



Do you know
YOUR DEMOCRACY?

FACT

HANDBOK

DISINFORMATION, MEDIA AND MANIPULATION WITH MEDIA IN DEMOCRATIC SOCIETIES AND HOW TO STAY DEMOCRATIC IN THESE TIMES

Do you know your democracy?



Co-funded by
the European Union



TITEL

Handbok "Desinformation, media och manipulation med media i demokratiska samhällen och hur man förblir demokratisk i dessa tider"

För ungdomsarbetare/pedagoger/lärare med konkreta workshops.

PROJEKT

Känner du till DIN DEMOKRATI?

PROJEKTPARTNERS

Carousel 8 (Kroatien)

Youth Council Next Generation (N. Makedonien)

La Génération de Demain (Frankrike)

Well-being Lab (Sverige)

Learning Library (Estland)

FÖRFATTARE

Slave Kostadinov

Emanuel Caristi

FÖRLÄGGARE

Carousel 8



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Innehåll

Introduktion	4
Om projektet	5
Projekt partners	7
Utbildningstillfällen – för ungdomsarbetare, pedagoger, lärare	10
1. Förstå kommunikationsbarriärer genom Shannon och Weaver-modellen	12
2. Debattera mediepolicyer: rättigheter, skyldigheter och frihet i den digitala tidsåldern	17
3. Escape the Bunker: En moralisk och etisk beslutsutmanande i mediekunskap och perception	20
4. Utforska mediatrender och påverkan i Europa	23
5. Bygga mediekunskap: Förstå MIL, upptäcka falska nyheter och identifiera logiska felaktigheter	26
6. Conspiracy Lab: Utforska mediemanipulation och spridningen av felaktig information	38
7. Medielandskap i dagens samhälle genom konst	41
8. Deltagarnas workshop 2: “Bör media censureras?”	44
9. Deltagarnas workshop 3: Tyst aggression: Avslöja tecknen på nätmobbning	48
10. Analysera mediabias och inramning: en jämförande studie	56
Resurser	60

Introduktion

Den här handboken är baserad på lärande, undervisning, träningsaktivitet (LTTA) "Desinformation, media och manipulation i demokratiska samhällen", en del av projektet "Känner du till din demokrati?" Denna LTTA hölls från 04.10.2024 till 14.10.2024 i Avrillé-les-Ponceaux, Frankrike, och fokuserade på icke-formell utbildning och metoder för att lära sig genom att göra.

LTTA syftade till att bygga upp kompetensen hos ungdomsledare i mediekunskap, genom att erkänna desinformation, mediemanipulation och medias roll i demokratiska samhällen. Genom interaktiva sessioner utvecklade deltagarna lärandemål, utforskade sina egna gränser och utbytte idéer om god praxis inom dessa områden.

Den här handboken innehåller 10 workshops om ämnen som medias roll i samhället, sociala mediers påverkan, media och demokrati, identifiering av falska nyheter och desinformation i EU- och Balkansammanhang. Designad för flexibel användning i olika miljöer (skolor, ungdomsorganisationer, online/offline), innehåller den workshops som har förfinats baserat på deltagarnas feedback för att stödja ungdomsledare i att utbilda andra.

Vi hoppas att denna resurs hjälper ungdomsarbetare, pedagoger och lärare att främja informerade och demokratiska samhällen. Den fungerar både som en startpunkt för nya projekt och ett praktiskt verktyg för utbildning i mediekunskap och demokratiskt engagemang.

Om projektet

Idag i Europa bevittnar vi olika fenomen: krympande utrymme för civilsamhället, framväxten av populism och illiberala regimer, minskat förtroende för institutionerna, mediernas förändrade roll och spridning av falska nyheter, bristande tillgång till rättigheter och snabb utveckling av digital teknik. Allt detta tillsammans påverkar det politiska deltagandet, särskilt bland ungdomar (källa: SALTO). Enligt behovsbedömningen och forskningen tillhör ungdomar som saknar politisk och mediekompetens och som är minst aktiva och engagerade i demokratiska processer NEET-ungdomar eller ungdomar som står inför ekonomiska svårigheter. För att möta dessa behov på lång sikt planerar vi att etablera 5 Youth Leaders' Hubs (2 digitala - i Sverige och Estland och 3 personliga - i Kroatien, Nordmakedonien och Frankrike) där vi kommer att organisera workshops på lokal nivå (ansikte mot ansikte, online och blandade lärandeaktiviteter) som kommer att öka dessa ungdomars politiska kunskaper och aktivt medborgarskapskompetens. I dessa nav kommer unga människor att skapa och främja

en kultur av delaktighet. Men först måste vi utbilda våra ungdomsledare att utveckla och genomföra workshops om dessa ämnen. Följaktligen utvecklade vi konceptet att genomföra aktiviteter och producera resultat fokuserade på två huvudsakliga inbördes relaterade ämnen: 1. demokrati; demokratiska värderingar; vikten av demokrati i våra samhällen; politiskt deltagande; 2. mediekunskap; desinformation; falska nyheter som ett propagandaverktyg för att angripa demokratin. Ungdoms erkännande av EU:s värderingar, inklusive mänskliga rättigheter, demokrati och rättsstatsprincipen, och ett aktivt ungdomsengagemang i politiska processer är av största vikt, eftersom det är genom demokratiskt engagemang som ungdomar kan bidra till att forma den framtid de vill leva i. Ett mer aktivt deltagande och investeringar i medborgerligt och demokratiskt liv på lokal, regional, nationell och europeisk nivå kommer att främja ett mer motståndskraftigt samhälle för både EU och ungdomar i framtiden och för unga människor.

Specifika mål med projektet är:

- 01** Utveckla och förbättra partnerskap och ungdomsmöjligheter mellan norra, södra, östra och västra Europa om ämnen som demokrati, demokratiska samhällen, gräsrotsaktivism, mediekunskap och dess koppling till demokratiska samhällen; genom utveckling av utbildningsmöjligheter för ungdomsledare, utbildningsmaterial för framtida utbildningar av ungdomsledare, digitala bräd-/kortspel, och genom att ge direkta möjligheter för ungdomar att utveckla och använda sina färdigheter genom att skapa pedagogiska digitala bräd-/kortspel inom ämnena demokrati, gräsrotsaktivism och mediekompetens som grunder i moderna demokratiska samhällen.
- 02** Öka kunskaper, färdigheter och attityder hos ungdomsledare i 5 partnerländer och partnerorganisationer för utveckling, implementering och utvärdering av ungdomsarbete och program fokuserade på demokrati, demokratins betydelse i dagens samhälle, mediekunskap och desinformationshantering och deras koppling till demokratiska samhällen; genom LTTA 1: "Demokrati, dess betydelse och våra lokala samhällen som demokratiska samhällen" och LTTA 2: "Desinformation, media och manipulation med media i demokratiska samhällen och hur man förblir demokratisk i dessa tider"; där 30 deltagare per LTTA kommer att vara involverade (totalt 60 ungdomsledare, några av dem är ungdomsarbetare, inklusive utbildare, experter och personal)

- 03** Förbättra och höja befintlig kapacitet hos projektpartners för utveckling, implementering och utvärdering av lokala och internationella projekt fokuserade på att engagera, koppla ihop och stärka unga människor i lokala samhällen för utveckling av kritiskt tänkande och kritiskt tänkande färdigheter relaterade till demokrati och förebyggande av mediadesinformation genom ungdomsledarnas nav, som kommer att leda ungdomsledare utbildade, och efter LTTA-aktiviteter, särskilt utbildade och efter LTTA-aktiviteter. LTTA 2 där minst 25 deltagare från var och en av de 5 partnererna kommer att vara involverade (totalt 250 deltagare i 5 hubbar och de 2 uppföljningsaktiviteterna).
- 04** Utveckla kompetensramverket för ungdomsledare för bemyndigande och utbildning av unga om ämnen som demokrati, vikten av demokrati i dagens samhälle, mediekunskap och desinformationshantering och deras koppling till demokratiska samhällen genom utveckling och publicering av 2 pedagogiska handböcker, som kommer att användas i verksamheten i Youth Leaders Hubs genom vilka du stödjer ledares aktiviteter. (50 deltagare per partner, totalt 250), spridningsaktiviteter (30 deltagare per partner, totalt 150) och 2 handböcker kommer att finnas tillgängliga på webbplatser för partnerorganisationer och resurscentrum för ungdomsarbete.
- 05** Utveckla och ytterligare förbättra kunskaper och färdigheter hos ungdomar från 5 partnerländer, men även hela Europa; i ämnen som demokrati, demokratiska samhällen, gräsrotsaktivism, mediekunskap och dess koppling till demokratiska samhällen; genom deltagande i Youth Leaders' Hubs: lära sig om demokrati och deltagande, utveckla deras aktiviteter och kampanjer som ett alternativt sätt för politiskt deltagande och utöva sitt aktiva medborgarskap, utveckling av bräd- och kortspel, pilotering av utvecklade pedagogiska spel och deltagande i marknadsföring av slutprodukter i relevanta utbildningsplattformar och sociala medier.
- 06** Engagera, koppla ihop och ge ungdomar möjlighet att delta i den demokratiska processen och i samhället genom Youth Leaders' Hubs och ett ungdomsutbyte där de tillsammans utforskar ämnena demokrati och politiskt deltagande, och utvecklar och utbyter gemensamma idéer för handling.
- 07** Engagera sig i intensiva spridnings- och exploateringsaktiviteter av nyproducerade produkter och engagera minst 150 deltagare (med särskilt fokus på det högre engagemanget hos NEET och ungdomar med färre möjligheter) i våra ungdomsarbetsaktiviteter fokuserade på ämnen som demokrati, demokratiska samhällen, gräsrotsaktivism, mediekunskap och dess koppling till demokratiska samhällen; genom men inte begränsat till användning av bräd- och kortspel för ungdomar och pedagogiska handböcker för ungdomsledare och ungdomsarbetare.

Projekt partners

Carousel 8, Kroatien

carousel8.org

Carousel 8 (C8) från Kroatien är en icke-statlig organisation från Zagreb, etablerad för att ge möjligheter till lärande och volontärarbete för ungdomar med färre möjligheter. Huvudmålen för C8 är att främja frivillighet och aktivt medborgarskap; främja icke-formell utbildning; främja medvetenhet om utvecklingen av det civila samhället; inkludering av människor i det sociala och kulturella livet. Speciellt relevant för denna projektansökan har C8 en rik erfarenhet av att organisera utbildningsseminarier för gymnasieelever i Zagreb-regionen, där de arbetade med främjande av aktivt medborgarskap, volontärmöjligheter för ungdomar och grunderna i MIL (Media and Information

Literacy). Dessutom har de erfarenhet av att arbeta med ungdomar i ämnena demokratiska värderingar, samt att utveckla färdigheter och kompetenser som behövs för att förbättra mediekompetens och kritiskt tänkande. På internationell nivå koordinerade och genomförde de flera KA1-projekt (mobilitet för ungdomsarbetare) om volontärarbete, volontärledning och mentorskap i den internationella miljön. C8 har 5 personer regelbundet engagerade som utbildare och projektkoordinatorer och minst 150 personer på internationell; och 250 personer på lokal nivå involverade som elever i utbildningsprojekt.

