmom, gdje se vrijednosti često svode na pitanje cijene. Ovaj mim humoristično preispituje kako komercijalizacija može utjecati na naše percepcije, čak i onih najsloženijih emocionalnih stanja prikazanih u umjetnosti.

#### 4.5. Primjer 5: „Are you feeling ok?“ / „Yeah I’m good“

“Are you feeling ok?”

“Yeah I’m good”



Slika 5. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)



Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se poznatom slikom *Mona Lisa* Leonarda da Vinci, ali je prikazuje u izmijenjenom stanju, gdje Mona Lisa izgleda iscrpljeno i neuredno, s raščupanom kosom i tamnim podočnjacima. Ta verzija Mona Lise stvara kontrast između izvorne slike, koja simbolizira eleganciju, i ove, koja odražava iscrpljenost.

Tekstualna analiza:

Dijalog „Are you feeling ok?“ / „Yeah I’m good“ koristi se ironijom kako bi prikazao moderni problem: pretvaranje da je sve u redu kada očito nije. Humor proizlazi iz vizualnog nesklada između odgovora i stvarnoga stanja prikazanog lika.

Kontekstualna analiza:

Ovaj mim rezonira s publikom koja prepoznaje situaciju kada se osjećaju loše, ali ne žele priznati ili pokazati taj osjećaj. U modernom društvu, gdje je često važno pokazati vanjsku stabilnost, ovaj mim koristi se klasičnom umjetnošću kako bi prikazao svakodnevnu stvarnost i društvene pritiske.

#### 4.6. Primjer 6: „God, why did you create us?“ / „Felt cute, might delete later“



Slika 6. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)

Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se klasičnom religijskom slikom koja prikazuje Isusa Krista u dijalogu sa ženom u ruralnom okruženju. Likovi su prikazani s ozbiljnim izrazima lica, a njihova poza sugerira važan razgovor. Boje su suzdržane, a scena odiše mirom, karakterističnim za klasične religijske slike.

Tekstualna analiza:

Tekst „God, why did you create us?“ odražava pitanje koje simbolizira ljudsku potragu za smislom postojanja, dok je Isusov odgovor: „Felt cute, might delete later“ moderni internetski mim izraz, često korišten na društvenim mrežama kako bi se opisala trenutna emocija ili impulzivna akcija. Taj humoristični tekst stvara kontrast između ozbiljne teme postojanja i ležerne, trivijalne reakcije.

Kontekstualna analiza:

Ovaj mim koristi se humorom kako bi prikazao modernu perspektivu na religijske i filozofske teme. Spoj klasične umjetnosti i suvremenog jezika stvara ironiju, sugerirajući kako su čak i najvažnija pitanja današnjice ponekad trivijalizirana u digitalnoj kulturi. Mim odražava suvremeni način komunikacije i interakcije, gdje se duboke teme često obrađuju na površan način.

#### 4.7. Primjer 7: „Please stop singing Backstreet Boys“ / „Tell me why“



Slika 7. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)



Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se klasičnom slikom muškarca koji svira lutnju i žene koja ga sluša. Slikoviti detalji, poput luksuzne odjeće i interijera, odaju dojam elegancije i sofisticiranosti, karakteristične za portrete iz prošlih stoljeća.

Tekstualna analiza:

Tekstualni element „Please stop singing Backstreet Boys“ u kombinaciji s odgovorom „Tell me why“ referira na poznatu pjesmu „I Want It That Way“ grupe Backstreet Boys. Mim se koristi ironijom jer ozbiljna slika i povijesni kontekst dolaze u sukob s modernom pop-kulturom.

Kontekstualna analiza:

Ovaj mim stvara humor neočekivanim kontrastom između staroga i novoga, kombinirajući klasičnu umjetnost s modernom glazbom. Takvi spojevi odražavaju suvremenu kulturu, koja često miješa prošlost i sadašnjost kako bi stvorila humoristične situacije koje su prepoznatljive širokoj publici.

#### 4.8. Primjer 8: „I made this cute scarf from all the red flags you gave me“



Slika 8. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)

Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se portretom mlade žene iz klasične umjetnosti, koja je prikazana u opuštenom, ali elegantnom položaju, s blagim osmijehom i pogledom prema promatraču. Njezina odjeća i poza odaju dojam spokojne elegancije, karakteristične za portrete iz 18. i 19. stoljeća.

