

Anotace:	Aktivita vede žáky ke kritickému nahlížení na popularitu celebrit na Instagramu. Poté, co se seznámí s problematikou falešných účtů na této sociální síti, přemýšlejí o tom, co je pro falešné účty typické. Následně zkoušejí definovaná kritéria aplikovat na profily jejich oblíbených instagramových celebrit.
Vzdělávací oblasti a obsahové vzdělávací okruhy:	ZV a GV: člověk a společnost, informatika a informační a komunikační technologie OV: společenskovední vzdělávání / občanský vzdělávací základ, vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích
Průřezová témata:	ZV a GV: OSV, MV OV: OVDS
Klíčové kompetence:	ZV a GV: komunikativní, sociální a personální, občanské OV: personální a sociální, kompetence využívat prostředky informačních a komunikačních technologií a pracovat s informacemi, občanské kompetence a kulturní povědomí
Doporučený věk:	13+
Cíle:	Žáci: <ul style="list-style-type: none"> ▪ si uvědomují, že část profilů na sociálních sítích je falešná ▪ znají hlavní znaky falešných profilů na Instagramu ▪ kriticky nahlížejí na vnímání popularity na Instagramu
Délka:	45 min. (včetně projekce ukázky)
Pomůcky:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PRACOVNÍ LIST do každé skupiny žáků ▪ psací pomůcky ▪ počítač nebo mobilní zařízení s přístupem k internetu
Postup:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Na začátku hodiny se zeptáme žáků, jestli znají Instagram a zda ho aktivně používají. Pokud někdo odpoví záporně, poprosíme někoho z žáků-aktivních uživatelů, aby fungování Instagramu vysvětlil. Následně se žáků ptáme, proč a k čemu Instagram používají a jestli na něm sledují celebrity. Cílem úvodních otázek je, aby si žáci uvědomili, do jaké míry se jich téma filmu týká. <p>Poznámka: Úvodní evokace by měla být svižná, neměla by zabrat víc než 5 minut, aby zbyl čas na projekci ukázky, jádro aktivity i závěrečnou reflexi.</p>

2. Následuje **projekce ukázky** v čase od 8:00 do 25:18 min.
Poznámka: Ukázku s touto stopáží lze jednoduše spustit na stránce AV lekce kliknutím na „Ukázka“ v boxu aktivity **Falešné profily**.
3. Po projekci provedeme stručnou reflexi pocitů žáků pomocí metody jednoho slova.
Poznámka: Další metody reflexe emocí najdete v informačním textu *Jak na reflexi emocí po filmové projekci*.
4. Zeptáme se žáků, jak lze podle nich poznat falešný profil na Instagramu. Jejich odpovědi zapisujeme na tabuli. Následně společně s nimi vybereme čtyři nejvýraznější znaky, na kterých se třída shodne.
Mezi znaky může zaznít například:
 - žádná profilová fotka;
 - falešně znějící jméno;
 - zkopírovaný nebo nesmyslný text v profilu;
 - vysoký počet sledovaných a nízký počet sledujících;
 - nulová nebo nízká aktivita;
 - nulová nebo nízká odezva na příspěvky uživatele od ostatních (prakticky žádné lajky, komentáře, interakce);
 - mezi sledovanými profily jsou pouze stránky značek nebo celebrit;
 - mezi sledujícími jsou pouze další falešně vypadající profily.
5. Rozdělíme žáky do malých skupin (2–4členných) a rozdáme každé **PRACOVNÍ LIST**. Požádáme je, aby si do hlavičky k jednotlivým sloupcům napsali čtyři znaky falešných profilů, které třída společně identifikovala. Následně žáci vyhledají profil jejich oblíbené celebrity a zkoumají, jestli deset náhodných sledujících této osobnosti (např. každý třetí) naplňuje vybrané znaky falešného profilu.
6. Na konci žáky požádáme, aby spočítali, kolik z deseti analyzovaných profilů je podle nich falešných. Zdůrazníme, že se jedná o jejich odhady, nemůžeme s jistotou říct, zda jsou profily žáky odhadované jako falešné skutečně falešné. Jedná se také o poměrně malý vzorek z celkového počtu sledujících daných celebrit, tudíž nemusí být zcela vypovídající – nebylo by tedy fér říci, že zkoumaná celebrita má na základě tohoto experimentu 40 % falešných sledujících.
7. Následně žáci sdílejí své výsledky s ostatními a komentují, jak postupovali a jaké to pro ně bylo.

Reflexe:

Reflexe probíhá formou diskuse. Ptáme se žáků: *Do jaké míry jsou pro vás počty lajků a sledujících vypovídající? Jaké mohou být motivace, které vedou k tomu, že si někdo kupuje lajky a sledující? Co si o takovém jednání myslíte? Jaký postoj by k problematice falešných účtů měl podle vás zaujmout Instagram?*

Poznámka:

Vzhledem k omezeným možnostem přístupu na Instagram pro mobilní uživatele, kteří nemají na Instagramu účet a mobilní aplikaci, doporučujeme využít spíše počítač, případně mohou žáci pracovat ve skupinkách za použití mobilů těch, kteří účet mají.

#FOLLOWME

PRACOVNÍ LIST

Poznáte, jestli má váš oblíbený instagramový profil falešné sledovatele? Vyzkoušejte to.

Vyberte si profil známé celebrity (světové nebo domácí, ale ideálně co nejslavnější) a najděte si její profil (tip: pokud hledáte na počítači nebo na mobilu bez instagramové aplikace, vyhledejte si účet celebrity na Googlu – dostanete se na něj snáze).

V horní liště vyberte záložku se sledujícími/followers. Náhodně si vyberte deset sledujících daného profilu (např. každý třetí profil) a projděte si profily těchto sledujících. Následně vyplňte tabulku níže. Do horního řádku doplňte znaky, podle kterých falešný profil poznat, na kterých jste se se třídou shodli. U každého profilu zaškrtněte, jestli tento znak naplňuje.

Následně se rozhodněte – je profil sledujícího podle vašeho názoru falešný, nebo ne? Svůj názor napište do posledního sloupce. Na konci sečtěte, kolik falešných profilů se objevilo ve vašem vzorku.

Uživatelské jméno profilu					Konečný verdikt: Je profil falešný?
Celkový počet falešných profilů z deseti vzorků					