Youth Council Next Generation, N. Makedonien

nextgeneration.com.mk

Youth Council Next Generation är en ideell, icke-statlig organisation som grundades i februari 2010 i Skopje, Republiken Nordmakedonien. Next Generation stärker ungdomars deltagande genom implementering och stöd av projekt och initiativ riktade mot ungdomsutveckling i vårt lokala, såväl som ett nationellt och internationellt samhälle. Grunden för deras organisation ligger i medlemmarnas erfarenhet av ungdomsarbete, icke-formell utbildning, aktivt deltagande och social aktivism, som gick samman för att möjliggöra utbildningsrörlighet för unga människor för att utvecklas i utbildade och medvetna personer som aktivt deltar i samhället. Med

andra ord, de försöker bidra till att skapa en generation av ungdomar utrustade med kompetens, värderingar och attityder från aktiva och ansvarsfulla medborgare, genom att möjliggöra deltagande i ungdomsprojekt och aktiviteter som täcker olika sociala ämnen. Deras bidrag till detta projekt kommer att vara genom rik erfarenhet av att organisera och genomföra utbildningsaktiviteter för ungdomsledare och ungdomar (ungdomsutbyten, studiebesök, utbildningar...) och genomförande av internationella aktiviteter som finansieras genom Erasmus+-programmet.

Learning Library, Estland

learning-library.net

Learning Library från Estland är ett litet edu-tech företag som tillhandahåller utbildningsverktyg och lösningar till företag och icke-statliga organisationer. Företagsidéen skapades 2021, medan den officiella registreringen av företaget gjordes 2022. Learning Library samlar experter från utbildning, ungdomsarbete, Human Resources (HR) och Information Technology (IT), med ett syfte – att hjälpa till att digitalisera lärande och utbilda individer för att förbättra lokala samhällen. Learning Library arbetar inom utbildningsområdet och för samman olika metoder från den icke-formella utbildningen och näringslivet. Företaget samarbetar med olika organisationer och företag på nationell och internationell nivå. Sedan starten av företagets existens tillhandahåller Learning Library tjänster och stöd till flera små lokala organisationer för att utveckla deras onlineinläring och webbplatser. För närvarande är Learning Library involverat i utvecklingen av 8 storskaliga onlinekurser och 3 plattformar för

lärande online. Företaget har 2 ledande medarbetare och samarbetar kontinuerligt med 10 IT-proffs, 7 designexperter, 10 pedagoger och mer än 20 personer med kompetens inom ungdomsarbete, entreprenörskap, ekologi och hållbarhet. Mervärdet av Learning Library i detta specifika konsortium kommer att uppnås genom två olika saker: För det första kommer de att vara teknisk partner som ansvarar för utvecklingen av onlinelärande genom sin erfarenhet och expertis som kommer att gynna alla andra ungdomsarbetsorganisationer och unga inblandade. För det andra, genom nära samarbete med kommunala ungdomshus från Tallinn, kommer Learning Library att involvera ungdomsarbetare, ungdomsledare och ungdomar från två ungdomsgårdar i Tallinn (MANK och KENK) för att vara en del av detta projekt, vilket direkt bidrar till ungdomsdimensionen.

Association la Generation de Demain Hub, Frankrike

lagenerationdedemain.com

La Generation de Demain är en ideell, icke-statlig organisation som grundades 2020 i Bordeaux, Frankrike. Genom våra initiativ siktar vi på att genomföra olika projekt som involverar internationella ungdomsutbyten för att öka medvetenheten om framtiden och göra den bättre. Föreningen har åtagit sig att dela principer och värderingar som är av stor betydelse i vardagen och främja en lugn och harmonisk samexistens.

Våra primära mål inkluderar att öka miljömedvetenheten bland den yngre generationen, stärka global solidaritet, främja de mänskliga fördelarna med volontärarbete, främja informell utbildning, bekämpa social isolering och lära ut effektiv användning av sociala nätverk för samhällsnytta.

Vi strävar också efter att förbättra kulturell öppenhet, språkkunskaper och interkulturell interaktion genom att engagera oss med människor från olika nationaliteter, främja en kärlek till delning och ömsesidig respekt.

Vi är ett ungt, dynamiskt team dedikerat till att hjälpa varje individ att bli den bästa versionen av sig själv och att erbjuda denna planet den vård den förtjänar. Genom att göra det kommer varje individ att kunna frodas och växa från denna erfarenhet samtidigt som de bidrar positivt till omvärlden.

Well Being Lab, Sverige

wellbeinglab.org

The “Well-being Lab” är en offentlig utbildningsorganisation som fokuserar på att främja välbefinnande och psykisk hälsa bland organisationer, individer och pedagoger som arbetar i Malmö och Sverige. Som en utbildningsorganisation leds Well-being Lab av utbildare, projektskribenter, handledare och utbildare som är engagerade i att tillhandahålla icke-formell utbildning (NFE) och möjligheter till livslångt lärande. Organisationen

använder sig av olika tillvägagångssätt och metoder för att hjälpa unga och vuxna att förstå vikten av välbefinnande, psykisk hälsa och gemenskap. Erfarenheter de tillför är mest kopplade till aktiviteter på lokal nivå, där de arbetar geografiskt isolerade och svåråtkomliga i norra Sverige. Att involvera de unga med färre möjligheter kommer att ge ett mervärde till projektet.





UTBILDNINGSTILLFÄLLEN – FÖR UNGDOMSARBETARE, PEDAGOGER, LÄRARE

I den här delen av handboken presenterar vi dig för 10 fullt utvecklade och redo att implementeras, utbildningstillfällen. Dessa sessioner är anpassade från de sessioner som ägde rum under LTTA (Learning, Teaching, Training Activity), och kan användas som en hel uppsättning för långsiktig träning, eller kan användas som separata sessioner för att ta itu med specifika behov hos målgruppen/målgruppen.

Varje session har förklarat bakgrund, mål, mål och kompetensadresser. I listan med material och flödet för sessionen hittar du mer information om konkreta steg i sessionen och nödvändigt material. Vi rekommenderar mer erfarna ungdomsarbetare/pedagoger/lärare att anpassa sessionerna efter specifikationerna för gruppen de arbetar med och de resurser de har till sitt förfogande.

I slutet av varje session finns en lista med rekommendationer för vidare användning av sessionen. Dessa rekommendationer innehåller användbar information för lärare som bör kontrolleras som en del av förberedelserna för sessionen.

Sessioner

1. Förstå kommunikationsbarriärer genom Shannon och Weaver-modellen **12**
2. Debattera mediepolicyer: rättigheter, skyldigheter och frihet i den digitala tidsåldern **17**
3. Escape the Bunker: En moralisk och etisk beslutsutmanande i mediekunskap och perception **20**
4. Utforska mediatrender och påverkan i Europa **23**
5. Bygga mediekunskap: Förstå MIL, upptäcka falska nyheter och identifiera logiska felaktigheter **26**
6. Conspiracy Lab: Utforska mediemanipulation och spridningen av felaktig information **38**
7. Medielandskap i dagens samhälle genom konst **41**
8. Deltagarnas workshop 2: "Bör media censureras?" **44**
9. Deltagarnas workshop 3: Tyst aggression: Avslöja tecknen på nätmobbning **48**
10. Analysera mediabias och inramning: en jämförande studie **56**

Förstå kommunikationsbarriärer genom Shannon och Weaver-modellen

SYFTET MED SESSIONEN

Att introducera deltagarna till kommunikationscykelmodellen av Shannon och Weaver, utforska barriärer för kommunikation och kodnings-/avkodningsfiltren vid meddelandeöverföring.



MATERIL SÖM BEHÖVEN

- Smartphones
- Dixit-kort eller modern konstillustrationer (med ovanliga scenarier)
- Papper, pennor, markörer/färgpennor



MÅL

- Att förstå medias roll i vardagen
- Att identifiera barriärer i kommunikation och analysera meddelandekodning och avkodning
- Att utforska praktiska aspekter av meddelandeförvrängning i kommunikation



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Mediekompetens
- Kritiskt tänkande
- Effektiv kommunikation



METODIK OCH METODER

- Brainstorming
- Grupparbete
- Interaktiv miming och ritaktivitet

1. Introduktion och mediarefleksion

15 min.

- Be deltagarna att kontrollera sina telefoninställningar för att se deras användningstid på sociala medier och medierelaterade appar. Använd den medföljande bilden för att guida dem genom stegen, som att kontrollera "Skärmtid" på iOS eller "Digitalt välmående" på Android.
- Underlätta en kort reflektion genom att be deltagarna dela med sig av hur de tycker om sin mediekonsumtion och diskutera eventuella insikter om sina medievanor.

2. Definiera media och brainstorming

15 min.

- Presentera bilden som definierar "media" och bjud in deltagarna att brainstorma exempel på media som man stöter på i vardagen (t.ex. nyhetswebbplatser, sociala medier, TV, radio, tidningar).
- Skriv ner deltagarnas exempel på en blädderblock eller whiteboard, och främja en öppen diskussion om mediernas olika former och roller i deras liv.

3. Gruppinställning och instruktioner

5 min.

- Dela in deltagarna i grupper om 5, arrangera dem i en rad där varje person är vänd bort från de andra i gruppen. Förklara att varje deltagare i linjen kommer att spela en annan roll i kommunikationskedjan, och simulera kodningen, avkodningen och potentiella barriärer inom kommunikationsprocessen.
- Förklara kort stegen i aktiviteten: observera, mima, verbal kommunikation, skriva och rita.

4. Kommunikationscykelaktivitet

25 min.