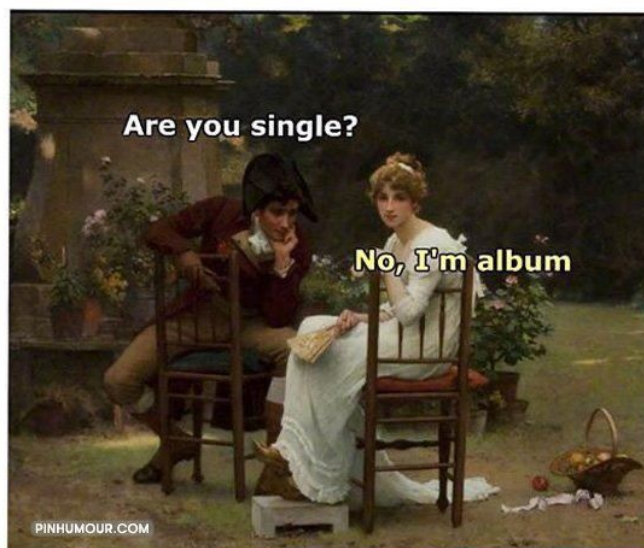
Tekstualna analiza:

Tekst „I made this cute scarf from all the red flags you gave me“ koristi se metaforičkim jezikom kako bi komentirao odnose u kojima su upozoravajući znakovi („red flags“) ignorirani ili pretvoreni u nešto korisno, poput šala. Taj humorističan prikaz odražava kako ljudi često zanemaruju ili racionaliziraju probleme u odnosima, a tekst stvara ironiju kombiniranjem ozbiljnog tona slike i ležerne, moderne fraze.

Kontekstualna analiza:

Mim se oslanja na suvremene društvene diskurse o toksičnim odnosima i emocionalnom rastu. Korištenjem klasične umjetnosti stvara se kontrast između uzvišenih, idealiziranih prikaza iz prošlih vremena i suvremenih problema u vezama. Ta kombinacija stvara humor, ali i poziva na refleksiju o tome kako interpretiramo i obrađujemo emocionalne izazove.

#### 4.9. Primjer 9: „Are you single?“ / „No, I'm album“



Slika 9. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)

Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se klasičnim prikazom para iz 19. stoljeća, smještena u vrt, gdje muškarac i žena sjede u razgovoru. Okruženje i odjeća likova odaju dojam društvenog i kulturnog konteksta toga vremena, s pažljivo oslikanim detaljima koji naglašavaju eleganciju i sofisticiranost.

Tekstualna analiza:

Tekst „Are you single?“ / „No, I’m album“ koristi se igrom riječi kako bi stvorio humor. Umjesto jednostavnog odgovora na pitanje o romantičnom statusu, tekst pretvara „single“ u „album“, referirajući se na glazbeni format. Taj humoristični pristup stvara neobičan i neočekivan obrat u komunikaciji, što naglašava komičnu prirodu odgovora.

Kontekstualna analiza:

Mim se koristi kombinacijom klasične umjetnosti i suvremenog jezika kako bi prikazao društvene interakcije na način koji je prepoznatljiv modernoj publici. Kontrast između ozbiljnog tona klasične slike i igre riječi stvara humor, ali također odražava naša očekivanja u komunikaciji i kako različiti konteksti mogu promijeniti značenje jednostavnih pitanja.

#### 4.10. Primjer 10: „Having an Enlightened Discussion: Me, Myself, and I“



Slika 10. Preuzeto u cijelosti (Pinterest)

Vizualni aspekti:

Ovaj mim koristi se portretom iz baroknog razdoblja, prikazujući istu osobu u trima različitim pozama. Izvorno umjetničko djelo zadržava klasične karakteristike barokne portretistike, s bogatim detaljima u odjeći i ekspresijama lica. Trostruka perspektiva daje dojam višestruke prisutnosti iste osobe, što je vizualno zanimljivo i dinamično.

