



Handbok

# EXPERT PÅ MEDIER

Digital kompetens i läroplanen Lgr 11

Statens medieråd

medialkompass

## HANDBOK

# Expert på medier

## Digital kompetens i läroplanen Lgr 11

### INNEHÅLL:

#### 1. Mediers roll i en demokrati

Betydelsen av tryck- och yttrandefrihet i en demokrati. Eleverna får även lära sig om opinionsskapande, om genus och om normkritik.

#### 2. Källkritik

Att hitta information och bedöma dess relevans. Eleverna får även öva sig att inta en kritisk och reflekterande attityd till information som förmedlas via olika medier.

#### 3. Du är publicist!

Om ansvarsfull medieanvändning, pressetik och ansvaret som kommer med sociala medier. Innehåller värderingsfrågor med etiska ställningstaganden.

#### 4. Testa dig själv – quiz om medier

Frågor om tryck- och yttrandefrihetslagstiftningen i Sverige och om de pressetiska reglerna.

## INLEDNING

I de nya kursplanerna till **läroplanen Lgr 11** har **medier**, i form av information och kommunikation en framskjuten plats. I stället för att vara ett enskilt ämne, genomsyrar det nu en stor del av kursplanerna.

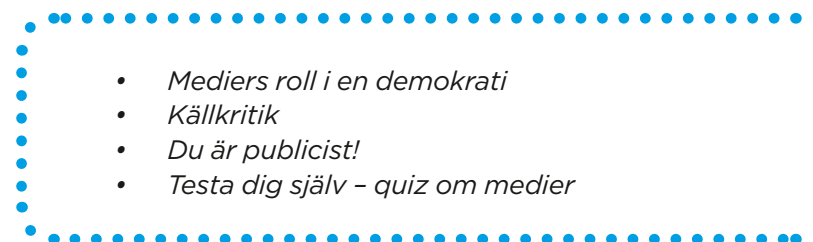
Ett nyckelbegrepp i Lgr 11 är **digital kompetens**. Digital kompetens omfattar kunskaper, färdigheter och förhållningssätt som är nödvändiga för att klara sig i dagens kunskapssamhälle. Hur ser man som lärare till att eleverna utvecklar sin digitala kompetens? Medielandskapet förändras hela tiden i snabb takt. Hur ska man vara säker på att "hänga med" och samtidigt hålla sig till läroplanen?

Den här handboken ger exempel på hur du som lärare ska kunna undervisa om och med medier utifrån den nya kursplanen i **samhällskunskap i årskurs 9** för grundskolan. Vi har arbetat utifrån denna kursplan, men det går självfallet bra att använda övningarna i andra årskurser och ämnen också. Du vet bäst vad som passar dina elever!

Med den här handboken vill vi ge exempel på hur du kan använda medier för att diskutera frågor om allt från **demokrati**, **källkritik** och **yttrandefrihet** till **genus** och **mänskliga rättigheter** – och samtidigt träna elevernas digitala kompetens. Lycka till!

## SÅ ANVÄNDER DU HANDBOKEN

Varje kapitel har flera dimensioner. Gemensamt för alla övningar är att de syftar till att öka elevernas digitala kompetens\*. De lyfter frågeställningar i förhållande till digital kompetens som är särskilt relevanta för samhällskunskapsämnet. Boken är indelad i fyra kapitel med varsitt tema:

- 
- *Mediers roll i en demokrati*
  - *Källkritik*
  - *Du är publicist!*
  - *Testa dig själv – quiz om medier*

Övningarna inom varje tema är fristående. Det betyder att du kan plocka ut en enda övning eller göra alla övningar inom ett helt tema beroende på hur du lägger upp din planering. Du kan till exempel välja att bara göra en övning i kapitlet om källkritik samt det avslutande testet.

\* Fotnot: I slutet av 2006 kom EU-kommissionens rekommendation för livslångt lärande. Bland åtta identifierade nyckelkompetenser finns begreppet digital kompetens. Det blev utgångspunkten för Skolverkets arbete med att ta fram ett underlag för revideringen av både grundskolans och gymnasieskolans kursplaner. Hela EU-kommissionens rekommendation för livslångt lärande hittar du här: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:394:0010:0018:sv:PDF>

## KOPPLING TILL KURSPLANERNA

Alla övningar är kopplade till minst en av kursplanens centrala delar för årskurs 7–9. Vissa övningar är relaterade till flera centrala delar, andra till endast en del. Du kan se vilka delar i kursplanen övningen är kopplad till med hjälp av rubrikerna i början av övningen.

### **Kursplanens centrala delar för årskurs 7–9:**

1. *Individer och gemenskaper*
2. *Information och kommunikation*
3. *Rättigheter och rättsskipning*
4. *Samhällsresurser och fördelning*
5. *Beslutsfattande och politiska idéer*

## KOPIERINGSUNDERLAG

Till en del övningar finns kopieringsunderlag. De finner du dels i boken, men de finns också i ett samlat häfte i A4-format så att du lätt ska kunna kopiera upp det till klassen. Häftet finner du på [www.mediekompass.se](http://www.mediekompass.se).

## 1. Mediers roll i en demokrati

Hur påverkas vi av medier? Hur påverkas vårt samhälle av medier? Vilken roll spelar medier i en demokrati? Aldrig har vi varit så exponerade för och beroende av medier som nu. De kallas för den tredje statsmakten och fyller en viktig funktion i samhället. Medier ger människor sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor. De granskar makthavare och låter olika åsikter komma till tals.

Nuförtiden ligger inte mediemakten enbart hos etablerade medier som dagstidningar utan också hos alla med tillgång till internet. Alla har en möjlighet att påverka, t.ex. genom bloggar och Facebook, kanaler som är tillgängliga även för eleverna. Att reflektera över mediers roll i samhället utvecklar elevernas förmåga att se samhällsfrågor ur olika perspektiv.

I detta kapitel får eleverna utveckla kunskaper om tryck- och yttrandefrihet. De får lära sig om opinionsskapande och hur de själva kan påverka. Kapitlet tar också upp genus och hur medier påverkar och påverkas av samhällsnormerna och hur detta i förlängningen påverkar medborgarna.

## A. PRESSFRIHET I VÄRLDEN

Vad innebär pressfrihet och hur är det ställt med pressfriheten i världen idag? Öka elevernas kunskaper om omvärlden och reflektera kring konsekvenserna av att leva i ett land utan tryck- och yttrandefrihet.

**Du behöver:** tavla/blädderblock samt möjlighet att visa karta via papperskopia, OH eller projektor, kopior av övningsunderlaget.

**Tidsåtgång:** ca 90 min. Du kan minska omfattningen genom att välja ut delar ur upplägget.

**Syfte:** Öka elevernas kunskaper om hur samhället skulle se ut utan fria medier och om hur det står till med pressfriheten sett ur ett globalt perspektiv.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation  
3. Rättigheter och rättsskipning

### Genomförande:

1. Skriv ordet "Pressfrihet" på tavlan och ge eleverna i uppgift att associera fritt kring vad ordet kan innebära. Skriv upp det de säger på tavlan. Skriv till slut upp en sammanfattande definition innan övningen fortsätter.

2. Dela in eleverna i smågrupper eller par och ge dem i uppgift att göra en lista över fem länder som de tror har fri press och fem länder som de tror inte har det. Gör en topp- och bottenlista på tavlan med de länder eleverna kommit fram till och be dem att motivera sina svar.

### 3. DISKUTERA

- Hur hänger pressfrihet samman med demokrati?
- Vad kan det finnas för anledningar till att fängsla journalister?
- Hänger pressfrihet samman med hur rikt ett land är? På vilket sätt?
- Spelar det någon roll vem som äger landets mediekanaler? Varför?

4. Visa en karta över pressfriheten i världen (på papper eller via projektor/OH) – stämmer elevernas svar överens med organisationens kartläggning?

Kartan hittar du här: <http://www.mediekompas.se/images/stories/Dokument/Kopieringsunderlag/Pressfrihetskarta.pdf>

Kartan kommer från organisationen Freedom House som stödjer utvecklingen av frihet runtom i världen. I deras årliga undersökning av pressfriheten i världen bedömdes 2009 16 % av länderna som "fria", 44 % som "delvis fria" och 40 % som "inte fria". Totalt undersöktes 196 länder gällande frågeställningar som: Finns det lagar som skyddar rätten till fri press utan censur från myndigheter? Får journalister arbeta fritt utan att löpa risk att fängslas om de kritiserar regimen? Ågs medierna av staten eller är de fria? Mer information finns på [www.freedomhouse.org](http://www.freedomhouse.org).

5. Eleverna är medborgare i "Förbjudien", ett land där en diktator just tagit makten. En av de första sakerna den nya regenten gör är att upphäva landets tryck- och yttrandefrihet.

Konsekvenserna blir:

- Allt som trycks i tidningar censureras och redaktioner tvingas att ta bort innehåll som är kritiskt mot regimen.
- Journalister som yttrar sig kritiskt mot regimen fängslas och försvinner.
- Alla tv-kanaler ägs av diktatorn som kontrollerar sändningarna.
- Internetsidor som regimen inte gillar är blockerade. 50 % av de sidor som eleverna idag använder går inte att komma åt.
- Det är förbjudet för medborgare att tala med medier.
- Inga handlingar från domstolar, myndigheter eller andra statliga institutioner är offentliga utan allt är hemligt.
- Skolböckerna byts ut och i de nya böckerna skildras diktatorn på ett positivt sätt. Demokrati beskrivs som dåligt och alla svårigheter med ett demokratiskt styre lyfts fram.
- Alla medborgare övervakas när det gäller vilka sidor de surfar på och vilken typ av information de lägger ut i sociala medier. Informationen sparas hos landets säkerhetstjänst.

Låt eleverna i smågrupper:

- Välja ut de tre inskränkningar i tryck- och yttrandefriheten som de tycker är allvarligast för dem personligen. Rangordna dem.
- Välja ut de tre inskränkningar i tryck- och yttrandefriheten som de tycker är allvarligast för samhället i stort. Rangordna dem (kan vara samma som för eleverna personligen om de tycker det).
- Välja ut den inskränkning som skulle vara lättast att leva med.

### **DISKUTERA**

- *Vilken inskränkning var allvarligast för eleverna personligen och för samhället i stort?*
- *Vilken inskränkning ansåg eleverna vara lättast att leva med?*
- *Var det lätt eller svårt att enas om valet?*
- *Vilken typ av samhälle skulle landet "Förbjudien" vara 15 år efter att diktatorn tagit makten? Hur skulle det kännas att leva där?*

## B. WIKILEAKS, YTTRANDEFRIHETEN OCH DEMOKRATIN

Wikileaks är ett exempel på hur makten granskas. Enligt dem själva är organisationens syfte att skapa global rättvisa och värna yttrandefriheten. Diskutera om publiceringen av hemligstämplade dokument är bra eller dåligt för demokratin.