- **Steg 1:** Varje förstahandsdeltagare får en illustration (antingen ett Dixit-kort eller modern konst med en ovanlig scen) och har 1 minut på sig att observera den noggrant.
- **Steg 2:** Efter 1 minut vänder sig varje första person till den andra personen i sin rad och härmar det de observerade i illustrationen. De har 1 minut på sig att mima scenen utan att använda ord.
- **Steg 3:** Den andra personen tittar på mimen och vänder sig efter 1 minut till den tredje personen för att verbalt beskriva vad de tolkade. De har 1 minut på sig att förmedla budskapet med endast ord.
- **Steg 4:** Den tredje personen skriver ner en kort beskrivning eller "berättelse" baserat på vad de hörde från den andra personen. Detta bör ta 1 minut.
- **Steg 5:** Den tredje personen lämnar sedan sin skriftliga beskrivning till den fjärde personen, som har 1 minut på sig att tolka berättelsen och skapa en teckning utifrån vad de förstått.
- **Slutlig jämförelse:** Den femte personen, som tar emot den slutliga ritningen, jämför den med originalillustrationen. De lyfter fram likheterna och skillnaderna mellan de två och noterar var kommunikationsbarriärer kan ha lett till feltolkningar.

5. Introduktion av kommunikationsmodellen och barriärer

15 min.

- Efter aktiviteten, introducera Shannon och Weavers kommunikationscykelmodell, som förklarar begreppen kodning, avkodning, kanal, brus och feedback.
- Diskutera potentiella hinder i kommunikation, såsom perceptuella, känslomässiga, språkliga, kulturella och fysiska hinder. Använd den relevanta bilden för att illustrera varje barriär och ge verkliga exempel för att klargöra vilken inverkan dessa barriärer kan ha på kommunikationen.
- Betona att meddelanden ofta blir förvrängda på grund av dessa barriärer och att kodnings-/avkodningsproblem är vanliga. Visa "Varning"-bilden för att förstärka konceptet att hur ett meddelande kommuniceras och hur det förstås kan skilja sig markant.

6. Debriefing och reflektion

15 min.

- Samla alla deltagare i en cirkel för att diskutera sina upplevelser i aktiviteten. Uppmuntra dem att reflektera över frågor som:
 - Hur kändes processen?
 - Vilka utmaningar stötte du på när du försökte kommunicera budskapet?
 - Hur förändrades meddelandet från original till sluttolkning?
 - Använd "Varning"-bilden för att förstärka tanken att kodnings- och avkodningsproblem ofta leder till feltolkningar, vilket betonar effekterna av kommunikationsbarriärer.
- Be deltagarna att tänka på verkliga situationer där liknande kommunikationsbarriärer kan uppstå och hur de kan tillämpa denna medvetenhet i sina personliga och professionella interaktioner.



Gruppindelning

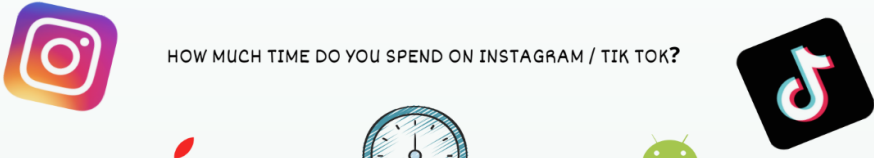




Dela in deltagare i grupper om 5. Justera antalet grupper baserat på det totala antalet deltagare (t.ex. 6 grupper för 30 deltagare, 7 för 35).

Rekommendationer för tränare

i

- Uppmuntra deltagarna att fokusera på noggrannhet framför hastighet för att tydligt visa kommunikationsbarriärer.
- Betona att fel och snedvridningar i kommunikationen är naturliga och ger värdefulla läroinsikter.
- Överväg att använda ett debriefingverktyg, som ett "Plus/Delta"-diagram, där deltagarna noterar vad som gick bra ("Plus") och vad som kan förbättras ("Delta").
- Använd den sista debriefingen för att koppla aktivitetens resultat till de bredare ämnena mediekompetens och informationsförvrängning.

Bilagor

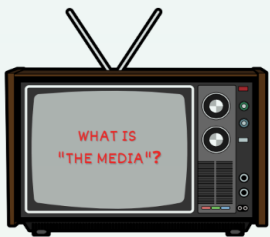






HOW MUCH TIME DO YOU SPEND ON INSTAGRAM / TIK TOK?


Go to Settings.
Tap Screen Time.
Tap See All Activity under the graph.
Scroll down to see a list of apps and their corresponding usage time.
Look for social media apps like Facebook, Instagram, Twitter, etc.

Go to Settings.
Tap Digital Wellbeing & parental controls (or just Digital Wellbeing).
Tap the Dashboard option.
You'll see a screen with all your apps, their usage time and screen unlocks. You can also tap on any app to see how much time you've spent on it, per day, over the last week or so.

Instruktioner för mediaanvändning




In the strictest meaning of the word, a medium is a channel of communication, a method by which a message is sent to an audience. Media, as the plural of Medium, means simply more than one format for communicating or presenting information.



medium (*plural media or mediums*)

1. The material of the surrounding environment, e.g. solid, liquid, gas, vacuum, or a specific substance such as a solvent.
2. The materials or empty space through which signals, waves or forces pass. [quotations ▼]
3. A format for communicating or presenting information. [quotations ▼]
4. (*microbiology*) A nutrient substance, commonly a solution or solid, for the growth of cells *in vitro*. [quotations ▼]
5. (*biology, horticulture etc.*) A substance, structure, or environment in which living organisms subsist, grow or are cultured. [quotations ▼]
6. A means, channel, agency or go-between through which communication, commerce, etc is conveyed or carried on, or by which an aim is achieved. |

Definition av media slide



PERCEPTUAL BARRIERS

EMOTIONAL BARRIERS

LANGUAGE BARRIERS

CULTURAL BARRIERS

PHYSICAL BARRIERS

KUMUSTA CIAO
HI HEJ BONJOUR
HOLA SALUT

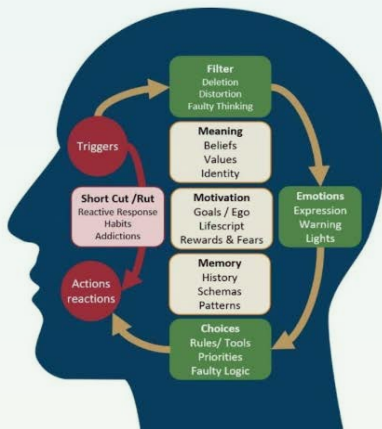
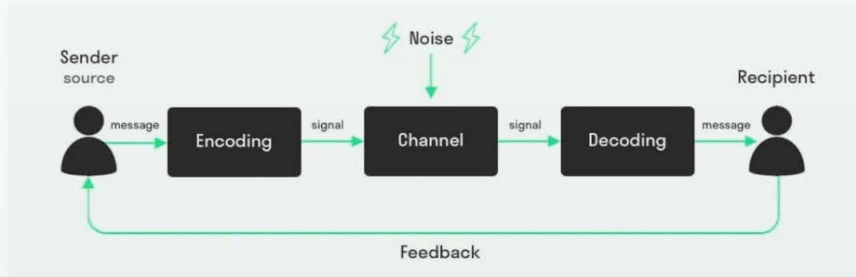
Kommunikationsbarriärer slide

Bilagor

Communication Cycle model (Shannon and Weaver)



Shannon och Weaver
Communication Cycle Model slide



“Varning”-bild om kodnings-/
avkodningsproblem



Dixit-kort eller modern
konstillustrationer (med
ovanliga scenarier)

Debattera mediepolicyer: rättigheter, skyldigheter och frihet i den digitala tidsåldern

SYFTET MED SESSIONEN

Att utforska kontroversiella ämnen relaterade till mediepolitik, med fokus på ansvarighet, censur, demokrati och yttrandefrihet.



MATERIL SOM BEHÖVEN

- Ett öppet utrymme, en lång vägg och 2 stolar
- Papper (A4) och färgpennor för att göra skyltar
- Tejp
- Små kort och pennor för anteckningar (valfritt)



MÅL

- Att kritiskt utvärdera komplexa frågor kring mediepolitik
- Att träna och utveckla förmågan att lyssna, diskutera och övertala
- Att främja öppenhet och samarbetsdebatt om medieämnen
- Att öka deltagarnas kommunikationsförmåga



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Kritiskt tänkande och analytisk förmåga
- Medborgerlig kunskap och engagemang
- Effektiv kommunikation och debatt



METODIK OCH METODER

- Debattbaserad aktivitet
- Aktivt deltagande och reflection

1. Introduktion och positionering

5 min.

- Introducera workshopens ämne och mål.
- Förklara att deltagarna kommer att diskutera en rad uttalanden relaterade till mediapolitik.
- Sätt upp två skyltar i vardera änden av en lång vägg, den ena representerar "Instämmer" och den andra "Instämmer inte".
- Välj det första påståendet från listan nedan, läs det högt och be deltagarna att placera sig längs väggen efter hur mycket de håller med eller inte håller med om det.

2. Debattomgång 1 - Inledande argument

5 min.

- Bjud in de två deltagarna längst ut på väggen att sitta i stolarna i mitten.
- Alternativt kan du ha två personer för "Instämmer" och två för "Inte håller med" för att möjliggöra ett mer varierat utbud av perspektiv.
- Varje person har 2,5 minuter (eller i par, varje person har 1 till 1,5 minuter) på sig för att förklara varför de håller med eller inte håller med påståendet, växelvis om det finns flera talare per sida. Inga avbrott är tillåtna; alla lyssnar tyst.

3. Gruppindelning och argumentförberedelse

5 min.

- Efter de första argumenten, be deltagarna att gå bakom den eller de talare de håller med om. Deltagare i mitten måste välja sida och kan inte vara osäkra.
- Låt varje grupp 5 minuter förbereda sina argument som stöder deras ståndpunkt, och välj olika talare för att presentera dessa argument.

4. Debattomgång 2

5 min.

- De nya talesmännen från varje grupp turas om (1 till 1,5 minuter per talare om det finns flera talare, eller 2,5 minuter för en enskild talare) för att presentera sin grupps argument.
- Efter båda argumenten, låt deltagarna byta sida om de tyckte att den motsatta gruppens argument var övertygande.

5. Upprepa med nya uttalanden

60 min.

Fortsätt processen med ytterligare två påståenden, spendera cirka 15 minuter på varje. Föreslagna uttalanden inkluderar:

- "Mediekanaler bör hållas juridiskt ansvariga för spridning av falsk information, även om det är oavsiktligt."
- "Sociala medieplattformar har gjort mer skada än nytta för demokratin."
- "I kristider bör regeringar ha rätt att kontrollera mediaberättelser för att säkerställa stabilitet."
- "Pressfriheten bör aldrig äventyras, även om den leder till spridning av desinformation."

6. Debriefing

10 min.

