

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA PEDAGOGICKÁ

KATEDRA VÝTVARNÉ VÝCHOVY A KULTURY

Výtvarná výchova v kontextu sociálních sítí

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Daniela Layerová

Výtvarná výchova a kultura se zaměřením na vzdělávání

Vedoucí práce: PhDr. Jan Mašek Ph.D.

Plzeň, 2023

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně
s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

V Plzni dne

.....

vlastnoruční podpis

Chci poděkovat PhDr. Janu Maškovi, Ph.D. za vedení mé bakalářské práce, cenné rady a odborný dohled. Velké díky patří také Mgr. Monice Plíhalové za její odborné didaktické rady.

Anotace

Cílem práce bylo zmapovat současný stav nejpoužívanějších sociálních sítí, jejich vliv, umělecký přesah a danou problematiku zasadit do kontextu vzdělávání výtvarné výchovy. První část bakalářské práce pojednává o fenoménu sociálních sítí, ukazuje specifika jednotlivých sítí a jejich přesah do uměleckého světa i s názornými ukázkami. Druhá část představuje sondu skrze minulé, ale i současné internetové umění. Třetí část spojuje získané poznatky s didaktikou výtvarné výchovy. Tento výstup má podobu čtyř výtvarných úkolů.

Klíčová slova

digitalizace, filtr, Instagram, internet, meme, net art, profil, sociální sítě, umělá inteligence, umění, YouTube

Annotation

The aim of the thesis was to map the current state of the most used social networks, their influence, artistic overlap and to place the issue in the context of art education. The first part of the bachelor's thesis discusses the phenomenon of social networks, shows the specifics of individual networks and their overlap into the art world, including illustrative examples. The second part presents a probe through past and present internet art. The third part combines the acquired knowledge with the didactics of art education. This output takes the form of four creative tasks.

Keywords

art, artificial intelligence, digitization, filter, Instagram, internet, meme, net art, profile, social networks, YouTube

OBSAH

1	ÚVOD.....	5
2	SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....	7
2.1	Netolismus a jiné nástrahy.....	7
2.2	Algoritmus a marketing sociálních sítí.....	9
2.3	Facebook.....	11
2.4	Pinterest.....	13
2.5	YouTube.....	15
	Marketing YouTube.....	15
	YouTube Shorts.....	16
	Umění a YouTube.....	17
2.6	Instagram.....	20
	Marketing Instagramu.....	20
	Umění a Instagram.....	22
2.7	TikTok.....	28
	Marketing TikToku.....	28
	Umění a TikTok.....	29
3	UMĚNÍ NA INTERNETU.....	30
3.1	Počátky umění na internetu.....	30
3.2	Vývoj internetového umění.....	30

3.3	Art blogy	32
4	PEDAGOGIKA UMĚNÍ V KONTEXTU SOCIÁLNÍCH SÍTÍ.....	33
4.1	Krize dětského výtvarného projevu	33
4.2	Výzkumné šetření	34
	Cíl výzkumu a výzkumné otázky	35
	Výzkumný vzorek	35
	Metody sběru a analýzy dat.....	36
	Interpretace výzkumných výsledků.....	36
4.3	Tvorbou k poznání sociálních sítí a internetu.....	36
4.4	Tematická řada úkolů inspirovaná sociálními sítěmi	38
	Výtvarný úkol č. 1: Umělá inteligence.....	39
	Výtvarný úkol č. 2: Meme.....	45
	Výtvarný úkol č. 3: Profil z profilu.....	52
	Výtvarný úkol č. 4: Instagramový filtr.....	57
5	ZÁVĚR	63
6	RESUMÉ	65
7	SEZNAM LITERATURY	66
8	SEZNAM VYOBRAZENÍ, TABULEK, SCHÉMAT	75
9	PŘÍLOHY	I

1 ÚVOD

Jako žákyně jsem vždy zbožňovala každou hodinu výtvarné výchovy, avšak po výběru technické střední školy jsem se s vlastní tvorbou velmi rychle odcizila. Umění mi bylo zprostředkováno jen skrze sociální sítě. Nicméně umění na těchto sítích bylo inspirováno současnými trendy. Po ukončení střední průmyslové školy stavební jsem věděla, že v daném oboru nechci dále pokračovat a přemýšlela jsem, co mě skutečně baví. To byl hlavní důvod, proč jsem si vybrala studium výtvarné výchovy a dějepisu.

Moc dobře si pamatuji na první hodiny na katedře výtvarné výchovy, kdy jsem pochopila, že veškerý můj pohled na tvorbu a věci s ní spojené je zcela zkreslený. Tento zastřený pohled na umění pramenil primárně z umění vyskytujícího se na sociálních sítích. A právě v tu chvíli jsem si položila otázku: *„Když sociální sítě ovlivnili mou percepci umění a tvorby do takové míry, jak ovlivní další generace po mně, které jsou stále v užším kontaktu s obsahem na těchto platformách a jak to mohu jako budoucí pedagog využít pro dobro.“*

Pro svou práci jsem si proto z důvodů vysvětlených výše vybrala téma *Sociální sítě v umění a ve výtvarné výchově*. Sociální sítě jsou často diskutovaným a skloňovaným tématem již od svého vzniku. Nabízejí mnohé rozborů v oblasti marketingu, sociologie, adiktologie, lingvistiky, informatiky a mnoha jiných vědních oborů a celkově se nachází pod drobnohledem mnoha studií a odborníků. V současné době proniká vlna digitalizace do škol, MŠMT začalo od roku 2022 poskytovat finanční prostředky na digitální technologie pro školy spolu s plánem, jakým tématům je potřeba se věnovat. Hodiny výtvarné výchovy by neměly být z tohoto pokroku vyloučeny.

Cílem mé práce je provést analýzu současných možností a nabídky nejvíce rozšířených sociálních sítí ve spojitosti s prezentací umělecké tvorby a jejich potencionálního vlivu na mládež. Práce bude logicky členěna do tří segmentů – *Sociální sítě, Internetové umění, Pedagogika umění v kontextu sociálních sítí*. V segmentu o sociálních sítích krátce představím nejvyužívanější sociální sítě, potencionální využití mladými umělci, vysvětlím jejich algoritmus, marketing, ale i proč jsme na nich čím dál více závislí. V segmentu o internetovém umění se zaměřím na jeho roli v minulosti, ale i současnosti.

Ve své praktické části práce provedu anonymní dotazníkové šetření na určitém vzorku žáků druhého stupně základních škol, které mi pomůže zmapovat současnou situaci vztahu sociálních sítí a výtvarné výchovy. Na základě výsledků navrhnu tři výtvarné úkoly

pro žáky druhého stupně a jeden pro studenty střední školy. Tyto úkoly budou vycházet z tematiky sociálních sítí jak z hlediska filozofického, pedagogického tak i tvořivého.

2 SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Sociální sítě můžeme přirovnat k online službě, skrze kterou po registraci můžete sdílet fotografie, myšlenky, videa i informace s ostatními uživateli. Orientovat se v prostředí informačních technologií je pro mnoho z nás přirozené. Pojem digitální domorodec označuje osoby narozené od devadesátých let minulého století. Tito jedinci vyrůstají již ve světě moderních informačních technologií. Digitální přistěhovalec je označení pro osoby narozené před osmdesátými léty minulého století, které využívají informačních technologií.¹

Svůj počátek mohou sociální sítě hledat již ve 20. století, kdy otec sociálních sítí Andrew Weinreich založil první sociální síť na světě. Jmenovala se Six Degrees, měla přes milion uživatelů a fungovala od roku 1997 do 2001.² Od té doby se sociální sítě šíří dál. Právě integrace sociálních sítí do běžného života, ale i do života umělců mě, inspirovala k této práci.

V roce 2021 vedl český statistický úřad výzkumné šetření na téma *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami*. Z tohoto šetření vedeného na věkovém vzorku společnosti občanů České republiky starší šestnácti let vyplývá, že sociální sítě využívá více než 56 % populace. To je velký skok oproti roku 2009, kdy toto číslo bylo pouze 5 %. Také téměř 49 % firem s více než deseti zaměstnanci má svou stránku na sociálních sítích, u velkých firem toto číslo roste na závratných 84 %. Z toho vyplývá, že i byznys a reklama je nezastupitelnou součástí těchto platforem.³

2.1 Netolismus a jiné nástrahy

Proč jsou sociální sítě tak přitažlivé? Můžeme říct, že nás sblížují s lidmi a umí zahnat naši nudu díky nekonečným hodinám obsahu. Právě jejich obsah můžeme přirovnat k vesmíru. Proběhl Velký třesk a od té doby se neustále rozpíná a my nemůžeme najít jeho konec.

¹ RADKA, Gottwaldová. Digitální domorodci. *Psychologie dnes* [online]. Praha: Portál, 2015 [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: <https://nakladatelstvi.portal.cz/casopisy/psychologie-dnes/87552/digitalni-domorodci>

² PLYMALE, Sam, ed. A Forefather of Social Media: Andrew Weinreich and SixDegrees.com. In: *Wayback Machine* [online]. EMU PRSSA, 26.5.2012 [cit. 2022-10-30]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20130818011138/http://emuprssa.com/2012/05/26/a-forefather-of-social-media-andrew-weinreich-and-sixdegrees-com/>

³ Český statistický úřad, 2021. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami* [online]. 23.11.2021. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/7-socialnisite>

Odborně můžeme nazvat závislost na internetu a jiných digitálních aktivitách netolismus. Tento pojem zahrnuje vše od her, chatování, videí až po sociální sítě. Netolismus je druh psychické závislosti.⁴ Závislost se může projevovat nenápadně. Můžete pořád kontrolovat nově příchozí zprávy, nový obsah na sociálních sítích, nebo si brát telefon i na toaletu.

Příjemné pocity při používání sociálních sítí má na svědomí dopamin. Zjednodušeně, je to příjemný pocit v mozku za odměnu. Stejně jako je to s každou závislostí, musíme zvyšovat dávky. Už nám nestačí psát si s jedním kamarádem, musíme mít otevřených dalších pět chatů, do toho sledovat video a mít puštěné písničky, abychom získali stejnou dávku dopaminu jako na začátku. Netflix, pornografie, fastfood, gambling, drogy nebo sociální sítě, všechny tyto “věci” se nám snaží ovládnout náš dopaminový systém a podpořit vznik závislosti. Čas strávený u obrazovky vašeho zařízení se prodlužuje, ale určitě by to nebylo bez přičinění sociálních sítí. Právě ony vymýšlejí nové způsoby, jak zaujmout jedince a donutit ho zůstat o chvíli déle.⁵

Neurolog Jan Stránský se vyjádřil k tomuto tématu v rozhovoru pro Irozhlas, kde podotýká, že zejména mladší část populace má 70% nárůst psychických problémů od generace předchozí. Upozorňuje zejména na rodiče, kteří s oblibou zanedbávají výchovu svého dítěte a tiší ho tabletem. Užívání technologií a sociálních sítí od útlého věku má významný vliv na vývoj a centra v našem mozku.⁶

V roce 2011 byly předloženy výsledky z evropské studie zkoumající internetovou závislost. Jedná se o německou studii, která si metodologicky vybrala vzorek patnácti tisíc německých občanů v aktivním věku, tedy mezi čtrnácti a šedesáti čtyřmi lety. Metoda výzkumu byla telefonická. Závislost dotyčného na internetu se určovala dle testu CIUS – *The Compulsive Internet Use Scale*. Věkový rozptyl respondentů 14-64 let vykázal 1,5 % závislých. Jakmile byl věkový rozptyl zmenšen na 14-24 let, počet závislých vzrostl v této

⁴ SZOTKOWSKI, R. a K. KOPECKÝ. *Netolismus u českých dětí a další palčivé problémy spojené s online prostředím* [online] [cit. 2022-10-33]. Dostupné z:

https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2017/odborne_seminare/netolismus.pdf

⁵ SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. s. 242-243. ISBN 978-80-7294-872-7.

⁶ HROCH, Jaroslav. Dopamin za lajk. Sociální sítě jsou komerční veletrh a roste kvůli nim úzkost i deprese, říká neurolog. *Irozhlas* [online]. Praha: Český rozhlas, 2022, 21.4.2019 [cit. 2022-10-30]. Dostupné z: <https://1url.cz/OrPzk>

věkové kategorii na 3,8 %.⁷ Mezi typické aktivity provozované závislými na internetu patřilo: hraní internetových her, komunikace, užívání sociálních sítí, sledování videí či nakupování.⁸ Od průběhu tohoto výzkumu uběhla více než jedna dekáda. Počet uživatelů každý den narůstá, zatímco jejich věk klesá.

Netolismus není jedinou nástrahou sociálních sítí. Díky dokumentu *V síti*⁹ se dostalo do povědomí společnosti téma sexuálních predátorů na internetu. Lidé byli šokováni, jak je vlastně tato problematika rozlehlá a že se může dost dobře týkat i jejich potomka, spolužáka či kamaráda. Dalším problémem mohou být i výzvy na sociálních sítích, například ta, která děti vedla k tomu, aby si ruku posypali solí a na vrch přiložili kus ledu, což vedlo k pálení kůže, klíčem bylo co nejdéle vydržet. Traumatizující zkušeností pro mnohé je kyberšikana, která může vést i k sebevraždě. Sociální sítě a internet jsou velice dobrými služebníky ve zkušených a poučených rukou, ale jsou velice špatní páni v nezkušených.

2.2 Algoritmus a marketing sociálních sítí

Pro bezplatné sociální sítě jsou zdrojem výdělků reklamy, které se Vám zobrazují, když tyto sítě používáte. Abyste na těchto platformách vydrželi co nejdéle, mají sofistikovaný algoritmus, který Vám bude servírovat zajímavý obsah a reklamy šité přímo na míru.¹⁰

Nejen sociální sítě sbírají naše data. Většina z nás má Google účet, přes který se přihlašujeme i na YouTube, do Gmailu a s největší pravděpodobností používáme i Google vyhledávač. Google o nás sbírá data, ví, kde se pohybujeme, ví, jakého jste pohlaví, ví, kolik je Vám přibližně let a mnoho dalších věcí. Všechny tyto informace najdete v nastavení svého Google účtu pod funkcí *nastavení reklam*.¹¹ Všechny tyto informace vyhodnocuje a personalizuje mi podle toho reklamy, doporučení videí, doplňuje výsledky ve vyhledávání a mnoho dalšího. Proto se mi nyní na Facebooku objevují reklamy na zásnubní prstýnky,

⁷ RUMPF, Hans-Jürgen, et al. Prävalenz der Internetabhängigkeit (PINTA). *Bericht an das Bundesministerium für Gesundheit*, 2011, 31: 12. Dostupné z: https://www.uni-ulm.de/fileadmin/website_uni_ulm/iui.gesfuerm/PINTA_Bericht_Endfassung.pdf

⁸ SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. s. 239. ISBN 978-80-7294-872-7.

⁹ *V síti* [online]. [cit. 2023-03-17]. Dostupné z: <https://vsitifilm.cz>

¹⁰ SANG AH, Kim. Social Media Algorithms: Why You See What You See. *Georgetown Law Technology Review* [online]. HeinOnline, 2017, 2(1), 147-154 [cit. 2023-02-08]. ISSN 168092. Dostupné z: <https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/gtltr2&i=145>

¹¹ KLOZOVÁ, Miroslava. „ŠMÍRÁK“ GOOGLE. *Internetem bezpečně* [online]. Karlovy Vary, 12.2.2021 [cit. 2023-03-11]. ISSN 2571-3736. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/8719-2/>

na Pinterestu svatební fotografie a YouTube mi doporučuje videa s křečky a hudbu z mého preferovaného hudebního žánru. Právě tato nabídka šitá mně na míru je důvodem, proč trávím na sítích tolik času.

Sociální sítě a marketing jdou za poslední dvě desetiletí ruku v ruce. Jelikož marketing z větší části určuje budoucí vývoj soc. sítí, ovlivňuje (ne)přímo i tvorbu umělců. Určitou mojí základní tezí je, že umělec na sociálních sítích musí hrát podle pravidel/algoritmu těchto platform, aby dostal kýženého úspěchu. Úspěch může být ve formě většího počtu sledujících, zakázek či trvalého příjmu skrz tyto sítě. Způsoby, jak se prosadit na jednotlivých platformách jsou často specifické. Tyto specifika budou více rozepsána u jednotlivých sociálních sítích.

Vědět, jak funguje algoritmus není důležité pouze pro firmy, které chtějí propagovat své produkty, nýbrž i pro jedince, kteří chtějí uspět skrz sociální sítě. Influencer je uživatel sociálních sítí, který má širokou komunitu sledujících. Jeho sledující nejsou náhodní, z pravidla jsou to lidé, kteří mají společné hodnoty, humor, styl, názory a mnoho jiného. Jak již označení vypovídá, influencer má vliv na své publikum.¹²

Tento vliv může být využit například pro propagaci vlastních produktů, jako jsou například mikiny, deky, kosmetika a mnoho dalších. Influencer může sloužit také jako prostředník mezi firmou, která chce propagovat určitý produkt a diváčkou základnou dané osoby. Proto se může často stát, že influencer, který se specializuje na vizuální umění dostane na vyzkoušení grafický tablet, nový skicák či nějaké jiné umělecké pomůcky. Nemusí se spoléhat pouze na sponzoring od určitých značek, nýbrž může tisknout svá díla na různé předměty či prodávat přímo originály/kopie svých děl. Z těchto činností často plynou zisky, které mohou zajistit jedinci trvalý příjem právě skrz tyto platformy. Otázkou ovšem je, jak moc je ovlivněna integrita uměleckého projevu jedince za předpokladu, že chce uspět skrz sociální sítě, které jsou jedním velkým byznysem.