**Du behöver:** lappar med texten "JA", "NEJ", "KANSKE", bild på Julian Assange, kopior av artikeln om Wikileaks samt eventuellt dator med internet-uppkoppling, kanon för projicering och duk (gäller en del av övningen som kan strykas).

**Tidsåtgång:** ca 60 min.

**Syfte:** att synliggöra och diskutera sambandet mellan demokrati och yttrandefrihet samt visa på yttrandefrihetens komplexitet.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation  
3. Rättigheter och rättsskipning

### Genomförande:

1. Visa en bild på Julian Assange och låt dem gissa vem det är. Fråga vad de vet om Assange och Wikileaks.

Här är en bild: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Julian\\_Assange\\_\(Norway,\\_March\\_2010\).jpg?uselang=sv](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Julian_Assange_(Norway,_March_2010).jpg?uselang=sv)

2. Låt eleverna ta reda på mer fakta om Wikileaks, här är förslag på källor:

- <http://www.dn.se/kultur-noje/debatt-essa/skjut-inte-pa-budbararen--wikileaks>
- <http://www.dn.se/nyheter/varlden/historien-om-wikileaks>  
Informera eleverna om att idag är läget förändrat jämfört med när artikeln skrevs gällande avslöjade källor.

- <http://www.youtube.com/watch?v=13qWADMfQnQ>  
Bradley Manning, en 23-årig soldat i USA:s armé misstänks ha läckt en video av dödsskjutningar i Irak. Du kan se videon tillsammans med eleverna men observera att den innehåller väldigt starka bilder. Manning har hållits fängslad i isoleringscell sedan maj 2010.
- Dokumentären "Med läckan som vapen" kan också vara en bra utgångspunkt: [http://svtplay.se/v/2258261/dokument\\_inifran/wikileaks\\_-\\_med\\_lackan\\_som\\_vapen](http://svtplay.se/v/2258261/dokument_inifran/wikileaks_-_med_lackan_som_vapen)
- <http://sv.wikipedia.org/wiki/Wikileaks>

3. Låt eleverna ta ställning till värderingsfrågor utifrån temat Wikileaks och demokrati. Lägg ut tre lappar på golvet med texten "JA", "NEJ", "KANSKE". Varje lapp representerar ett alternativ. Läs ett påstående i taget och be eleverna att ställa sig på den lapp som motsvarar deras svar. Lyft sedan fram några synpunkter från varje svarsalternativ. Eleverna får då redogöra för hur de tänkte när de gick och ställde sig. Eleverna kan byta plats under övningens gång om de vill.

Påståenden som besvaras med JA/NEJ/KANSKE:

- Wikileaks kan göra världen fredligare
- Wikileaks är ett hot mot världens säkerhet
- Julian Assange är en hjälte
- Tillgång till all information för alla stärker demokratin

**Att tänka på vid värderingsövning:**

- Det finns inget rätt eller fel svar på frågan, utan det handlar om att lyfta fram elevernas tankar och ställningstaganden.
- Var försiktig med att släppa fram en diskussion där starka elever tillåts ta över eller diktera vilket alternativ som är mest rätt.
- Om det är svårt för många i din elevgrupp att formulera sig och prata högt kan du be dem att diskutera två och två vid varje "lapp" om hur de tänkte när de gick och ställde sig. När du sedan lyfter fram synpunkter vänder du dig till par och inte till enskilda elever. Du kan även använda detta upplägg för att variera metoden.
- Eleverna kan byta "lapp" under övningens gång för att markera att de ändrat åsikt.

Förslag på uppföljningsfrågor som du kan ställa till eleverna i samband med att du lyfter deras synpunkter:

- Hur tänker du då?
- På vilket sätt?
- Vad kan det få för konsekvenser?
- Gäller det i alla lägen?

### **Fakta Wikileaks**

Australiensaren Julian Assange grundade Wikileaks 2006. Wikileaks är ett stort maskineri med en handfull avlönade personer och ytterligare 800-1000 personer som arbetar ideellt med dokumentgranskning. Enligt egen uppgift drivs organisationen av en vilja att förbättra världen. Deras grundidé var att öppna en krypterad brevlåda för läckor på nätet i syfte att skapa global rättvisa och yttrandefrihet. Wikileaks säger sig ha tre delmål på den vägen: fri press, att etablera rätt och fel genom att avslöja övergrepp samt att skapa och bevara historiska data. Flera medieforskare menar att Assange har lyckats nå sitt mål. Wikileaks centrala server står i Sverige eftersom svensk lag skyddar uppgiftslämnare.

Assange är också uppmärksammad i ett annat ärende. Han är misstänkt för sexuellt ofredande i Sverige.

### **C. ENGAGERA MERA!**

Ungas engagemang i de politiska partierna minskar och insändare i tidningarna är sällan skrivna av yngre. Samtidigt organiserar sig unga på nya sätt, ofta utifrån sakfrågor och via sociala medier. Diskutera hur opinion skapas och arbeta med att själva försöka skapa opinion. Övningen innehåller kopieringsunderlag.

**Du behöver:** kopior av övningsunderlaget samt eventuellt en dator med internetuppkoppling, kanon för projicering och duk (gäller en del av övningen).

**Tidsåtgång:** ca 90 min.

**Syfte:** att fördjupa elevernas kunskaper om hur opinion skapas genom olika mediekanalet och genom att individer tar ett samhällsansvar.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**

2. Information och kommunikation
3. Rättigheter och rättsskipning
5. Beslutsfattande och politiska idéer

### **Genomförande:**

1. Inled med att visa exempel på olika sätt att skapa opinion (om du inte har tillgång till en dator med internetuppkoppling inleder du istället med punkt 3 för att sedan gå vidare med punkt 2):

- <http://www.youtube.com/watch?v=UYOoDB3BvYE> ett klipp om att stoppa klimatförändringen.
- <http://www.djurensratt.blogspot.com/> Djurens Rätts webbredaktör Peter Nilsson bloggar om djur och djurrätt.
- <http://www.dalademokraten.se/Kontakta-DD/Insandare/> Dala-Demokraterns webb där man direkt kan skriva en insändare.



## 2. DISKUTERA

- Vad innebär begreppet opinion?
- Varför är det viktigt att göra sin röst hörd i ett samhälle?

3. Samla elevernas tankar och funderingar kring fler sätt att skapa opinion (se kopieringsunderlaget). Kanske kan ni lägga till några? Eleverna ska förstå vad de olika sätten innebär. Tillsammans kan klassen ge exempel på hur de olika sätten att bilda opinion använts nyligen eller genom historien. Några exempel ges nedan.

4. Låt eleverna enskilt, parvis eller i mindre grupp fundera ut en för dem viktig fråga som de vill väcka opinion kring. De ska lägga upp en enkel strategi genom att fundera ut hur de lämpligast kan föra ut sitt budskap och även motivera sina val av opinionskanaler.

Dessa frågor kan eleverna utgå från när de ska lägga upp strategin:

- Vilken är er egen vinst med att driva frågan?
- Vad vinner samhället på er fråga?
- Vem eller vilka grupper kan vara intresserade av det ni vill säga?
- Vem eller vilka bestämmer eller har stor makt kring er opinionsfråga?
- Hur når man bäst dessa personer eller grupper?

## KAPITEL 1C

# Exempel på sätt att skapa opinion:

- Namninsamling (t.ex. <http://namninsamling.se>)
- Facebook-grupper
- Facebook-event (t.ex. Million March Egypten)
- Demonstrationer (t.ex. suffragetter, 1 maj, Tunisien och Egypten)
- Organisationer (Starta en egen eller bli medlem i en redan existerande)
- Skriva insändare i tidningar
- Direkt aktion (t.ex. släppa ut minkar, eller som när homosexuella sjukanmälde sig kollektivt i protest mot att Socialstyrelsen benämnde homosexualitet som en sjukdom 1979)
- Konstverk (t.ex. Astrid Lindgrens Pomperipossa om skattetrycket, Anna Odells "Okänd, kvinna 2009-349701" om behandlingen av psykiskt sjuka, Lukas Moodysons film "Lilja 4-ever" om trafficking)
- Kontakta beslutsfattare direkt
- Kontakta journalister
- Starta en blogg

Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.

## D. TJEJERS OCH KILLARS LÄSVANOR

Inventera elevernas läsvanor gällande dags-, kvälls- och veckopress. Är det någon skillnad mellan tjejers och killars läsvanor och hur de påverkas av bilder och texter i tidningen i förhållande till genus?

**Du behöver:** tavla/blädderblock, "post-it" lappar

**Tidsåtgång:** ca 60 min.

**Syfte:** att fördjupa elevernas kunskaper om hur medier skapar och upprätthåller bilderna av manligt och kvinnligt

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**

1. Individier och gemenskaper
2. Information och kommunikation

### Genomförande:

1. Gör en inventering av elevernas läsvanor gällande dags-, kvälls- och veckopress. Dela ut tre lappar till varje elev, en för varje tidningstyp.

På lappen ska eleven skriva:

1. Namn på den eller de tidningar de brukar läsa.
2. Vilken typ av artiklar de tycker bäst om och bläddrar eller scrollar till först.
3. Om de inte läser någon tidningstyp kan de bara skriva – under den rubriken.
4. Vilken publiceringsform av tidningen de läser, dvs. papperskopia eller på webben.

Lapparna kan exempelvis se ut på följande sätt:

#### Dagstidning

Jag brukar läsa DN, framför allt sporten, jag läser tidningen på nätet.

#### Kvällstidning

–

#### Veckopress

Jag läser Veckorevyn, artiklar om mode. Jag prenumererar på papperstidning.

2. Låt sedan eleverna redovisa genom att sätta upp sina lappar på tavlan under respektive rubrik.

### 3. DISKUTERA

- Hittar ni några skillnader mellan killars och tjejers läsvanor?
- Vad kan skillnaderna bero på?
- Påverkas ni av bilder och texter i tidningen? Om ja, på vilket sätt?
- Vilka bilder av manligt och kvinnligt framträder i tidningarna som eleverna läser? (Mest tydligt är detta sannolikt i veckopress om du vill välja en tidningsform att fokusera på).
- Är det ok för killar/tjejer att läsa alla sorters tidningar?
- Vem bestämmer vilka tidningar som är för vem?
- Vad finns det för fördelar och nackdelar med papperstidningar respektive att läsa tidningen på webben?