Samla alla deltagare i en cirkel och underlätta en reflekterande diskussion med följande frågor:

- Ändrade någon sig under debatterna? Vilka argument påverkade dem?
- Påverkades deltagarna av andra faktorer än argumenten, som grupstryck eller känslomässigt språk?
- För dem som inte ändrade uppfattning, fanns det ett värde i att diskutera frågan? Kan några bevis potentiellt övertyga dem?
- Varför har människor olika åsikter om mediepolitik? Vad bör man göra åt denna mångfald av tankesätt i ett demokratiskt samhälle?
- Bör alla åsikter tolereras i en demokrati?
- Hur kändes det att bli representerad av någon annan, och hur kändes det att tala på en grups vägnar?

Uttalanden för diskussion



Välj bland följande påståenden baserat på din grups intressen och workshopens mål:

- “Mediekanaler bör hållas juridiskt ansvariga för spridning av falsk information, även om det är oavsiktligt.”
- “Sociala medieplattformar har gjort mer skada än nytta för demokratin.”
- “Mediemanipulation är oundvikligt i demokratiska samhällen på grund av konkurrensen om uppmärksamhet.”
- “Medborgarjournalistik undergräver professionella mediers trovärdighet.”
- “I kristider kan censur av media motiveras för att upprätthålla nationell säkerhet.”
- “Föräldrar som låter sina små barn använda smartphones misslyckas som förebilder.”
- “AI-drivna verktyg för att upptäcka och censurera desinformation utgör ett betydande hot mot yttrandefriheten.”

Rekommendationer för tränare



- Justera antalet högtalare per sida för att möjliggöra flexibilitet och variation i perspektiv. Om du använder två högtalare per sida, minska taltiden till 1-1,5 minuter per högtalare.
- Håll den initiala positioneringen kort för att maximera debatttiden.
- Uppmuntra deltagarna att tänka kritiskt och formulera övertygande argument.
- Behåll flexibiliteten i sessionsflödet för att säkerställa dynamiska diskussioner.
- Tillåt korta anteckningar för talare under presentationer.
- Skapa en respektfull och öppen atmosfär som uppmuntrar olika perspektiv.



Escape the Bunker: En moralisk och etisk beslutsutmanande i mediekunskap och perception

SYFTET MED SESSIONEN

Att engagera deltagare i kritiskt beslutsfattande under press, reflektera över fördomar, stereotyper och uppfattningar och nyckelfrågor inom mediekunskap och desinformation.



MATERIL SÖM BEHÖVEN

- Whiteboard eller blädderblock (valfritt)
- Anteckningsblock/papper och pennor



MÅL

- Att identifiera hur fördomar och stereotyper påverkar våra uppfattningar och beslutsfattande, i likhet med medias inflytande på den allmänna opinionen
- Att utforska hur ofullständig eller manipulerad information kan påverka kritiskt tänkande och gruppkonsensus
- Att öva samarbete, övertalning och förhandling i utmanande scenarier som speglar mediemanipulation och desinformationsutmaningar



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Kritiskt tänkande och etiska resonemang
- Mediekompetens, särskilt vad gäller effekten av selektiv information
- Kommunikation, förhandling och gruppbeslut



METODIK OCH METODER

- Gruppdiskussion och prioriteringsövning
- Rollspel med karaktärsanalys och dynamiska justeringar
- Reflektion över personliga och gruppvisa beslutsprocesser

1. Introduktion och scenariepresentation

5 min.

Presentera deltagarna för scenariot:

“I en tid av krig har tio personer tagit skydd i en kollapsande bunker. Räddare kan bara rädda en person åt gången, men det är osäkert om alla kommer att räddas. Gruppen måste bestämma vem som ska prioriteras för räddning.”

2. Individuell reflektion och prioritering

10 min.

Fördela profilerna för de tio bunkerpasagerarna. Be varje deltagare att skapa en personlig lista som rangordnar karaktärerna i den ordning de tror att de borde räddas. Uppmuntra dem att överväga sina skäl för varje val och reflektera över hur den begränsade informationen som tillhandahålls kan påverka deras beslut.

3. Gruppkonsensusdiskussion – Inledande ranking

20 min.

- Bilda små grupper (4-5 deltagare vardera) och låt deltagarna dela med sig av sina individuella listor och resonemang.
- Ge varje grupp i uppdrag att komma överens om en enda rangordning för de tio karaktärerna, diskutera deras val och förhandla utifrån gruppens prioriteringar, med fokus på hur kollektiva diskussioner kan förändra individuella uppfattningar.

4. Introduktion av karaktärsvängningar

15 min.

- Introducera varje karaktärs “twist” (ny information avslöjas mitt i scenariot) och distribuera denna ytterligare information till grupperna.
- Tillåt grupper att omvärdera och diskutera sina rankningar med den nya informationen. De kan justera ordningen baserat på vändningarna och diskutera eventuella förändringar i deras perspektiv, med fokus på hur ny information kan förändra åsikter och fördomar.

5. Slutlig gruppkonsensus och presentation

20 min.

- Be varje grupp att slutföra sin beställning och förbereda en kort förklaring för deras tre bästa val och de tre sista.
- Varje grupp presenterar sin slutliga lista för den större gruppen, tillsammans med sina resonemang, och lyfter särskilt fram eventuella ändringar som gjorts efter att vändningarna infördes.

6. Debriefing och reflektion

20 min.

- Underlätta en diskussion om beslutsprocessen med frågor som:
 - Hur formade den begränsade informationen från början dina åsikter? Utmanade eller bekräftade ny information dina ursprungliga antaganden?
 - Kände du igen några personliga fördomar eller stereotyper som påverkade dina beslut? Hur hänger detta ihop med hur media kan forma opinionen?
 - Hur förändrade gruppdynamiken och införandet av nya fakta det slutliga resultatet?
 - Kan du tänka dig exempel där media påverkar uppfattningar genom selektiv information eller inramning?
 - Hur kändes det att kompromissa med vissa val för konsensus skull?
- Reflektera över de bredare teman som mediekunskap och desinformation genom att diskutera hur partiell eller selektiv information påverkar uppfattningar, beslut och allmänhetens samförstånd.



Rekommendationer för tränare

- **Betona hur personliga fördomar kan forma åsikter och ofta förstärks av selektiv information, ett nyckelelement i mediamanipulation.**
- **Uppmuntra deltagarna att överväga hur de konsumerar media och hur de kan tillämpa kritiskt tänkande för att undvika partiskt beslutsfattande.**
- **Använd debriefen för att koppla aktivitetens insikter till verkliga mediascenarioer, vilket hjälper deltagarna att förstå vikten av transparens och fullständig information.**

Bilagor

[!\[\]\(825a36b09fc56e9eaf2c1cd6e83cbde6_img.jpg\) *First Part - Escape The Bunker \(document with initial character profiles\)*](#)

[!\[\]\(45508b8427911c5831891e2446b8470d_img.jpg\) *Second Part - Escape The Bunker \(document with character twists for midway through the activity\)*](#)



Utforska mediatrender och påverkan i Europa

SYFTET MED SESSIONEN

Att analysera och jämföra medieanvändningsmönster, inflytande och påverkan mellan europeiska länder, främja mediekunskap och kritiskt tänkande angående nationella och globala medielandskap.



MATERIL SÖM BEHÖVEN

- Bärbara datorer eller smartphones
- Projektor för presentationer



MÅL

- Att öka förståelsen för medieanvändningsmönster och nyckeltrender inom deltagarnas länder
- Att utveckla färdigheter i att presentera datastatistik
- Att identifiera positiva och negativa effekter av media på samhället



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Mediekompetens och analytisk förmåga
- Kritiskt tänkande och informationsutvärdering
- Kommunikations- och presentationsförmåga



METODIK OCH METODER

- Dataforskning och analys
- Digital presentation
- Grupppresentationer och kamratlärande

1. Introduktion till workshopen och globala mediatrender

10 min.

Introducera den globala digitala rapporten 2024 av Meltwater, som visar allmänna data om trender för medieanvändning. Använd exempelbilden som visar genomsnittlig tid som spenderas på olika mediatyper globalt för att ge deltagarna sammanhang.

2. Priprema za istraživanje i prezentacije po državama

40 min.

- Dela in deltagarna i landslag utifrån deras hemländer.
- Ange Canva-malllänken och instruera varje team att förbereda en 2-3 bildpresentation med hjälp av data från Global Digital Report 2024 och ytterligare forskning vid behov.
- Varje presentation bör innehålla:
 - **Nyckelstatistik för medieanvändning:** Markera viktig information som genomsnittlig tid som spenderas på media, de mest populära mediekanalerna och de främsta orsakerna till mediekonsumtion i deras land.
 - **En negativ händelse:** Beskriv en incident där media hade ett betydande negativt inflytande på den allmänna opinionen, samhället eller politiken.
 - **En positiv händelse:** Dela ett exempel där media påverkade samhället positivt, främjade positiv förändring eller stödde demokrati.

3. Teampresentationer

30 min.

- Låt varje landslag 4-5 minuter för att presentera sina resultat för gruppen.
- Uppmuntra team att använda bilder och data effektivt, och betona mediernas inverkan på deras lands samhälle.

4. Debriefing och reflektion

10 min.

- Underlätta en gruppdiskussion med följande frågor:
 - Vilka likheter och skillnader observerade du mellan länder när det gäller medieanvändning?
 - Hur speglade de positiva och negativa händelserna som lyfts fram varje lands medielandskap?
 - Vilken roll spelar media för att forma den allmänna opinionen och beteendet i ditt land?
 - Förändrade denna övning din uppfattning om medias roll i samhället?
- Avsluta med att reflektera över hur data och kritisk analys kan hjälpa oss att förstå och reagera på mediepåverkan på ett mer informerat sätt.

Rekommendationer för tränare

- Se till att deltagarna har tillgång till pålitligt internet och den globala digitala rapporten 2024 av Meltwater.
- Uppmuntra team att kritiskt analysera och ifrågasätta data de hittar, inte bara presentera siffror.
- Främja en öppen miljö där deltagarna känner sig bekväma med att dela med sig av både positiva och negativa exempel relaterade till media i sina länder.

Bilagor

[Global Digital Report 2024 by Meltwater for reference](#)

"MEDIA IN EUROPE"

EXPLORE THE MEDIA LANDSCAPE IN YOUR COUNTRY AND CREATE A DIGITAL PRESENTATION THAT SUMMARIZES YOUR FINDINGS. YOUR PRESENTATION SHOULD BE 2-3 SLIDES LONG, USING THE PROVIDED CANVA TEMPLATE.

DATA FROM THE GLOBAL DIGITAL REPORT 2023
 (For example: Average time spent on media, key reasons citizens use media, most visited websites, etc.)

ONE NEGATIVE EVENT
 "Present a situation where the media had a significant negative influence."

ONE POSITIVE EVENT
 "Highlight a situation where media contributed to a positive outcome."

