

<b>Anotace:</b>	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.
<b>Vzdělávací oblasti a obsahové vzdělávací okruhy:</b>	ZV a GV: člověk a společnost, informatika a informační a komunikační technologie OV: společenskovední vzdělávání / občanský vzdělávací základ, vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích
<b>Průřezová témata:</b>	ZV a GV: OSV, MV OV: OVDS
<b>Klíčové kompetence:</b>	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
<b>Doporučený věk:</b>	<b>13+</b>
<b>Cíle:</b>	Žáci: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ si uvědomují, že část profilů na sociálních sítích je falešná</li> <li>▪ znají hlavní znaky falešných profilů na Instagramu</li> <li>▪ kriticky nahlíží na vnímání popularity na Instagramu</li> </ul>
<b>Délka:</b>	<b>45 min.</b> (včetně projekce části filmu)
<b>Pomůcky:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PRACOVNÍ LIST do každé skupiny žáků</li> <li>▪ psací pomůcky</li> <li>▪ počítač nebo mobilní zařízení s přístupem k internetu</li> </ul>
<b>Postup:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ol> <p><b>Poznámka:</b> 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 části filmu** v čase od 8:00 do 25:18 min.  
**Poznámka:** Část filmu s touto stopáží lze jednoduše spustit na stránce AV lekce kliknutím na „Část filmu“ 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.

## 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					