Intressant att känna till är att analyser av "tjejtidningar" som Vecko-  
revyn har visat att innehållet å ena sidan hyllar det kvinnliga som  
något unikt och positivt men samtidigt strävar innehållet efter att  
kvinnan och kvinnligheten kan förbättras. Ett enkelt exempel är artiklar  
med rubriken: "Få ett bättre XXX". Tidningar som främst riktar sig till  
manliga läsare handlar oftare om att lyfta fram en gemenskap killar  
och män emellan. Mer information hittar du i "Genusperspektiv på  
medie- och kommunikationsvetenskap": [http://www.hsv.se/download/  
18.539a949110f3d5914ec800083398/isbn\\_41-3.pdf](http://www.hsv.se/download/18.539a949110f3d5914ec800083398/isbn_41-3.pdf)

## E. SYNLIK OCH OSYNLIK I TIDNINGEN

Analysera tidningens innehåll. Vilka grupper får synas och varför? Vad  
kan det i förlängningen få för konsekvenser för samhället i stort och  
för enskilda individer?

**Du behöver:** tavla/blädderblock, flera exemplar av en  
dagstidning, gärna lokaltidningen, kopior av övnings-  
underlaget.

**Tidsåtgång:** ca 120 min. Du kan minska omfattningen  
genom att välja ut delar ur upplägget.

**Syfte:** att diskutera normer och hur de förstärks  
i medierna

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**

1. Individer och gemenskaper
2. Information och kommunikation
4. Samhällsresurser och fördelning

### Genomförande:

50 % av Sveriges befolkning är män och 50 % är kvinnor. Men i de  
svenska morgontidningarnas nyhetsrapportering är det cirka 70 %  
män och 30 % kvinnor som intervjuas och syns på bild. Förklaringen  
brukar vara att några av tidningens viktigaste bevakningsområden,  
inrikes- och utrikespolitik, ekonomi och sport, domineras av män.

Bryt ned kategorierna män och kvinnor i mindre delar. Hur många  
bilder hittar du i tidningen av en äldre mörkhyad kvinna, och om du  
hittar en sådan bild, i vilket sammanhang är den tagen? Syftet med  
övningen är att prata om normer och hur de förstärks i medierna.

Övningen är indelad i fyra steg. En del av diskussionsfrågorna kan  
komma in på samma områden som övning D. Tjejjers och killars  
läsvanor ovan.

### KAPITEL 1E

# Hitta mig!

För varje person ur varje kategori får ni ett poäng. Samma bild kan fungera under flera rubriker. Då får ni poäng för den bilden igen.

Lycka till!

- En svensk tjej som ser tjejig ut
- En man utan någon synlig funktionsnedsättning
- En ljushyad kille som ser manlig ut
- En kvinna som ser manlig ut
- En äldre mörkhyad kvinna
- En vit man med hög position i samhället
- En kvinna med utländsk bakgrund som har en hög position i samhället
- En kvinna med svensk bakgrund som har en hög position i samhället
- En heterosexuell kvinna
- En kvinna med en synlig funktionsnedsättning
- En vit man som har en låg position i samhället
- En mörkhyad homosexuell man
- En vit man med en religiös symbol på sig

Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.

1. Dela in eleverna i smågrupper och ge dem i uppgift att leta i tidningen och hitta olika män och kvinnor, se kopieringsunderlaget.

#### Att tänka på:

- Det finns inget "facit", vissa saker står uttryckligen eller syns på bild, andra är inte lika tydliga utan det är upp till eleverna att kategorisera och tolka fritt.
- Vissa begrepp kan behöva förklaras och diskuteras gemensamt innan eleverna sätter igång. T.ex. vad innebär det att ha en funktionsnedsättning? Vad tolkar eleverna in i att ha en låg position i samhället respektive en hög position i samhället?

2. Gå igenom och skriv upp statistiken från varje grupp på tavlan.

### DISKUTERA

- *Vilka hittade de först? Hur kommer det sig?*
- *Vad var svårt att hitta?*
- *Vilka hittade de inte alls? Är orsaken till att vissa är så svåra att hitta att de knappt existerar, att de inte riktigt "får synas" eller att man inte lägger märke till vissa personer och företeelser trots att de finns där?*
- *Fick personerna uttala sig i artiklar eller var de bara med på bild?*

3. Hur har man tolkat bilderna? På bilder syns oftast bara en liten del av varje persons identitet. Vad har eleverna lagt in i sin tolkning om det inte är tydligt på bilden vad personen har för etnicitet, sexuell läggning, funktionsförmåga eller kön?

Fråga eleverna om hur de har tolkat personerna på bilderna:

- Hur har de bestämt vem som är heterosexuell? Vad som är "tjejigt" och "killigt", kvinnligt och manligt? Vem som är en svensk person? Vem som är en person med utländsk bakgrund? Och så vidare. Fråga gärna om alla de egenskaper som efterfrågas i listan på personer.

4. Hur skildras olika grupper? Låt elevgrupperna (samma grupper som i steg 1.) jämföra bilderna ur varje enskild kategori. Börja t.ex. med att titta på alla bilder med "en svensk tjej som ser tjejig ut" och jämföra dessa. Därefter går gruppen vidare och diskuterar bilderna i nästa kategori, i valfri ordning.

Personer ur olika grupper skildras på olika sätt. Normer behöver inte nödvändigtvis handla om vad som är det vanligast förekommande. Det kan till exempel handla om hur olika personer beskrivs och framställs med rubrik och bildtext, hur bilderna är komponerade och i vilka sammanhang de får vara med.

### **DISKUTERA**

- Vad har bilderna i den här kategorin gemensamt?
- Tittar personerna in i kameran? Ur vilka vinklar är bilderna tagna? Är det mörka eller ljusa färger?
- Får man en positiv eller negativ känsla av bilderna? Ger bilden ett intryck av till exempel styrka och förtroende, eller av svaghet och kyla?

Låt laget själva försöka sätta ord på vilka intryck bilderna ger. Låt därefter grupperna jämföra det sammantagna intrycket av bilder ur olika kategorier:

- Varför framställs personer ur vissa grupper på ett mer fördelaktigt sätt? Vilka tjänar på det?
- Vad får det för konsekvenser att personer skildras på olika sätt beroende på vilken grupp de tillhör eller anses tillhöra? Hur påverkar det samhället och våra tankar om olika personer och grupper?

### **FAKTA OM BILDKONVENTIONER I TIDNINGEN**

*Ett traditionellt mönster i pressbilder, konstbilder och reklambilder har varit att kvinnor sitter och män står. En annan bildtradition är att kvinnor ler och tittar in i kameran medan män är allvarliga och tittar någon annanstans – deras blick visar att de är "upptagna" av något. Det är också vanligare att män gör något när de fotograferas – huggar ved, lagar bilar eller sitter i möten – medan kvinnor bara poserar för kameran.*

*Ytterligare en bildkonvention är att bilder av män tas underifrån och av kvinnor ovanifrån, så kallat grod- respektive fågelperspektiv. Detta får kvinnan att se liten ut, och mannen stor.*

### Mer om medier, genus och normer

Vill du arbeta mer med medier och genus så har Mediekompass tagit fram en lärarhandledning på temat. [http://www.mediekompass.se/images/stories/Dokument/PDF\\_haften/Medier\\_och\\_genus.pdf](http://www.mediekompass.se/images/stories/Dokument/PDF_haften/Medier_och_genus.pdf)

Läs mer om unga människors medievanor i Medierådets rapport Ungar & Medier 2010. [http://www.medieradet.se/upload/Rapporter\\_pdf/Ungar\\_och\\_medier\\_2010.pdf](http://www.medieradet.se/upload/Rapporter_pdf/Ungar_och_medier_2010.pdf)

Till rapporten finns även en lärarhandledning med konkreta tips på hur du kan diskutera medieanvändning med elever. <http://www.medieradet.se/Kunskapsbanken/Mediekunnighet/Lararhandledning-om-barns-medievardag-utifran-Ungar--Medier-2010/>

Övningen är baserad på övningen "Poängjakten" i metodmaterialet "Bryt!" utgivet av Forum för levande historia och RFSL Ungdom. Vill du arbeta mer med normer så har Forum för levande historia och RFSL Ungdom tagit fram metodmaterialet "Bryt!" som handlar om att synliggöra heteronormen och andra normer i samhället. [http://www.rfslungdom.se/sites/default/files/bryt\\_upplaga3.pdf](http://www.rfslungdom.se/sites/default/files/bryt_upplaga3.pdf)

### Begreppsdefinitioner:

**Jämlikhet**, alla individers lika värde, i politiska sammanhang även inflytande och sociala förhållanden. Jämlikhet kan motiveras från olika utgångspunkter, t.ex. religion, naturrättsliga föreställningar, liberalism, socialism och demokrati.

**Jämställdhet**, förhållandet att olika personer har samma möjligheter och rättigheter, särskilt i fråga om kvinnor i relation till män (jämför jämlikhet). Jämställdhet mellan kvinnor och män förutsätter en jämn fördelning av makt och inflytande, samma möjligheter till ekonomiskt oberoende, lika villkor och förutsättningar i fråga om företagande, arbete, arbetsvillkor samt utvecklingsmöjligheter i arbetet, lika tillgång till utbildning och möjligheter till utveckling av personliga ambitioner, intressen och talanger, delat ansvar för hem och barn samt frihet från könsrelaterat våld.

Kvantitativ jämställdhet avser rättviseaspekten, dvs. det är orättvist att vissa människor utan särskilda skäl ska ha exempelvis lägre lön eller sämre arbetsvillkor. Kvalitativ jämställdhet åsyftar ett förhållande där bl.a. villkor och maktförhållanden är könsneutrala och således inte präglade av tillskrivna könsbestämda kvalifikationer och kompetenser. Formell jämställdhet innebär att det inte längre finns några formella eller rättsliga hinder för jämställdhet. Reell jämställdhet har emellertid inte uppnåtts förrän kvinnor och män har lika villkor i realiteten. Jämställdhetssträvandena har sina historiska rötter i den tidiga kvinnorörelsen och dess kamp för kvinnlig rösträtt. Sveriges första jämställdhetslag antogs 1979.

**genus** [je:´-], engelska gender, begrepp använt för att förstå och urskilja de föreställningar, idéer och handlingar som sammantaget formar människors sociala kön. Begreppet genus infördes i humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning på 1980-talet. Relationen mellan könen samt varierande uppfattningar om vad som uppfattas som manligt och kvinnligt betonas.

Källa: Nationalencyklopedin, NE, [www.ne.se](http://www.ne.se)

## 2. Källkritik

Vilka källor kan du lita på? Källkritik tränar kritiskt tänkande och förmågan att dra egna slutsatser och motivera dessa. I detta kapitel får eleverna träna på att hitta information och bedöma dess relevans. De får även öva sig att inta en kritisk och reflekterande attityd till information som förmedlas via olika medier.

Har du till exempel hört om runstenen som var till försäljning på Blocket eller "nyheten" om att USA:s tidigare president George W. Bush har lägst IQ av alla amerikanska presidenter de senaste 50 åren?