Use the Template on Canva (Max 3 slides)
<https://bit.ly/3Yapl9o>

4

Canva mall för presentation skapad av deltagarna





Bygga mediekunskap: Förstå MIL, upptäcka falska nyheter och identifiera logiska felaktigheter

SYFTET MED SESSIONEN

Att utrusta deltagarna med verktyg för kritiskt tänkande i mediekonsumtion genom att förstå de fem lagarna för medie- och informationskompetens, lära sig att identifiera trovärdig information med hjälp av CRAAP-metoden och känna igen logiska felaktigheter i media.



MATERIL SÖM BEHÖVEN

- Projektor och laptop
- Tryckta mediaartiklar med logiska misstag för gruppanalys
- Klisterlappar och pennor



MÅL

- Att introducera deltagarna för nyckelbegrepp inom medie- och informationskompetens
- Att tillhandahålla verktyg för att utvärdera informationens trovärdighet
- Att utveckla färdigheter i att identifiera logiska felaktigheter i medieinnehåll



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Mediekompetens och kritisk analysförmåga
- Logiskt resonemang och feltolkning



METODIK OCH METODER

- Presentation och förklaring av MIL och CRAAP-metoden
- Interaktiv frågesport om logiska misstag
- Gruppaktivitet som analyserar mediaartiklar

1. Introduktion till de fem lagarna för medie- och informationskompetens (MIL)

10 min.

- Presentera infografiken över de fem lagarna för media och informationskompetens av UNESCO.
- Förklara kort varje lag:
 - **Lag 1:** Lika betydelse för alla former av information.
 - **Lag 2:** Bemyndigande för alla att få tillgång till och skapa information.
 - **Lag 3:** Erkännande av fördomar i information.
 - **Lag 4:** Rätten till information och yttrandefrihet.
 - **Lag 5:** MIL som en utvecklande, livslång process.

2. Förklaring av CRAAP-metoden

10 min.

- Introducera CRAAP-metoden, ett verktyg för att utvärdera tillförlitligheten hos informationskällor.
- Definiera varje element:
 - **Valuta (Currency):** Informationens aktualitet.
 - **Relevans (Relevance):** Informationens betydelse för dina behov.
 - **Myndighet (Authority):** Källa till informationen.
 - **Noggrannhet (Accuracy):** Innehållets tillförlitlighet och sanningsenlighet.
 - **Syfte (Purpose):** Orsak till att informationen finns.

3. Kahoot-quiz om logiska felslut

20 min.

- Genomför ett Kahoot-quiz som täcker vanliga logiska misstag: Ad Hominem, Straw Man, False Dilemma, Slippery Slope, Circular Reasoning, Hasty Generalization och Red Herring.
- Uppmuntra deltagarna att tänka kritiskt om varje misstag och hur det används för att manipulera argument.

4. Gruppaktivitet – Identifiera logiska felaktigheter i medieartiklar

35 min.

- Dela in deltagarna i små grupper om 4-5 personer.
- Förse varje grupp med tryckta exempel på mediaartiklar som innehåller logiska felaktigheter.
- Instruera varje grupp att identifiera och matcha de logiska felen med artiklarna.
- I plenum presenterar hela gruppen sina resultat och upptäcker om de matchar artiklarna med de logiska felen korrekt.

Debriefing och reflektion

15 min.

- Led en diskussion för att reflektera över vad deltagarna har lärt sig:
 - Hur kan förståelsen av de fem lagarna i MIL hjälpa till att vara en ansvarsfull mediekonsument?
 - Hur hjälper CRAAP-metoden till att utvärdera informationens trovärdighet?
 - Hur kan det förbättra kritiskt tänkande att känna igen logiska fel?

i

Rekommendationer för tränare

- Gör sessionen interaktiv genom att uppmuntra frågor och exempel under MIL- och CRAAP-förklaringarna.
- Se till att deltagarna förstår varje misstag innan gruppaktiviteten påbörjas.

Bilagor

FIVE LAWS OF MEDIA AND INFORMATION LITERACY (MIL)

LAW 1
Information, communication, libraries, media, technology, the Internet as well as other forms of information providers are for use in critical civic engagement and sustainable development. They are equal in stature and none is more relevant than the other or should be ever treated as such.

LAW 2
Every citizen is a creator of information/knowledge and has a message. They must be empowered to access new information/knowledge and to express themselves. MIL is for all - women and men equally - and a nexus of human rights.

LAW 3
Information, knowledge, and messages are not always value neutral, or always independent of biases. Any conceptualization, use and application of MIL should make this truth transparent and understandable to all citizens.

LAW 4
Every citizen wants to know and understand new information, knowledge and messages as well as to communicate, even if she/he is not aware, admits or expresses that he/she does. Her/his rights must however never be compromised.

LAW 5
Media and information literacy is not acquired at once. It is a lived and dynamic experience and process. It is complete when it includes knowledge, skills and attitudes, when it covers access, evaluation/assessment, use, production and communication of information, media and technology content.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Alton Grizzle and Jagtar Singh

Bild av dem fem lagarna för media och informationskompetens

Bilagor

Beskrivning av CRAAP-metoden

C **Currency**
The timeliness of the information

- When was the information published or posted?
- Has the information been revised or updated?
- Does your topic require current information, or will older sources work as well?
- Are the links functional?

R **Relevance**
The importance of the information for your needs

- Does the information relate to your topic or answer your question?
- Who is the intended audience?
- Is the information at an appropriate level (i.e. not too elementary or advanced for your needs)?
- Have you looked at a variety of sources before determining this is one you will use?
- Would you be comfortable citing this source in your research paper?

A **Authority**
The source of the information

- Who is the author/publisher/source/sponsor?
- What are the author's credentials or organizational affiliations?
- Is the author qualified to write on the topic?
- Is there contact information, such as a publisher or email address?
- Does the URL reveal anything about the author or source?
examples: .com .edu .gov .org .net

A **Accuracy**
The reliability, truthfulness and correctness of the content

- Where does the information come from?
- Is the information supported by evidence?
- Has the information been reviewed or refereed?
- Can you verify any of the information in another source or from personal knowledge?
- Does the language or tone seem unbiased and free of emotion?
- Are there spelling, grammar or typographical errors?

P **Purpose**
The reason the information exists

- What is the purpose of the information? Is it to inform, teach, sell, entertain or persuade?
- Do the authors/sponsors make their intentions or purpose clear?
- Is the information fact, opinion or propaganda?
- Does the point of view appear objective and impartial?
- Are there political, ideological, cultural, religious, institutional or personal biases?

Adapted from the CSU Chico CRAAP Test for the UC San Diego Library

Bilagor

KAHOOT-QUIZ INSTÄLLNING FÖR LOGISKA FELSLUT

1/4

1. Quiz

Lita inte på hennes åsikt om politik;
hon har alltid varit dålig på matte!

Alternativ:

- Ad Hominem
- Red Herring
- Slippery Slope
- Divine Assumption

Svar:

Ad Hominem

2. Bild

Ad Hominem

Ad Hominem är när någon attackerar personen istället för deras argument. Istället för att ta upp vad personen säger, kritiserar de personen. Det är som att säga: "Jag gillar inte det du säger för att jag inte gillar dig."

3. Quiz

Vill du ha mer utbildningsmedel?
Så du tror att pengar löser allt?

Alternativ:

- Cognitive Malfunction
- False Cause Effect
- Slippery Slope
- Straw Man

Svar:

Straw Man

4. Bild

Straw Man

Straw Man är när någon förvränger eller överdriver en annan persons argument för att göra det lättare att attackera. Det är som att skapa en falsk version av argumentet (en "halmgubbe") och sedan besegra det falska argumentet istället för det riktiga.

Bilagor

KAHOOT-QUIZ INSTÄLLNING FÖR LOGISKA FELSLUTACIJE

2/4

5. Quiz

Antingen stödjer du yttrandefriheten eller så hatar du frihet.

Alternativ:

- Ad Astra
- Circular Claim
- Contradiction of Terms
- False Dilemma

Svar:

False Dilemma

6. Bild**False Dilemma**

Falskt dilemma uppstår när någon bara presenterar två val, som om det är de enda alternativen, när det i verkligheten finns fler möjligheter. Det tvingar människor att välja mellan två ytterligheter och ignorera andra alternativ som kan finnas tillgängliga

7. Quiz

Om vi förbjuder sockerhaltiga drycker kommer de nästa att förbjuda pizza och hamburgare också!

Alternativ:

- False Dilemma
- Eco-Argument
- Slippery Slope
- False Approval

Svar:

Slippery Slope

8. Bild**Slippery Slope**

En Slippery slope-felslutning uppstår när någon hävdar att ett litet steg oundvikligen kommer att leda till en kedja av extrema, negativa utfall, utan bevis för att dessa konsekvenser faktiskt kommer att inträffa.

Bilagor

KAHOOT-QUIZ INSTÄLLNING FÖR LOGISKA FELSLUTACIJE

3/4

9. Quiz

Jag träffade en oförskämnd person från Paris, så alla människor som bor i Paris måste vara oförskämnda.

Alternativ:

- Hasty Generalization
- Vacation-Only Argument
- Slippery Slope
- False Dilemma

Svar:

Hasty Generalization

10. Bild

Hasty Generalization

Hasty generalisation är en felslutning där någon drar en bred slutsats baserad på otillräckliga eller orepresentativa bevis. Detta missförstånd kan leda till stereotyper och missförstånd eftersom det förenklar komplexa situationer.

11. Quiz

Varför oroa sig för klimatförändringar? Låt oss fokusera på brottsligheten istället!

Alternativ:

- Straw Man
- Red Herring
- Aqua Man
- False Dilemma

Svar:

Red Herring

12. Bild

Red Herringa

En red herring är en felslutning som introducerar irrelevant information för att avleda uppmärksamheten från huvudfrågan. Det är som att byta ämne för att förvirra eller vilseleda andra. Istället för att ta upp argumentet distraherar det med något som inte har något samband.

Bilagor

KAHOOT-QUIZ INSTÄLLNING FÖR LOGISKA FELSLUTACIJE

4/4

13. Quiz

Hon är en begåvad musiker eftersom hon spelar musik bra.

Alternativ:

- Circular Reasoning
- Red Herring
- Slippery Slope
- False Dilemma

Svar:

Circular Reasoning

14. Bild**Cirkulär resonemang**

Cirkulär resonemang är när slutsatsen av ett argument används som en premiss, i huvudsak upprepar påståendet utan att tillhandahålla bevis. Det är som att säga: "Detta är sant eftersom det är sant." Argumentet går i cirklar utan att bevisa något.