¹² LOSEKOOT, Michelle a Eliška VYHNÁNKOVÁ. *Jak na sítě: ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích*. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2019. Žádná velká věda. s. 408. ISBN 9788075550842. Dostupné také z: <https://www.bookport.cz/kniha/jak-na-site-6920/>

2.3 Facebook

Spuštěn byl v roce 2004, původně jen pro studenty Harvardské univerzity, jednoduchou podmínkou bylo mít e-mailovou adresu končící “harvard.edu” a být starší osmnácti let. Šlo primárně o udržení kontaktu.¹³ Jako tvůrce je tradičně uváděn Mark Zuckerberg, i když v průběhu let byly vedeny určité spory, kdo vlastně stál u zrodu. Roku 2011 proběhl soudní spor o toto duševní vlastnictví s dvojčaty Cameronem a Tylerem Winklevossovými.¹⁴ Dnes byste na oficiálních stránkách Mety našli, že zakladatelem je Mark Zuckerberg a spoluzakladateli jsou Dustin Moskovitz, Chris Hughes a Eduardo Saverin.¹⁵

Základem byla “zed”, což byl virtuální prostor na profilu člověka, kde mu jeho přátelé mohli nechávat vzkazy. Později jste si mohli na vlastní “zed” dávat statusy a fotky. Možnost reklam byla představena hned roku 2004 a byly již od začátku zaměřeny na osobní informace lidí. Zohledněno v tomto algoritmu bylo pohlaví, vzdělání, politické názory a mnoho dalšího. Během krátkého časového úseku se rozšířil mezi ostatní školy.¹⁶ Během dvou let mohl tuto platformu používat kdokoliv starší třinácti let. V roce 2011 přibyla nová funkce “messenger”, v překladu poslíček.¹⁷ Tato funkce spustila soukromé posílání zpráv mezi uživateli. Dnes je FB Messenger jako samostatná aplikace v Appstore.

Je možné se umělecky prezentovat na této síti, nicméně se stala spíše nástrojem větších firem a umělci či kreativní jedinci se na této síti nepřilíš vyskytují. Důvodem je, že Facebook nepatří mezi “vizuální” sociální sítě, toto místo přebíral Instagram. Také algoritmy nehrají do karet. Je extrémně náročné se na této sociální síti stát virální, což je v podstatě předpoklad globálního úspěchu. Nejlepším způsobem, jak zviditelnit svůj obsah je placená reklama.

¹³ BRÜGGER, Niels. A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *First Monday* [online]. 2015 [cit. 2023-02-02]. ISSN 1396-0466. Dostupné z: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5423>

¹⁴ KOPŘIVA, Michal. Zuckerberg jim měl ,ukrást‘ Facebook. Z dvojčat jsou teď díky bitcoinu dolaroví miliardáři. *Lidovky.cz* [online]. Lidovky.cz. 2017 [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/bratri-zurocili-penize-vysouzene-z-zuckerberga-v-bitcoinu-vydelali-miliardu-dolaru.A171205_164348_firmy-trhy_kopp

¹⁵ Company Information, Culture and Principles. *Meta* [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: https://about.meta.com/company-info/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect

¹⁶ BRÜGGER, Niels. A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *First Monday* [online]. 2015 [cit. 2023-02-02]. ISSN 1396-0466. Dostupné z: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5423>

¹⁷ Company Information, Culture and Principles. *Meta* [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: https://about.meta.com/company-info/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect

Právě reklamy jsou základem celé sítě. Když jsem projížděla hlavní stránku této sociální sítě skrz aplikaci Facebook, každý třetí příspěvek byla placená reklama. Existují zde komunity umělců, kteří ve skupinách sdílí své práce, ale z pravidla jsou tyto komunity uzavřené a obsah se nedostane volně po síti.

Zajímavou výjimkou je pedagogicko-umělecký projekt Karolíny Šrámkové. Ta spolu s dvanácti žačkami na gymnáziu na Pražačce vytvořila profily slavných umělců. Žačky dostaly správu profilů na starost, s tím, že mají za umělce vytvořit profil na Facebooku. Procvičili si tím nejen práci se sociálními sítěmi, ale museli si aktivně vyhledávat informace o životě daného autora. Poté měli shrnout, co si o daném autorovi na základě tvorby jeho profilu pamatují. Na konec přišel na řadu výtvarný úkol, kdy za pomoci různých technik vytvoří z jeho již existujících děl či fotografií profilovou a úvodní fotografii na profil daného umělce.¹⁸ Karolína Šrámková se k práci se sociálními sítěmi a kontroverzí okolo nich vyjadřuje následovně: „*Já ze své zkušenosti i ze zpětné vazby studentů můžu říct, že se spíš jedná o možnost zakusit užívání sociální sítě pro kreativní a vzdělávací účel, zároveň však neohrozit sama sebe jako uživatele, jenž nemá povědomí o možných hrozbách a dosahu sdílených informací.*“¹⁹

¹⁸ ŠRÁMKOVÁ, Karolína. Využití Facebooku při výuce výtvarné výchovy. *Výtvarná výchova* [online]. Praha: Karolinum, 2017, 57(1-2), 99-106 [cit. 2023-03-11]. ISSN 2695-0669. Dostupné z: <https://pages.pedf.cuni.cz/vytvarnavychova/files/2019/12/1-2-2017.pdf>

¹⁹ Tamtéž.

2.4 Pinterest

Počátek Pinterestu můžeme hledat v roce 2009, kdy se dali dohromady Ben Silbermann a Paul Sciarra. Původní myšlenkou byla nákupní aplikace. Uživatelé poté mohli sdílet své oblíbené kousky s přáteli. Tato aplikace neměla dlouhého trvání, ale původní funkce vyhledávání se dala znovu použít, a tak vznikl Pinterest. V tuto chvíli se přidává i třetí ze spoluvůrců Evan Sharp.²⁰

Pinterest se nachází někde na pomezí sociální sítě a webové stránky. Oficiální definici najdeme na stránkách Pinterestu. „*Pinterest je vizuální vyhledávač, který slouží k hledání nápadů, jako jsou recepty, inspirace pro domácnost a styl a mnoho dalších. Díky miliardám pinů na Pinterestu vždy najdete piny, které vás budou inspirovat. Když objevíte piny, které se vám líbí, uložte si je na nástěnky, kde je můžete uspořádat, abyste je mohli později jednoduše najít. Můžete také vytvářet piny ke sdílení svých nápadů s ostatními lidmi na Pinterestu.*“²¹

Pinterest Vám přináší nápady. Nápady, jak by mohl vypadat nový dětský pokojíček, co si obléct na zimu 2023, co namalovat, referenční fotografie, kam jet na dovolenou nebo co uvařit k večeři. Vizuální vyhledávání je příjemnější, pomůže Vám vytvořit v hlavě představu, co vlastně chcete či co se Vám líbí.

Sociální stránkou Pinterestu je právě možnost sdílet své nápady či věci co se mi líbí s ostatními, mohou to být pouze přátelé, rodina nebo i celá komunita. Můžeme si přidávat přátele a sledovat účty, které se nám líbí. Takový účet může mít i stovky tisíc sledujících. Řekněme, že uvažujeme nad koupí nového křesla, ale nevíme, jaké křeslo chceme. Otevřeme Pinterest a do vyhledávače zadáme “křeslo”. Objeví se nám nová stránka plná fotek křesel. Najdeme fotografii křesla, která se nám líbí a klikneme na ní. Pod fotkou, na kterou jsme klikli se objeví další vizuálně podobná křesla. Tím jsme utvrdili algoritmus, že se nám líbí tento typ křesel. Za fotografiemi křesel se ve většině případů skrývá odkaz na webovou stránku, kde je možné toto křeslo koupit, nebo na něčí blog o životním stylu a píše zrovna o tomto křesle. V obou případech se jedná o marketingový tah. Pokud hledáme fotografie křesel, je vysoká pravděpodobnost, že jsme ochotni utratit peníze. Tudíž internetovým

²⁰ The Story of Pinterest. In: *YouTube* [online]. 26. 10. 2021 [cit. 2022-11-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LafxKSbpyZw>

²¹ Vše o Pinterestu. In: *Pinterest* [online]. [cit. 2022-11-04]. Dostupné z: <https://help.pinterest.com/cs/guide/all-about-pinterest>

obchodům se vyplatí dávat fotografie svých produktů na Pinterest a čím hezčí budou, tím je větší šance, že na ně někdo klikne a něco si koupí. V druhém případě – odkaz nás nasměruje na blog. Blogy fungují na zpeněžení návštěvnosti.²²

Pinterest je také jedna z prvních stránek, která představila nekonečné skrolování. Obsah na hlavní stránce nikdy nedojde, stále se tam budou zobrazovat nové nápady, o kterých si algoritmus myslí, že se Vám líbí na základě vašich předchozích vyhledávání.²³

V umělecké komunitě je Pinterest využíván jako inspirace či reference. Někteří umělci přidávají svá díla na Pinterest, protože tím mohou přitáhnout případné zájemce na jejich osobní stránky. Významnou předností Pinterestu je právě inspirace. Inspirace může být v tomto případě z hlediska žákovské tvořivosti nebezpečná pro učitele výtvarné výchovy, na které v prostředí Pinterestu čeká nepřeberné množství šablonovitých zadání.



Obrázek 1- Příklad šablonovitého zadání, Sněženky²⁴

²² How Pinterest Makes Money. In: *YouTube* [online]. 18. 4. 2019 [cit. 2022-11-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=N1Gr2DQtpSc&list=LL&index=1&t=51s>. Kanál uživatele CNBC.

²³The Story of Pinterest. In: *YouTube* [online]. 26. 10. 2021 [cit. 2022-11-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LafxKSbpyZw>. Kanál uživatele How It Happened.

²⁴ Sněženky. In: *Pinterest* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/585116176608719253/>

2.5 YouTube

“Užívejte si videa a hudbu, kterou máte rádi, nahrávejte originální obsah a sdílejte vše s přáteli, rodinou i celým světem na YouTube.”²⁵ Tento nápis Vás vítá stránky YouTube. Jedná se o streamovací platformu, kde lidé mohou nahrávají svou videotvorbu.

U skromných počátků YouTube v roce 2004 stály Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim. Za vznikem stála myšlenka o sdílení videí, ale nebyli jediní s tímto nápadem a kolem roku 2005 můžeme sledovat vznik několika dalších platforem s podobným nápadem. YouTube umožňoval svým uživatelům nahrávat, sdílet a vyhledávat videa. Pomyslným esem v rukávu byl nápad předělat tuto platformu do podoby sociální sítě. Vznikaly komunity, lidé sdíleli, komentovali a lajkovali. Tato strategie zabrala a YouTube tak porazil své soupeře.²⁶

Marketing YouTube

Právě sociální stránka YouTube byla naprosto zásadní pro další vývoj. Vzhled této sítě se v průběhu let měnil, s tím souvisely nové a vylepšené funkce. Dnes již můžeme označit natáčení videí na YouTube za kariéru. Vydělávání peněz na této sociální sítě funguje naprosto jednoduše a přesto složitě. Máte “kanál”, což je v podstatě váš profil kam nahráváte svá videa. Tato videa mohou být zpoplatněna a vám se naskytne možnost dát do nahrávaného videa reklamy. Musíte být nejdříve přijati do *Partnerského programu YouTube*. K přijetí musíte splnit minimální podmínky ohledně počtu odběratelů a celkové doby shlédnutí. Oficiální stránky uvádí minimálně 4000 hodin sledování za poslední rok a více než 1000 odběratelů. Možnost zpoplatnění je pouze u videí nad 8 minut.²⁷ Poté YT rozhodne, jakou formu reklamy dá k videu. V podstatě zpeněžení funguje na stejném principu jako televize, kde si nejčastěji firma zaplatí za propagaci produktu.

Spousta tvůrců se nechce spoléhat právě na YouTube se svojí “živností”, proto navazuje přímo spolupráce s firmami a propaguje zadané produkty ve videu. Tuto cestu volí,

²⁵ Hlavní stránka YouTube. In: *YouTube* [online]. Dostupné z: <https://www.youtube.com>

²⁶ SOUKUP, Paul A. *Looking at, through, and with YouTube* [online]. Centre for the Study of Communication and culture, 2014, 3(33), 3-34 [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://scholarcommons.scu.edu/comm/102/>

²⁷ Informace o Partnerském programu YouTube a podmínkách vstupu. In: *Google* [online]. [cit. 2022-04-11]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=cs>

protože YouTube často demonetizuje videa, tudíž ho označí za nezpeněžitelné a pokud jste přímo finančně závislí na výdělku plynoucí z této sítě, může být tato situace likvidační.

YouTube, oproti Facebooku, má jednu výhodu, a sice doporučuje nová videa či nové kanály uživatelům na hlavní stránce. Díky této funkci máte větší možnost stát se virální, avšak Váš úspěch je přímo spojen s algoritmem. YouTube algoritmus má často potřebu se radikalizovat. Článek od autorky Zeynep Tufekci z roku 2018 v amerických novinách New York Times popisuje naprosto brilantně tuto radikalizaci. Autorka popisuje, jak hledala videa o vegetariánství a Youtube jí funkcí “přehrát další” dostalo až k videím o veganství. Když hledala videa o běhu, YouTube jí zaneslo až k ultra maratonům. Lidé díky této funkci zůstávají na této platformě déle a čím déle lidé zůstávají, tím víc peněz YouTube vydělá.²⁸ Tvůrci mají vlastní způsoby, jak udržet publikum. Clickbait, v přímém překladu “návnada na kliknutí”, je pro diváky lákadlo, ať už ve formě banneru či názvu videa.

YouTube Shorts

Jedná se o krátká videa, na které se mohou podívat lidé pohodlně na telefonu. YouTube Shorts jako by z oka vypadl TikToku nebo Instagram Reels. Toto není náhodou, krátká videa jsou velice návyková a pomáhají, aby uživatelé na síti trávili více času. Shorts jsou vertikální videa, která jsou dlouhá maximálně minutu. Jsou umístěné v samostatné kategorii v aplikaci YouTube na spodní liště Vašeho telefonu. Díky krátkým upoutávkám můžete upozornit na Váš kanál na této síti a přitáhnout pozornost nových potenciálních diváků. Video lze přímo vytvářet přes aplikaci v mobilním telefonu.²⁹

Z počátku byla tato forma videí nezisková a sloužila spíše jako reklama na kanál daného uživatele. Novinkou je ale *Partnerský program*, do kterého jsou přijati všichni uživatelé nad 1000 odběratelů a jejich krátká videa měli za poslední tři měsíce přes 10 mil. shlédnutí. Mezi tyto uživatele se rozdělí tržby z reklam, které YouTube vkládá mezi jednotlivé Shorts.³⁰

²⁸ TUFEKCI, Zeynep. YouTube, the great radicalizer. The New York Times, 2018, 10.3: 2018. Dostupné z: <https://coinse.kaist.ac.kr/assets/files/teaching/cs489/Tufekci.pdf>

²⁹ YouTube Shorts. In: *YouTube* [online]. 11. 5. 2021 [cit.4.11.2022]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=9EJIH8kxTn8>. Kanál uživatele YouTube Shorts

³⁰ Vyjádřete se a vydělávejte pomocí krátkých videí na YouTube. In: *YouTube* [online]. [cit. 18.1.2023]. Dostupné z: https://www.youtube.com/intl/cs_ALL/creators/shorts/

Umění a YouTube

Umění a věci kolem něj jsou také podstatnou částí YouTube. Zadáte-li do vyhledávače slovo “art” budete zásobeni obrovským množstvím videí od autorů. Mezi nejúspěšnější patří umělecké tutoriály, recenze uměleckých potřeb, zachycení postupu tvorby, sebevzdělávací okénka o historii umění, filozofické výstupy o významu umění, sestrihy krátkých videí z platformy TikTok. Takže jako umělec na YouTube máte slušnou šanci se prosadit. Je zde ale malý zádrhel. Pokud lidé chtějí vidět jakékoliv video, tak musí kliknout na dané video. Klikají pouze na věci, které jsou jim blízké. Z toho vyplývá, že okolo sebe budete shromažďovat pouze další umělce, umělecky založené lidi či osoby, které mají rádi umění. Takže když nahrajete návod “jak kreslit lépe”, zaměřovat se na něj budou pouze jedinci, kteří chtějí lépe kreslit, zároveň je pravděpodobné, že algoritmus toto video doporučí jedincům, kteří podobný obsah již dříve hledali.

Shrnout tedy můžeme, že YouTube jako sociální síť má dobrý dosah, možnost výdělku monetizací a naše videa díky algoritmům mohou vidět všichni, kdo používají YouTube. Z uměleckého hlediska je tato síť lehce kontraproduktivní, hlavně pokud točíte v češtině a jste odkázáni na české publikum. Zvláštní péči bych chtěla věnovat zejména českým umělcům na YouTube a jejich tvorbě. Níže jsem vypsala nejúspěšnější české kanály, které se věnují umění či umělecké tvorbě.

Tabulka 1- Umělecké kanály na českém YouTube a zaměření jejich tvorby

YT kanál	Počet odběratelů	Celkově zhlédnutí	Obsah
EllienKaa ³¹	16,6 tis.	1 311 926	Tutoriály, zkoušení nových výtvarných produktů či technologií, vlogy, design. ³²

³¹ Kanál uživatele EllienKaa. In: *YouTube* [online]. [cit.2022-12-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/@EllienKaa/featur>

³² Kanál v současné době nevydává nový obsah. Ten se přesunul na jiné platformy, např. Twitch či Instagram.