Tekstualna analiza:

Tekst „Having an Enlightened Discussion“ na vrhu slike u kombinaciji s natpisima „Me“, „Myself“, i „I“ iznad svake figure stvara humorističan prikaz unutarnjeg dijaloga ili samopromišljanja. Ta je fraza često korištena u kontekstu introspekcije ili samopouzdanja, što stvara ironičan ton u odnosu na ozbiljan vizual.

Kontekstualna analiza:

Ovaj mim odražava suvremeni koncept introspekcije i samosvijesti, gdje pojedinac često preispituje vlastite odluke i misli. Korištenje klasičnog portreta za prikaz te moderne teme stvara kontrast između prošloga i sadašnjega vremena, što dodatno pojačava humor. Mim se također može interpretirati kao komentar na egoizam ili samoživost, gdje se cijeli dijalog odvija unutar jednoga uma, bez vanjskog *inputa*.

## 5. Rasprava

### 5.1. Kultura reinterpetacije umjetnosti kroz art mimeove

Jedan od ključnih fenomena koji proizlaze iz analize art mimova jest njihova funkcija u reinterpetaciji klasičnih umjetničkih djela u digitalnom dobu. Art mimeovi koriste se poznatim umjetničkim djelima, često iz razdoblja klasicizma, renesanse ili modernizma, te ih smještaju u suvremeni kontekst dodavanjem humorističnih, ironičnih ili sarkastičnih elemenata. Taj proces reinterpetacije umjetnosti olakšava pristup klasičnim djelima široj publici, jer kombinira vizualnu ljepotu originalnih umjetničkih djela s modernim, svakodnevnim temama.

Prema Shifmanu (2014.), mimeovi djeluju kao kulturne jedinice koje se brzo šire putem društvenih mreža i prilagođavaju svojoj okolini. U slučaju art mimova, ta prilagodba manifestira se prevođenjem složenih umjetničkih poruka u jednostavnije, često humoristične forme koje su lakše razumljive široj publici. Na taj način mimeovi premošćuju jaz između visoke umjetnosti, koja je tradicionalno bila rezervirana za elitu, i popularne kulture, koja je sada dostupna svima putem digitalnih medija.

Međutim, ta reinterpetacija nije uvijek benigna. Postoji opasnost da se izvorna dubina umjetničkih djela izgubi u procesu digitalne prilagodbe. Korištenje klasičnih djela poput *Stvaranja Adama* ili *Mona Lise* u art mimeovima često trivijalizira njihovo povijesno i kulturno značenje. Dok izvorna djela nose složene estetske, filozofske ili duhovne poruke, mimeovi ih smještaju u kontekst modernih problema, poput ovisnosti o tehnologiji ili konzumerizma. Ta površna interpretacija često može zasjeniti dublji smisao umjetničkog djela, smanjujući ga na razinu zabave i trenutačnog užitka.

## 5.2. Uloga društvenih mreža u širenju umjetničkog sadržaja

Društvene mreže, kao ključni mediji za širenje digitalne umjetnosti, odigrale su veliku ulogu u transformaciji umjetničkog pejzaža. Platforme poput Instagrama, Facebooka i TikToka omogućile su umjetnicima da dosegnu globalnu publiku u kratkom vremenu, stvarajući virtualne galerije koje su dostupne svima. Te platforme ne samo da omogućuju širenje umjetničkih djela već i olakšavaju interakciju između umjetnika i publike, čime se stvara nova dinamika u percepciji umjetnosti.

Lev Manovich (2001.) tvrdi da digitalna umjetnost postaje integralni dio suvremene kulture upravo pomoću tih platformi, gdje se tradicionalni koncepti umjetničkog autoriteta preispituju. Umjetnici koji djeluju na društvenim mrežama mogu zaobići tradicionalne mehanizme distribucije (galerije, aukcijske kuće), što im omogućuje izravan kontakt s publikom i veći stupanj kontrole nad vlastitim radom. No taj model ima i svoje izazove – umjetnici su često suočeni s pritiskom da proizvode sadržaj koji je „viralan“ ili prilagođen trenutnim trendovima, što može narušiti autentičnost umjetničkog izraza.

