

# Samfélagsmiðlar og fræga fólkið

Greining á myndbirtingum og auglýsingum á Instagram

## Undirbúningur kennara

1. Nemendur para sig saman til að vinna að verkefninu. Hvert nemendapar þarf að hafa:
  - a. Ritföng og blað til að skrifa á.
  - b. A.m.k eitt snjalltæki með aðgangi að Instagram forritinu
2. Varpið töflu 1 (í fylgiskjali) upp á tjald eða teikna sambærilega töflu upp svo nemendur sjái.

\*\*\*\*\*

## Framkvæmd á greiningu ljósmynda og myndbanda

1. Hvert nemendapar velur að skoða Instagramíðu einhvers frægs einstaklings. Gott ef nemendur velja ekki allir sama einstaklinginn til að fá meiri breidd í umræðurnar.  
Dæmi: Justin Bieber, Kylie Jenner, Ronaldo...
2. Sýnið nemendum töflu 1 og biðjið þau um að flokka 30-40 síðustu færslur einstaklingsins í þá þrjá flokka sem þar koma fyrir (persónulegt, æfing/undirbúningur, atvinna). Nemendur mega flokka fleiri færslur ef þau vilja en flokkunin á ekki að taka lengur en 15 mínútur. Þegar flokkun er lokið skal reikna út hlutfall (%) hvers flokks hjá viðkomandi einstaklingi.

**Dæmi um persónulegt:** Myndir og myndbönd af einstaklingnum með makanum og eða fjölskyldu, sumarleyfismyndir, mynd af gæludýri, út að borða með vinum eða á skemmtistað o.s.frv.

**Dæmi um æfingu/undirbúning:** Myndir og myndbönd af undirbúningi/æfingu í ákveðinni íþrótt eða sýningu, fyrir tónleika o.s.frv.

**Dæmi um atvinnu:** Myndir og myndbönd af einstaklingnum að tala við aðdáendur, úr tónleikaferð, úr keppnum atvinnumanna í íþróttum, rauða dreglinum þegar leikarar eru að kynna myndir o.s.frv.

3. Hugsanlega eru einhverjar færslur sem nemendum finnst ekki passa í neinn flokk. Þá eiga þau að skrá það niður hjá sér á blaðið (lýsing og hvað er að gerast á myndinni eða í myndbandinu).
4. Farið yfir niðurstöðurnar með öllum bekknum og biðjið þörin um að lesa upphátt nafn einstaklingsins og hvaða hlutfall þau fengu út úr greiningunni. Kennari skráir þessar upplýsingar inn í töflu 1 og hópurnar ræðir svo niðurstöðurnar.

## Spurningar til að hafa í huga

- a. Er hægt að sjá eitthvað mynstur í hlutföllum hvers flokks á milli einstaklinga?
- b. eru sömu hlutföllin almennt, sömu hlutföllin eftir því hvað einstaklingurinn starfar við eða bara alls ekki?

## Framkvæmd á greiningu á hugsanlegum auglýsingum á samfélagsmiðlinum

1. Látið nemendur fara aftur yfir sömu færslur og áður en merkja núna við hve oft þau telja að um auglýsingu á vöru eða þjónustu sé að ræða. Nemendur skulu einnig skrá hjá sér hvað þau telja að verið sé að auglýsa með viðkomandi færslu. Gefið um 10-15 mínútur í þennan lið.
2. Bætið við „Auglýsing“ í auða dálkinn aftast í töflu 1, ásamt hlutfallinu frá hverjum hóp.

### Spurningar til að hafa í huga eftir að tölurnar eru komnar inn:

- Finnst nemendum hlutfallið á hugsanlegum auglýsingum hátt eða lágt fyrir mismunandi einstaklinga?
- Hvaða vörur er helst verið að auglýsa samkvæmt greiningunni?
- Sjá nemendur eitthvað mynstur t.d. á milli þeirra sem starfa í sömu atvinnugrein (leikarar, íþróttamenn, söngvarar)?
- Finnst nemendum almennt mikið um auglýsingar á samfélagsmiðlum (Instagram, Snapchat, Facebook...)?
- eru margir nemendur sem leita sérstaklega eftir að fylgja einstaklingum sem eru styrktir í gegnum auglýsingar?
  - i. Ef já, hverjum eru þeir helst að fylgja?
- Telja nemendur sig almennt vita hvenær verið er að auglýsa ákveðna vöru eða þjónustu á samfélagsmiðlum? Er það alltaf hægt?

Tafla 1

<b>Nafn einstaklings</b>	<b>Persónulegt %</b>	<b>Æfingar/undirb. %</b>	<b>Atvinna %</b>	
D: Kylie Jenner	50%	20%	30%	