DOMI Novak ³³	126 tis.	27 509 697	Vlogy ze života protnuté zálibou ve výtvarném umění, kreslicí soutěže, tutoriály.
Claina ³⁴	12,3 tis.	470 191	Digitální umění, záznamy streamu z Twitche, rady, tutoriály.
Nevzdělanci ³⁵	4,53 tis.	338 396	Tutoriály, výtvarné pokusy, art-talky

V tabulce nám s počtem sledujících, i s počtem celkového shlédnutí vede kanál *DOMI Novak*. O jejím kanálu můžeme říct, že je orientovaný na lifestyle a protnutý zálibou v umění. Díky tomu je může oslovit větší množství diváků. Oproti tomu *Claina* streamuje hodně přes Twitch³⁶ a záznamy svých streamů vkládá do videí na YouTube. Obsah jejího kanálu inklinuje k digitálním umění. Což vytváří jinou diváckou základnu než u *DOMI Novak*. Kanál *EllienKaa* je syntézou obou zmíněných kanálů. Specifičtější obsah videí úměrně rovná menší divácké základně. Na pomyslném druhém konci škály můžeme najít kanál *Nevzdělanci*. Při sledování jejich obsahu Vás napadnou slova jako vysoké či akademické umění. Kanál *Nevzdělanci* skrze platformu YouTube provedl třídní uměleckou performanci, instrukce na jejich společné dílo získávali od diváků pomocí live chatu. Dílo poté rozkouskovali a poslali ho mezi diváky.³⁷

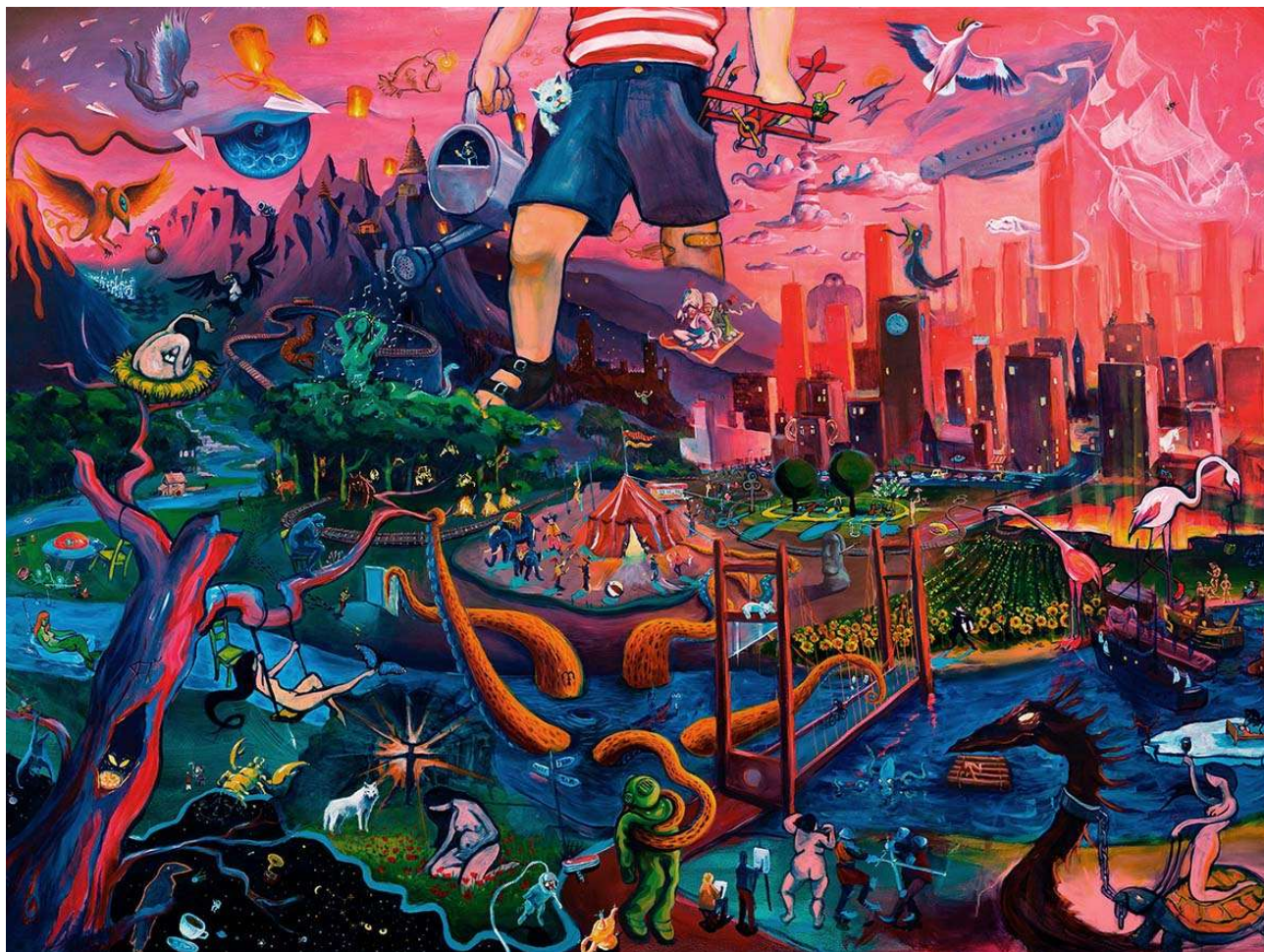
³³ Kanál uživatele DOMI Novak. In: *YouTube* [online]. [cit.2022-12-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/@DOMINovak/videos>

³⁴ Kanál uživatele Claina. In: *YouTube* [online]. [cit.2022-12-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/ClainaVideos/videos>

³⁵ Kanál uživatele Nevzdělanci. In: *YouTube* [online]. [cit.2022-12-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/Nevzdělanci/about>

³⁶ Twitch se primárně zaměřuje na streamování her.

³⁷ Dokončení obrazu ZAHRA DA PŘÁNÍ po 75 HODINÁCH + Prohlídka obrazu. In: *YouTube* [online]. 31. 5.2021 [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=cm38Nc5g2I0> . Kanál uživatele Nevzdělanci



Obrázek 2 – Nevzdělanci, Zahrada přání³⁸

³⁸ Zahrada přání. In: *Procesisté* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://procesiste.com/product/zahrada-prani-tisk/>

2.6 Instagram

Instagram je sociální síť na které můžete sdílet fotografie a videa, které lze následně sdílet, komentovat, či dát jim srdíčka³⁹. Díky svému algoritmu může být pro začínající umělce výborným nástrojem, jak se prosadit. Důležité je říct, že Instagram není prioritně umělecká síť, ale díky jeho funkcím si spoustu tvůrců našlo cestu právo k němu.

Profil na této síti si můžete vytvořit jednoduše přes propojení s Vaším Facebookovým účtem. Facebook, WhatsApp a Instagram mají stejného majitele a spadají pod společnost Meta.⁴⁰ Pokud se rozhodnete podnikat skrz Instagram, můžete si později přepnout normální účet na profesionální v nastavení. Tyto profesionální účty mají přednost právě v detailnější statistice dat. Můžete také prodávat přímo na Instagramu. Firemní účty jsou často využívány také influencery. Navíc tato platforma nabízí i marketingový plán zdarma pro firemní účty.⁴¹ Prostředí aplikace i webové stránky je shodné například s Facebookem.

Marketingu Instagramu

Algoritmus této sítě je zajímavá věc. Účty, které se chtějí stát virálními musí vkládat neustále nové příspěvky, nejlépe krátká videa, která se těší většímu dosahu. Instagram nikdy nebude doporučovat příspěvky několik týdnů staré, proto je dobré nahrávat pořád nový obsah. V dřívější letech spousta tvůrců vydávala jednou či dvakrát týdně nový obsah, ale současné nastavení algoritmu je nutí být aktivní na denní bázi. Pro Instagram je to jednoduchý model, chce udržet uživatele na této síti co nejdéle, proto jim podsouvá stále nový a nový obsah a tím zároveň nutí tvůrce tento obsah vytvářet, aby jejich profil nepřestal růst. Tímto se člověk nemusí zabývat například na YouTube, kde tvůrci doopravdy zveřejňují 1-2x týdně a jejich videa jsou doporučována i po letech.⁴²

³⁹ Ekvivalent "líbí se".

⁴⁰ VLČEK, Jan. Facebook pohltí populární Instagram, zaplatí za něj miliardu dolarů. *IDNES.cz* [online]. MAFRA, 9.4.2012 [cit. 2023-03-12]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: https://www.idnes.cz/technet/internet/facebook-koupil-vyvojarskou-spolecnost-aplikace-instagram.A120409_203409_sw_internet_hro

⁴¹ Začínáme. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z: https://business.instagram.com/getting-started?locale=cs_CZ

⁴² Instagram is DYING. Here's why. In: *Youtube* [online]. 21.9.2022 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=yOiQ6y4iCE4>. Kanál uživatele Vanessa Lau

Hashtagy jsou také velice důležité pro správný růst účtu na Instagramu. Můžete jich k vašemu postu přidat až 30. Vyfotíte například svého křečka. Fotografie se vám líbí, a proto se rozhodnete, nahrát jí na Instagram. Ale jak to udělat, aby se tato fotografie ukázala správnému publiku? Přidáme do popisku fotografie hashtag. Ideální je, psát je v angličtině kvůli většímu dosahu, ale pokud cílíte na české publikum a zejména děti, pište je raději v češtině. Hashtag by měl vystihovat fotografii, např. #krecek, #syrskykrecek, #roztomily, #roztomilazviratka, #fotodne, #domacizviratko. Přidáním hashtagů nic nezkažete, naopak vždy můžete dosah Vašeho obsahu vylepšit. Uživatelé poté mohou vyhledat tyto různé hashtagy, nebo je sledovat. Pokud se rozhodnou jednotlivé hashtagy sledovat, obsah umístěný pod tímto hashtagem se jim bude automaticky zobrazovat na hlavní stránce.⁴³

Velkou změnou pro Instagram bylo přidání Instagram Stories. Jak jsem výše avizovala, jedná se o příspěvky dostupné pouze dvacet čtyři hodin. Mají větší dosah než příspěvek, který přidáte na hlavní zeď. Pro příklad, pokud budete mít 200 sledujících a přidáte story a zároveň fotografii na hlavní stránku. Story vidí i sto dvacet lidí, ale v průměru budete mít 30-50 srdíček. Proto je dobré pro byznys využívat Stories na propagování jakékoliv věci, ke které potřebujete přitáhnout pozornost.

Instagram Reels jsou krátká videa podobná TikToku. Ne všichni byli ze začátku nadšeni touto novou funkcí. Instagram tlačil na uživatele, aby místo fotografií přidávali krátká videa a uměle přesouval pozornost jemu potřebným směrem. Po vzoru TikToku se vědělo, že videa jsou všeobecně úspěšnější ve spojení s krátkou a chytlavou hudbou. O této funkci více u kapitoly o TikToku, Instagram Reels využívají totiž stejné principy. Fotografové, tradiční malíři, sochaři, karikaturisté a vlastně všichni podobní tvůrci museli vymyslet způsob, jak přejít z tradičního instagramového čtvercového příspěvku na krátká videa spojená s hudbou. Další věcí, kterou musí umělci na sociálních sítích překonat je čas. Jak jsem výše zmiňovala, Instagram po Vás chce neustálou aktivitu. Dokončit jeden obraz či jednu sochu každý den je téměř nemožný úkol.⁴⁴

⁴³ How to Use Instagram Hashtags for Maximum Exposure. In: *Youtube* [online]. 8. 10.2019 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=bgNmS2Pdooc>. Kanál uživatele Social Media Examiner

⁴⁴ How I gained 50k followers in 3 months on Instagram. In: *Youtube* [online]. 20. 5.2022 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=erK8FhVOZ-U>. Kanál uživatele Sara Tepes

Umění a Instagram

V roce 2019 byl proveden velice zajímavý výzkum, který zkoumal umělecké účty skrz tuto platformu. Z výzkumu vyplynulo, že nejpoblárnější příspěvky v umělecké komunitě jsou tutoriály, zachycení procesu tvorby, zajímavé ilustrace nebo projevy empatie. Pokud bychom měli hledat co populární příspěvky mají společného, je to interakce mezi autorem a jeho sledujícími. Je možné že sledující k autorovi získají určitý vztah, skrz jejich interakci. Z výzkumu také vyšlo, že 37 % autorů zveřejňuje mezi pěti až deseti příspěvky týdně, až 80 % autorů považuje za své nejlepší dílo, jiné, než se líbí jejich sledujícím. Zároveň 63 % umělců nikdy neupravilo své umění, aby se více zavedčili publiku. Což znamená, že 37 % upravilo minimálně jednou svou tvorbu, aby získali víc sledujících a pozitivní odezvy, zajímavé je, že jsou to více muži než ženy.⁴⁵

Níže v tabulce zachytím výběr účtů českých umělců na Instagramu. Někteří umělci jsou shodní s *Tabulkou 1*. Většina umělců má účty na více platformách.

Tabulka 2 -Umělecké účty na českém Instagramu a zaměření jejich tvorby

Účet	Počet sledujících	Počet příspěvků	Obsah
filip.kurka.painter ⁴⁶	5,9 tis.	116	Malba, životní blog.
filart.cz ⁴⁷	25,3 tis.	341	Malba, životní blog.

⁴⁵ KANG, Xin, Wenyin CHEN a Jian KANG. Art in the Age of Social Media: Interaction Behavior Analysis of Instagram Art Accounts. *Informatics* [online]. 2019, 6(4), 52. ISSN 2227-9709. Dostupné z: doi:10.3390/informatics6040052

⁴⁶ Profil uživatele filip.kurka.painter. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/filip.kurka.painter/?hl=cs>

⁴⁷ Profil uživatele filart.cz. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/filart.cz/>

ellien_ka ⁴⁸	42,7 tis.	1115	Malby, životní blog, tutoriály, vtipná krátká videa, digitální umění.
charlien_art ⁴⁹	16,8 tis.	375	Malba, kresba, životní blog, digitální umění.

Účet *filip.kurka.painter* jsem do mé tabulky zařadila cíleně, jedná se velice zajímavou osobnost, byť jeho tvorba může vzbudit jistou dávku kontroverze. Svůj styl označuje za myslivecký realismus⁵⁰. Jedná se o realistické umění zasazené do jakási myslivecké estetiky, některé jeho obrazy by se dali označit za pornografické. Přesto je jeho umělecký projev zcela unikátní. Za několik let na síti Instagram získal bezmála šest tisíc sledujících. Filip Kurka může působit jako anti-influencer, nevyužívá žádných osvědčených marketingových taktik jako točení krátkých skečů a prohlubování kontaktu se svými sledujícími.

Účet *filart.cz* je pravým opakem. Umělec Filip Šícha točí pro své publikum různé zábavné skeče, má blízké propojení se svou fanouškovskou základnou. Pravidelně zveřejňuje nové příspěvky⁵¹ a diváky provádí často svými denními aktivitami. Účet *ellien_ka* jsem zmínila již v tabulce č. 1, skrze tuto platformu je ale daleko aktivnější. Věnuje se od digitálního umění po klasické⁵² a do toho točí vtipná videa podobným jako točí Filip.

Pod účtem *charlien_art* se skrývá Lenka Brázdilová, mladá česká umělkyně, která se svým stylem odlišuje od ostatních. Více se věnuje digitálnímu umění⁵³, fan artu, různým ilustracím, ale i klasickým obrazům.

Toto byl jen malý výběr týkající se představení českých umělců na Instagramu. Svě zastoupení tu mají i klasičtí čeští umělci, jako Lubomír Typlt⁵⁴ se svými čtyřmi tisíci sledujícími.

⁴⁸ Profil uživatele ellien_ka. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z: https://www.instagram.com/ellien_ka/

⁴⁹ Profil uživatele charlien_art. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z: https://www.instagram.com/charlien_art/

⁵⁰ Viz obrázek 1.

⁵¹ Viz obrázek 4.

⁵² Viz obrázek 3.

⁵³ Viz obrázek 2.

⁵⁴ Profil uživatele lubomir_typlt. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z: https://www.instagram.com/lubomir_typlt/



Obrázek 3- Příspěvek na Instagramu od filip.kurka.painter

⁵⁵ KURKA, Filip. Golgota. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CeOgWFAMSbu/>



Obrázek 4- Příspěvek na Instagramu od charlien_art

⁵⁶ BRÁZDILOVÁ, Lenka. Ocean in mind. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Ce6DBCutYmU/>



Obrázek 5- Příspěvek na Instagramu od ellien_ka

⁵⁷ ELLIENKA. The King. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CbNQmWsvaq/>



Obrázek 6 -Příspěvek od filart.cz

⁵⁸ ŠÍCHA, Filip. Ukrytý před světem. In: *Instagram* [online]. 2023 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CpFFgxjARW9/>

2.7 TikTok

TikTok je velice oblíbená sociální síť, v které jsou primárním obsahem krátká videa od miliardy uživatelů. Tato sociální síť je v současné podobě v provozu od roku 2018, vychází svým konceptem z čínského startupu ByteDance vydaného v roce 2016. Od roku 2019 přidala mezi svůj obsah také reklamy. Nejčastějšími uživateli TikToku jsou ženy. Uživatelů mezi 18 a 24 lety je jen 40 %.⁵⁹

Algoritmus TikToku je velice specifický a daleko přesnější než u ostatních platforem. Faktorů, kterými se algoritmus řídí je několik. Kolik má video lajků, komentářů a sdílení, měří se také jestli jste si video opětovně přehráli, jaká písnička hrála na pozadí videa, jaké jsou hashtagy, klíčová slova či do jaké kategorie dané video patří. Pokud se nám nějaké video líbí, logicky ho dokoukáme celé, možná se na něj podíváme víckrát, možná napíšeme komentář a možná budeme video sdílet kamarádovi. TikTok vše zaznamená a pokusí se zobrazit Vám podle něj podobná videa s tím původním, pokud uvidí opět pozitivní odezvu, bude Vám doporučovat tuto kategorií videí stále. TikTok nedoporučuje na hlavní stránku jen videa „sledovanějších a větších“ účtů, virální video s miliony sledujících může vytvořit kdokoliv.⁶⁰

Marketing TikToku

Pod taktovkou TikToku se daří zejména hudebnímu průmyslu. Většina videí má na pozadí hudbu. Výběr hudby se často řídí současnými trendy. Je mnoho hudebníků, kteří se proslavili jen díky existenci TikToku, například Rapper Lil Nas X nebo Olivia Rodrigo.⁶¹ TikTok je v mnoha ohledech stejný jako Instagram Reels. Můžeme tvrdit, že koncept k jejich vzniku byl přejat z TikToku jakmile si společnost Meta uvědomila pravý marketingový potenciál těchto krátkých videí.

⁵⁹ D'SOUZA, Deborah. TikTok: What It Is, How It Works, and Why It's Popular. *Investopedia* [online]. Dotdash Meredith, 7.2.2023 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/what-is-tiktok-4588933>

⁶⁰ ROSULEK, Martin. Jak funguje TikTok algoritmus. *Sítě v hrsti* [online]. 28.3.2022 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: https://sitevhrsti.cz/jak-funguje-tiktok-algoritmus/#Co_je_TikTok_algoritmus

⁶¹ Backstage: jak TikTok ovlivňuje hudební průmysl. *Intergram* [online]. Praha, 2018, 19.10.2022 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: <https://www.intergram.cz/backstage-jak-tiktok-ovlivnuje-hudebni-prumysl/>

Umění a TikTok

TikTok má nepřeborné hodiny obsahu od kreativních jedinců. Lidé točí, jak háčkují, tvoří keramiku, malují nábytek, malují obrazy, tvoří šperky, pletou svetry, tvoří ručně dělané koberce a mnoho dalších kreativních činností. Často jsou tato videa podávána vtipnou formou či s virální muzikou v pozadí. Na YouTube vznikají hodinové sestřihy uměleckých TikToků. Avšak valná většina českých tvůrců považuje účet na TikToku jako druhořadý, hlavní základnou je pro ně Instagram.