Ingen av nyheterna är sanna. I det första fallet tillverkade gymnasielever i Filipstad en runsten och la ut den till försäljning på Blocket som ett medietest. Flera tidningar nappade och skrev om den häpnadsväckande "runstensannonsern" som alltså var falsk. Nyheten om expresidentens IQ spreds via mejl och publicerades bland annat i den brittiska tidningen "The Guardian" utan att journalisterna undersökt källans trovärdighet. Även den nyheten var falsk.

I kursplanen för samhällskunskap årskurs 7-9 står det att: "Undervisningen ska ge eleverna verktyg att hantera information i vardagsliv och studier och kunskaper om hur man söker och värderar information från olika källor." Alla övningar i detta kapitel syftar till att utveckla denna förmåga.

## A. INLEDANDE VÄRDERINGSÖVNING MED FYRA HÖRN

**Du behöver:** inget särskilt material krävs

**Tidsåtgång:** ca 10 min. per värderingsfråga

**Syfte:** att ge eleverna möjlighet att reflektera kring vilket förtroende de har för olika typer av källor samt vilka styrkor och svagheter olika källor har i förhållande till varandra.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation

### Genomförande:

Låt eleverna ta ställning genom att placera sig i klassrummets fyra hörn. Varje hörn representerar ett alternativ. Du lyfter sedan några synpunkter från varje hörn. Eleverna får då redogöra för hur de tänkte när de gick och ställde sig. Eleverna kan byta plats under övningens gång om de vill.

Fråga 1. En nyhet sprids om att Sveriges statsminister har tagit emot en muta av den australiensiske ambassadören. Vilken av dessa källor tror du mest på?

- Hörn 1: Din rektor säger att det är sant
- Hörn 2: Det står i lokaltidningen att det är sant
- Hörn 3: Flera av dina nära vänner på Facebook skriver att det är sant
- Hörn 4: Öppet hörn – eget svarsalternativ

Fråga gärna eleverna varför de litar på eller misstror olika källor. Är det tomt i ett hörn? Hur kommer det sig?

Fråga 2. Du har fått i läxa i religion att besvara frågan vad koranen säger om att bära slöja. Hur gör du för att besvara frågan?

- Hörn 1: Läser i koranen för att hitta svaret
- Hörn 2: Frågar en muslim
- Hörn 3: Googlar på det
- Hörn 4: Öppet hörn – eget svarsalternativ

Sannolikt är det så att många googlar efter svaret först – istället för att gå till originalet Koranen. Diskutera varför det blir så. Led gärna genom uppföljningsfrågor eleverna in på vad de olika källtyperna har för starka och svaga sidor.



## B. KÄLLKRITISKA DETEKTIVEN – EN ANALYS AV TRE NYHETSSAJTER

Tre helt olika nyhetssajter ska granskas. Till sin hjälp har eleverna källkritiska frågor. Får sajterna godkänt eller inte? Övningen innehåller kopieringsunderlag och lathund till sajterna.

**Du behöver:** kopior av övningsunderlaget som hör till övningen i tre exemplar per elevgrupp/par. Eleverna behöver tillgång till internet för att göra uppgiften.

**Tidsåtgång:** ca tre lektionstillfällen á 60 min.

**Syfte:** träna elevernas källkritiska förmåga samt öka deras kunskaper om källkritiska principer

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation

### Genomförande:

1. Ge eleverna i uppgift att parvis eller i smågrupp källkritiskt granska tre olika sajter med nyhetsinnehåll (se kopieringsunderlag). Informera eleverna om att de kan behöva leta på andra platser än enbart de givna sajterna för att hitta svar på de källkritiska frågorna.
2. Lyft elevernas slutsatser till tavlan och diskutera vilken av sajterna som fått flest respektive minst antal godkänt och hur eleverna har motiverat sina svar. Till övningen finns en lärarlathund. Mer information om källkritisk granskning hittar du här: "Kolla källan", Skolverket <http://kollakallan.skolverket.se/kallkritik/fakta/>

En gratis PPT-presentation om källkritik som du kan använda i klassrummet t.ex. för att introducera ämnet källkritik för eleverna hittar du här: <http://kollakallan.skolverket.se/kallkritik/fakta/>

Sajter som ska granskas:

- <http://nyheter24.se>
- <http://www.svenskbladet.se>
- <http://www.gp.se>

### KAPITEL 2B

## Källkritiska frågor

KÄLLKRITISKA FRÅGOR	GODKÄNT	EJ GODKÄNT	EGNA KOMMENTARER
Äkthet – är källan den den utger sig för att vara?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Vem står bakom – hittar ni upphovsperson? Är det någon som verkar pålitlig?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Finansiering – vem äger och bekostar sajten och informationen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Syfte – vad är syftet med att presentera innehållet? Framgår syftet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Trovärdighet – tror ni på det som står på sajten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Objektivitet – är informationen vinklad eller inte?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Språk – välskrivet eller slarvigt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Målgrupp – går det att förstå vem sajten riktar sig till?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Aktualitet – uppdaterat för två år sedan eller nytt och fräscht?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.

## KÄLLKRITISKA DETEKTIVEN - EN ANALYS AV TRE NYHETSSAJTER Lathund för <http://nyheter24.se>

### KÄLLKRITISKA FRÅGOR

Äkthet - är källan det den utger sig för att vara?

Källan utger sig för att vara en nyhetssajt som ger snabba uppdateringar, rappa texter och bildspel, kryddat med video med glimten i ögat. Den ligger kvällstidningsjournalistiken nära.

Vem står bakom - hittar ni upphovsperson?  
Är det någon som verkar pålitlig?

Nyheter24 är en oberoende nationell nyhetsförmedlare på internet.

Nyheter24 ägs av 24 Media Network AB och är en del av Nyheter24-gruppen som också innefattar sajterna Hamsterpaj och Dingblog.

Chefredaktör och ansvarig utgivare är Ehsan Fadakar som vill att sajten ska vara en uppstickare. Se t.ex. <http://www.medievarlden.se/nyheter/2011/04/ehsan-fadakar-man-ska-antingen-hata-eller-alska-oss>. Tydliga kontaktuppgifter till ansvarig utgivare finns.

Finansiering - Vem äger och bekostar sajten och informationen?

Nyheter24 ägs av företaget 24 Media Network

Sajten grundades av Douglas Roos, tidigare Sverigechef på spelföretaget Lad brokes samt Patrik Sandberg från mediebyrån Starcom. Under våren 2008 bildade de företaget 24 Media Network. De är två entreprenörer.

### EGNA KOMMENTARER

Syfte - vad är syftet med att presentera innehållet?  
Framgår syftet?

Nyheter24 säger själva att: "Vem behöver fler nyheter? I nyhetsbruset susar mycket bara förbi. Vi tror inte att det behövs mer brus. Vi tror på rätt nyheter. Och rätt urval. Vi vill hjälpa dig att hitta det som är relevant för dig." Syftet framgår tydligt på sajten.

Trovärdighet - tror ni på det som står på sajten?

Onsdagen den 7/10 2010 belönades Nyheter24 med utmärkelsen Årets dagstidning i kategorin digitala medier av Tidningsutgivarna och Medievärlden. Det stärker trovärdigheten.

En sak som eventuellt påverkar trovärdigheten i negativ riktning är att Nyheter24-Gruppen också innefattar sajterna Hamsterpaj och Dingblog.

Nyheter24 innehåller många bilder och mycket snaskiga nyheter. Även det kan påverka trovärdighetsbedömningen.

Objektivitet - är informationen vinklad eller inte?

Nyheter24 säger sig vara en oberoende nationell nyhetsförmedlare på internet. Se ovan om "snaskighet". En hel del av innehållet är sensationsinriktat med fängslande rubriker.

Språk - välskrivet eller slarvigt?

Mycket fokus på webbshower, bilder och rubriker. Välskrivet med ett språk som riktar sig till målgruppen.

Målgrupp - går det att förstå vem sajten riktar sig till?

Nyheter24 skriver själva på sajten att de riktar sig till: "Du som ledsnat på papperstidningarna och deras nätupplagor och som är uppvuxen med internet." Målgruppen är alltså unga människor.

Aktualitet - uppdaterat för två år sedan eller nytt och fräscht?

Uppdateras dagligen.

## KÄLLKRITISKA DETEKTIVEN - EN ANALYS AV TRE NYHETSSAJTER Lathund - <http://www.svenskbladet.se>

### KÄLLKRITISKA FRÅGOR

### EGNA KOMMENTARER

Äkthet - är källan det den utger sig för att vara?	Det står inte på själva sidan att det är en satirsajt. Man behöver läsa nyheterna och själv förstå att det är fejk. På facebook hittar man dock skaparnas vision: "Svenskbladet. se är en humorsida som har som främsta mål att få dig att skratta genom roliga nyheter och dåligt fejkade bilder i Photoshop." Den beskrivningen stämmer med innehållet.
Vem står bakom - hittar ni upphovsperson? Är det någon som verkar pålitlig?	Svårt att få fram uppgifter på det. Minskar det trovärdigheten?
Finansiering - Vem äger och bekostar sajten och informationen?	Svårt att få fram uppgifter på det. Minskar det trovärdigheten?
Syfte - vad är syftet med att presentera innehållet? Framgår syftet?	Om man läser innehållet så framgår syftet ganska tydligt, se även under "äkthet" ovan.
Trovärdighet - tror ni på det som står på sajten?	Innehållet är falskt men det är kul på ett trovärdigt sätt.
Objektivitet - är informationen vinklad eller inte?	Vinklad för att vara rolig och innehåller även ett mått av samhällskritik.

Språk - välskrivet eller slarvigt?	Intressant skrivet och godkänt på stavningen.
Målgrupp - går det att förstå vem sajten riktar sig till?	Inte tydligt utskrivet men det framgår relativt väl av innehållet, att sidan riktar sig till alla som roas av satir.
Aktualitet - uppdaterat för två år sedan eller nytt och fräscht?	Uppdateras dagligen.

En intressant inlägg om Dagens Svenskbladet hittar du här:  
<http://vanligtvis.se/bokochtidning/dagens-svenskbladet-lurar-varannan>

En av sidans skribenter "Birger Ollonborg" har kommenterat inlägget med information om sajtens syfte:

"Sidan startade Oktober 2008 eftersom det inte fanns någon bra satirsida på svenska, eller ens bra svensk humorsida som behandlade aktuella händelser. Det fanns bara 1000apor med bröderna Schulman och allt de gjorde på slutet var att köra de där jädra Hitlervideon med nya undertexter. Såhär två år efter att Svenskbladet startats kan jag tveklöst konstatera att Svenskbladet nu har en ny mission, ett utrymme att fylla. Svenne banan måste lära sig tänka kritiskt när han eller hon surfar på nätet, särskilt då unga människor som aldrig tittar på TV eller läser tidningen, utan tar all sin information från nätet."