Uloga društvenih mreža u distribuciji umjetničkih sadržaja također postavlja pitanje o trivijalizaciji umjetnosti. Kao što se moglo vidjeti u primjerima, art mimovi koriste se slikama koje su stoljećima imale duboko kulturno značenje, ali ih digitalni format često svodi na razinu zabave ili kritike suvremenog društva. Iako društvene mreže omogućuju širenje umjetnosti široj publici, one također potiču površan način konzumacije umjetničkih djela, gdje se djelo brzo konzumira, dijeli i zaboravlja, umjesto da potiče dublju refleksiju.

Društvene mreže, osobito Instagram, TikTok i Twitter, igraju ključnu ulogu u širenju umjetničkih djela u digitalnoj eri. Svaka od tih platformi ima specifičan način na koji umjetnici mogu doseći svoju publiku. Na primjer, Instagram, koji je usmjeren na vizualne sadržaje, omogućuje umjetnicima da predstave svoje radove putem postova, storija i galerija slika, dosežući globalnu publiku putem *hashtagova* i algoritama koji favoriziraju vizualno atraktivne sadržaje. Digitalne

platforme poput Instagrama, TikToka i Twittera postale su ključne za promociju i distribuciju umjetničkih djela u digitalnoj eri. Svaka platforma ima svoj specifičan način kako umjetnici mogu pristupiti publici, a algoritmi tih platformi određuju kako će određeni sadržaj postati popularan ili viralan.

Instagram, s naglaskom na vizualnu prirodu, pruža umjetnicima prostor za prikazivanje njihovih djela u obliku postova ili storija. Upotrebom *hashtagova* i algoritama koji promoviraju vizualno atraktivne sadržaje umjetnici mogu doseći globalnu publiku. TikTok, s druge strane, omogućuje kraće forme videosadržaja koje često uključuju interakciju s trendovima. Umjetnici se koriste tom platformom za kreativno prikazivanje svojih radova putem brzih, dinamičnih videozapisa. Twitter pruža platformu za kraće, tekstualne forme umjetničke promocije, ali njegova viralna priroda omogućuje brzo širenje sadržaja koji rezonira s korisnicima.

Međutim, algoritmi tih platformi često potiču stvaranje sadržaja koji je dizajniran da bude „lajkabilan“ ili vizualno privlačan, što može utjecati na umjetnički izraz. Umjetnici su često pod pritiskom da prilagode svoj rad kako bi odgovarao formatima koje platforme preferiraju. Ta promjena može dovesti do kompromisa u autentičnosti umjetničkog izraza u korist popularnosti i vidljivosti.

### **Prilagodba umjetničkog izraza algoritmima društvenih mreža**

Svaka digitalna platforma ima svoje specifične zahtjeve i algoritme koji određuju kako se umjetnički sadržaji prezentiraju i šire. Instagram favorizira slike visoke vizualne kvalitete i kreativnost u prezentaciji, što tjera umjetnike da prilagode svoje radove kako bi bili privlačni široj publici. TikTok, s kratkim videoformatima, potiče umjetnike da stvore dinamične, brze prikaze svojih djela, dok Twitter omogućuje brzo dijeljenje misli i ideja o umjetnosti, ali ograničava prostor za detaljnije prikaze umjetničkih djela.

Umjetnici se moraju prilagoditi tim algoritmima kako bi njihova djela postala vidljiva, često žrtvujući dublji umjetnički izraz za popularnost i doseg. Ta prilagodba dovodi do promjene načina na koji se umjetnost doživljava i interpretira – od tradicionalnih djela u galerijama, sada postaje brza, digitalna i često usmjerena prema masovnoj potrošnji.

### **5.3. Društvena i kulturna uloga art mimova**

Art mimovi predstavljaju kreativni most između klasične umjetnosti i suvremenog društva, koristeći se humorom i ironijom za preispitivanje suvremenih društvenih i kulturnih normi. Na temelju ove analize jasno je da se mnogi art mimovi koriste klasičnim umjetničkim djelima kao temeljem za kritiku suvremenih problema kao što su ovisnost o tehnologiji, konzumerizam i promjena u međuljudskim odnosima. Analizirani mimovi izravno komentiraju kako tehnologija mijenja našu svakodnevicu, ali i našu percepciju umjetnosti.