Bilagor

MEDIEXEMPEL MED LOGISKA FELSLUTNINGAR

1/4

1. Ad Hominem**“Varför ska vi lita på en klimatskeptiker som Dr Brown?”****Artikelutdrag:**

“Dr. Brown tvrdi da su klimatske promjene preuveličane i da ne predstavljaju hitnu krizu. Međutim, možemo li doista vjerovati nekome tko nikada nije radio kao klimatolog i tko je javno priznao da posjeduje nekoliko automobila koji troše velike količine goriva? Umjesto da slušamo njega, trebali bismo se usredotočiti na stvarne stručnjake koji brinu o okolišu.”

Analys:

Den här artikeln attackerar Dr Browns personliga bakgrund snarare än att ta upp hans argument om klimatförändringar. Genom att fokusera på hans brist på expertis och livsstilsval undviker artikeln att engagera sig i innehållet i hans påståenden, vilket gör det till ett Ad Hominem-felslutning.

2. Straw Man**“Kritiker av sociala medier vill ha ett laglöst internet”****Artikelutdrag:**

“Motståndare till reglering av sociala medier hävdar att dessa plattformar inte ska ha några begränsningar. De vill ha ett helt fritt och oreglerat internet, som skulle tillåta hatretorik, falska nyheter och kriminell aktivitet att spridas okontrollerat. Men en säker och civil onlinemiljö kräver tillsyn.”

Analys:

Den här artikeln ger en felaktig bild av oppositionen genom att antyda att alla som är emot reglering vill ha ett “laglöst” internet. De flesta kritiker av reglering av sociala medier förespråkar inte noll begränsningar, utan en balans. Denna felaktiga framställning är en Straw Man-felslutning.

Bilagor

MEDIEEXEMPEL MED LOGISKA FELSLUTNINGAR

2/4

3. Falskt Dilemma

“Förbjud våldsamma videospel eller se brottsfrekvensen stiga”

Artikelutdrag:

“Samhället står inför ett val: antingen förbjuder vi våldsamma videospel helt, eller så fortsätter vi att se ökande våld bland ungdomar. Bevisen är tydliga - våldsamma videospel leder till aggressivt beteende, och om vi inte agerar nu kommer vårt samhälle att drabbas av konsekvenserna.”

Analys:

Den här artikeln presenterar bara två alternativ: att förbjuda våldsamma videospel eller se ökat våld, ignorera andra möjliga lösningar (som bättre föräldrakontroll eller utbildningsprogram). Genom att presentera ett begränsat val, använder den ett falskt dilemma felslutning.

4. Slippery Slope

“Att tillåta distansarbete kommer att förstöra företagskulturen”

Artikelutdrag:

“Att låta anställda arbeta hemifrån kan låta lockande, men det är början på slutet för företagskulturen. Idag är det distansarbete, och imorgon kommer företagen att kämpa för att upprätthålla några standarder överhuvudtaget. Så småningom kommer idén om en professionell arbetsplats att bli obsolet, och produktiviteten kommer att rasa över hela linjen.”

Analys:

Artikeln antyder att att tillåta distansarbete kommer att leda till en rad negativa konsekvenser, som i slutändan “förstör” företagskulturen. Detta är ett felslutning i Slippery Slope eftersom det antar att en åtgärd oundvikligen kommer att leda till extrema resultat utan bevis för en sådan utveckling.

Bilagor

MEDIEEXEMPEL MED LOGISKA FELSLUTNINGAR

3/4

5. Circular Reasoning**“Sociala medier är skadliga eftersom det är dåligt för mental hälsa”****Artikelutdrag:**

“Sociala medier har en skadlig inverkan på användarna eftersom det är dåligt för den mentala hälsan. Människor tillbringar timmar med att scolla igenom inlägg, vilket påverkar dem negativt. Detta visar tydligt att sociala medier är skadliga.”

Analys:

Argumentet här är cirkulärt: det hävdar att sociala medier är skadliga eftersom det är dåligt för mental hälsa, utan att ge några externa resonemang eller bevis. Denna upprepning utan bevis är ett kännetecken för Circular Reasoning.

6. Hasty Generalization**“Unga människor läser inte böcker längre”****Artikelutdrag:**

“Baserat på en nyligen genomförd undersökning av 20 högskolestudenter vid ett enskilt universitet är det tydligt att unga människor har tappat intresset för böcker. Ingen av studenterna i undersökningen kunde namnge en enda klassisk roman, vilket bevisar att den yngre generationen helt enkelt inte läser.”

Analys:

Artikeln generaliserar från ett litet, icke-representativt urval, och hävdar att alla ungdomar inte läser böcker baserat på begränsade bevis. Detta är ett exempel på ett felslutning för Hasty Generalization.

MEDIEXEMPEL MED LOGISKA FELSLUTNINGAR

4/4

7. Red Herring**“Varför oroa sig för klimatförändringar när det finns så mycket fattigdom?”****Artikelutdrag:**

“Medan alla pratar om klimatförändringar bör vi komma ihåg att miljontals människor runt om i världen fortfarande lever i fattigdom. Istället för att fokusera på miljöfrågor, borde vi inte prioritera att få ett slut på hunger och fattigdom först?”

Analys:

Den här artikeln flyttar uppmärksamheten bort från klimatförändringarna genom att ta upp fattigdom, vilket är en separat fråga. Den här avledningstaktiken är en Red Herring felslutning, som distraherar läsarna från det ursprungliga ämnet.





Conspiracy Lab: Utforska mediemanipulation och spridningen av felaktig information

SYFTET MED SESSIONEN

Att utforska hur konspirationsteorier skapas och få insikt i de strategier som används för att sprida desinformation, engagera deltagarna i kritiskt tänkande och mediekunskap.



MATERIL SÖM BEHÖVEN

- BAnteckningsböcker och pennor
- Projektor



MÅL

- RAtt förstå hur desinformation och konspirationsteorier är uppbyggda och sprids
- Att utveckla medvetenhet om den övertygande taktik som används i desinformation
- Att utveckla kreativitet, samarbete och kritiskt tänkande



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Mediekompetens och kritisk analys
- Kreativt tänkande och lagarbete
- Förstå effekterna av mediamanipulation



METODIK OCH METODER

- Gruppbrainstorming och kreativa uppgifter
- Rollspel och presentation
- Reflektion och debriefing om kraften i desinformation

1. Introduktion till workshopen

10 min.

- Förklara att deltagarna kommer att arbeta i grupper för att skapa en fiktiv konspirationsteori, som ett sätt att förstå de tekniker och taktiker som gör dessa teorier övertygande och minnesvärda.
- Presentera workshopens mål och belys hur denna aktivitet kan bidra till att bygga upp mediekunskap och kritisk medvetenhet.
- Dela in deltagarna i små grupper om 4-5 personer.
- Arbetsuppgifterna är:
 - **Skapa ett catchy namn och slogan** för deras konspirationsteori eller rörelse.
 - **Definiera den centrala övertygelsen eller huvudidén** i deras teori (150-200 ord), och förklara vilken "hemlighet" de vill avslöja.
 - **Utveckla minst 3 "bevis"** för att stödja deras teori (t.ex. falska dokument, missförstådd forskning).
 - **Skapa 2-3 enkla memes** för att marknadsföra teorin online, med tanke på hur dessa kan väcka intresse.
 - **Valfritt:** Filma en 1-2 minuters reklamvideo för att sprida deras budskap.

2. Grupparbete – Skapa konspirationen

40 min.

- Låt grupper brainstorma och arbeta med varje uppgift. Uppmuntra kreativitet och påminn dem om att syftet är att förstå hur konspirationsteorier använder övertygande taktik, inte för att främja verklig desinformation.
- Ge stöd vid behov, särskilt för stegen "bevis" och mem-skapande. Om resurser finns tillgängliga, vägled deltagarna att använda onlineverktyg för att skapa sina memes eller spela in videor.

3. Grupppresentationer med publikavvisning

25 min.

- Varje grupp presenterar sin konspirationsteori för publiken
- **Debunking av publiken** (1 minut per presentation): Efter varje presentation, ge publiken 1 minut att utmana eller avslöja den presenterade konspirationsteorin. De kan ifrågasätta giltigheten av "bevisen", påpeka logiska felaktigheter eller föreslå motargument för att avslöja teorins svagheter.

4. Debriefing och reflektion

35 min.

- Underlätta en gruppdiskussion om övningen, med fokus på frågor som:
 - Vilka faktorer gjorde din konspirationsteori övertygande?
 - Hur bidrog "bevisen" och memen till att teorin verkade trovärdig?
 - Hur påverkade publikens debunking din syn på teorin?
 - Hur speglar denna aktivitet hur verkliga konspirationsteorier och desinformation sprids?
 - Vilka är riskerna med att dela verifierad eller manipulerad information i verkligheten?
- Framhäv vikten av att verifiera information och uppmuntra deltagarna att tänka kritiskt om de medier de konsumerar.

Rekommendationer för tränare

- Uppmuntra deltagarna att vara respektfulla under debunking-segmentet, med fokus på konstruktiv kritik och kritisk analys snarare än personliga åsikter.
- Upprätthåll en rolig, kreativ atmosfär och påminn deltagarna om att denna aktivitet är en övning för att förstå desinformation.
- Använd debriefingen för att koppla aktivitetens resultat till verkliga mediekunskaper och vikten av kritiskt tänkande.

Bilagor



Grupppuppgiftsbild för referens

GROUP TASKS (1PT X TASK)



Create a catchy name and slogan for your conspiracy theory, sect, or movement. Think of how real-life conspiracy theories or movements get recognized and attract attention.



Define the central belief or the main idea of your conspiracy or movement. Is it a secret that the government is hiding? A new religion based on unusual practices? Create a short description (150-200 words)



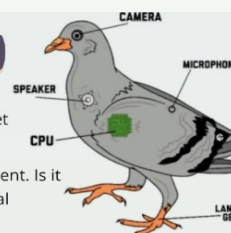
Use creative thinking to develop at least 3 pieces of "evidence" that would make people believe your theory. This could be in the form of fake documents, misunderstood scientific research, ancient prophecies, etc.



Create a couple of simple memes that could be shared widely. Think about how these could be used to spark conversation or viral trends.



Create a 1-2 minute promotional video that spreads the message of your conspiracy or movement. This could be in the style of a news report, a public service announcement, or a testimony from a "believer." (OPTIONAL IF YOU HAVE TIME, BUT IT COULD BE FUNNY, IF YOU CANNOT PREPARE A NICE SPEECH)



0/5PT



Medielandskap i dagens samhälle genom konst

SYFTET MED SESSIONEN

Att utforska personliga uppfattningar om medielandskapet genom kreativa uttryck, med hjälp av färg och collage som medier för att förmedla känslor, idéer och kritik av moderna medier.