## KÄLLKRITISKA DETEKTIVEN - EN ANALYS AV TRE NYHETSSAJTER Lathund - <http://www.gp.se>

### KÄLLKRITISKA FRÅGOR

### EGNA KOMMENTARER

Äkthet - är källan det den utger sig för att vara?

Dagstidningen Göteborgs-Postens webb-upplaga.

Vem står bakom - hittar ni upphovsperson?

Ansvarig utgivare är Jonathan Falck

Är det någon som verkar pålitlig?

Det finns tydliga kontaktuppgifter till tidningen och ansvariga personer. Detta ger ett pålitligt intryck.

Finansiering - Vem äger och bekostar sajten och informationen?

GP ägs av familjen Hjärne och tillhör Stampenkonzernen. All info om GP hittas enkelt på: [info.gp.se/omgp/hem](http://info.gp.se/omgp/hem)

Syfte - vad är syftet med att presentera innehållet? Framgår syftet?

Gp.se vill enligt dem själva: "erbjuda besökarna nyheter, nytta och förströelse som upplevs vara så intressant och relevant som möjligt." Det framgår tydligt på sajten.

Trovärdighet - tror ni på det som står på sajten?

GP är en gammal nyhetskälla som grundades på 1800-talet. Tidningen följer de pressetiska reglerna och är ansluten till Tidningsutgivarna. Hög trovärdighet.

Objektivitet - är informationen vinklad eller inte?

Liberal dagstidning

Språk - välskrivet eller slarvigt?

Välskrivet

Målgrupp - går det att förstå vem sajten riktar sig till?

Särskilt fokus på lokala frågor i Göteborg och Västsverige.

Aktualitet - uppdaterat för två år sedan eller nytt och fräscht?

Uppdateras dagligen.

## C. MEDIERNA SVALDE ELEVERS FEJKADE NYHET – ETT EXEMPEL ATT DISKUTERA I KLASSRUMMET

Gymnasieelever i Filipstad tillverkade själva en runsten och la ut den till försäljning på Blocket. Flera tidningar skrev om den häpnadsväckande "runstensannonsen" och nyheten som inte stämde fick stort genomslag. Diskutera händelsen med eleverna. Övningen består av två delar som kan göras fristående från varandra.

**Du behöver:** kopior av artiklar som hör till uppgiften, observera att det är olika artiklar för del 1 och del 2.

**Tidsåtgång:** ca 60 min per del.

**Syfte:** diskutera källkritik i förhållande till etablerade medier.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation

### Genomförande del 1:

1. Gör med utgångspunkt i artiklarna nedan en skiss över förloppet från det att eleverna i Filipstad lägger ut annonsen till det att nyheten spridits i medierna. Hur gick det till? Skissen kan göras lärarledd eller självständigt beroende på elevgruppens mognadsgrad och kunskaper.

Värmlands Folkblad:

- *Runsten till salu på blocket* <http://www.vf.se/nyheter/filipstad/runsten-till-salu-pa-blocket>
- *Falsk runsten ett tvättäkta skämt* <http://www.vf.se/nyheter/filipstad/falsk-runsten-ett-tvattakta-skamt>

## 2. DISKUTERA

- *Vad ville eleverna testa?*
- *Varför ville de testa det?*
- *Är det etiskt försvarbart att tipsa medier om en nyhet som är falsk på det sätt som eleverna gjorde?*
- *Vad kan det finnas för anledningar till att tidningarna nappade på tipset om nyheten?*
- *Vad kan det finnas för anledningar till att tidningarna publicerade nyheten utan att först kontrollera om den var sann eller inte?*
- *Litar du på det som står i tidningen?*
- *Vad kan det få för konsekvenser att felaktiga nyheter publiceras i tidningen? För enskilda personer/för samhället?*

### Genomförande del 2:

Från det att annonsen lades ut på Blocket till dess att TT publicerade den falska nyheten hände en del med texten.

1. Jämför de två texterna och försök lista ut vad som lagts till och tolkats in i TT-nyheten jämfört med annonstexten.
2. Diskutera vad som kan vara problematiskt med att journalister tolkar in saker som egentligen inte finns med i ursprungskällan.

Ursprunglig annonstext (här återgiven i DN): <http://www.dn.se/nyheter/sverige/runstenen-som-skulle-begravas-i-potatislandet>

Artikel om händelsen: <http://www.dn.se/ekonomi/saljer-runsten-till-hogstbjudande>

### Facit till vad som lagts till och tolkats in:

- Säljarens kön
- Att personen bor i Filipstad
- Att runstenen är en fornlämning

## D. VARUMÄRKESFRAMSTÄLLNING

Blir du törstig när du är inne på Coca-Colas hemsida? Reflektera kring varumärkesframställning på webben. Övningen består av två delar som kan göras fristående från varandra.

**varumärke**, särskilt varukännetecken som en näringsidkare använder för att skilja sina egna varor eller tjänster från andras; kan bestå av bl.a. alla tecken som kan återges grafiskt, t.ex. bokstäver (Coca-Cola®), siffror (4711®) eller figurer.”

Källa: <http://www.ne.se/varum%C3%A4rke>

**Du behöver:** tavla/blädderblock, samt eventuellt dator med internetuppkoppling, kanon för projicering och duk. Eleverna behöver tillgång till internet för att göra delar av uppgiften.

**Tidsåtgång:** ca 60 min. per del

**Syfte:** att reflektera kring hur olika varumärken framställs på internet och att informationen är vinklad för att tjäna ett visst syfte.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation

### Genomförande del 1:

1. Ge eleverna i uppgift att analysera ett företags webbsida och hur deras varumärke framställs.

- Vilka värden vill företaget förknippas med?
- Hur framställs företaget och dess produkter genom text och bild?
- Vad får eleverna för känsla av hemsidan och företaget? Blir de glada, törstiga, hungriga etc.
- Hur skulle en slogan för företaget kunna se ut utifrån informationen som på olika sätt förmedlas via hemsidan?

Introducera gärna övningen genom att gemensamt analysera en sida utifrån frågeställningarna ovan. Ett förslag är Coca-Colas hemsida.

### Genomförande del 2:

Hur ser er skolas varumärke ut?

1. "Spåna" tillsammans med eleverna kring er skolas varumärke. Hur ser det ut? Skriv skolans namn på tavlan och elevernas tankar och kommentarer om namnet.
2. Ge eleverna i uppdrag att parvis eller i grupp skriva en text om skolan till skolans hemsida. Syftet med texten är att ge en beskrivning av skolan som ska locka fler elever att välja just er skola. Vad väljer eleverna att skriva om och lyfta fram? Vad "mörkar" man?
3. Om er skola redan har en hemsida med presentations-text kan du diskutera om eleverna känner igen sig i beskrivningar och bilder? Skulle de vilja förändra utlagt material? På vilket sätt? Anser de att den bild av skolan som ges är ärlig och rättvisande?

## E. TROVÄRDIGHETSLISTAN

Att värdera källor som tar upp samma material ur olika perspektiv kan vara svårt. Här ska fyra webbadresser som leder till källor som skildrar Mellanösternkonflikten rankas utifrån deras trovärdighet. Övningen innehåller kopieringsunderlag och lathund till sajterna.

**Du behöver:** tavla/blädderblock samt kopior av övningsunderlaget. Elevenna behöver tillgång till internet för att göra uppgiften.

**Tidsåtgång:** ca 120 min.

**Syfte:** att reflektera kring hur olika typer av källor kan komplettera varandra samt vad som är styrkan och svagheten med olika källor i förhållande till deras trovärdighet

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation

### Genomförande:

1. Ge eleverna i uppgift att i grupper källkritiskt granska fem olika webbadresser som leder till källor som på olika sätt skildrar Mellanösternkonflikten (se kopieringsunderlag).

Eleverna ska ranka webbsidorna utifrån hur trovärdig de anser att informationen är och placera in dem i listan. De behöver inte läsa all faktatext utan ska skapa sig en uppfattning om sidan genom att undersöka:

- Vilken typ av källa är det? Är det till exempel ett uppslagsverk eller privat blogg?
- Vem står bakom informationen? Har källan ett egenintresse i att föra fram sin uppfattning? Framgår det i så fall tydligt eller försöker de att "mörka" sin partiskhet?

## KAPITEL 2E

# Trovärdighetslistan

Ni har fått i uppgift att skriva ett grupparbete om Mellanösternkonflikten. När ni sitter och surfar på olika sidor för att skapa er en bild av ämnet kommer ni in på webbsidorna nedan. Innan ni använder informationen behöver ni bedöma om ni kan lita på källorna och om de kan användas när ni skriver grupparbetet.

Placera in källorna i listan utifrån hur mycket ni litar på dem. De ni litar mest på sätter ni högst upp på listan i det första fältet. De som ni litar minst på placerar ni längst ned. De som får en godkänd trovärdighetsbedömning men med anmärkning placerar ni i fältet i mitten.

1.

2.

3.

Sidor att granska:

1. <http://www.globalis.se/Konflikter/Palestina>
2. <http://www.palestinagrupperna.se/palestina-i-undervisningen/>
3. <http://metrobloggen.se/israeliskille/>
4. <http://sv.wikipedia.org/wiki/Israel%E2%80%93Palestina-konflikten>
5. <http://www.dn.se/nyheter/varlden/kriser-har-kantat-fredsforsoek>

Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.

## TROVÄRDIGHETSLISTAN – FACIT

1. <http://www.globalis.se/Konflikter/Palestina>  
Informationssida av organisation som arbetar för ett starkare FN. Informerar om länder och konflikter från ett FN-perspektiv. FN-förbundet står bakom. Vill eventuellt få FNs insatser att framstå i god dager?
2. <http://www.palestinagrupperna.se/palestina-i-undervisningen/>  
Informationssida av organisationen Palestinagrupperna i Sverige. Organisationen tar ställning för palestinierna i konflikten och skriver detta öppet på sidan.
3. <http://metrobloggen.se/israeliskille/>  
Privat blogg. Personliga åsikter av en kille som tar ställning för Israel i konflikten.
4. <http://sv.wikipedia.org/wiki/Israel%E2%80%93Palestina-konflikten>  
Informationssida. Wikipedias information består av bidrag från användare av Wikipedia. Informationen kan därför vara vinklad (åt olika håll) men det kan vara svårt att upptäcka då författarna är flera. Wikipedia är dock tydliga med sidans upplägg.
5. <http://www.dn.se/nyheter/varlden/kriser-har-kantat-fredsforsok>  
Dagstidning. DN är enligt egen utsago: "oberoende liberal". Detta påverkar troligen i viss mån vad som hamnar i tidningen och på vilket sätt informationen är vinklad. Ansvarig utgivare och chefredaktör är Gunilla Herlitz.