Skrze tuto platformu se šíří mnoho uměleckých výzev. V poslední době hodně populární uměleckou výzvou je audio, které Vám říká, co namalovat. Například: „*Oči Vaší postavičky, budou zbarvené dle Vaší oblíbené barvy.*“ Lidé poté zachycují postup své tvorby a následný výsledek na stejné audio, které pak zveřejní. Takže tím, že se lidé zapojí, napomáhají šíření toho uměleckého trendu. Dalším příkladem může být párové malování/ kreslení, kdy si lidé vzájemně po určitém časovém intervalu vyměňují plátna/ čtvrtky a musí pracovat s tím, co dostanou. Někteří lidé naskočili na trend barevných 3D brýlí, nakreslí červenou a modrou pastelkou dva rozdílné náměty na jednu čtvrtku a poté ukazují své dílo pod červeným světlem, modrým světlem a poté nasvětlené běžným světlem.

3 UMĚNÍ NA INTERNETU

V 60. letech se díky umělcům jako Bela Julesz nebo Michael Noll začaly objevovat v galeriích počítačem generované obrazy. V 70. A 80. letech začali umělci využívat novou techniku jako fax, nové technologie videa, kabelovou televizi a také satelit. V roce 1977 byl proveden umělecký plán s názvem *Satellite Arts Project*. Jednalo se o skupinu umělců, z různých míst naší planety, kteří díky NASA mohli vystupovat současně v jednom obraze. Tento plán byl součástí ještě většího projektu Kita Gallowaye a Sherrie Rabinowitz s názvem *Estetický výzkum v telekomunikacích*.⁶² Všechny tyto počiny jsou prekonceptem současného internetového umění.

3.1 Počátky umění na internetu

Internetové umění vzniklo za podmíněnosti technologického vývoje. Internet byl z počátku projektem ministerstva obrany vlády USA, přesto se velmi rychlým tempem rozšířil mezi různé kategorie obyvatel a jednou z nich byli u umělci. V počátcích internetu na vás nevyskakovalo současné umění tak, jako nyní, ale, bylo pohřbeno pod gigabajty informací. Projevy rané net tvorby se nejčastěji vyskytovaly v šesti hlavních formátech: email, webové stránky, grafika, zvuk, video a animace.⁶³

V tom je zásadní rozdíl mezi 90. lety 20. století a 20. lety 21. století., dnes je nám internet upraven k naší libosti a líbivosti, vyhledávání je sofistikované a algoritmus propracovaný. Navíc k tomu musíme přičíst právě sociální sítě, díky nimž můžeme nyní dostat náš výtvor/ dílo/ cokoliv chceme propagovat mezi širokou veřejnost.

3.2 Vývoj internetového umění

Net art využívá internet jako médium a jeho počátky jsou popsány výše. Post internet art je jakékoliv umění, které je ovlivněno internetem a digitálními médii.⁶⁴ Tento umělecký

⁶² GREENE, Rachel. *Internet art*. London: Thames & Hudson, 2004, s. 14–24. World of art. ISBN 0-500-20376-8.

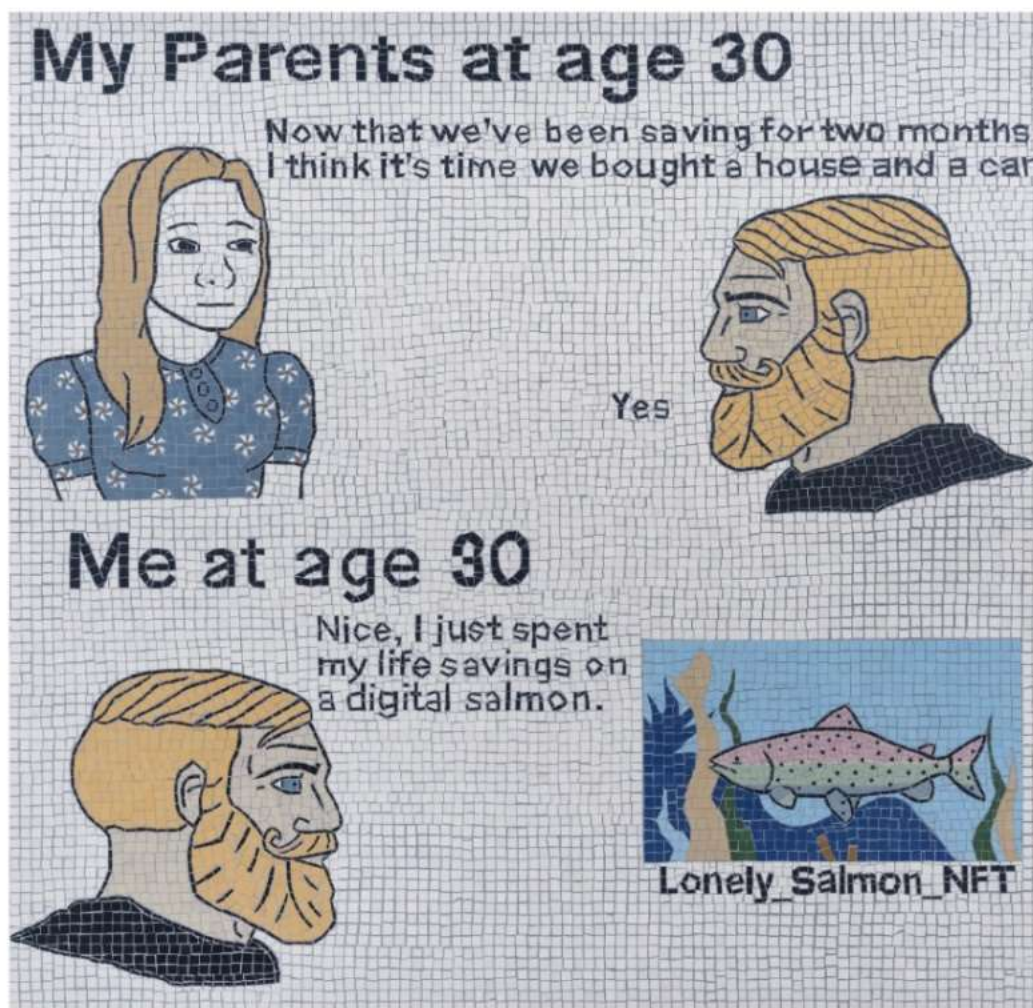
⁶³ Tamtéž, s. 31-34.

⁶⁴ BOOKCHIN, Natalie, MEIXNEROVÁ, Marie, ed. *#mm net art – internetové umění ve virtuálním a fyzickém prostoru prezentace*. Olomouc: Pastiche Filmz, 2014, s. 109–112. PAF. ISBN 978-80-87662-06-9.

směr využívá jak online, tak off-line formáty. Umělci se v post internetovém umění opět vrací do fyzických galerií.⁶⁵

S vývojem času post internet art nahradil net art. Dnes nahrazuje post post-internet art, post internet art. Umělci samotní se od post internet art odtrhávají. Nová tvorba ovšem pořád vychází ze staré, řeší ovšem nové podměty a témata.⁶⁶

67



Obrázek 7- Post post-internet art od Josh Rowell, *Digital Salmon*, 2022

⁶⁵ SELLNEROVÁ, Veronika. *Post post-internet: Mapování vývoje české umělecké scény* [online]. Brno, 2018 [cit. 2023-03-14]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/xhxfe/Sellnerova_DP.pdf. s. 22. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Jana Horáková.

⁶⁶ Tamtéž, s. 23–25.

⁶⁷ ROWELL, Josh. Digital Salmon. In: *Artsy.net* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.artsy.net/artwork/josh-rowell-digital-salmon>

3.3 Art blogy

Některé art blogy si přísně vybírají, které umělce na své stránky umístí. Svou vážností je můžeme srovnávat i se světovými galeriemi. Zachytit vývoj těchto uměleckých blogů je velice náročné, právě proto je rozhovor Lumíra Nykla a Michala Novotného, současného ředitele Sbírký moderního a současného umění na téma *Dokumentace umění online*⁶⁸ tak cenným zdrojem. V této kapitole budu vycházet primárně z tohoto rozhovoru a bude mi jakousi kostrou.

Vvork⁶⁹ by se dal označit za počátek uměleckého blogu. První příspěvky jsou z 2006, poslední je od autorů samotných z roku 2012. Jeho digitální “ostatky” pořád existují. Autoři se v posledním příspěvku loučí a podepisují se jako Aleksandra, Christoph, Georg a Oliver.⁷⁰ Tito umělci se domluvili, že každý den přidají na tento blog něco, co se jim líbí. V umělecké komunitě se stal tento blog velice známý. Rostla jak oblíbenost tvůrců, tak i umělců, které postovali. Contemporary Art Daily⁷¹ v podstatě navazuje na Vvork, ale přidává komercializaci. Blog vznikl v roce 2008 a jak sám prohlašuje, bude zveřejňovat alespoň jednu dokumentaci z výstavy denně. Dostat se na tuto stránku je náročné a galerie platí za to, aby se na stránce ukázalo jejich logo. Dalším příkladem může být Art Viewer.

Tyto blogy sebou nesly i jednu myšlenku. Dokumentace výstavy je důležitější než samotná výstava. Zvláště v dnešní době. Člověk může mít výstavu na kterou přijde 10 lidí během týdne, poté je zrušena a jediné co z ní zbude, bude záznam. Tento záznam může autor zavěsit na internet, ať už na osobní blog nebo sociální síť. A jeho díla se můžou skrz sociální síť stát virálními a fanoušky oslavovanými.

⁶⁸ Lumír Nykl, Michal Novotný – Dokumentace umění online. In: *YouTube* [online]. 13. 10. 2016 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=PXqfnOBljVE>. Kanál uživatele SodaStream TV.

⁶⁹ *Vvork* [online]. 2012 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <http://archive.rhizome.org/artbase/55583/www.vvork.com/index.html>

⁷⁰ Oliver Laric, Christoph Priglinger, Georg Schitzer, Aleksandra Domanovic.

⁷¹ *Contemporary Art Daily* [online]. Los Angeles, 2008 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.contemporaryartdaily.com>

4 PEDAGOGIKA UMĚNÍ V KONTEXTU SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

Předchozí kapitoly byly věnovány teoretickým informacím o sociálních sítích. Sociální sítě a internet se staly součástí našeho každodenního světa. V zájmu digitalizace, ale i pokročilému rytmu naší doby je potřeba začít s integrací těchto sítí do výuky.

Ve výtvarné výchově by edukace o sociálních sítích a jejich možnostech v oboru mohla stát vedle muzejní a galerijní pedagogiky. Přeci jen, internet se stal v určitých formách ekvivalentem muzea či galerie. S přihlédnutím na to, že je dosti pravděpodobné, že žáci se setkají s uměním spíše na oněch sítích než v samotných galeriích.

4.1 Krize dětského výtvarného projevu

Piagetova stádia vývoje myšlenkových operací a vývoj dětského výtvarného projevu, skočíme přes senzomotorické období, poté přes období předoperačního myšlení, až k období konkrétních operací. Naším zájmovým obdobím v didaktice výtvarné výchovy je období formálních operací. Toto období je poslední a z pravidla přichází mezi 11-12 rokem života.⁷²

Právě toto období je přelomové k formování nás jako člověka. Vedlejším důsledkem může být ztráta sebedůvěry, nejistota, nerovnoměrnost vývoje složek dětské osobnosti a mnoho jiných. Toto období má impakt na jejich výtvarný projev. Žáci mají problémy zejména se zobrazením lidské tváře, postavy, zobrazením profilu a zobrazením prostoru. Žák ztrácí radost z tvorby a ztrácí se v pokusech překreslovat realitu.⁷³ Snadno by se to dalo převést na větu: “když se vkus vyvinul rychleji než schopnosti”.

Pokud student tráví větší podíl času na sociálních sítích, může pak jejich vizuální obsah brát za vzor. Tento obsah na sociálních sítích je více, či méně ovlivněn jejich marketingem. Samozřejmě do jisté míry může být motivací ke zkoušení nových technik a stylů. Jedinec zde může čerpat inspiraci z velkého množství volně dostupných materiálů či konkrétních umělců.

⁷² HAZUKOVÁ, Helena a Pavel ŠAMŠULA. *Didaktika výtvarné výchovy I*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2005, s. 54. ISBN 80-7290-237-7.

⁷³ Tamtéž, 2005, s. 61-65.

4.2 Výzkumné šetření

Výzkumná zpráva *České děti v kybersvětě*, která byla realizována za spolupráce 02 Czech Republic a Univerzity Palackého v Olomouci přinesla velice zajímavé informace o českých dětech na internetu. Výzkumný vzorek čítal něco přes 27 tis. respondentů, jejichž průměrný věk byl okolo 13 let, nejmladší účastník měl 7 let, nejstarší 17 let. Věk pro používání sociálních sítí je stanoven na 13 let. Zajímavé bylo ovšem zjištění, že více jak 50% dětí mladších 13 let používá sociální sítě, naopak vzdělávací stránky jako například Wikipedia používá jen něco kolem 30%. Až 75 % respondentů starších 13 let používá sociální sítě, u online encyklopedií se toto číslo pohybuje okolo 39 %. Nejvíce je v naší zemi navštěvováno YouTube, mezi dalšími velice často navštěvované sítě patří Facebook, Facebook Messenger, Instagram, E-mail, Snapchat, TikTok ale i Pinterest. Také přístup k obsahu na těchto sítích je snadný, více jak 50% dětí má v tarifu datový balíček, tudíž mohou být připojeni nepřetržitě. Tento výzkum má obrovský rozsah, zkoumá i na jaký obsah se děti přímo zaměřují, co rády sledují, či co vyhledávají. Nejoblíbenější jsou u nich vtipná videa, různé výzvy či videa zachycující hraní her.⁷⁴

Zpráva ovšem neobsahovala, zde se mezi sledovaným obsahem nachází umění, či zda se s ním děti na internetu vůbec setkávají. Proto jsem v rámci bakalářské práce provedla dotazníkové šetření na XY základních školách. Záměrně jsem zvolila kvantitativní výzkum. *Jedním z hlavních rysů kvantitativního výzkumu je numerické měření specifických aspektů sledovaného jevu.*⁷⁵ Díky tomu získám poměrně přesné údaje o tom, kolik procent žáků využívá skutečně sociální sítě a jestli se na nich setkává s uměním. Může být téma sociálních sítí dostatečně silnou motivační složkou? Toto jsou otázky, které nám objasní žákův vztah k sociálním sítím a potencionální přesah do didaktiky výtvarné výchovy. Níže rozvedu charakteristiku mého výzkumného šetření společně s výstupy.

⁷⁴ KOPECKÝ, Kamil a René SZOTKOWSKI. *České děti v kybersvětě* (výzkumná zpráva) [online]. Olomouc, 2019. [cit. 2022-03-12] Dostupné z: <https://www.ebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/117-ceske-deti-vkybersvete/file>

⁷⁵ SKUTIL, Martin. *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. Praha: Portál, 2011, s. 59. ISBN 978-80-7367-778-7.

Cíl výzkumu a výzkumné otázky

Cílem mého výzkumu bylo zmapovat žákovi dosavadní zkušenosti se sociálními sítěmi i uměním na internetu a prozkoumat, zda již s tímto tématem byl seznámen v rámci výtvarné výchovy. Zároveň výstupy tohoto šetření budou zvlášť popsány v rámci jednotlivých škol, ale i jednotlivých ročníků.

Výzkumné otázky:

Používáš sociální síť ve svém volném čase?

Jaké soc. síť používáš?

Zažil/a jsi ve výtvarné výchově zapojení sociálních sítí/ internetu do výuky? (YouTube, Instagram, TikTok)

Chtěl/a bys využívat sociální síť/internet v hodinách výtvarné výchovy? (např. inspirace TikTokem, YouTube, Facebookem)

Setkáváš se někdy s uměním na internetu či soc. sítích?

Těšil by ses více na výtvarnou výchovu, pokud bys věděl, že zadání úkolu bude mít něco společného se soc. sítěmi či internetem?

Vyplnění dotazníku bylo formou křížkování ANO/ NE, jedna otázka byla otevřená.

Výzkumný vzorek

Datový materiál z fyzického dotazníkového řízení byl nastřádán ze dvou základních škol a jednoho gymnázia v Plzeňském a Karlovarském kraji na přelomu měsíce února a března. Ročníkový rozptyl žáků se pohybuje mezi šestou a devátou třídou ve školním roce 2022/2023. Žáci nebyli tázáni uvést pohlaví ani jméno. Považovala jsem tyto informace za nedůležité.

Jednou ze škol, na které byl průzkum proveden, byla 34. základní škola v Plzni. Celkový počet žáků, kteří se zúčastnili dotazníkového řízení, byl osmdesát jedna. Tento počet zahrnuje dvě šesté třídy, jednu sedmou a jednu devátou.

Dotazníkového řízení se zúčastnila i ZŠ a MŠ Hazlov. Dotazníkového řízení zde vyplnilo čtyřicet sedm žáků. Tento počet zahrnuje tři třídy napříč šestou až osmou třídou.

Další školou, na které byl dotazník rozdán je gymnázium na jih od Plzně. Dotazníkového řízení se zúčastnilo čtyřicet čtyři žáků. Tento počet zahrnuje tři třídy od primy do tercie.

Metody sběru a analýzy dat

Pro účely výzkumu jsem zvolila dotazníkové šetření s kvantitativním výsledkem. Pět otázek bylo dichotomických a jedna otevřená. V otevřené otázce měli žáci šanci napsat seznam využívaných sociálních sítí. Výpočty byly provedeny skrze program Microsoft Excel. V přílohách budou uvedeny výpočty napříč jednotlivými školami, které se nacházejí v jiných částech karlovarského i plzeňského kraje

Interpretace výzkumných výsledků

Z mého dotazníkového řízení vyšlo, že 98 % žáků druhého stupně využívá sociální sítě ve svém volném čase, 66 % zažilo ve výtvarné výchově zapojení sociálních sítí či internetu do výuky, 80 % žáků by chtělo v hodinách výtvarné výchovy využívat sociální sítě či internet a 66 % žáků by se více těšilo na hodiny výtvarné výchovy, pokud by vědělo, že zadání bude mít něco společného se soc. sítěmi či internetem. Důležité je, že 88 % se setkává na soc. sítích či internetu s uměním.⁷⁶

Téma internetu a sociálních sítí se ukázala pro většinu žáků silnou motivační složkou. Někteří učitelé již implementují fenomén sociálních sítí do výuky. Velké procento žáků se také setkává na sítích s uměním, což může potencionálně přispět k prohloubení krize výtvarného projevu, pokud si jí vůbec prošli. Toto umění mohou často brát za vzor. Díky tomuto výzkumu mohu také navrhnout adekvátní pedagogické úkoly do hodiny výtvarné výchovy.