Ta refleksija suvremenih tema kroz prizmu klasične umjetnosti stvara prostor za ironični dijalog između prošlosti i sadašnjosti. Marshall McLuhan (1964.) u svojoj teoriji o medijima tvrdi da mediji mijenjaju način na koji percipiramo svijet, a art mimovi kao specifičan format digitalnog medija preoblikuju način na koji promatramo i doživljavamo umjetnost. Dok izvorna umjetnička djela često prenose univerzalne poruke o ljudskom stanju, mimovi ih smještaju u vrlo specifičan društveni kontekst 21. stoljeća.

Ovdje se javlja paradoks: s jedne strane, art mimovi čine umjetnost pristupačnijom i omogućuju široj publici da se poveže s umjetničkim djelima, dok s druge strane riskiraju da te poruke budu pojednostavljene i dekonstruirane do te mjere da izgube svoje izvorno značenje. Mimovi postaju platforma za društveni komentar, ali ta platforma često trivijalizira ili karikira izvorno značenje djela.



### 5.3.1. Detaljnija analiza društvene uloge art mimova

Detaljna analiza art mimova pokazuje da oni ne samo da se koriste klasičnom umjetnošću kao izvorom inspiracije već i kao sredstvom za kritiku društvenih promjena i svakodnevnih iskustava putem digitalnog humora. Mimovi rabe vizualne elemente klasične umjetnosti kako bi istaknuli suvremene probleme poput konzumerizma, tehnologije, politike i odnosa među ljudima. Njihov humor može biti alat za društvenu kritiku, pa čak i za izazivanje političkih debata.

Primjerice, art mimovi često se koriste likovima iz klasične umjetnosti kako bi parodirali političke događaje. Mimovi koji se koriste slikama poput *Mona Lise* s dodacima modernih političkih simbola koriste se ironijom kako bi komentirali aktualne političke promjene i sukobe. Publika prepoznaje te simbole i rabi ih za širenje političkih stavova putem društvenih mreža.

Osim političkih tema, art mimovi često se bave i konzumerizmom. Mim Munchova *Vriska*, koji umjesto tjeskobe prikazuje financijsku uznemirenost, prikazuje kako moderni konzumerizam redefinira način na koji doživljavamo svijet oko sebe. Ti vizualni prikazi koriste se humorom, ali iza njih često se krije duboka društvena kritika.

#### Različite funkcije art mimova u društvu

Art mimovi nisu samo digitalne ilustracije, već se upotrebljavaju i kao alati za izražavanje društvenih stavova i kritike. Korištenjem poznatih slika iz klasične umjetnosti u kombinaciji s modernim humorom ti mimovi često preispituju tradicionalne norme, dok istovremeno prepoznaju i ironiziraju suvremene društvene fenomene. Mimovi se mogu kategorizirati prema njihovoj funkciji – neki prenose političke poruke, dok drugi služe kao kritika konzumerizma i ovisnosti o tehnologiji.

Putem tih slika art mimovi predstavljaju univerzalne probleme suvremenog društva, koristeći se umjetničkim izričajem na način koji je pristupačan masama.

#### **5.4. Interaktivnost i participacija publike**

Jedna od najvećih prednosti društvenih mreža u kontekstu širenja umjetnosti jest njihova interaktivnost. Za razliku od tradicionalnih medija, gdje je publika pasivni promatrač, društvene mreže omogućuju publici da aktivno sudjeluje u tumačenju i distribuciji umjetničkih djela. Publika na društvenim mrežama može dijeliti, komentirati, lajkati i reinterpetirati art mimize, čime postaje aktivni sudionik u procesu distribucije i reinterpetacije umjetnosti.

Taj participativni model stvara novu dinamiku između umjetnika i publike. Umjetnici više ne djeluju u izolaciji od svoje publike; naprotiv, publika sada ima izravnu ulogu u stvaranju značenja umjetničkog djela. Mimovi koji postaju viralni često su oni koji najbolje rezoniraju s publikom, što pokazuje kako publika može oblikovati popularnost i vidljivost određenih umjetničkih formi.

Ta demokratizacija umjetnosti omogućuje široj publici pristup umjetničkim djelima, ali također postavlja pitanja o kvaliteti i autentičnosti tih reinterpetacija. Umjetnost više nije elitni fenomen, već postaje dostupna svima – no postavlja se pitanje do koje mjere taj participativni model utječe na percepciju kvalitete i važnosti umjetničkih djela.