2. Lyft elevernas slutsatser till tavlan genom att göra en stor gemensam lista. Vilka får en hög, respektive låg rankning?

## DISKUTERA

- Vad kan bloggar ge för information som andra medietyper som uppslagsverk på webben inte kan ge och tvärtom?
- Är en källa som är vinklad automatiskt sämre än en objektiv källa? Finns det helt objektiva källor?
- Vilken källa hade information som var lätt att ta till sig och bearbeta? Motivera svaret.
- Medier som vi känner till sätter vi oftare större tilltro till än de vi inte känner till. Vad kan det få för konsekvenser för hur vi bedömer trovärdighet och tolkar innehållet?
- Vad finns det för fördelar och nackdelar med att det idag finns fler informationskanaler där människor kan göra sig hörda i en konflikt jämfört med för 30 år sedan?



### 3. Du är publicist!

Vad är okej att göra i medier? I det här kapitlet får eleverna lära sig mer om ansvarsfull medieanvändning. Att använda medier ansvarsfullt innebär att hålla sig inom lagens gränser, men framför allt att ta sig en funderare över vad som är moraliskt försvarbart.

I Sverige har vi en unik yttrandefrihet – det är ett av fundamenten för vår demokrati. Lagen ger ett stort utrymme så att alla ska kunna säga nästan vad som helst. Men hur ska vi agera för att inte kränka någon? I tidningar har pressetiken varit det självreglerande system som avgjort vad som har varit okej att skriva. Med ett allt större utrymme för sociala medier, som inte har något motsvarande system, blir det viktigare att alla tar sitt eget ansvar. I dag är vi alla publicister!

På internet finns det många sajter som är stötande och kanske rent av skadliga, inte minst för unga människor. På sajten [sjalvmord.com](#) tipsades till exempel läsare om “bästa” sätten att ta sitt liv.

I detta kapitel får eleverna ökad kunskap om pressetik och tryckfrihetslagar. Var går gränsen för vad som får publiceras och hur sammanfaller den gränsen med elevernas egna etiska ställningstaganden? Eleverna ges även möjlighet att med utgångspunkt i egen medieanvändning reflektera över vilka konsekvenser deras mediebruk kan få.

## A. FÖRBJUD ELLER INTE?

På internet finns det många sajter med olika typer av kontroversiellt innehåll. Bör vissa sidor förbjudas? Övningen innehåller kopieringsunderlag.

**Du behöver:** kopior av övningsunderlaget, två lådor eller annat sätt att samla in elevernas lappar på.

**Tidsåtgång:** ca 60 min per del.

**Syfte:** att reflektera över etiska frågor i förhållande till tryck- och yttrandefrihet samt möjliga konsekvenser av inskränkningar i yttrandefriheten.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**

2. Information och kommunikation
3. Rättigheter och rättsskipning

### Genomförande:

1. Ge eleverna i uppgift att enskilt fundera över exemplen nedan och ringa in om de anser att sajterna bör förbjudas eller inte. Låt dem sedan lägga sina lappar i två olika lådor som du märkt med texten "förbjud" respektive "tillåt". Det är bra om lådorna står bakom en skärm eller avskilt så att eleverna kan rösta anonymt, men det är inte absolut nödvändigt.

2. Gå igenom lapparna i varje låda och skriv upp antal "förbjud" för varje exempel på tavlan.

## 3. DISKUTERA

- Varför är den sajt som fått flest "förbjud" värst?
- Skulle världen vara en bättre plats om sådana sajter inte fanns?
- Behöver människor förbud för att förstå vad som är bra/dåligt för dem?
- Vad kan det finnas för nackdelar med censur?
- Vem ska bestämma vilka sajter som ska få finnas och vilka som ska förbjudas?
- Använder eleverna någon gång sajter som andra (föräldrar, organisationer etc.) skulle vilja förbjuda?
- Om vi börjar förbjuda vissa sajter – var ska gränsen dras? T.ex. om vi förbjuder sajter där människor med anorexi får tips och råd om hur man bränner kalorier på bästa sätt – ska vi också då förbjuda bantningsprogram på nätet och bantningstips i tidningar för att anorektiska personer kan påverkas?

## KAPITEL 3A

## Förbjud eller inte

1. Sidor där personer med anorexi får tips och råd om hur man bränner kalorier och svälter sig på bästa sätt.

FÖRBJUD

FÖRBJUD INTE

2. Sidor där man lär sig skapa egna bomber och sprängmedel.

FÖRBJUD

FÖRBJUD INTE

3. Sidor där det finns tydlig information om hur man kan begå självmord på bästa sätt.

FÖRBJUD

FÖRBJUD INTE

4. Porrsidor.

FÖRBJUD

FÖRBJUD INTE

Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.

## B. DISKUSSION OM ETIK OCH ANSVAR PÅ NÄTET

Sajten självmord.com gav läsaren råd om bästa sätten att ta sitt liv. Bloggaren Kissie provocerar för att få fler läsare. Resonera och argumentera kring etiska frågor i förhållande till tryck- och yttrandefrihet. Övningen innehåller kopieringsunderlag.

**Du behöver:** kopior av övningsunderlaget.

**Tidsåtgång:** ca 60 min.

**Syfte:** att reflektera över etiska frågor i förhållande till tryck- och yttrandefrihet.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**

2. Information och kommunikation
3. Rättigheter och rättsskipning

## Genomförande:

1. Låt eleverna arbeta i par med utdragen från chatten från den numera nedstängda sajten självmord.com. Eleverna ska ta ställning till olika chattinlägg genom att kryssa på en svarslinje. Varje par ska kunna motivera sina svar. Du kan läsa mer om anledningen till nedläggningen och sajtens innehåll via länkarna längst ned i övningen. Artiklarna kan också kopieras och delas ut till eleverna.

## Länkar där du kan läsa mer:

- Göteborgs-Posten: <http://www.gp.se/nyheter/sverige/1.619116-sjalvmordssajt-tar-paus>
- Nyheter24: <http://nyheter24.se/nyheter/inrikes/563186-bloggbavning-stangde-sjalvmordssajt>
- Läkartidningen: Självmordssajterna på Internet – ett fenomen som oroar (pdf) [http://www.lakartidningen.se/old/content\\_0449/pdf/4028\\_4032.pdf](http://www.lakartidningen.se/old/content_0449/pdf/4028_4032.pdf)

KAPITEL 3B

# Utdrag från chatten

## Inlägg 1.

from: Amalia [Besökare]Tack för att du stängde ner sidan. Jag är djupt deprimerad och har svår ångest nu, skulle just gå in på din sida för att kolla upp en detalj kring mitt eventuella självmord. Jag är tacksam att jag inte kan läsa det. Jag hade kanske inte kunnat hindra mina impulser då om jag hade haft all kunskap.11-05-01 @ 20:53

from: Lukas [Besökare]Jag tycker det är tragiskt att du tog bort sidan men förstod att det skulle ske förr eller senare. Som tur är så kopierade jag allt du skrev och funderar på att öppna en liknande sida själv. Bra att du låter chatten va kvar, du hjälpte många människor och vågade sticka ut ur mängden. Sidan avskräckte många samtidigt som den säkerligen ingav trygghet hos andra. Bara att sidan fanns där var "skönt" för oss som mår dåligt. Jag vill inte dö, men jag vill veta vad jag ska göra om jag måste trycka på "eject knappen".11-05-03 @ 00:43

Påstående: DET VAR ABSOLUT RÄTT ATT STÄNGA NER SIDAN



## Inlägg 2.

from: anym [Besökare] HejFemton år gammal tog min son sitt liv efter att ha hittat inspiration på din sajt. Jag hoppas att du inser vad du gjort. //Anym11-05-04 @ 21:10

from: Zoid [Besökare]Det var tråkigt att du fick ge efter för alla påtryckningar. Har själv sparat ner allt "just in case", inte för att jag har någonsin velat ta livet av mig, men tyckte att en hel del av infon var intressant att läsa om. Att beskylla siten för begångna självmord...hmm... jag kände någon som tog livet av sig genom att hoppa från tionde våningen, utan att någonsin ha varit inne på en sajt som din. Jag tror jag skyller det på dem som byggt ett hus som var så högt.11-05-06 @ 10:23

Påstående: DEN SOM LIGGER BAKOM SAJTEN HAR INGET ANSVAR ALLS FÖR 15-ÅRINGENS DÖD



Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.

## Inlägg 3.

Karl [Besökare]Det är synd att en liten grupp självgoda twittrare inom den tätt ihopknyplade medieeliten lyckats censurera en bra sajt genom att tvinga fram en självvald nedstängning! Hoppas att de som står bakom kampanjen mot sajten åtminstone en dag har vett och insikt nog att skämmas över sin klumpiga censurering i ett viktigt ämne. Man måste kunna prata om det svåra, även det tabubelagda. Och med bibehållen värdighet... utan att som vuxen bli jagad av oinsatta, pompöst nedsättande netnannies i form av "sociala medierexperter" och deras svans av RTtwittrare som alltid agerar i grupp, med pösigt självgod besserwiserattityd och med självhävdelse och snedvriden präktighet som största drivkraft. Stöd och nätkärlek till alla som råkar ut för dem, nu och i framtiden!11-05-03 @ 22:10

Påstående: DEN SOM STÅR BAKOM KAMPANJEN MOT SAJTEN GJORDE HELT RÄTT



Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.

## C. KRÄNKNINGAR VIA MEDIER

Ju mer kommunikation som sker via nätet desto större sannolikhet är det att unga via medier utsätter varandra för saker som kan såra. Diskutera elevernas tankar kring nätmobbning. Vad finns det för skillnader och likheter mellan kränkningar IRL och nätmobbning?

**Du behöver:** kopior av artikeln, tavla/blädderblock, samt eventuellt dator med internetuppkoppling, kanon för projicering och duk (gäller en del av övningen).

**Tidsåtgång:** ca 60 min.

**Syfte:** att diskutera och reflektera kring kränkningar via nätet.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation

### Genomförande:

1. Se gemensamt klippet: "Abbe kommenterar – Vad gör du när du är anonym, skillnader mellan nätet och IRL". [http://www.statensmedierad.se/static/Abbe\\_kommenterar.wmv](http://www.statensmedierad.se/static/Abbe_kommenterar.wmv) Känner eleverna igen sig i klippet?
2. Läs artikeln: <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article12070845.ab>

### DISKUTERA

- Är det värre att bli kränkt på nätet eller via mobilen jämfört med IRL? Motivera.
- Vad finns det för skillnader/likheter mellan mobbning IRL och via medier?
- Är det lättare eller svårare att kränka och mobba via medier än IRL för den som kränker eller mobbar?
- Har det hänt dig att du på nätet eller via sms skrivit något på skoj som gjort någon annan ledsen? Hur kan man undvika att sådant sker?
- I delar av Storbritannien skickas brev hem till föräldrarna till de ungdomar som mobbar och retar andra på Facebook. Till ungdomarna själva skickas ett varningsmeddelande från polisen via Facebook. I meddelandet står det att de bryter mot lagen och att de kan komma att ställas till svars för sina handlingar. Är detta ett bra eller dåligt sätt att komma till rätta med nätmobbning?