4.3 Tvorbou k poznání sociálních sítí a internetu

Sociální sítě a internet nejsou jen bezpečným místem. Skrývají v sobě mnohé nástrahy, od závislosti po sexuální útočníky. Žáci se díky stále snižujícímu věku uživatele na sociálních sítích mohou dostat do styku s mnohými vlivy, které nejsou vzhledem k jejich

⁷⁶ Viz příloha 1-4.

věku vhodné. Proto považuji za klíčové zapojit sociální sítě a práci s internetem do výtvarné výchovy. Skrze tvorbu můžeme poznávat svět okolo nás. Díky systematické integraci tématu sociálních sítí do výuky (nejen) výtvarné výchovy můžeme vést žáky ke zkultivování jejich digitálních a současně i vizuálních kompetencí v kontextu reflexe vizuálního obsahu sociálních sítí a internetu.

Tato má premisa pouze navazuje na Goodmanovi způsoby světatorby, kdy tvorba je brána jako způsob poznávání. V tomto nám jde přímo na pomoc artefietika, díky které celou situaci okolo tvorby a internetu můžeme reflektovat. Díky reflexi můžeme analyzovat zážitky z tvorby samotné.⁷⁷

Dalším pedagogickým přesahem do světa internetu a sociálních sítí je jejich propojení s historií umění. Johannes Kirschenmann ve svém článku *Um die Ecke denken*, v překladu *Myslet mimo krabici* popisuje, že školy by měly hledat určité symboly v historii umění a následně k nim najít ekvivalenty skrze moderní digitální dobu.⁷⁸ V knize *Pedagogika umění – umění pedagogiky* podotýká že: „Konstrukce identity v naší společnosti jsou značně ovlivněny mediálně konstruovanými obrazy.“⁷⁹

Díky tomu žáci budou v procesu učení vycházet z prostředí které znají, v našem případě skrze média, sociální sítě a internet. Domnívám se, že jejich znalost například videí na YouTube, může v této rovnici sloužit jako prekoncept, který nás připraví na práci s naším konkrétním konceptem. Toto téma má obrovský potenciál.

Oporou pro má tvrzení může být i příspěvek PhDr. Jana Maška v knize *Pozice české výtvarné výchovy v mezinárodním kontextu*, v němž vyzdvihuje interdisciplinární přesah výtvarné výchovy, ale i potřebu rozvíjení digitální gramotnosti a digitální kompetence.⁸⁰ V tomto případě můžeme brát tematiku sociálních sítí a umění jen jako malý fragment daleko většího tématu.

⁷⁷ SLAVÍK, Jan. 2013. Tvorba jako způsob poznávání ve výtvarné výchově. *Kultura, umění a výchova*, 1(1) [cit. 2023-03-17]. ISSN 2336-1824. Dostupné z: <http://www.kuv.upol.cz>

⁷⁸ KIRSCHENMANN, Johannes. 2014. Um die Ecke denken. Ästhetische Bildung als das andere Lernen. *Schulmagazin 5-10*. [cit. 2023-03-17]. Dostupné z: <https://johanneskirschenmann.de/wp-content/uploads/2021/04/AeBildung-1.pdf>

⁷⁹ UHL SKŘIVANOVÁ, Věra. *Pedagogika umění - umění pedagogiky, aneb, Přínos oboru výtvarná výchova ke všeobecnému vzdělávání*. Ústí nad Labem: UJEP, 2014. s. 105. ISBN 978-80-7414-663-3.

⁸⁰ UHL SKŘIVANOVÁ, Věra a Monika PLÍHALOVÁ. *Pozice české výtvarné výchovy v mezinárodním kontextu*. V Plzni: Západočeská univerzita, 2022. s. 208. ISBN 978-80-261-1099-6.

4.4 Tematická řada úkolů inspirovaná sociálními sítěmi

Součástí mé bakalářské práce jsou návrhy výtvarných úkolů pro žáky druhého stupně základních škol a pro střední školy zaměřené uměleckým směrem. Každý z úkolů staví na tématice sociálních sítí, umění na internetu a nových technologiích. Právě inspirační východisko v podobě sociálních sítí a internetu považuji za klíčové. Díky němu můžeme stavět na prekonceptech žáků pramenících ze světa okolo nich. Sociální sítě a umění na internetu nejsou jen inspirační východisko, či prekoncept, můžeme je považovat také za motivační složku pro mnoho žáků.

Jak již vychází z dotazníkového řízení, které jsme provedli, téměř všichni žáci druhého stupně využívají sociální sítě. Studenti se setkávají s uměním poměrně často na internetu. Ve většině případů by si propojení výtvarné výchovy se sociálními sítěmi či internetem sami přáli, a dokonce se na výtvarnou výchovu více těšili.

Výtvarný úkol č. 1: Umělá inteligence

Námět	Umělá inteligence
Cílová skupina	9. třída ZŠ
Časová dotace	90 min
Pomůcky	PC s přístupem na internet, (Google překladač), DALL-E UI
Hlavní inspirační východiska	Psychický automatismus vypůjčený ze surrealismu. Obsah na sociálních sítích. Autorství.
Učivo	Nové technologie, humor a odlehčení, komunikace, dialog, seznámení se s uměleckou tvorbou skrz umělou inteligenci, volný myšlenkový proud, morální dilema: NFT x umělá inteligence, psychický automatismus.
Formulace zadání výtvarného úkolu	<ol style="list-style-type: none">1. <i>“Vezmi si k ruce kus papíru a napiš minimálně 5 slovy nějaký fantazijní výjev. Zkus napsat první věc co tě napadne bez většího přemýšlení. Například: „zakrslá zelená žirafa sedící na modré pomorce ve vesmíru.“</i>2. <i>“Zkus tento text přeložit do angličtiny, pokud s tím budeš mít problém, použij Google překladač. Do vyhledávače</i>

	<p><i>napiš DALL-E. Otevři si požadovanou webovou stránku a tebou vytvořený text vlož do jejich generátoru.”</i></p> <p>3. <i>“Nyní když víš, na jakém principu generátor funguje, zkus vytvořit ještě dva podobné texty a upustit uzdu své fantazie.” Poté vyber dva obrázky, které UI stvořila a tobě se nejvíc zamlouvají.”</i></p>
Kritéria hodnocení	<ol style="list-style-type: none"> 1. Žák je schopen vytvořit zadání pro umělou inteligenci za pomoci psychického automatismu. 2. Žák se zapojí a přispěje svým názorem do diskuze.
Transfer – přesahy výtvarného úkolu	Historie umění – surrealismus, angličtina, svět okolo nás, otázka autorství.

Očekávané výstupy RVP ZV pro 2.stupeň jsou konkretizovány a podrobněji rozepsány v následující tabulce.⁸¹

Cíle dle RVP a jejich konkretizace	
<i>Žák vybírá, vytváří a pojmenovává prvky vizuálně obrazných vyjádření a jejich vztahů; uplatňuje je pro vyjádření vlastních zkušeností, vjemů, představ a poznatků;</i>	Žák napíše kreativní zadání pro umělou inteligenci pomocí psychického automatismu.

⁸¹ *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání* [online], 2021. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladnivzdelavani/ucebni-dokumenty>.

<i>variuje různé prvky a jejich vztahy pro získání osobitých výsledků.</i>	
<i>Žák zaznamenává vizuální zkušenost, i zkušenosti získané ostatními smysly, zaznamenává podněty z představ a fantazie.</i>	Žák převede své představy skrze umělou inteligenci na obrazové vyjádření.
<i>Žák ověřuje komunikační účinky vybraných, upravených či samostatně vytvořených vizuálně obrazných vyjádření.</i>	Žák zhodnotí, zda jím vytvořené zadání odpovídá vizuálnímu výstupu.

Inspirační východiska^{82 83 84}

Jak již bylo rozebráno výše v mé práci, velká část studentů má profily na sociálních sítích. Jelikož je v současné době umělá inteligence velmi skloňované téma, je dosti pravděpodobné, že se s ním dostanou do styku.

Umělá inteligence se přesunula z technických laboratoří mezi širokou společnost a nese s sebou mnoho eticko-filozofických otázek, včetně otázky autorství obrazu. Autorství je zajímavé téma, zejména v kontextu NFT. NFT je druh kryptoměny. Vlastníte token, který zastupuje nějaký unikátní objekt, nejčastěji digitální umělecké dílo vydané v nějaké limitované sérii/edici. Kupující se poté stává jediným majitelem digitálního uměleckého díla.⁸⁵ A zde krystalizuje Náš kontrast mezi NFT a díly vytvořenými UI. UI může produkovat podobné tokeny, jako se prodávají skrz NFT. Ale mohou se tato díla zpeněžit? Odpověď na tuto otázku nám poskytla fotografie opice. V roce 2011 fotograf David Slater zachycoval krásy přírody v Indonésii, když mu jedna z opic vzala fotoaparát a udělala si

⁸² Why AI art is so controversial. In: *YouTube* [online]. 04. 01. 2023 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=47USKNRqHUQ&list=LL&index=18>. Kanál uživatele Cleo Abram.

⁸³ A Monkey is Ruining AI Art. In: *YouTube* [online]. 23. 12. 2022 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=jEtIBznkmiE&list=LL&index=16>. Kanál uživatele UFD Tech.

⁸⁴ AI COLLABS With Another AI. In: *YouTube* [online]. 7. 12. 2022 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=qBL3-D4UiZg&list=LL&index=28>. Kanál uživatele Pictelate.

⁸⁵ Jak funguje nákup NFT? Postup krok za krokem. In: *YouTube* [online]. 7. 8. 2021 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=CryOSWwexao>. Kanál uživatele Petr Mára.

s ním selfie. PETA⁸⁶ se poté soudila o práva na tuto fotografii. Soud nakonec určil, že autorem nemůže být opice, protože není osoba. A podobně je to i s UI, která sice plní zadání napsané osobou (či textovou UI), ale vypůjčuje si k tomu vizuální obsah z databází.⁸⁷

Dall-e je webová stránka, která Vám po registraci umožní její volné použití. Stačí do textového pole zadat libovolné pokyny. Umělá inteligence Vám následně vygeneruje čtyři obrazové interpretace Vašeho zadání. Jelikož Dall-e vygeneruje jakékoliv zadání, může to být zábavný způsob, jak si vyzkoušet psychický automatismus, jednu ze základních složek surrealismu.

⁸⁶ Nezisková organizace bojující za práva zvířat.

⁸⁷ HROCH, Jaroslav. Makak autorem? Autorské právo ve světle tzv. opičí selfie. *Právo 21* [online]. 12. 12. 2017 [cit. 2023-03-05]. ISSN 2570-8813. Dostupné z: <https://pravo21.cz/pravo/makak-autorem-autorske-pravo-ve-svetle-tzv-opici-selfie>

Průběh výuky:

3) Motivace

Motivace vychází z nových, zajímavých technologiích, s kterými se mohli žáci setkat na sociálních sítích. Hned v úvodu hodiny si pustíme několik krátkých videí, kde je v několika sekundách zobrazena práce s umělou inteligencí. Pedagog poté představí aplikaci, v které se bude po zbytek hodiny pracovat, demonstruje jak DALL-E funguje a dotáže se zúčastněných, jestli se již setkali s umělou inteligencí, či jaké na ní mají názory.

Žáci poté musí vymyslet vlastní zadání pro UI. Fantasmagorické zadání zde může sloužit jako humorná – motivační složka a navíc, je to dobrá možnost zopakovat si principy surrealismu.⁸⁸ Na konec bude žákům ukázána fotografie opice s otázkou: *“Tato opice si vyfotila selfie, myslíte že je nyní majitelem fotografie?”* Bude následovat regulovaná debata o autorství umělé inteligence x opice, může nahradit UI umělce?

2) Realizace výtvarného úkolu

1. zadání pro UI – záznam psychického automatismu žáka.
2. vlastní zpracování výtvarného úkolu za pomoci UI.
3. debata o autorství skrz UI.

(Zadání tohoto úkolu může být různě alternováno. Může se zaměřit více na teoretická východiska surrealismu. Či můžeme jít více do výtvarné roviny – žáci mohou vymyslet fantazijní zadání pro UI, ale napřed ho musí sami ztvárnit a poté porovnat s výsledkem UI)

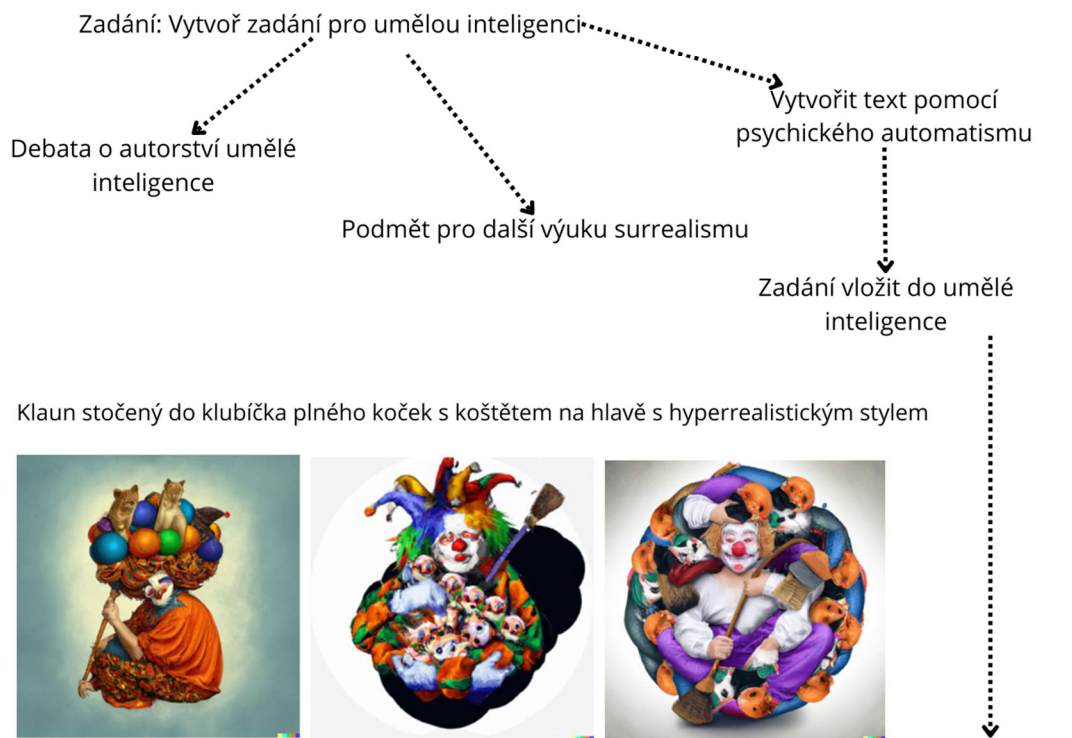
3) Reflexe

1. *Setkal/a jsi se někdy s umělou inteligencí na sociálních sítích?*
2. *Jaký máš názor na umělou inteligenci?*
3. *Myslíte, že umělá inteligence nahradí skutečné umělce?*

⁸⁸ Za předpokladu, že se žáci se surrealismem již setkali. Opačně se tato hodina místo debaty o autorství, může přeorientovat na debatu o principech surrealismu.

Schéma 1-Myšlenková mapa k prvnímu úkolu

Umělá inteligence - výtvarný úkol č. 1, myšlenková mapa



Kůň jedoucí pozpátku na jednokolce v surrealistickém stylu



Vytvořeno pomocí aplikace DALL-E

Reflexe

1. Setkal/a jsi se někdy s umělou inteligencí na sociálních sítích?
2. Jaký máš názor na umělou inteligenci?
3. Myslíte, že umělá inteligence nahradí skutečné umělce?

Výtvarný úkol č. 2: Meme

Námět	Meme
Cílová skupina	8. třída ZŠ
Časová dotace	90 min
Pomůcky	<p>PC s přístupem na internet, grafický program na sloučení obrazu s textem (postačí program Malování v základní nabídce Windows)</p> <p>Ideálně encyklopedie umění (pro získání základního přehledu o směru, autorech, dílech), či weby galerií, kde je možné shlédnout obsah zdarma. Pro starší umění je ideální stránka Kunsthistorisches Museum Wien.</p>
Hlavní inspirační východiska	Humor předaný skrz umění. Meme. ⁸⁹ . Asociace mezi uměleckými díly a životními situacemi. Tvorba Barryho Kitea.
Učivo	Možnosti koláže, komiks, elektronický obraz, práce s textem, vyjádření vlastních zkušeností, sebereflexe, reflexe života, humor a odlehčení, elektronická média, seznámení se s uměleckou tvorbou napříč různé styly a doby.

⁸⁹ Něco jako komiks o jednou políčku, který snoubí obrazový záznam a text.

Formulace zadání výtvarného úkolu	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>“Vytvoř internetový mem. Každý z Vás si nyní vylosuje umělecký směr, z kterého budete vycházet při hledání správného obrazu. K orientaci v zadaném uměleckém směru můžete použít knihy co jsem Vám přinesla, či internet. Pokud máte jako zadání baroko, renesanci či gotiku, doporučuji navštívit stránky Kunsthistorického muzea ve Vídni.”</i> 2. <i>“Až si vybereš obraz, který si ti líbí a chtěl bys s ním dál pracovat, pořádně se na něj zaměř. Humorné situace pramení z reálného života. Použij asociace. Pokud je osoba na obraze překvapená = možná se bojí písmenky. Pokud je osoba na obraze unavená = může být znuděná z přednášky.”</i>
Kritéria hodnocení	<ol style="list-style-type: none"> 1. Žák si vybere odpovídající umělecké dílo z předem daného uměleckého směru. 2. Žák je schopen vytvořit z odpovídajícího díla internetový mem a vysvětlit podstatu vtípu.
Transfer – přesahy výtvarného úkolu	Dějiny umění.

Očekávané výstupy RVP ZV pro 2.stupeň jsou konkretizovány a podrobněji rozepsány v následující tabulce.⁹⁰

⁹⁰ *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání* [online], 2021. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladnivzdelavani/ucebni-dokumenty>.

