



KÄLLKOLL

Avsnitt 5: Vem betalar inläggen i ditt flöde?

Introduktion och arbetsblad



KÄLLKOLL

Om serien

En serie om källkritik på nätet. Viralgranskarna Åsa Larsson och Jack Werner går tillsammans med programledarkollegan Edwin Safari igenom hur information och kommunikation fungerar i digitala medier. De går på djupet i nyhetsflödet och tittar närmare på virala snackisar. Här får du tips om hur du granskar sånt du ser på nätet och lär dig mer om psykologin och strukturen bakom digitala medier.

Programserien Källkoll sänder 10 avsnitt under våren 2021. Varje avsnitt utgår från ett visst tema. De tidigare säsongerna heter *Källkoll – corona* och *Källkoll – USA-valet*.

Syfte

Skolan ska fostra medvetna samhällsmedborgare som kan och vill engagera sig i en komplex omvärld där informationsflödet når oss hela tiden och överallt - men inte alltid med tydliga avsändare eller uttalade syften. Att få våra elever att engagera sig i omvärldsfrågor är i förlängningen en demokratisk fråga.

Med hjälp av Källkoll kan eleverna träna sin källkritiska förmåga genom att reflektera över och jämföra olika typer av nyheter och information. De får också kunskaper om mediernas uppbyggnad, distribution och funktion.

Genom att arbeta med serien tillsammans med det här arbetsmaterialet blir vikten av medvetenhet runt nyhetsrapportering åskådliggjord för eleverna när de ställs inför olika dilemman och samhällsfrågor kopplade till nyhetsvärdering. Målet med serien är i förlängningen att bidra till en starkare tilltro till demokrati och yttrandefrihet.

Målgrupp

Serien är främst tänkt för elever i årskurs 7-9, men kan även passa för elever på gymnasiet.

Om arbetsbladet

Arbetsbladen är avsnittspecifika och innehåller diskussionsfrågor och uppgifter att arbeta enskilt eller tillsammans med, kopplade till varje episod. Uppgifterna är kopplade till de centrala frågeställningarna i programmet, med fokus på begreppsförståelse, jämförelser och olika aktiviteter. Till varje avsnitt finns ett antal centrala begrepp. Dessa kan vara bra att diskutera innan ni ser avsnittet för att skapa förståelse för innehållet och på så sätt skapa en gemensam ingång till avsnittet. De är också bra att använda för att repetera avsnittets centrala innehåll. I varje avsnitt finns en explainer som förklarar några av programmets centrala begrepp.

Avsnitt 5: Vem betalar inläggen i ditt flöde?

Om avsnittet

I sociala medier kan det vara svårt att veta vem som sponsrat olika budskap. Vad är smygreklam och vad spelar det för roll hur journalistik finansieras? Edwin blir erbjuden att göra reklam i sin kanal

– Jack och Åsa varnar för att hans oberoende är i fara.

Dagens begrepp

- Vad innebär begreppen i rutan?
- På vilket sätt är orden och uttrycken kopplade till nyheter och sociala medier?
- Sammanfatta avsnittet med hjälp av begreppen.

kommersiellt samarbete
ansvarig utgivare
smygreklam
hype-grupper
redaktionell integritet

sponsor
oberoende journalistik
dold marknadsföring
reach

Dagens citat

”Arga klick ger trafik”

- Upprörande innehåll kan locka till klick – hur tror du att den som har många följare i sociala medier förhåller sig till det?
- Vad innebär ”click-bait”?
- Influencers är intresserade av trafik – vad kan det leda till, tror du?
- Varför är det viktigt att vara tydlig med vilka inslag som är reklam och inte bara en personlig åsikt?

Dagens fundering

I avsnittet diskuteras om det spelar roll för journalister att företagen de jobbar på är kommersiella. Vad tor du?