Läs mer om initiativet i Storbritannien: <http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/8350599/Police-to-send-warning-letters-to-parents-of-Facebook-bullies.html>

Mer information och lästips om nätmobbning:

- Kolla källan <http://kollakallan.skolverket.se/saker/natmobbning/>
- Datainspektionen [www.krankt.se](http://www.krankt.se)

## D. BLOGG OCH TIDNING – VAD ÄR SKILLNADEN?

I dag är det många som läser och skriver i bloggar. Men vad är egentligen skillnaden mellan en tidning på nätet och en blogg? Vad kan det få för konsekvenser när en ung bloggare får ett stort genomslag?

**Du behöver:** kopior av artikeln, tavla/blädderblock, samt eventuellt dator med internetuppkoppling, kanon för projicering och duk (gäller en del av övningen).

**Tidsåtgång:** ca 60 min.

**Syfte:** att diskutera och reflektera kring kränkningar via nätet och förstå innebörden av pressetik.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**  
2. Information och kommunikation

### Genomförande:

1. Kissie är en av de största bloggarna i Sverige. Hon är 20 år och har trots sitt kändisskap och tusentals läsare haft en rad problem den senaste tiden. Läs artikeln om Kissie tillsammans. <http://www.expressen.se/1.2464526>

2. Berätta om det pressetiska systemet och att alla tidningar har ansvariga utgivare. Här finns mer information.

- <http://www.mediakompass.se/ung/vad-du-maste-veta-om-medier/ansvarig-utgivare>
- <http://www.mediakompass.se/ung/vad-du-maste-veta-om-medier/pressetik>

## 3. DISKUTERA

- Vad är en provokation?
- Varför provocerar Kissie sina läsare, menar författaren?
- Varför tror du att så många läser Kissies blogg?
- Vem litar du mest på, en bloggare eller en tidning? Varför då?
- Vem tar ansvar för det Kissie skriver och det artikelförfattaren i exemplet ovan skriver?
- Vad är det för andra skillnader mellan tidningen Expressen och Kissies blogg?
- Har du någon gång skrivit en kommentar som du ångrat?
- Vem tar ansvar för de kommentarer som du skriver på nätet?

## FAKTA OM ANSVAR PÅ NÄTET

- Det som redaktionen publicerar på en mediasajt svarar ansvarige utgivaren för.
- Förhandsgranskade kommentarer och debattinlägg på mediasajten svarar den ansvarige utgivaren för.
- Direktpublicerade kommentarer på mediasajten svarar den som skriver för.
- Min blogg svarar jag själv för.
- Kommentarer på min blogg svarar varje skribent för. Om jag inte tar bort sådant som är över gränsen kan jag bli medskyldig.

## 4. Testa dig själv - quiz om medier

Testa vad du och dina elever kan om medier, pressetik och tryck- och yttrandefrihet genom ett roligt quiz. I testet finns en rad frågor om vad som är tillåtet att publicera i olika medier. Övningen innehåller kopieringsunderlag.

**Du behöver:** kopior av övningsunderlaget.

**Tidsåtgång:** ca 30 min.

**Syfte:** öka elevernas kunskaper om tryck- och yttrandefrihetslagstiftningen i Sverige samt om pressens etiska regler.

**Koppling till kursplanen i samhällskunskap:**

2. Information och kommunikation
3. Rättigheter och rättsskipning

### Genomförande:

Låt eleverna arbeta med quizfrågorna enskilt, parvis eller i smågrupper. Frågor och facit finns i separata kopieringsunderlag. Du kan välja att dela ut facit till eleverna eller göra en gemensam genomgång.

Mer information om yttrandefriheten specifikt på nätet hittar du här:  
[http://www.iis.se/docs/Yttrandefrihet\\_pa\\_natet.pdf](http://www.iis.se/docs/Yttrandefrihet_pa_natet.pdf)

Testet kan även göras på nätet och innehåller då fler frågor  
<http://www.mediekompass.se/ung/testa-dig-sjaelv>

KAPITEL 4

## Quiz – Testa dig själv om medier

1. Du har varit med om en olycka. Får en tidning publicera din Facebook-bild på framsidan?

- Ja
- Nej

2. Du praktiserar på ett ställe där det jobbar en hel del skummisar. En dag går du in i förrådet och hittar ritningar över kungliga slottet. När du är inne på toan hör du skummisarna viska att de är agenter och tänker bomba slottet. Du ringer genast tidningen och tipsar dem, men du vill vara anonym. Det handlar ju om grova brott mot rikets säkerhet. Vad händer nu när Säpo vill ha reda på vem som är tidningens källa? Kommer tidningen att ge dem ditt namn?

- Ja, en domstol kräver att journalisten ska säga vem källan är
- Nej, journalisten har tystnadsplikt så Säpo får inget veta

3. Får man skriva vad som helst i tidningars kommentarfält?

- Ja
- Nej

4. Får en tidning skriva vad som helst? T.ex. att vi inte ska ta in fler invandrare? Eller att de tror att kungen har varit otrogen?

- Ja
- Nej

5. Betyder pressfrihet verkligen att allt och precis vad som helst får publiceras?

- Ja
- Nej
- Nästan

*Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.*

6. Här är ett citat ur Tidningen Allehanda: "Den 29-årige Malmöbo som misstänks för våldtäkt mot barn i Härnösand, omhäktades i dag av Ångermanlands tingsrätt. 29-åringen nekar fortfarande och menar att det bara handlat om pussar och kramar med den 13-åriga flickan från Härnösand." Får tidningen publicera bild på den misstänkte våldtäktsmannen?

- Ja
- Nej

7. Landslagsmannen slåss på krogen, svensktoppstjärnan kör rattfull, den kände skådespelaren döms för sexbrott. Varför namnger inte medierna dem när diskussionsforum som Flashback på nätet ändå har avslöjat både namn och adress?

- Därför att människor inte skvallrar lika mycket till "vanliga" medier
- Därför att "vanliga" medier inte vet om det är sant
- Därför att "vanliga" medier följer de pressetiska reglerna
- Därför att "vanliga" medier inte tror att folk är intresserade

8. En pressfotograf åker ut för att fotografera en stor brand på ett dagis. Svart rök väller ut och det ser riktigt läskigt ut. Fotografen tar några bilder, men när han tittar på dem senare ser man inte den svarta röken så bra. Får han lägga till lite rök i Photoshop så att läsarna ska förstå hur läskig branden var?

- Ja
- Nej

9. När medier granskar olika saker (till exempel hittar bevis för att någon som sitter i fängelse är oskyldig, eller hittar bevis för att en politiker skattefuskar), så kan opinionen i Sverige helt vända efter att medier skrivit om det. Alltså: Om medier påstår att någon är oskyldig och gör reportage, löpsedlar och program om det, så börjar många ändra åsikt i frågan. Varför är det så tror du?

- Folk har mycket mer respekt för vad journalister säger än vad polisen säger
- Folk är rädda för att själva bli uthängda i medier – därför tror man hellre på vad de säger än vad andra säger
- Medier använder en dramaturgi som gör att man tror på dem
- Medier tar fram nya fakta och faktakollar så det är klart att man tror på dem mer än grannen

*Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.*



10. En tidning är ju fylld av annonser både i pappersversionen och på tidningens sajt. Alla som vill kan sätta in en annons. Det är annonsavdelningen som har hand om detta. Men en dag får den ansvarige utgivaren på en tidning, vi kan kalla henne Maria, reda på att ett företag som har kopplingar till extrema åsikter vill sätta in annons om sina bildäck som de säljer. Maria vill inte att de ska få annonsera i tidningen. Kan hon stoppa annonsen?

- **Ja**
- **Nej**

11. David är 23 år och har precis öppnat en ny go-cart bana i stan. Han vill förstås att så många som möjligt ska komma. Han funderar på att sätta in en stor annons i tidningen. Men så kommer David på att det säkert skulle komma ännu fler om tidningen skrev en artikel om go-cart banan istället. Istället för att lägga pengarna på en annons vill han hellre lägga pengarna på att en reporter skriver en artikel. Många i stan skulle säkert vara intresserade av att läsa om det. Är det ok att en reporter skriver en artikel istället för att tidningen tar in en annons?

- **Ja**
- **Nej**

12. Din pappa är en känd företagsledare. En dag går du in på en stor tidningssajt och ser att de skriver att din pappa betalat ut svarta löner. Du kommer hem och din pappa säger att det inte är sant och att han har bevis. Ni känner er illa behandlade. Vad kan ni göra?

- **Egentligen ingenting, medier har ett ansvar att kontrollera sina uppgifter – men får publicera vad de vill ändå**
- **Om ni skriver till tidningen så måste de publicera ert brev**
- **Om ni skriver till dem som har hand om de pressetiska reglerna så kan ni få en rättelse**
- **Privatpersoner kan inte få rättelse – bara företag och organisationer**

13. Det är med andra ord viktigt att medier är försiktiga med vad de skriver om människor och att de inte luras. Men hur ska du kunna veta om en tidning eller sajt följer de pressetiska reglerna?

- **Alla sajter och tidningar följer de pressetiska reglerna**
- **Det står på sajten och i tidningen**
- **Vet inte**

*Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.*

## KAPITEL 4

# Quizfacit

### Fråga 1.

Ja! Tidningar kan visserligen publicera vad de vill. Men du äger upphovsrätt till din bild och tidningen borde fråga dig om lov innan publicering. (Facebook har däremot rätt att använda din bild inom Facebooks domän). Publiceringen av din bild kan kännas integritetskränkande. Därför skulle publiceringen vara pressetiskt tveksam och till och med kunna fällas vid en prövning av Pressens Opinionsnämnd. Speciellt om det handlar om en ung människa som varit med om en olycka. Enligt pressetiken ska tidningar vara extra försiktiga vid publiceringar som gäller barn och ungdomar.

### Fråga 2.

Svaret är ja. Det är bra att medier kan granska makthavare, publicera vad de vill och hålla källor hemliga. Men det finns vissa gränser. Som när det gäller spioner och fara för Sverige. Då kan en domstol häva journalistens tystnadsplikt – det vill säga att källans identitet kan avslöjas. På samma sätt kan en domstol besluta att journalisters tystnadsplikt ska lyftas när en person som jobbar på en myndighet har lämnat ut hemliga handlingar eller muntligen lämnat sekretessbelagda uppgifter. Det här är lite komplicerat – men det finns alltså undantag i meddelarfriheten, även om den är stark.