Cíle dle RVP a jejich konkretizace	
<i>Žák vybírá, vytváří a pojmenovává prvky vizuálně obrazných vyjádření a jejich vztahů; uplatňuje je pro vyjádření vlastních zkušeností, vjemů, představ a poznatků; variuje různé prvky a jejich vztahy pro získání osobitých výsledků.</i>	Žák si dle svých preferencí vybere umělecké dílo ze zadaného uměleckého směru, v kterém vidí asociaci mezi uměleckým dílem a jeho zkušenostmi, které poté vytvoří humornou zápletku.
<i>Žák zachycuje jevy a procesy v proměnách a vztazích; k tvorbě užívá některé metody uplatňované v současném výtvarném umění a digitálních médiích – počítačová grafika, fotografie, video, animace.</i>	Žák ve své tvorbě zdůrazní vztah mezi obrazem a jeho humornou složkou. Ke své tvorbě bude využívat internet a počítačové programy na úpravu obrazových souborů.
<i>Žák rozliší působení vizuálně obrazného vyjádření v rovině smyslového účinku, v rovině subjektivního účinku.</i>	Žák skrze tvorbu předává své subjektivní uchopení humoru na základě jeho osobnosti.
<i>Žák interpretuje umělecká vizuálně obrazná vyjádření současnosti i minulosti; vychází při tom ze svých znalostí historických souvislostí i z osobních zkušeností a prožitků.</i>	Žák spojí klasické umělecké dílo s internetovými vizuálními formami humoru na základě svých zkušeností.

Inspirační východiska

Na sociálních sítích se můžeme setkat s různým obsahem. Jednou kategorií, která mě doopravdy fascinuje jsou vizuální formy humoru, konkrétně *meme*. Mem má blízko koláži či komiksu. Většinou se jedná o vizuální obraz doplněn o text, který podtrhuje poselství díla. Na sociálních sítích jsou celé stránky dedikované memům, zejména těm, které souvisí

s uměním. Na Facebooku a Instagramu působí účet jménem *Classical Art Memes*⁹¹. Populární je toto téma také na Redditu.⁹²

Každému žákovi bude přidělen/ sám si vybere určitý umělecký směr – surrealismus, impresionismus, expresionismus, baroko, renesance, gotika, fauvismus, symbolismus, secese, futurismus, kubismus, suprematismus, dadaismus, nová věcnost, pop art, op art, land art, arte povera apod., každý ze směrů se může pouze dvakrát opakovat. Žáci si mohou svévolně a humorně seznámit s nejrůznějšími uměleckými směry.

Client in 1600: "Are you sure? You can paint a cat?" Artist: "Of course!"



Obrázek 8- Internetový mem s kočkou⁹³

Tento internetový mem staví na obraze z konce 19.století od Pierra Bonnarda- *The White Cat*. Autor memu viděl v disproporčnosti zvířete inspirační východisko, z čehož se poté zrodil tento vtíp.

Co se humorných námětů týče, nejčastěji můžeme čerpat z každodennosti, popkultury, zvířat, umění, politiky či historie atd. Humorný základ tohoto úkolu je velice

⁹¹ Classical Art Memes. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/classicalartmemes>

⁹² Artmemes. In: *Reddit* [online]. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.reddit.com/r/artmemes/>

⁹³ Client in 1600: "Are you sure? You can paint a cat?" Artist: "Of course!." In: *Ifunny* [online]. 2019 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://ifunny.co/picture/client-in-1600-are-you-sure-you-can-paint-a-QRmqWVqz6?s=cl>

důležitý. Humor stmeluje kolektiv, bourá komunikační zeď mezi učitelem a žákem. Zvyšuje komunikativnost studentů a žáci si lépe zvnitřní probírané učivo. Humor má také dobrý vliv na pozornost. V našem případě se bude jednat o sondu mezi umělecké směry, které si díky výtvarnému úkolu zvnitřní. ⁹⁴

Inspiraci si v tomto případě nemusíme nutně brát jen z anonymních internetových memů. Tvorba Barryho Kitea staví na práci s klasickými uměleckými díly. Tyto díla ovšem neumísťuje do memu a nepřidává text, nýbrž z nich vytváří koláže.

Průběh výuky:

3) Motivace

Na počátku hodiny je žákům představeno pomocí powerpointové prezentace několik věkově vhodných memů, na nichž bude možnost si vysvětlit základní principy. Memy se vyskytují v běžné vizuální kultuře na sociálních sítích. Nesmíme zapomínat na humorný podtext celého úkoly, který může žáky motivovat a ozvláštnit výuku. Cílem je rozproudit debatu, v čem tkví vtip daného memu. Toto nám položí základ na budoucí myšlenkové asociace při tvorbě jejich vlastního díla.

2) Realizace výtvarného úkolu

1. Výběr obrazového materiálu se širším výzkumem o zadaném uměleckém proudu.
2. Zamyšlení se nad pointou vtipu.
3. Obohacení obrazového materiálu o text
4. Vysvětlení pointy vtipu v jejich memu

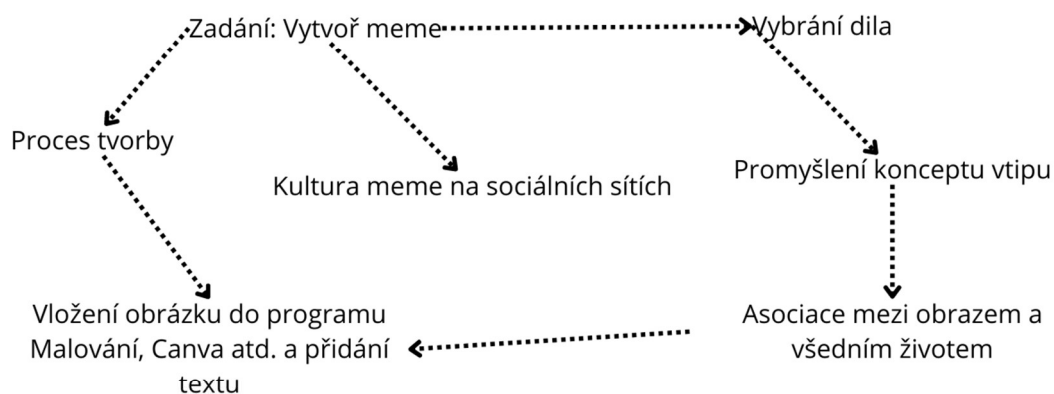
3) Reflexe

1. *Setkal jsi se někdy s meme na sociálních sítích?*
2. *Z čeho tkví vtipnost těchto memů.*
3. *Co jsi se dozvěděl v průběhu tvorby meme o daném uměleckém proudu, co jsi si vylosoval?*
4. *Kdo je původním autorem obrazu, co jsi si vybral, jaký je název díla?*

⁹⁴ Plíhalová, Monika. 2022. Možnosti uplatnění vizuálního humoru ve výtvarné výchově. *Kultura, umění a výchova*, 10(1) [cit. 2023-02-28]. ISSN 2336-1824. Dostupné z: <http://www.kuv.upol.cz>

5. *Víš, co stojí za námětem na tvém vybraném obrazu?*
6. *Pamatuješ si i na jiné autory?*
7. *Jaký mem tvých spolužáků se ti líbil nejvíce a proč?*

Meme - výtvarný úkol č. 2, myšlenková mapa



**JAK SE CÍTÍM NA VÝTVARCE, KDYŽ
UČITELKA CHCE, ABYCHOM KRESLILI
ZÁTIŠÍ**



OBRAZ OD: "The Experts" — Alexandre-Gabriel Decamps, 1837

Reflexe

1. Setkal jsi se někdy s meme na sociálních sítích?
2. V čem tkí vtipnost těchto memů.
3. Co jsi se dozvěděl v průběhu tvorby meme o daném uměleckém proudu, co jsi si vylosoval?
4. Kdo je původním autorem obrazu, co jsi si vybral, jaký je název díla?
5. Víš, co stojí za námětem na tvém vybraném obraze?
6. Pamatuješ si i na jiné autory?
7. Jaký mem tvých spolužáků se ti líbil nejvíce a proč?

Výtvarný úkol č. 3: Profil z profilu

Námět	Profil z profilu
Cílová skupina	8. třída ZŠ
Časová dotace	90 min
Pomůcky	Čtvrťka o formátu A3. Záleží na žákovi, jakou formu preferuje: vodovky, barevné papíry, fixy, vytištěné obrázky, výstřižky z časopisů či novin, pastelky.
Hlavní inspirační východiska	Sociální sítě, profil, vlastní já.
Učivo	Osobnost žáka jako inspirační východisko, koláž.
Formulace zadání výtvarného úkolu	<ol style="list-style-type: none">1. <i>„Vezmi si k ruce čtvrťku o velikosti A3, ta bude základna pro tvůj profil, čtvrťku můžeš ponechat bílou či vymyslet pozadí.“</i>2. <i>„Nyní si na celou čtvrťku předkresli obrys své hlavy z profilu, pouze v linkách.“</i>3. <i>„Tyto linky vyplň koláží z věcí, co máš rád, nebo které tě reprezentují.“</i>

Kritéria hodnocení	<ol style="list-style-type: none"> 1. Žák dokáže zformulovat esenci své podstaty a převést ji na papír. 2. Žák porovná, co sdílí/potencionálně by mohl sdílet na sociálních sítích, s tím, co sdělil pomocí své tvorby.
Transfer – přesahy výtvarného úkolu	Osobnost člověka, sebeuvědomění.

Očekávané výstupy RVP ZV pro 2.stupeň jsou konkretizovány a podrobněji rozepsány v následující tabulce.⁹⁵

Cíle dle RVP a jejich konkretizace	
<i>Žák vybírá, vytváří a pojmenovává prvky vizuálně obrazných vyjádření a jejich vztahů; uplatňuje je pro vyjádření vlastních zkušeností, vjemů, představ a poznatků; variuje různé prvky a jejich vztahy pro získání osobitých výsledků.</i>	Žák na základě vlastní osobnosti a zkušeností vytvoří obrazové vyjádření svého já pomocí kombinované techniky.
<i>Žák zaznamenává vizuální zkušenost, i zkušenosti získané ostatními smysly, zaznamenává podněty z představ a fantazie.</i>	Žák zanes do svého obrazového vyjádření všechny komponenty, které patří k jeho “Já” tzn. i představy, fantazie, sny.

⁹⁵ *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání* [online], 2021. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladnivzdelavani/ucebni-dokumenty>.

Žák vybírá, kombinuje a vytváří prostředky pro vlastní osobité vyjádření.

Žák zvolí libovolnou kombinovanou techniku k vyjádření svého “Já”.

Inspirační východiska

Mnoho lidí má dnes profil na sociálních sítích, kde sdílejí věci, co je zajímají, fotografie, názory, vtipy, události a mnoho dalšími se svými přáteli nebo s úplně cizími lidmi. Tím pootevírají část svého já a vytvářejí si vlastní sociální profil. Kliknout na profil člověka neznamena poznat ho. Proto si žáci vytvoří vlastní profil na čtvrtku, kde budou sdílet kdo vlastně jsou. Co mají rádi, co dělají rádi, jaké mají koníčky, jaké věci je dělají šťastné a jaké zas smutné, jaká barva se jim líbí. Vysvětlit, kdo jsem jako osoba. Samozřejmě do míry, která je žákovi komfortní. Mohou se zabývat neutrálními tématy – jako oblíbené barvy, domácí zvířátka či hlubšími, jako například co je naplňuje.

Průběh výuky:

3) Motivace

Na počátku hodiny otevřu svůj profil na Facebooku, kde nemám žádné fotografie, žádné příspěvky a viditelné je jen mé jméno. Žáci poté dostanou otázku: “co byste o mě řekli, podle mého profilu”. Po krátké debatě otevřu profil Našeho prezidenta Petra Pavla a zeptám se jich: “Co byste řekli o panu prezidentovi z jeho profilu”. Prezident je zde schválně zvolen jako veřejná osoba, která má velice neutrální profil na sociálních sítích a nedozvíme se z něj například jeho hudební preference, či jaké zvířátko měl jako malý. Poté se žáků zeptám, zda i oni mají profil na nějaké sociální síti a co tam nejčastěji sdílí. Tímto připravím dobrou půdu pro jejich vlastní profil na čtvrtce.

2) Realizace výtvarného úkolu

1. Předkreslení profilu svého obličeje na formát A3 a jeho následné vyplnění obrázky, výstřížky, malůvkami či jakoukoliv libovolnou technikou.
2. Reflektivní debata nad jejich tvorbou s nádechem digitální edukace.

3) Reflexe

1. *Máš sám profil na sociálních sítích a pokud ano, co na něj přidáváš?*
2. *Co si myslíš, že by nezávislý pozorovatel řekl o tvé osobě na základě tvého profilu na sociálních sítích? X Co si myslíš, že by nezávislý pozorovatel řekl o tvé osobě na základě tvého profilu, co jsi dnes vytvořil?*
3. *Co je podle Vás vhodné sdílet na sítích.*
4. *Co není vhodné sdílet na sítích.*
5. *Myslíte, že lidé na sítích hrají určité “role” a zkrášlují svůj život?*
6. *Zjistil jsi něco nového o svých spolužácích skrz profily, které jsme dnes vytvořili?*

Výtvarný úkol č. 4: Instagramový filtr

Námět	Instagramový filtr
Cílová skupina	SŠ uměleckého zaměření
Časová dotace	135 min
Pomůcky	účet na Instagramu, počítač, program Meta spark studio
Hlavní inspirační východiska	Postupující integrace sociálních sítí do běžného, ale i uměleckého života. Výtvarné možnosti vyjádření se skrz soc. sítě.
Učivo	On-line publikování, digitální kompetence, tvorba filtru na sociální sítě.
Formulace zadání výtvarného úkolu	<ol style="list-style-type: none">1. „Vytvoř filtr na sociálních sítí za pomoci mého krátkého přiloženého návodu. Filtr může být libovolné funkčnosti a tematiky.“2. „Filtr poté nahraj na Instagram a vyzkoušej již nahrané filtry svých spolužáků.“
Kritéria hodnocení	<ol style="list-style-type: none">1. Funkčnost filtru.2. Originalita filtru.3. Publikace filtru na Instagram.
Transfer – přesahy výtvarného úkolu	Kultivace digitálních kompetencí v kontextu on-line publikování.

Očekávané výstupy RVP SOV, se zaměřením na grafický design jsou konkretizovány a podrobněji rozepsány v následující tabulce⁹⁶.

RVP SOV pro Grafický design		
VZDĚLÁVÁNÍ V INFORMAČNÍCH A KOMUNIKAČNÍCH TECHNOLOGIÍCH	<i>Má vytvořeny předpoklady učit se používat nové aplikace, zejména za pomoci manuálu a nápovědy, rozpoznává a využívá analogií ve funkcích a ve způsobu ovládnání různých aplikací.</i>	Studenti budou pracovat s novým programem, jim již známé aplikace skrz, který si můžou vytvořit a zveřejnit jejich filtr. Pracovat budou sami, s mým tutoriálem.
	<i>Vytváří, upravuje a uchovává strukturované textové dokumenty (ovládá typografická pravidla, formátování, práce se šablonami, styly, objekty, hromadnou korespondenci, tvoří tabulky, grafy, makra.</i>	Studenti budou při své práci využívat přednastavenou šablonu.
	<i>Zná základní typy grafických formátů, volí odpovídající programové vybavení pro práci s nimi a na základní úrovni grafiku tvoří a upravuje.</i>	Žák navrhne grafický základ filtru, který ve formátu png vloží do programu Meta Spark Studio.

⁹⁶ *Rámcový vzdělávací program pro obor vzdělání Grafický design* [online]. Praha: VÚP, 2008 [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <http://zpd.nuov.cz/RVP/ML/RVP%208241M05%20Graficky%20design.pdf>

NÁVRHOVÁ A REALIZAČNÍ TVORBA	<i>Samostatně analyzuje zadaný úkol, jasně formuluje výtvarnou myšlenku a obsahovou náplň výtvarného záměru, obhájí zvolené řešení.</i>	Vymyslí si adekvátní grafické provedení svého filtru.
	<i>Využívá všechny dostupné zdroje informací o nových trendech v oboru.</i>	Zná a ví, jak fungují instagramové filtry.

Inspirační východiska

Sociální sítě jsou velmi zajímavou cestou k obživě zejména pro mladé a začínající umělce. Mohou si zde vybudovat velkou diváckou základnu. Propagovat svou tvorbu, nebo je brát jako profesionální vizitku. Proto zejména na středních školách uměleckého zaměření považují za klíčové, kultivaci kompetencí v této oblasti. Například střední umělecká škola v Ostravě má ve svém ŠVP v rámci odborného vzdělávání zakotven předmět *On-line publikování*⁹⁷.

Filtr na Instagramu se může snadno stát virální záležitostí. Žáci díky jeho tvorbě nahlédnou pod pokličku Instagramu jako platformy, pochopí technické prvky tvorby filtru a poté mohou zkoumat statistiky a dosah jejich tvorby. Klíčové pro tento úkol je mít profil na Instagramu. V rámci výuky zde doporučuji vytvořit “školní profil” žáka na této síti, zejména z důvodu oddělení soukromého života s tím školním. Poté se tento profil může stát digitálním portfoliem žákovi tvorby napříč jednotlivými ročníky střední školy.

Po otevření aplikace Instagram stačí přejít obrazovku prstem zprava doleva, okamžitě se nám otevře fotoaparát. Tento fotoaparát se liší od fotoaparátu v našem zařízení různými nastavbami. Pro lepší přehlednost jsem vytvořila popis kamery. Druhů filtrů existuje celá řada – reagující na mrknutí člověka, na pohyb, na specifické gesto, můžou vám

⁹⁷RVP 82-41-M/05 GRAFICKÝ DESIGN– ŠVP Grafika. Ostrava: SUŠ Ostrava, 2021. Dostupné z: https://sus-ostrava.cz/wp-content/uploads/2021/10/SVP_Grafika-2021.pdf

zúžit obličej, změnit barvu vlasů, udělat z vás obrovskou propisku, říct vám jaké umělecké dílo jste a mnoho dalšího, možnosti jsou neomezené.

Jelikož se jedná o střední školu, nebude existovat žádné zadání pro filtr a žáci budou mít svobodnou ruku v tom, jakým směrem se chtějí posunout a co je jim více komfortní.

Průběh výuky:

3) Motivace

Na počátku hodiny jako motivace poslouží, aby si žáci vyzkoušeli pár filtrů od jiných tvůrců. Poté se mohou sami lépe rozhodnout jakým směrem se bude tvorba filtru ubíhat.

2) Realizace výtvarného úkolu

V rámci realizace je na místě popsat postup tvorbu filtru na Instagramu⁹⁸.