MATERIL SOM BEHÖVEN

- Färger (akryl, akvarell, etc.)
- Penslar och färgpaletter
- Gamla tidningar och tidningar för collagematerial
- Sax och lim
- Stora pappersark eller duk för varje deltagare



MÅL

- Att ge ett kreativt utrymme för deltagarna att uttrycka sina tankar och känslor om mediepåverkan
- Att uppmuntra icke-bokstavliga och abstrakta uttryck, med fokus på känslor, texturer och symbolisk representation
- Att odla diskussioner om hur media formar våra uppfattningar och påverkar våra liv



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Mediekompetens och kritiskt tänkande
- Skapande uttryck genom bildkonst
- Känslomässig medvetenhet och reflektion



METODIK OCH METODER

- Individuellt konstnärligt skapande med handledning
- Reflektion och gruppdeltning

1. Introduktion till workshopen

10 min.

- Börja med att förklara workshopens mål: att visuellt representera medielandskapet och dess inverkan på varje deltagare med hjälp av abstrakt, icke-bokstavlig konst.
- Visa deltagarna exempel och inspiration för att hjälpa dem att tänka på hur de kan använda färger, former och texturer för att uttrycka komplexa känslor om media.

2. Riktlinjer för skapande

5 min.

- Uppmuntra deltagarna att utforska frågor som:
 - Hur får media mig att känna?
 - Vilka färger eller texturer representerar min uppfattning om nyheter, sociala medier eller digital information?
 - Finns det symboler eller mönster som jag tänker på när jag tänker på mediernas inflytande?

3. Konstskapande – att uttrycka medielandskapet

50 min.

- Ge deltagarna tillräckligt med tid att arbeta med sina pjäser med hjälp av det medföljande materialet.
- Uppmuntra dem att experimentera med olika tekniker, till exempel:
 - Lagring av färg med collage för en känsla av "överlappning" i mediameddelanden.
 - Använda ljusa eller mörka färger för att representera känslor av tillit, ångest, spänning eller överväldigande.
 - Lägga till fragmenterade bilder eller former för att symbolisera fragmentering, brus eller förvrängning i media.
- Cirkulera för att erbjuda vägledning och stöd vid behov, och hjälpa deltagarna att tänka igenom hur man visuellt representerar abstrakta begrepp.

4. Reflektion och gruppdelning

20 min.

- När alla har slutfört sina konstverk, bjud in deltagarna att visa sina verk.
- Uppmuntra varje person att dela:
 - Deras konstnärliga val (färger, texturer, former) och vad de representerar.
 - Deras tankar och känslor angående medielandskapet.
 - Eventuella personliga reflektioner de haft under skapelseprocessen om hur media påverkar deras åsikter och känslor.
- Underlätta en öppen diskussion, så att deltagarna kan ansluta sig över delade teman eller olika perspektiv på medieinflytande.

5. Avslutande kommentarer

5 minutes

- Avsluta med att reflektera över hur kreativitet och abstrakt konst kan hjälpa oss att bearbeta komplexa idéer om samhälle och media.
- Förstärk vikten av kritiskt tänkande och självmedvetenhet när de engagerar sig i media, och uppmuntra deltagarna att fortsätta utforska dessa reflektioner i sin dagliga mediekonsumtion.



Rekommendationer för tränare

- Skapa en avslappnad, stödjande miljö som uppmuntrar till konstnärlig frihet.
- Påminn deltagarna om att det inte finns något "rätt" eller "fel" sätt att tolka medielandskapet; varje del är personlig och subjektiv.
- Ge positiv feedback under delning för att främja förtroende och öppen diskussion.

Bilagor



Inspirerande bilder/bilder
för referens



Deltagarnas workshop

2: "Bör media censureras?"

SYFTET MED SESSIONEN

Syftet med denna session är att hjälpa deltagarna att utforska och förstå olika perspektiv på mediecensur genom att rollspela politiska personer i en debatt. Den uppmuntrar till kritiskt tänkande om yttrandefrihet, allmän säkerhet och medias inflytande på samhället. Genom denna aktivitet kommer deltagarna att utveckla färdigheter i argumentation och få insikt i hur personlig bakgrund formar synpunkter.



MATERIL SÖM BEHÖVEN

- Papper och pennor
- Röstkort för val



MÅL

- Att förstå vikten av politiska kampanjer och hur man kan smälta och analysera olika perspektiv genom rollspel
- Att utforska de etiska och samhälleliga konsekvenserna av mediacensur
- Att träna övertygande argumentation och kritiskt tänkande



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Mediekunnighet
- Medborgerlig kunskap och engagemang
- Argumentation och kritiskt tänkande



METODIK OCH METODER

- Rollspelssimulering
- Debattformat
- Grupparbete och guidad reflektion

1. Gruppindelning och instruktioner

10 min.

- Dela in deltagarna i tre lika grupper och förklara syftet med aktiviteten: att rollspela som politiska personer med unika perspektiv på medicensur.
- Ge varje grupp profilen för en politisk person som de kommer att representera. Betona vikten av att förstå och försvara sin karaktärs perspektiv, oavsett personliga åsikter. Uppmuntra deltagarna att förkroppsliga sina roller fullt ut.

2. Gruppförberedelser

15 min.

Varje grupp diskuterar sin karaktärs övertygelse och förbereder argument för att stödja deras ståndpunkt om medicensur. De bör skapa övertygande diskussionspunkter, förutse motargument och använda den extra informationen i sina profiler för att lägga till djup till sina argument.

3. Debatt och presentation

30 min.

- Varje grupp väljer en talesperson för att presentera sin karaktärs position och förklara varför deras perspektiv på medicensur är giltigt.
- Efter varje presentation öppnar du ordet för två frågor från publiken och utmanar varje talespersons åsikter. Publikmedlemmar kan dra nytta av ytterligare information i profilerna för att undersöka djupare in i varje karaktärs ställning.

4. Val och omröstning

10 min.

Dela ut röstkort till varje deltagare. Instruera dem att rösta baserat på styrkan i de argument som presenteras, snarare än deras personliga åsikter.

5. Meddela vinnaren

5 min.

Samla och räkna rösterna och kröna sedan den vinnande kandidaten baserat på vem som fått flest röster.

6. Debriefing/lättnad

5 min.

- **Reflektionsfrågor:**
 - Hur kändes det att ta sig an en karaktär med åsikter som kan skilja sig från dina egna?
 - Hur påverkade förkroppsligandet av dessa roller din empati mot olika synpunkter på censur?
 - Vilka var de mest övertygande argumenten du hörde, och varför?
 - Tror du att media kan vara en pålitlig informationskälla? Vilka faktorer påverkar dess tillförlitlighet?
 - Om du hade dessa åsikter i verkliga livet, skulle du leva efter samma standarder som du förespråkar? Varför eller varför inte?
 - På vilka sätt kan medicensur påverka demokratiska värderingar och samhället?
 - Vilka kan konsekvenserna, både positiva och negativa, bli av obegränsad media?

Rekommendationer för tränare

- Påminn deltagarna att respektera olika åsikter och rollspela med respekt.
- Uppmuntra grupper att helt omfamna sina roller, inklusive att använda de extra karaktärsdetaljerna för att berika sina presentationer.
- Guide deltagarna att fokusera på argumentstyrka snarare än personliga attacker eller meningsskiljaktigheter.
- Belys kopplingen mellan detta rollspel och verkliga perspektiv på mediacensur, särskilt komplexiteten och de etiska överväganden som är involverade.

Bilagor

KARAKTÄRSPROFILER

1/2

Anna Pottersson

Tro:

Media bör censureras av statliga myndigheter för att säkerställa att endast positiva berättelser främjas, vilket upprätthåller social sammanhållning och fred. Varje kritisk berättelse måste godkännas av byrån; I annat fall möter de som delar den rättsliga åtgärder.

Extra info:

- Ålder: 42
- Religion: Katolik, går i kyrkan
- Familj: Har 7 barn, pro-life
- Hemligheter: Fungerande alkoholist i hemlighet, affär med en 26-årig kvinna
- Politisk hållning: Höger till extremhöger

Goran Berry

Tro:

Motsätter sig all form av mediacensur. Menar att alla perspektiv bör delas då yttrandefrihet är en grundläggande rättighet. Extremhöger- och extremvänsterperspektiv är båda nödvändiga i en fri värld.

Extra info:

- Ålder: 33
- Status: Singel, gay, feminist
- Intressen: Gillar ravefestivaler, ex-Magic Mike dansare
- Aktivism: Grön aktivist men flyger 200 gånger om året
- Politisk hållning: Vänster

Bilagor

KARAKTÄRSPROFILER

2/2

Giuseppe Bleu

Tro:

Högerextrema och extremvänsterperspektiv borde förbjudas i offentliga rum.

Uppmuntrar sunda debatter som undviker extremer, stödjer yttrandefrihet men med ansvar för att undvika toxicitet.

Extra info:

- Ålder: 55
- Personliga preferenser: Gillar ananas på pizza
- Förhållandehistoria: Skild tre gånger, främjar familjevårdningar
- Hemligheter: Fanns ha ~50 OnlyFans-prenumerationer
- Politisk hållning: Center-höger





Deltagarnas workshop 3: Tyst aggression: Avslöja tecknen på nätmobbning

SYFTET MED SESSIONEN

Denna workshop syftar till att öka medvetenheten om nätmobbning och hjälpa deltagarna att identifiera olika former av nätmobbning genom interaktiva rollspel. Deltagarna kommer att lära sig om olika typer av nätmobbning, förstå deras inverkan och utforska sätt att hantera och förebygga dem.



MATERIL SÖM BEHÖVEN

- Tryckta kopior av introduktionen, matchningsövningen och scenarierna
- Pennor, klisterlappar och markörer



MÅL

- Att öka medvetenheten om nätmobbning och dess känslomässiga och psykologiska effekter
- Att hjälpa deltagarna att identifiera olika former av nätmobbning

1. Introduktion till nätmobbning

10 min.

- Börja med en översikt över nätmobbning och dess inverkan på offren. Förklara att nätmobbning kan ta sig olika former, som trakasserier, identitetsstöld, doxxing, uteslutning, utflykt, trolling och public shaming.
- Använd den inledande bilden för att beskriva huvudformerna av nätmobbning och diskutera kort hur varje typ kan påverka ett offer känslomässigt och psykologiskt.

2. Uppvärmningsaktivitet – Matchningsövning

10 min.

Dela ut tryckta kopior av matchningsövningen, där deltagarna får olika nätmobbningssituationer och ombeds att matcha varje situation med motsvarande typ av nätmobbning.