#### **5.5. Suvremena digitalna umjetnost i NFT-ovi**

Razvoj NFT-ova (*non-fungible tokens*) predstavlja jedan od najnovijih trendova u digitalnoj umjetnosti. NFT-ovi omogućuju umjetnicima prodaju digitalnih djela s jedinstvenim certifikatom autentičnosti, čime se omogućuje tržište digitalnih umjetničkih djela koje nije ograničeno tradicionalnim galerijama ili aukcijskim kućama. Umjetnici sada mogu prodavati digitalne slike, videozapise, pa čak i art mimize kao jedinstvene kolekcionarske predmete.

Taj novi oblik digitalne umjetnosti omogućuje umjetnicima da svoje radove monetiziraju na način koji je dosad bio nezamisliv. Umjetnici poput Beeplea postali su pioniri na tom tržištu, prodajući svoja digitalna djela za milijune dolara. No NFT-ovi također izazivaju rasprave o vrijednosti umjetnosti u digitalnom dobu. Pitanja o autentičnosti, vlasništvu i ekološkim posljedicama stvaranja i transakcija NFT-ova otvaraju nova etička pitanja u umjetničkoj zajednici.

### **NFT-ovi kao disruptivna tehnologija u umjetnosti**

Pojavom NFT-ova svijet digitalne umjetnosti doživljava revoluciju. Taj novi oblik digitalne imovine omogućuje umjetnicima da prodaju svoja djela na tržištu s jedinstvenim digitalnim certifikatom autentičnosti. NFT-ovi omogućuju umjetnicima da digitalno djelo bude jedinstveno, iako se može beskonačno reproducirati *online*. To postavlja nova pitanja o vlasništvu u digitalnom dobu – kako djelo može biti jedinstveno ako ga svatko može vidjeti i dijeliti?

Umjetnici poput Beeplea, koji su postali pioniri u NFT svijetu, redefinirali su ulogu digitalne umjetnosti u kontekstu tržišta. Prodajom digitalnih umjetničkih djela za visoke iznose oni pokazuju kako digitalna umjetnost može imati stvarnu tržišnu vrijednost, otvarajući vrata mnogim mladim umjetnicima. Međutim, NFT-ovi također donose etička pitanja, osobito u pogledu ekološkog otiska povezanog s tehnologijom *blockchaina* koja pokreće te transakcije.

## 6. Zaključak

Digitalna transformacija likovne umjetnosti putem platformi društvenih mreža predstavlja značajan pomak u načinu na koji umjetnost postoji, stvara se i konzumira. Art mimovi i „dummies“ vodiči postali su ključni formati za reinterpetaciju klasičnih i suvremenih umjetničkih djela, čime su otvorili vrata umjetnosti za širu i heterogeniju publiku. Ti digitalni formati uspjeli su premostiti tradicionalne granice između visoke i popularne kulture, čineći umjetnost dostupnom i razumljivom svakodnevnom korisniku društvenih mreža.

Jedna od najvećih prednosti art mimova i dummies vodiča jest njihova sposobnost da demokratiziraju pristup umjetnosti. Umjetnici više nisu ograničeni na galerijske prostore, a publika više nije pasivni promatrač, već aktivni sudionik u interpretaciji i širenju umjetničkih djela. Društvene mreže, posebno Instagram i TikTok, omogućile su umjetnicima da izravno komuniciraju sa svojom publikom i stvaraju sadržaje koji su brzo dostupni milijunima korisnika diljem svijeta. Ta demokratizacija umjetnosti omogućuje širem dijelu populacije, koji možda nema pristup tradicionalnim umjetničkim prostorima, sudjelovanje u umjetničkoj diskusiji.

Međutim, takav proces nosi i određene rizike. Trivijalizacija umjetnosti postaje značajan problem u digitalnom dobu. Klasična umjetnička djela, koja su stoljećima imala duboko značenje, sada se često upotrebljavaju kao osnova za šale ili satiru u art mimovima. Taj proces preoblikovanja može smanjiti originalnu vrijednost i poruku umjetničkih djela, svodeći ih na trenutnu zabavu bez dublje refleksije.