1. Žák si vytvoří nový email a poté účet na Instagramu.
2. Půjde na stránku Meta Spark Studia⁹⁹, kde se přihlásí pod svým novým účtem na Instagramu.
3. Stáhne, nainstaluje a spustí si Meta Spark Studio.¹⁰⁰
4. Zde mají několik možností. Pod “*Create New*” mohou vytvořit zcela nový projekt. Pod “*Create With Template*” novou stavět na již přednastaveném filtru. Jelikož se s největší pravděpodobností jedná o první pokus studentů, bude lepší, když využijeme již přednastavenou nabídku, kterou budou brát spíše jako vodící linku.
5. Příklad si ukážeme na filtru s názvem “*Hand Movement*”. Tento filtr je stavěn na detekci rukou a jejich pohybu. Pokud bychom se chtěli detailně podívat na to, proč filtr bude reagovat na ruce, odpověď můžeme najít pod složkou *Assets* – Materiály v levém panelu. Materiály nám předem determinují, kde se bude filtr objevovat, v našem případě na rukou a prostorem mezi oběma dlaněmi.
6. Pod *Materiály* se nacházejí *Textury*. Ty představují fyzickou část filtru. Textury v tomto filtru jsou přednastavené na oblačky na pozici rukou a duhu, která se zobrazuje v prostoru mezi rukama. Pokud klikneme pravým tlačítkem na oblačky, můžeme je nahradit libovolným PNG bez pozadí. V mém případě jsem si vytvořila

⁹⁸ Viz příloha 6.

⁹⁹ Meta Spark. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://sparkar.facebook.com/ar-studio/>

¹⁰⁰ Viz příloha 5.

andílka. Stačí pouze jedna kopie andílka, aplikace si je sama nazrcadlí na obě ruce. To samé provedeme i s duhou, kterou vyměníme za obláčky.

7. Filtr je tímto krokem na světě a funkcí. Funkčnost si můžeme ověřit ihned přes kameru fotoaparátu, nebo můžeme nahrát testovací verzi do aplikace.

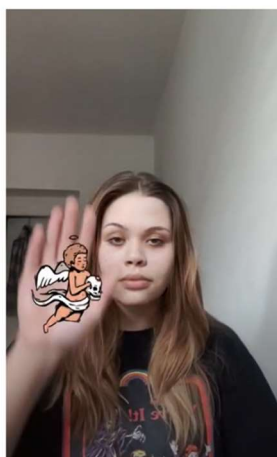
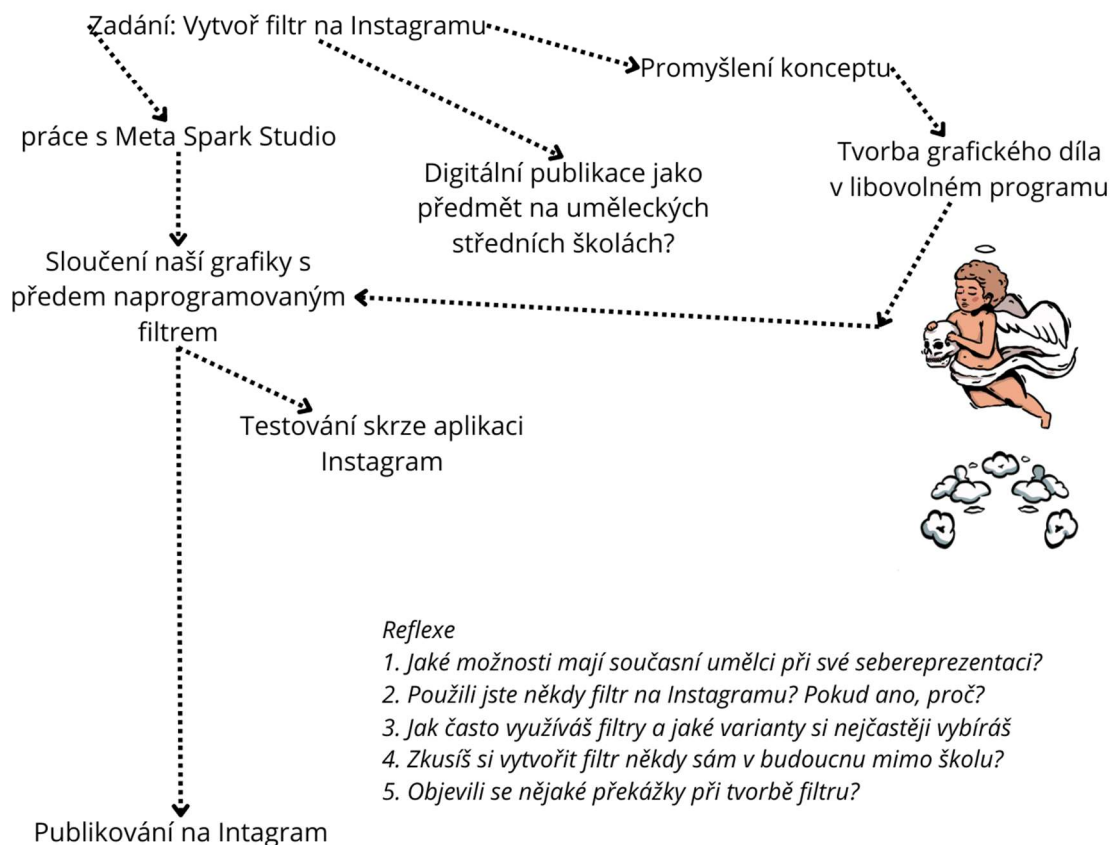
Aplikace kromě mnoha šablon nabízí také velice popisné tutoriály. Pokud si žák věří, může se pustit podle tutoriálu do složitějšího projektu. V opačném případě využijí šablon, do kterých vloží své obrazové soubory. Já tvořila PNG v aplikaci *Procreate*. Ale stačí libovolný obrazový záznam, který poté bude zdigitalizován a převeden na PNG.

3) Reflexe

1. *Jaké možnosti mají současní umělci při své sebereprezentaci?*
2. *Použili jste někdy filtr na Instagramu? Pokud ano, proč?*
3. *Jak často využíváš filtry a jaké varianty si nejčastěji vybíráš*
4. *Zkusíš si vytvořit filtr někdy sám v budoucnu mimo školu?*
5. *Objevili se nějaké překážky při tvorbě filtru?*

Schéma 4- Myšlenková mapa ke čtvrtému úkolu

Instagramový filtr - výtvarný úkol č. 4, myšlenková mapa



5 ZÁVĚR

Ve své práci jsem provedla analýzu sociálních sítí. Rozebírám nejen samotné sociální sítě a s nimi spojená rizika, ale především se zaměřuji na umění, které na sítích potkáváme stále častěji a můžeme jej využít k výuce výtvarné výchovy. Získané poznatky jsem poté implementovala do praktické části práce. Cíl mé práce byl naplněn ve třech částech.

V první části popisuji nejvyužívanější sociální sítě, jejich historii, fungování a nástrahy s nimi spojené. U sociálních sítí byly dále popsány algoritmy generující obsah specifický pro každého uživatele a jeho vliv na marketing a zisk dané sítě. Cílem této části bylo upozornit na potřebu lepší osvěty zejména v nástrahách, ale i fungování těchto platform. Tato část se také zaměřila na platformy, které jsou umělci využívány k šíření jejich tvorby, včetně dvojice nejvíce užívaných, YouTube a Instagramu, kde se nachází v práci popsané čtyři nejsledovanější umělecké profily.

V druhé části práce jsem zmapovala počátky net artu, post internet artu a vysvětlila jejich rozdílnost. Nastínila jsem otázku post internet artu a uvedla i názornou ukázkou, co tento přicházející trend obnáší. V celé kultuře internetového umění jsou velice důležité art blogy. Dají se považovat za ekvivalent umělecké galerie v digitálním světě. Ve své práci popisují počátky tohoto fenoménu a stále aktivní art blogy, které nejčastěji zveřejňují fotografie z výstav, které se fyzicky odehrály kdekoliv ve světě.

Třetí část mé práce propojuje popisovanou tematiku sociálních sítí s výtvarnou pedagogikou. Zabývám se zde krizí výtvarného projevu, kterou může ovlivnit i umění vyskytující se na sociálních sítích. Dále bylo realizováno dotazníkové šetření na dvou základních školách a gymnáziu. Celkový počet respondentů byl 172 napříč třídami druhého stupně. Ze šetření vyplývá, že téměř všichni dotázaní využívají sociální sítě, větší polovina žáků zažila při výuce výtvarné výchovy zapojení internetu či sociálních sítí, více než tři čtvrtě žáků by chtělo využívat sociální sítě či internet v hodinách výtvarné výchovy. Většina žáků se také setkává s uměním na internetu a nadpoloviční většina by se více těšila na hodiny výtvarné výchovy, pokud by byla využita právě témata z internetu či sociálních sítí. Došla jsem k závěru, že je klíčové implementovat internet a sociální sítě i do výuky výtvarné výchovy. Tvorbou můžeme poznávat svět okolo nás a tím se preventivně chránit proti možnému nebezpečí cílajícím na internetu, ale i lépe pochopit mnohá témata.

Na základě těchto úvah jsem vytvořila čtyři výtvarné úkoly, z nichž tři byly směřovány na základní školu, jeden na střední uměleckou školu. Ke každému úkolu jsem vytvořila konkrétní zadání, včetně hodinové dotace, vhodného věku studentů, zdůraznila jsem zejména učivo a inspirační východiska, a to vše jsem navázala na cíle RVP a podpořila myšlenkovými mapami a reflektujícími otázkami na konec výuky. Každý z úkolů je zaměřený na jiné učivo. Zejména úkol pro střední umělecké školy, návrh filtru pro aplikaci Instagram, dává do budoucna podnět, aby se střední umělecké školy zabývaly v rámci svých ŠVP online publikováním.

Do budoucna by bylo zajímavé aplikovat podobné šetření přímo ve školní praxi a vytvořit pro žáky na libovolný předmět sérii animovaných výukových videí po vzoru sociálních sítí, sledující cíle RVP. Forma animovaného videa shrnujícího učivo může být pro žáky mnohem zajímavější a pomůže jim lépe pochopit probíranou látku.

6 RESUMÉ

Práce se zabývá současným světem sociálních sítí a jejich možným propojení s výukou výtvarné výchovy. Jednotlivé sociální sítě jsou stručně představeny na základě jejich počátků, funkcí, marketingu ale i uměleckých možností. Představen je také výběr nejsledovanějších umělců z české výtvarné scény na sociálních sítích. Zvláštní důraz je zde kladen i na vývoj internetového umění od jeho počátků do dnešní doby. Internet a sociální sítě pomalu přebírají úlohu galerií.

V praktické části práce je proveden krátký dotazníkový výzkum, z kterého vyplývá, že sociální sítě mohou být dostatečnou motivací pro žáky a že většina z nich se setkává s uměním na internetu, které může potencionálně prohloubit krizi jejich výtvarného projevu. Proto je vhodné zavést toto téma do hodin výtvarné výchovy, neboť tvorbou totiž poznáváme svět okolo sebe a lépe se v něm budeme moci pohybovat. Na základě této premisy jsem navrhla čtyři výtvarné úkoly inspirované sociálními sítěmi, přesto každý z nich řeší jiné otázky.

SUMMARY

The work deals with the contemporary world of social networks and their possible connection with the teaching of art education. Individual social networks are briefly presented based on their origins, functions, marketing and artistic possibilities. A selection of the most followed artists from the Czech art scene on social networks is also presented. Special emphasis is also placed on the development of internet art from its beginnings to the present day. The Internet and Social Networks are slowly taking over the role of galleries.

In the practical part of the work, a short questionnaire survey is carried out, which shows that social networks can be sufficient motivation for pupils and that most of them encounter art on the internet, which can potentially deepen the crisis of their expressive expression. That is why it is appropriate to introduce this topic into the lessons of art education, because through creation we get to know the world around us and we will be able to move in it better. Based on this premise, I proposed four art tasks inspired by social networks, yet each of them solves different questions.

7 SEZNAM LITERATURY

Bibliografické zdroje

BOOKCHIN, Natalie, MEIXNEROVÁ, Marie, ed. *#mm net art – internetové umění ve virtuálním a fyzickém prostoru prezentace*. Olomouc: Pastiche Filmz, 2014. ISBN 978-80-87662-06-9.

GREENE, Rachel. *Internet art*. London: Thames & Hudson, 2004. World of art. ISBN 0-500-20376-8.

HAZUKOVÁ, Helena a Pavel ŠAMŠULA. *Didaktika výtvarné výchovy I*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2005. ISBN 80-7290-237-7.

LOSEKOOT, Michelle a Eliška VYHNÁNKOVÁ. *Jak na síť: ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích*. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2019. Žádná velká věda. ISBN 9788075550842. Dostupné také z: <https://www.bookport.cz/kniha/jak-na-site-6920/>

SKUTIL, Martin. *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-7367-778-7.

SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.

UHL SKŘIVANOVÁ, Věra a Monika PLÍHALOVÁ. *Pozice české výtvarné výchovy v mezinárodním kontextu*. V Plzni: Západočeská univerzita, 2022. ISBN 978-80-261-1099-6.

UHL SKŘIVANOVÁ, Věra. *Pedagogika umění - umění pedagogiky, aneb, Přínos oboru výtvarná výchova ke všeobecnému vzdělávání*. Ústí nad Labem: UJEP, 2014. ISBN 978-80-7414-663-3.

UŽDIL, Jaromír. *Čáry, klikyháky, paňáci a auta: výtvarný projev a psychický život dítěte*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-599-7.

Elektronické zdroje

A Monkey is Ruining AI Art. In: *YouTube* [online]. 23. 12. 2022 [cit. 2023-03-05].

Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=jEtIBznkmiE&list=LL&index=16>. Kanál uživatele UFD Tech.

AI COLLABS With Another AI. In: *YouTube* [online]. 7. 12. 2022 [cit. 2023-03-05].

Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=qBL3-D4UiZg&list=LL&index=28>. Kanál uživatele Pictelate.

Artmemes. In: *Reddit* [online]. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z:

<https://www.reddit.com/r/artmemes/>

Backstage: jak TikTok ovlivňuje hudební průmysl. *Intergram* [online]. Praha, 2018,

19.10.2022 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: <https://www.intergram.cz/backstage-jak-tiktok-ovlivnuje-hudebni-prumysl/>

BRÁZDILOVÁ, Lenka. Ocean in mind. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21].

Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Ce6DBCuYmU>

BRÜGGER, Niels. A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *First Monday* [online]. 2015 [cit. 2023-02-02]. ISSN 1396-0466.

Dostupné z: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5423>

Classical Art Memes. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z:

<https://www.facebook.com/classicalartmemes>

Client in 1600: "Are you sure? You can paint a cat?" Artist: "Of course!."

In: *Ifunny* [online]. 2019 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://ifunny.co/picture/client-in-1600-are-you-sure-you-can-paint-a-QRmqWVqz6?s=cl>

Company Information, Culture and Principles. *Meta* [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné

z: <https://about.meta.com/company->

[info/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect](https://about.meta.com/company-info/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect)

Company Information, Culture and Principles. *Meta* [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z:

https://about.meta.com/companyinfo/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect

Contemporary Art Daily [online]. Los Angeles, 2008 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z:

<https://www.contemporaryartdaily.com>

Český statistický úřad, 2021. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami* [online]. 23.11.2021. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z:

<https://www.czso.cz/csu/czso/7-socialnisite>

DECAMPS, Alexandre-Gabriel. The Experts. In: *Wikipedia* [online]. 1837 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Experts_%28painting%29

Dokončení obrazu ZAHRADA PŘÁNÍ po 75 HODINÁCH + Prohlídka obrazu. In:

YouTube [online]. 31. 5.2021 [cit. 2023-03-11]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=cm38Nc5g2I0> . Kanál uživatele Nevzdělanci

D'SOUZA, Deborah. TikTok: What It Is, How It Works, and Why It's

Popular. *Investopedia* [online]. Dotdash Meredith, 7.2.2023 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z:

<https://www.investopedia.com/what-is-tiktok-4588933>

ELLIENKA. The King. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z:

<https://www.instagram.com/p/CbNQTmWsvaq/>

Hlavní stránka YouTube. In: *YouTube* [online] Dostupné z: <https://www.youtube.com>

How I gained 50k followers in 3 months on Instagram. In: *Youtube* [online]. 20. 5.2022

[cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=erK8FhVOZ-U>. Kanál

uživatele Sara Tepes

How Pinterest Makes Money. In: *YouTube* [online]. 18. 4. 2019 [cit. 2022-11-04].

Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=N1Gr2DQtpSc&list=LL&index=1&t=51s>. Kanál

uživatele CNBC.

How to Use Instagram Hashtags for Maximum Exposure. In: *Youtube* [online]. 8. 10.2019 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=bgNmS2Pdooc>. Kanál uživatele Social Media Examiner

HROCH, Jaroslav. Dopamin za lajk. Sociální sítě jsou komerční veletrh a roste kvůli nim úzkost i deprese, říká neurolog. *Irozhlás* [online]. Praha: Český rozhlas, 2022, 21.4.2019 [cit. 2022-10-30]. Dostupné z: <https://1url.cz/OrPzk>

HROCH, Jaroslav. Makak autorem? Autorské právo ve světle tzv. opičí selfie. *Právo 21* [online]. 12. 12. 2017 [cit. 2023-03-05]. ISSN 2570-8813. Dostupné z: <https://pravo21.cz/pravo/makak-autorem-autorske-pravo-ve-svetle-tzv-opici-selfie>

Informace o Partnerském programu YouTube a podmínkách vstupu. In: *Google* [online]. [cit. 2022-04-11]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=cs>

Instagram is DYING. Here's why. In: *Youtube* [online]. 21.9.2022 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=yOiQ6y4iCE4>. Kanál uživatele Vanessa Lau

Jak funguje nákup NFT? Postup krok za krokem. In: *YouTube* [online]. 7. 8. 2021 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=CryOSWwexao>. Kanál uživatele Petr Mára.