- I avsnittet nämns skillnaden mellan den gamla och den nya världen. Vad syftar Jack på?
- I avsnittet diskuteras kommersiella medier, och om detta kan påverka journalisternas arbetssätt. Vad tror ni?
- Vad är skillnaden mellan kommersiella medier och public service?
- Vem, eller vilka, är det som styr innehållet på SVT, SR och UR?
- Vad innebär redaktionell integritet?

Dagens explainer

Titta på explainern igen och diskutera innehållet utifrån frågorna nedan.

- *Oberoende* är ett centralt begrepp i veckans avsnitt. Varför är det viktigt i mediasammanhang? Och vad innebär det att ett budskap är genuint?
- Hur kan du märka om avsändaren inte är oberoende?
- Vad är så kallad textreklam?
- Vad säger de journalistiska spelreglerna om reklam?

Dagens uppgift – sponsrade inlägg

Edwin brottas med frågor kring sponsring i sin kanal. Hur ser det ut i de sociala medier där ni rör er? Dags att undersöka!

- Leta fram en influencer på nätet, som du själv eller andra följer. Titta på några inlägg och ge exempel på vad som kan vara dold marknadsföring.
- Finns det vissa inlägg där det tydligt framgår att det är reklam? Ge exempel på hur detta märks.
- Ge exempel på inlägg som du tycker tenderar att vara textreklam.
- Finns det en skillnad hur du påverkas av dold respektive tydlig reklam i ett inlägg?

Ur Lgr11, Skolans värdegrund och uppdrag:

Det är inte tillräckligt att i undervisningen förmedla kunskap om grundläggande demokratiska värderingar. Undervisningen ska bedrivas i demokratiska arbetsformer och förbereda eleverna för att aktivt delta i samhällslivet.

Kopplingar till kursplanen i samhällskunskap åk 7-9, Lgr11**Ur syftestexten:**

Eleverna ska ges förutsättningar att utveckla:

- ståndpunkter i aktuella samhällsfrågor och argumentera utifrån fakta, värderingar och olika perspektiv.
- förmåga att analysera samhällsfrågor ur olika perspektiv och kritiskt granska hur de framställs i olika källor.

Ur centralt innehåll:

- Nyhetsvärdering och hur den kan påverka människors bilder av omvärlden. Hur individer och grupper framställs i media, till exempel utifrån kön och etnicitet, och hur detta kan påverka normbildning och värderingar.
- Kritisk granskning av information, ståndpunkter och argument som rör samhällsfrågor i såväl digitala medier som i andra typer av källor.

Gy11, Gymnasieskolans uppdrag

” Eleverna ska också kunna orientera sig och agera i en komplex verklighet med stort informationsflöde, ökad digitalisering och snabb förändringstakt. Deras förmåga att finna, tillägna sig och använda ny kunskap blir därför viktig. Eleverna ska träna sig att tänka kritiskt, att granska information och förhållanden och att inse konsekvenserna av olika alternativ.”

Arbetsbladet är skapat av Anna Klockar och Mia Vestman tillsammans med UR

Upphovsrätten till innehållet i den här lärarhandledningen tillkommer UR, om inte något annat särskilt anges. Lärarhandledningen får fritt kopieras, distribueras digitalt och visas i undervisningsmanhang. När lärarhandledningen eller delar av innehållet används på olika sätt ska den ideella upphovsrätten iaktas. Det här betyder att du som lärare i din undervisning bland annat får kopiera upp så många kopior du behöver av hela eller delar av lärarhandledningen och dela ut till elever, tillhandahålla den digitalt till eleverna i en elevportal eller liknande, eller visa i en Powerpointpresentation. Viktigt att tänka på när du använder lärarhandledningen, på olika sätt, är att det alltid ska gå att se vem eller vilka som har upphovsrätten. Om lärarhandledningen kopieras upp i sin helhet så framgår det redan, men om det är så att du väljer att bara använda någon del behöver du skriva i anslutning till det du använder vem eller vilka det är (UR och/eller annat namn, som framgår i lärarhandledningen).