Art mimovi i „dummies“ vodiči pokazuju kako humor i ironija igraju ključnu ulogu u modernoj digitalnoj umjetnosti. Ti formati često se koriste klasičnim umjetničkim djelima kako bi prenijeli poruke o suvremenom društvu, tehnologiji, konzumerizmu i međuljudskim odnosima. Na primjer, mimovi nastali na temelju umjetničkih djela *Stvaranje Adama* ili *Mona Lisa* koriste se humorom kako bi kritizirali ovisnost o tehnologiji ili površnost modernih društvenih trendova. Taj oblik

humora omogućuje publici da se poveže s umjetnošću na osobniji način, čime se stvara prostor za refleksiju o suvremenim društvenim pitanjima.

Ipak, postoji paradoks u korištenju humora u umjetnosti. S jedne strane, humor čini umjetnost pristupačnijom i bližom publici, dok s druge strane postoji rizik da izvorna poruka umjetničkog djela bude izgubljena ili iskrivljena. Taj paradoks ilustrira složenost art mimova – oni su istovremeno alat za edukaciju i zabavu, ali i potencijalni izvor trivijalizacije umjetničke tradicije.

Razvoj digitalnih platformi i novih tehnologija poput NFT-ova (*non-fungible tokens*), koji omogućuju prodaju i kupovinu digitalnih umjetničkih djela, otvara nova pitanja o budućnosti umjetnosti na društvenim mrežama. NFT-ovi su pokazali da digitalna umjetnost može imati stvarnu tržišnu vrijednost, ali također potiču rasprave o autentičnosti i vlasništvu u digitalnom dobu.

Art mimovi i slični digitalni formati mogli bi se dalje razvijati u smjeru hibridnih formi umjetničkog izraza, gdje se kombiniraju tradicionalni mediji i digitalni alati. Sve veća prisutnost umjetnika na društvenim mrežama ukazuje na to da će digitalne platforme i dalje igrati ključnu ulogu u širenju umjetnosti i umjetničkih ideja, no pitanje autentičnosti, autorskih prava i vrijednosti umjetničkih djela bit će u fokusu budućih diskusija.

Zaključno, digitalne platforme i društvene mreže dramatično su preoblikovale način na koji se umjetnost stvara, distribuira i interpretira. Art mimovi i „dummies“ vodiči omogućili su novi oblik interakcije između umjetnika i publike, stvarajući prostor za refleksiju o suvremenim društvenim temama kroz prizmu klasične umjetnosti. Iako ti formati olakšavaju pristup umjetnosti široj publici, oni također postavljaju pitanje o dubljim kulturnim i estetskim vrijednostima umjetničkih djela u digitalnom dobu.

## 7. Literatura

1. Castells, M. (2007). *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishing.
2. Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
3. Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
4. Manovich, L. (2017). *Instagram and Contemporary Image*. University of Minnesota Press.
5. Bubalo, L. (2018). *Utjecaj informatičke tehnologije u poučavanju likovne umjetnosti*. Diplomski rad, Umjetnička akademija u Osijeku.
6. Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford University Press.
7. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press.
8. Limor Shifman (2014). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
9. Proctor, D. (2021). *The Role of Memes in Digital Culture*. Journal of Visual Communication.
10. Strangelove, M. (2015). *Post-TV: Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television*. University of Toronto Press.
11. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
12. Shirky, C. (2010). *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. Penguin Press.
13. Goriunova, O. (2012). *Art Platforms and Cultural Production on the Internet*. Routledge.
14. Johnson, S. (2005). *Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*. Riverhead Books.
15. Manovich, L. (2009). *The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production?* Journal of Visual Culture.

16. Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. Hyperion.

17. Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. W. W. Norton & Company.

## 8. Prilozi i slike

Slika 1. „When the sign in the museum tells you not to touch anything“

Slika 2. „I just ended a 5-year relationship“

Slika 3. „Please enter your PIN...“

Slika 4. „How Munch?!“

Slika 5. „Are you feeling ok?“ / „Yeah I’m good“

Slika 6. „God, why did you create us?“ / „Felt cute, might delete later“

Slika 7. „Please stop singing Backstreet Boys“ / „Tell me why“

Slika 8. „I made this cute scarf from all the red flags you gave me“

Slika 9. „Are you single? / No, I’m album“

Slika 10. „Having an Enlightened Discussion: Me, Myself, and I“