Kanál uživatele Claina. In: *YouTube* [online]. [cit.2022-12-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/ClainaVideos/videos>

Kanál uživatele DOMI Novak. In: *YouTube* [online]. [cit.2022-12-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/@DOMINovak/videos>

Kanál uživatele EllienKaa. In: *YouTube* [online]. [cit.2022-12-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/@EllienKaa/featur>

Kanál uživatele Nevzdělanci. In: *YouTube* [online]. [cit.2022-12-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/Nevzdělanci/about>

KANG, Xin, Wenyin CHEN a Jian KANG. Art in the Age of Social Media: Interaction Behavior Analysis of Instagram Art Accounts. *Informatics* [online]. 2019, 6(4), 52. ISSN 2227-9709. Dostupné z: doi:10.3390/informatics6040052

KIRSCHENMANN, Johannes. 2014. Um die Ecke denken. Ästhetische Bildung als das andere Lernen. *Schulmagazin 5-10*. [cit. 2023-03-17]. Dostupné z: <https://johanneskirschenmann.de/wp-content/uploads/2021/04/AeBildung-1.pdf>

KLOZOVÁ, Miroslava. „ŠMÍRÁK“ GOOGLE. *Internetem bezpečně* [online]. Karlovy Vary, 12.2.2021 [cit. 2023-03-11]. ISSN 2571-3736. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/8719-2/>

KOPECKÝ, Kamil a René SZOTKOWSKI. *České děti v kybersvětě* (výzkumná zpráva) [online]. Olomouc, 2019. [cit. 2022-12-03] Dostupné z: <https://www.ebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/117-ceske-deti-vkybersvete/file>

KOPŘIVA, Michal. Zuckerberg jim měl ‚ukrást‘ Facebook. Z dvojčat jsou teď díky bitcoinu dolaroví miliardáři. *Lidovky.cz* [online]. Lidovky.cz. 2017 [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/bratri-zurocili-penize-vysouzene-z-zuckerberga-v-bitcoinu-vydelali-miliardu-dolaru.A171205_164348_firmy-trhy_kopp

KURKA, Filip. Golgota. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CeOgWFAMSbu/>

Lumír Nykl, Michal Novotný – Dokumentace umění online. In: *YouTube* [online]. 13. 10. 2016 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=PXqfnOBljVE>. Kanál uživatele SodaStream TV.

Meta Spark. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://sparkar.facebook.com/ar-studio/>

Plíhalová, Monika. 2022. Možnosti uplatnění vizuálního humoru ve výtvarné výchově. *Kultura, umění a výchova*, 10(1) [cit. 2023-02-28]. ISSN 2336-1824. Dostupné z: <http://www.kuv.upol.cz>

PLYMALE, Sam, ed. A Forefather of Social Media: Andrew Weinreich and SixDegrees.com. In: *Wayback Machine* [online]. EMU PRSSA, 26.5.2012 [cit. 2022-10-30]. Dostupné z:

<https://web.archive.org/web/20130818011138/http://emuprssa.com/2012/05/26/a-forefather-of-social-media-andrew-weinreich-and-sixdegrees-com/>

Profil uživatele ellien_ka. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z:

https://www.instagram.com/ellien_ka/

Profil uživatele filart.cz. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z:

<https://www.instagram.com/filart.cz/>

Profil uživatele filip.kurka.painter. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z:

<https://www.instagram.com/filip.kurka.painter/?hl=cs>

Profil uživatele charlien_art. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z:

https://www.instagram.com/charlien_art/

Profil uživatele lubomir_typlt. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z:

https://www.instagram.com/lubomir_typlt/

RADKA, Gottwaldová. Digitální domorodci. *Psychologie dnes* [online]. Praha: Portál, 2015 [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: <https://nakladatelstvi.portal.cz/casopisy/psychologie-dnes/87552/digitalni-domorodci>

Rámcový vzdělávací program pro obor vzdělání Grafický design [online]. Praha: VÚP, 2008 [cit. 2023-02-28]. Dostupné z:

<http://zpd.nuov.cz/RVP/ML/RVP%208241M05%20Graficky%20design.pdf>

Rámcový vzdělávací program pro odborné vzdělávání 82-41-M/05 GRAFICKÝ DESIGN – ŠVP Grafika. Ostrava: SUŠ Ostrava, 2021. Dostupné z: https://sus-ostrava.cz/wp-content/uploads/2021/10/SVP_Grafika-2021.pdf

Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání [online], 2021. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy [cit. 2023-02-28]. Dostupné z:

<https://www.msmt.cz/vzdelavani/zakladnivzdelavani/ucebni-dokumenty>.

- ROSULEK, Martin. Jak funguje TikTok algoritmus. *Sítě v hrsti* [online]. 28.3.2022 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: https://sitevhrsti.cz/jak-funguje-tiktok-algoritmus/#Co_je_TikTok_algoritmus
- ROWELL, Josh. Digital Salmon. In: *Artsy.net* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.artsy.net/artwork/josh-rowell-digital-salmon>
- RUMPF, Hans-Jürgen, et al. Prävalenz der Internetabhängigkeit (PINTA). *Bericht an das Bundesministerium für Gesundheit*, 2011, 31: 12. Dostupné z: https://www.uni-ulm.de/fileadmin/website_uni_ulm/iui.gesfuermit/PINTA_Bericht_Endfassung.pdf
- SANG AH, Kim. Social Media Algorithms: Why You See What You See. *Georgetown Law Technology Review* [online]. HeinOnline, 2017, 2(1), 147-154 [cit. 2023-02-08]. ISSN 168092. Dostupné z: <https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/gltr2&i=145>
- SELLNEROVÁ, Veronika. *Post post-internet: Mapování vývoje české umělecké scény* [online]. Brno, 2018 [cit. 2023-03-14]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/xhxf/Sellnerova_DP.pdf. s. 22. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Jana Horáková.
- SLAVÍK, Jan. 2013. Tvorba jako způsob poznávání ve výtvarné výchově. *Kultura, umění a výchova*, 1(1) [cit. 2023-03-17]. ISSN 2336-1824. Dostupné z: <http://www.kuv.upol.cz>
- Sneženky. In: *Pinterest* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/585116176608719253/>
- SOUKUP, Paul A. *Looking at, through, and with YouTube* [online]. Centre for the Study of Communication and culture, 2014, 3(33), 3-34 [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://scholarcommons.scu.edu/comm/102/>
- SZOTKOWSKI, R. a K. KOPECKÝ. *Netolismus u českých dětí a další palčivé problémy spojené s online prostředím* [online] [cit. 2022-10-33]. Dostupné z: https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2017/odborne_seminare/netolismus.pdf

ŠÍCHA, Filip. Ukrytý před světem. In: *Instagram* [online]. 2023 [cit. 2023-03-21].

Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CpFFgxjARW9/>

ŠRÁMKOVÁ, Karolína. Využití Facebooku při výuce výtvarné výchovy. *Výtvarná výchova* [online]. Praha: Karolinum, 2017, 57(1-2), 99-106 [cit. 2023-03-11]. ISSN 2695-0669. Dostupné z: <https://pages.pedf.cuni.cz/vytvarnavychova/files/2019/12/1-2-2017.pdf>

The Story of Pinterest. In: *YouTube* [online]. 26. 10. 2021 [cit. 2022-04-11]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LafxKSbpyZw>

The Story of Pinterest. In: *YouTube* [online]. 26. 10. 2021 [cit. 2022-11-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LafxKSbpyZw>. Kanál uživatele How It Happened.

TUFEKCI, Zeynep. YouTube, the great radicalizer. *The New York Times*, 2018, 10.3: 2018. Dostupné z: <https://coinse.kaist.ac.kr/assets/files/teaching/cs489/Tufekci.pdf>

V síti [online]. [cit. 2023-03-17]. Dostupné z: <https://vsitifilm.cz>

VLČEK, Jan. Facebook pohltí populární Instagram, zaplatí za něj miliardu dolarů. *IDNES.cz* [online]. MAFRA, 9.4.2012 [cit. 2023-03-12]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: https://www.idnes.cz/technet/internet/facebook-koupil-vyvojarskou-spolecnost-aplikace-instagram.A120409_203409_sw_internet_hro

Vše o Pinterestu. In: *Pinterest* [online]. [cit. 2022-04-11]. Dostupné z: <https://help.pinterest.com/cs/guide/all-about-pinterest>

VWork [online]. 2012 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <http://archive.rhizome.org/artbase/55583/www.vwork.com/index.html>

Vyjádrete se a vydělávejte pomocí krátkých videí na YouTube. In: *YouTube* [online]. [cit. 2023-01-18]. Dostupné z: https://www.youtube.com/intl/cs_ALL/creators/shorts/

Why AI art is so controversial. In: *YouTube* [online]. 04. 01. 2023 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=47USKNRqHUQ&list=LL&index=18>. Kanál uživatele Cleo Abram.

YouTube Shorts. In: *YouTube* [online]. 11. 5. 2021 [cit.4.11.2022]. Dostupné z:
<https://www.youtube.com/watch?v=9EJIH8kxTn8>. Kanál uživatele YouTube Shorts

Začínáme. In: *Instagram* [online]. [cit.2023-03-12]. Dostupné z:
https://business.instagram.com/getting-started?locale=cs_CZ

Zahrada přání. In: *Procesisté* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z:
<https://procesiste.com/product/zahrada-prani-tisk/>

8 SEZNAM VYOBRAZENÍ, TABULEK, SCHÉMAT

Obrázek 1- Příklad šablonovitého zadání, Sněženky 14

Sněženky. In: *Pinterest* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z:

<https://cz.pinterest.com/pin/585116176608719253/>

Obrázek 2 - Nevzdělanci, Zahrada přání 19

Zahrada přání. In: *Procesisté* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z:

<https://procesiste.com/product/zahrada-prani-tisk/>

Obrázek 3- Příspěvek na Instagramu od filip.kurka.painter 24

KURKA, Filip. Golgota. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z:

<https://www.instagram.com/p/CeOgWFAMSbu/>

Obrázek 4- Příspěvek na Instagramu od charlien_art 25

BRÁZDILOVÁ, Lenka. Ocean in mind. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21].

Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/Ce6DBCuYmU/>

Obrázek 5- Příspěvek na Instagramu od ellien_ka 26

ELLIENKA. The King. In: *Instagram* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z:

<https://www.instagram.com/p/CbNQtmWsvaq/>

Obrázek 6 -Příspěvek od filart.cz..... 27

ŠÍCHA, Filip. Ukrytý před světem. In: *Instagram* [online]. 2023 [cit. 2023-03-21]. Dostupné

z: <https://www.instagram.com/p/CpFFgxjARW9/>

Obrázek 7- Post post-internet art od Josh Rowell, Digital Salmon, 2022 31

ROWELL, Josh. Digital Salmon. In: *Artsy.net* [online]. 2022 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z:

<https://www.artsy.net/artwork/josh-rowell-digital-salmon>

Obrázek 8- Internetový mem s kočkou.....	48
Client in 1600: "Are you sure? You can paint a cat?" Artist: "Of course!." In: <i>Ifunny</i> [online]. 2019 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: https://ifunny.co/picture/client-in-1600-are-you-sure-you-can-paint-a-QRmqWVqz6?s=cl	
Tabulka 1- Umělecké kanály na českém YouTube a zaměření jejich tvorby	17
Tabulka 2 -Umělecké účty na českém Instagramu a zaměření jejich tvorby	22
Schéma 1-Myšlenková mapa k prvnímu úkolu	44
Schéma 2- Myšlenková mapa k druhému úkolu	51
Obraz na schématu - DECAMPS, Alexandre-Gabriel. The Experts. In: <i>Wikipedia</i> [online]. 1837 [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Experts_%28painting%29	
Schéma 3 -Myšlenková mapa k třetímu úkolu	56
Schéma 4- Myšlenková mapa ke čtvrtému úkolu.....	62

9 PŘÍLOHY

Příloha 1- Tabulka Procentuálních záznamů výsledků 34. základní školy v Plzni	ii
Příloha 2- Tabulka Procentuálních záznamů výsledků ZŠ a MŠ Hazlov.....	iii
Příloha 3- Tabulka Procentuálních záznamů výsledků gymnázia Blovice	iv
Příloha 4- Tabulka Procentuálních záznamů všech výsledků.....	v
Podrobné výsledky dotazníkového řízení spolu s originály dotazníků budou uloženy u autorky této práce.	
Příloha 5- Screenshot aplikace Meta Spark Studio	vi
Příloha 6- Schéma fotoaparátu v aplikaci Instagram.....	vii
Příloha 7- Video zkoušky filtru	viii

Příloha 1- Tabulka Procentuálních záznamů výsledků 34. základní školy v Plzni

34. základní škola, Plzeň		
Celkový počet studentů	81	
	ANO	NE
Používáš sociální sítě ve svém volném čase?	100 %	0 %
Zažil/a jsi ve výtvarné výchově zapojení sociálních sítí/ internetu do výuky?	80,20 %	19,80 %
Chtěl/a bys využívat sociální sítě/internet v hodinách výtvarné výchovy?	79 %	21 %
Setkáváš se někdy s uměním na internetu či soc. sítích?	84 %	16 %
Těšil/a by ses více na výtvarnou výchovu, pokud bys věděl/a, že zadání úkolu bude mít něco společného se soc. sítěmi či internetem?	67 %	33 %

Příloha 2- Tabulka Procentuálních záznamů výsledků ZŠ a MŠ Hazlov

ZŠ a MŠ Hazlov		
Celkový počet studentů	47	
	ANO	NE
Používáš sociální sítě ve svém volném čase?	98 %	2 %
Zažil/a jsi ve výtvarné výchově zapojení sociálních sítí/ internetu do výuky?	53 %	47 %
Chtěl/a bys využívat sociální sítě/internet v hodinách výtvarné výchovy?	79 %	21 %
Setkáváš se někdy s uměním na internetu či soc. sítích?	91 %	9 %
Těšil/a by ses více na výtvarnou výchovu, pokud bys věděl/a, že zadání úkolu bude mít něco společného se soc. sítěmi či internetem?	68 %	32 %

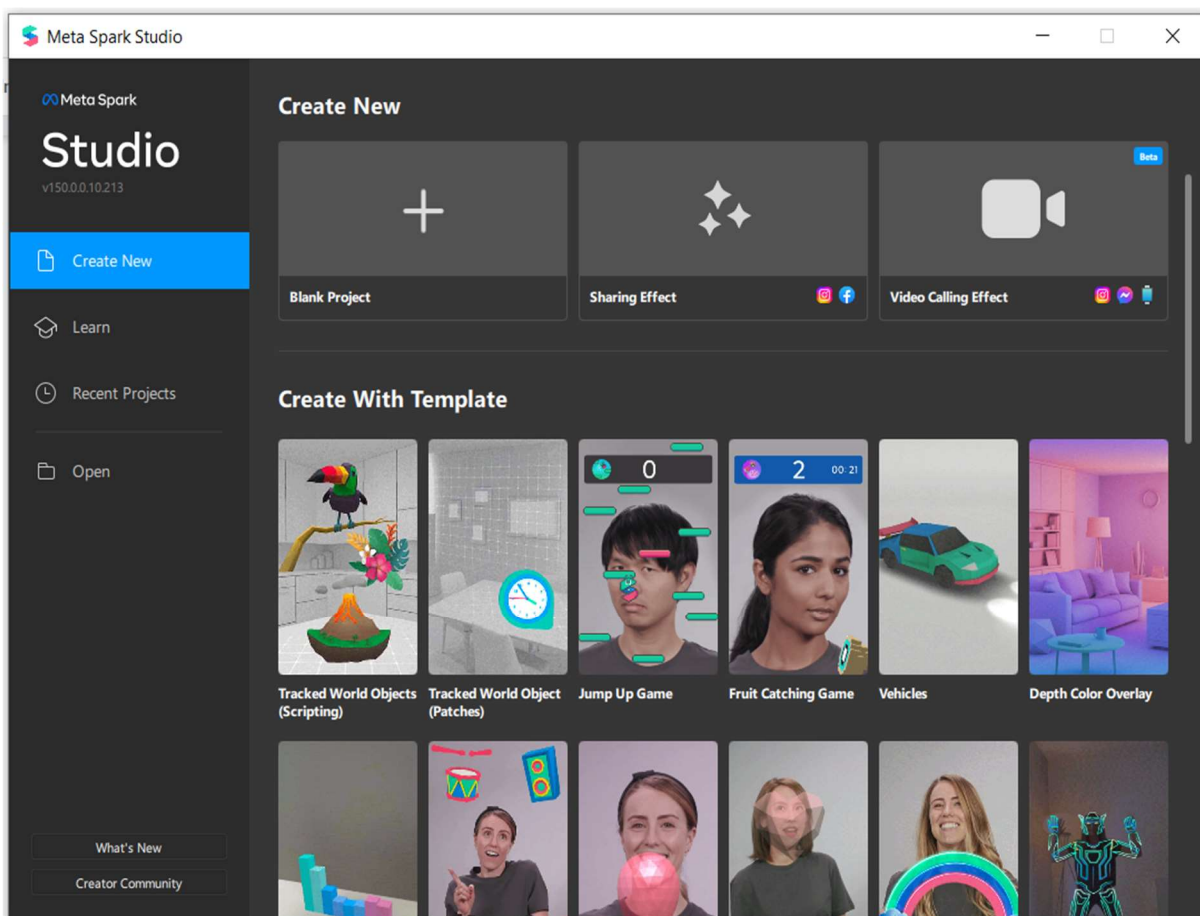
Příloha 3-Tabulka Procentuálních záznamů výsledků gymnázia Blovice

Gymnázium Blovice		
Celkový počet studentů	44	
	ANO	NE
Používáš sociální sítě ve svém volném čase?	95 %	5 %
Zažil/a jsi ve výtvarné výchově zapojení sociálních sítí/ internetu do výuky?	55 %	45 %
Chtěl/a bys využívat sociální sítě/internet v hodinách výtvarné výchovy?	82 %	18 %
Setkáváš se někdy s uměním na internetu či soc. sítích?	93 %	7 %
Těšil/a by ses více na výtvarnou výchovu, pokud bys věděl/a, že zadání úkolu bude mít něco společného se soc. sítěmi či internetem?	61 %	39 %

Příloha 4-Tabulka Procentuálních záznamů všech výsledků

Celkové výsledky		
Celkový počet studentů	172	
	ANO	NE
Používáš sociální sítě ve svém volném čase?	98 %	2 %
Zažil/a jsi ve výtvarné výchově zapojení sociálních sítí/ internetu do výuky?	66 %	34 %
Chtěl/a bys využívat sociální sítě/internet v hodinách výtvarné výchovy?	80 %	20 %
Setkáváš se někdy s uměním na internetu či soc. sítích?	88 %	12 %
Těšil/a by ses více na výtvarnou výchovu, pokud bys věděl/a, že zadání úkolu bude mít něco společného se soc. sítěmi či internetem?	66 %	34 %

Příloha 5- Screenshot aplikace Meta Spark Studio



Příloha 6- Schéma fotoaparátu v aplikaci Instagram



Příloha 7- Video zkoušky filtru