### Fråga 3.

Nej. Fastän vi har yttrandefrihet i Sverige kan man inte skriva vad som helst. Man får exempelvis inte hota, förtala eller kränka någon. En del tidningar går igenom inläggen i kommentarsfälten innan de läggs ut. Skulle något som bryter mot lagen eller pressetiken ändå slinka med är det tidningens ansvariga utgivare som bär ansvaret. Andra tidningar går igenom vad som skrivits i kommentarsfälten först i efterhand. Då är det den som skrivit inlägget som är ansvarig om inlägget innehåller någonting olagligt. Oavsett om tidningen går igenom inläggen före eller efter att kommentarerna läggs ut måste tidningen hålla uppsikt över vad som skrivs. Tidningen kan nämligen bli ansvarig för vissa brott om man låter ett olagligt inlägg stå kvar för länge.

### Fråga 4.

Ja, det kallas för yttrandefrihet. Grundtanken i pressfriheten är att det ska vara lätt att granska och kritisera de styrande (regeringen, riksdagen, kommunerna, företagen) och förmedla information till allmänheten. Därför får tidningar publicera vad de vill. Men tidningens ansvariga utgivare kan bli fälld i domstol om det som står i tidningen bryter mot lagen. Tidningen kan också fällas av Pressens Opinionsnämnd om en publicering bryter mot de pressetiska reglerna.

*Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.*

### Fråga 5.

Nästan. Tidningens ansvariga utgivare kan fälld i en domstol om tidningen publicerat:

- Sådant som är rent skvaller och hänfullt mot en annan människa (t.ex. att någon är impotent)
- Sådant som är hets mot folkgrupp (t.ex. att alla från ett visst land är tjuvar)
- Hemliga uppgifter som riskerar Sveriges säkerhet (t.ex. att någon planerar att hacka sig in på Säpos databas).

Tidningens ansvariga utgivare kan också fällas av Pressens Opinionsnämnd om en publicering bryter mot de pressetiska reglerna.

### Fråga 6.

Ja! Det kallas tryckfrihet. I stort sätt får tidningar publicera vad som helst. I det här fallet kan tidningen publicera bilden, utan att riskera att bryta mot lagen, om det som skrivits är sant eller om det finns rimliga skäl att anta att det är sant och om det är försvarligt att skriva om det som hänt. Ofta brukar man våga det så kallade allmänintresset – alltså att människor verkligen har nytta av att känna till det – mot den personliga integriteten. Men mannen är ännu bara misstänkt och tidningen bör därför vara försiktig med att publicera namn och bild. Enligt de pressetiska reglerna måste tidningar tänka på att allt inte är av allmänintresse och att personer misstänkta för brott är oskyldiga tills domstolsbeslut fallit. Oavsett om mannen döms kan han anmäla publiceringen till pressombudsmannen (PO) som gör en pressetisk prövning. Om PO bedömer att publiceringen är kränkande föreslår PO att Pressens Opinionsnämnd ska fälla tidningen.

### Fråga 7.

Därför att vanliga medier följer de pressetiska reglerna. Det gör inte alla diskussionsforum. Vi har tryck- och yttrandefrihetslagar i Sverige som är till för att medier ska ha så stor frihet som möjligt att publicera vad de vill – så att de kan fungera som nyhetsförmedlare och granskare av samhället. Medierna har ändå ett ansvar. Vid sidan av lagarna finns det pressetiska systemet med de pressetiska reglerna. Reglerna handlar om allt från att medierna ska faktagranska till att de ska rätta fel och att man ska ta hänsyn till människors privatliv vid publicering och inte kränka en enskild person. Om en tidning bryter mot de pressetiska reglerna kan den fällas av Pressens Opinionsnämnd. Tidningen får då publicera att den gjort fel och även betala en avgift.

### Fråga 8.

Både ja och nej. Enligt de pressetiska reglerna får tidningar retuschera bilder, men bilden får inte lura läsarna. Om man har gjort ett montage i bilden ska det anges.

*Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.*

### Fråga 9.

Alla svar är egentligen rätt. Medier kallas ibland för den tredje statsmakten (efter regering och riksdag) just för att de har en sådan makt att påverka. De kan påverka vad folk tycker genom att lyfta fram en fråga, vara tyst om andra, göra stora rubriker, använda starka bilder som väcker känslor och använda musik för att skapa en känsla. Har du en tydlig egen uppfattning i frågan, så kan det hända att du tviplar på ett mediebudskap. Människor som inte har en klar egen uppfattning i en fråga håller istället lätt med medierna. Medierna påverkar oss konstant, men det är ju det de ska göra. Kunna skapa opinion – utan att regeringen eller andra med makt håller med. Eller skapa opinion så att regeringen och andra börjar engagera sig i en fråga. Kom även ihåg att du kan använda dig av medier för att själv påverka.

### Fråga 10.

Ja! Den ansvariga utgivaren på en tidning bestämmer över allt som ska vara med i tidningen – och vad som inte ska vara med. Hon är ansvarig både inför lagen och enligt pressetikern. Om en annons till exempel strider mot de pressetiska reglerna och hetslagstiftningen (t.ex. att alla från ett visst land är tjuvar), så är det hon/han som fälls för detta – inte annonsören.

### Fråga 11.

Nej, inte enligt journalistens yrkesregler. Där står det att en journalist inte bör acceptera uppdrag, inbjudan, gåva, gratisresa eller annan förmån som kan misstänkliggöra journalistens ställning som fri och självständig. Det blir ju svårt för läsaren att bedöma innehållet om man inte vet på vems uppdrag journalisten handlar.

### Fråga 12.

Om du tycker att du eller någon annan har blivit illa behandlad eller omskriven på ett felaktigt sätt i en artikel så kan du vända dig direkt till pressombudsmannen (som har hand om de pressetiska reglerna). Pressombudsmannen hjälper dig med att ta kontakt med tidningen eller ta fram en rättelse. Det är pressombudsmannens jobb att se till att det är lätt för enskilda att föra fram klagomål. Om tidningen inte håller med så kan pressombudsmannen också skicka saken vidare till Pressens Opinionsnämnd som kan fälla tidningen.

### Fråga 13.

Man vet att en tidning är kopplad till de pressetiska reglerna om de är medlemmar hos Tidningsutgivarna och Sveriges Tidskrifter. Det lättaste sättet är att gå in på deras sajter och undersöka vilka som är medlemmar. Alla svenska tidningar följer inte reglerna, men de allra flesta stora dagstidningar och tidskrifter gör det. Pressombudsmannen och Pressens Opinionsnämnd kan pröva alla tryckta skrifter som kommer ut med minst fyra nummer per år.

*Detta kopieringsunderlag kommer från Mediekompass och Statens Medieråds handbok "Expert på medier. Digital kompetens i läroplanen Lgr 11" utarbetad för samhällskunskap i årskurs 9.*

## Fakta om Upphovsrätt - Vad gäller på nätet?

### Internet

Allt material - texter, bilder, grafik och teckningar - som publiceras på en webbplats är skyddat av lagen om upphovsrätt. Mångfaldigande, kopiering, överlåtelse, försäljning, överföring eller varje annan form av utnyttjande av materialet är förbjudet enligt lagen. Bryter du mot detta kan det leda till skadestånd och om det gjorts "uppsåtligen" eller "av grov oaktsamhet" döms du dessutom till böter eller riskerar fängelse i två år.

Många tror att förbudet bara gäller om materialet ska användas kommersiellt, men det är inte heller okej att "låna" bilder och texter och lägga det på sin egen webbsida eller använda det i en skoltidning eller i ett temaarbete. Man får bara använda materialet "för eget bruk", det vill säga för kunskapsinhämtning, som referens och dylikt.

Citat ur material är tillåtna, men endast i begränsad utsträckning som följer av upphovsrättslagen, det vill säga "i överensstämmelse med god sed och i den omfattning som motiveras av ändamålet samt med angivande av källa". Det innebär att man endast får citera för att kritisera eller belysa någon annans verk eller för att underbygga ett eget ställningstagande.

Du kan också be om tillstånd av upphovsrättsinnehavaren för att få använda materialet. Ofta är det lätt att hitta den som innehar upphovsrätten till materialet - skicka ett mejl eller slå en signal och fråga om lov!

Kom ihåg att upphovsmannens fortfarande har en så kallad "ideell rätt". Du måste uppge källan och du får inte ändra eller återge materialet på ett sätt eller i ett sammanhang som är kränkande för denne.

### Chatten

I chatten gäller inte tidningens normala utgivaransvar. Istället är det den som gör inlägget som ansvarar för det han/hon skriver.

Ett inlägg måste vara av "egen tillverkning", med andra ord vara material som du själv har upphovsrätten till.

Den som gör ett inlägg eller bidrag på en tidnings webbsida medger samtidigt att tidningen utan ersättning får lagra, tillhandahålla och sprida materialet till andra.

### **Elektroniska inlägg får enligt lag inte:**

- *kränka andra personer eller utpeka dem som brottsliga*
- *inhålla hets mot folkgrupp eller på annat sätt ha ett rasistiskt innehåll*
- *inhålla straffbar våldsskildring eller barnpornografi*
- *innebära att du bryter en tystnadsplikt*
- *innefatta spridning av datavirus*
- *inhålla uppmaningar till brott eller utgöra annan brottslig verksamhet*

---

### **Ansvar för egen webbsida**

*Den som själv vill göra en webbsida (till exempel en skoltidning) står själv för innehåll och egna uttalanden och kan också ställa till svårigheter om innehållet bryter mot lagen.*

---

### **DEM STÅR BAKOM HANDBOKEN?**

**Statens Medieråd** (före detta Medierådet) är en statlig myndighet som arbetar med barns och ungas mediasituation och med frågor om mediepåverkan. Mer information på [www.statensmedierad.se](http://www.statensmedierad.se).

**Mediekompas** (tidigare Tidningen i Skolan) är en icke-kommersiell och opolitisk verksamhet som har till uppgift att hjälpa skolan med undervisning om och med dagstidningar och andra medier. Bakom Mediekompas står Tidningsutgivarna. Mer information på [www.tu.se](http://www.tu.se) och [www.mediakompas.se](http://www.mediakompas.se).

Författare till handboken är Rachel Baran. Övningen "Engagera mera" är en bearbetning av ett original skrivet av Kristin Larsson.

Frågor besvaras av Mediekompas och Ulrika K Engström [ulrika.engstrom@tu.se](mailto:ulrika.engstrom@tu.se).

Anmäl dig till Mediekompas nyhetsbrev och få lektionstips varje vecka: [www.mediakompas.se/nyhetsbrev](http://www.mediakompas.se/nyhetsbrev)