Matchningsövning

1. Cyberstalking

E: Alexander får kränkande meddelanden från en okänd profil, följt av hot som involverar hans personliga information. Han är orolig och rädd, osäker på stalkerns identitet.

2. Uteslutning i en gruppchatt

D: Emma tas bort från en gruppchatt av sina vänner utan förklaring, vilket lämnar henne isolerad.

3. Limitation och falsk profil

B: En okänd person hackar Sarahs konto på sociala medier och låtsas vara hon. De postar oförsämda kommentarer och skickar stötande meddelanden till hennes vänner, vilket skadar hennes rykte.

4. Doxxing (Dela personlig information)

C: Efter ett Twitter-argument läggs Marias adress upp på nätet, vilket leder till hot.

5. Hämndporrhot

A: Ana får ett meddelande från sin ex-pojkvän som hotar att lägga ut intima bilder på henne online om hon inte går med på att träffa honom.

Gå igenom svaren med gruppen och diskutera egenskaperna hos varje typ, för att förstärka hur de representerar olika former av nätmobbning.

3. Huvudaktivitet – Rollspel på scenarier för cybermobbing Förberedelser

20 min.

Dela in deltagarna i små grupper och tilldela varje grupp ett scenario. Varje scenario representerar en annan typ av nätmobbing och ger en detaljerad situation att åtgärda.

- Scenarier:
 - Uteslutning
 - Imitation
 - Doxing
 - Cyberstalking
 - Hot om hämndporr

Varje grupp förbereder ett kort rollspel för att utspela sitt scenario och belyser hur typen av nätmobbing utvecklas och dess effekter på offret.

4. Teaterföreställning

30 min

- Varje grupp presenterar sitt rollspel för hela gruppen.
- Gruppen behöver gissa vilken form av nätmobbing som finns representerad i föreställningen.

5. Debriefing och facilitering

20 min

- Led en gruppdiskussion för att reflektera över övningen. Använd följande frågor för att hjälpa deltagarna att bearbeta det de lärt sig och diskutera strategier för att ta itu med nätmobbing:
 - Vad lärde du dig från den här workshopen om olika typer av nätmobbing?
 - Hur kände du när du spelade ut eller såg scenarierna?
 - Vilka åtgärder kan du vidta om du bevittnar eller upplever nätmobbing?
 - Hur kan vi arbeta för att förebygga nätmobbing i våra samhällen?
- Sammanfatta viktiga tips, och betona vikten av medvetenhet, stödnätverk och resurser som rapporteringsmekanismer och rättsliga ramar för att bekämpa nätmobbing.

i

Rekommendationer för tränare

- Se till att deltagarna förstår målen med workshopen: att känna igen och svara på olika typer av nätmobbing.
- Betona konfidentialitet och respekt, se till att deltagarna känner sig bekväma med att diskutera känsliga ämnen.
- Använd aktuella händelser eller välkända fall av nätmobbing för att göra ämnet mer relevant.

Bilagor

INTRODUKTION TILL NÄTMOBBNING

Trakasserier

Att upprepade gånger skicka stötande meddelanden eller hot.

Imitation

Utger sig för att vara någon annan för att skada deras rykte.

Doxxing

Avslöja personlig information om någon utan deras samtycke.

Uteslutning

Avsiktligt utesluta någon från onlinegrupper eller aktiviteter.

Utflykt

Dela personlig eller pinsam information om någon.

Trolling

Provocera eller uppröra någon genom inflammatoriska kommentarer.

Public Shaming

Publicera förödmjukande bilder eller kommentarer offentligt.

Bilagor**MATCHANDE ÖVNINGSdokUMENT**

Matcha varje typ av nätmobbning med motsvarande situation, blanda den före utskrift.

Cyberstalking

E: Alexander får kränkande meddelanden från en okänd profil, följt av hot som involverar hans personliga information. Han är orolig och rädd, osäker på stalkerns identitet.

Uteslutning i en gruppchatt

D: Emma tas bort från en gruppchatt av sina vänner utan förklaring, vilket lämnar henne isolerad.

Doxxing (Dela personlig information)

C: NEfter ett Twitter-argument läggs Marias adress upp på nätet, vilket leder till hot.

Hämndporrhot

A: Ana får ett meddelande från sin ex-pojkvän som hotar att lägga ut intima bilder på henne online om hon inte går med på att träffa honom. Han varnar henne för att om hon vägrar kommer han att skicka bilderna till hennes familj och vänner. Hon känner sig rädd och instängd, osäker på vad hon ska göra.

Imitation och falsk profil

B: En okänd person hackar Sarahs konto på sociala medier och låtsas vara hon. De postar oförskämda kommentarer och skickar stötande meddelanden till hennes vänner, vilket skadar hennes rykte.

Bilagor

DOKUMENT FÖR ROLLSPELSSCENARIER

1/3

Uteslutning

Scenario:

I en gymnasiemiljö upptäcker Liam (Offret) att hans klasskamrater Emily (Gruppledare), Jake (Vän) och Sophia (Bystander) har skapat en ny gruppchatt för ett klassprojekt utan att bjuda in honom.

- Liam känner sig sårad och isolerad när han får veta om projektet av Sophia, som uttrycker oro över att Liam lämnas utanför.
- Emily tror att Liam inte kommer att bidra, så hon utesluter honom från projektplaneringen.
- Jake är osäker på beslutet men går tillsammans med Emily.
- Sophia försöker uppmuntra Liam och föreslår att han pratar med Emily om att bli inkluderad.

Imitation

Scenario:

Jessica (Offret) vaknar av att hennes sociala mediekonto har blivit hackat. Hackaren, Alex (Gärningsmannen), lägger pinsamma kommentarer och skickar olämpliga meddelanden till Jessicas vänner, inklusive Megan (Vän) och Ryan (Bekymrad vän).

- Jessica är förkrossad när hennes vänner börjar reagera negativt på inläggen.
- Alex njuter av kaoset han skapar och fortsätter att imitera Jessica online.
- Megan ser inläggen och känner sig förvirrad och tror att Jessica har förändrats.
- Ryan inser att något är avstängt och kontaktar Jessica för att meddela henne om det konstiga beteendet på nätet, vilket uppmanar henne att vidta åtgärder.

Bilagor

DOKUMENT FÖR ROLLSPELSSCENARIER

2/3

Doxxing**Scenario:**

Mark (Offret) deltar i en het debatt på nätet om ett kontroversiellt ämne. Efter debatten reagerar Tina (Troll) genom att lägga ut Marks personliga information online, inklusive hans adress och telefonnummer.

- Mark känner sig kränkt och rädd när han ser sina personliga detaljer delas offentligt.
- Tina gör detta för att skrämma Mark och tysta hans åsikter.
- Sarah (Supportive Friend) märker Marks nöd och erbjuder sig att hjälpa honom att rapportera doxxing-incidenten.
- David (lagstiftaren) ger Mark råd om hur han ska skydda sig själv och diskuterar de juridiska åtgärder han kan vidta mot Tina.

Cyberstalking**Scenario:**

Sophie (Offret) börjar få oroande meddelanden från ett anonymt konto. Stalkern, Chris (Cyberstalker), följer henne på flera sociala medieplattformar och skickar personliga meddelanden till henne.

- Sophie känner sig orolig när meddelandena blir allt mer invasiva, vilket gör att hon oroar sig för sin säkerhet.
- Chris hittar sätt att samla information om Sophie och använder den för att hota henne.
- Rachel (Stödande vän) märker Sophies ångest och uppmuntrar henne att prata om vad som händer.
- Polisen Kim (polisen) går in när Sophie rapporterar situationen och ger vägledning om hur man kan förbli säker och dokumentera trakasserierna.

Bilagor

DOKUMENT FÖR ROLLSPELSSCENARIER

3/3

Hot om hämndporr**Scenario:**

Ethan (Offret) får ett hotfullt meddelande från sin ex-flickvän, Anna (Gärningsmannen), som hotar att dela intima bilder på honom om han inte går med på att träffa henne.

- Ethan känner sig instängd och rädd när han överväger konsekvenserna av hennes hot.
- Anna använder de intima bilderna som hävstång för att manipulera Ethan att träffa henne igen.
- Zoe (bästa vän) märker Ethans nöd och uppmanar honom att ställa upp mot Anna och rapportera hennes beteende.
- Tom (rådgivare) ger Ethan råd om hur han ska hantera situationen, diskutera den känslomässiga påverkan och tillhandahålla resurser för stöd.



Analysera mediabias och inramning: en jämförande studie

SYFTET MED SESSIONEN

Att utveckla kritiskt tänkande inom mediekonsumtion genom att analysera hur olika källor presenterar samma händelse, identifiera fördomar, manipulationstekniker och inramningens inverkan på uppfattningen.



MATERIL SÖM BEHÖVEN

- Tillgång till Ground.News eller en liknande plattform som lyfter fram politiska fördomar i media
- Bärbara datorer, surfplattor eller smartphones för åtkomst till artiklar och projektor
- Anteckningsböcker och pennor för anteckningar



MÅL

- Att öka medvetenheten om mediabias och hur det påverkar presentationen av information
- Att öva kritisk analys av tonfall, språk, manipulation och inramning i mediaartiklar
- Att förstå hur olika perspektiv formar allmänhetens uppfattning om aktuella händelser



KOMPETENSER SOM TAS UPP

- Mediekompetens och kritisk analys
- Förstå och identifiera bias och inramningstekniker
- Effektiv kommunikations- och presentationsförmåga



METODIK OCH METODER

- Gruppanalys av medieartiklar
- Jämförelse och presentation
- Diskussion och reflektion kring mediepåverkan

1. Introduktion till mediabias och inramning

10 min.

- Introducera begreppet mediabias och inramning, och förklara hur politisk partiskhet och språk kan forma vår förståelse av händelser. Detta kan göras genom att visa de olika funktionerna som erbjuds av Ground.news eller liknande plattformar.
- Presentera syftet med workshopen: att undersöka och jämföra artiklar om samma händelse från vänster- och högerlutande källor för att identifiera fördomar, manipulationstekniker och inramning.

2. Smjernice za analizu članaka

10 min.

- Instruera deltagarna att välja två artiklar om samma händelse: en från en vänsterlutad källa och en från en högerlutad källa.
- Förklara vilka områden de bör fokusera på i analysen av artikeln:
 - **Ton och språk:** Identifiera om språket är neutralt, sensationellt, känslomässigt eller anklagande. Diskutera hur tonen påverkar läsarens känslor om händelsen.
 - **Manipulation:** Använd Ground.News för att se efter politisk fördom. Analysera hur fakta presenteras och notera eventuella logiska felaktigheter som används.
 - **Fokus och inramning:** Undersök vad varje artikel betonar. Diskutera om en artikel ignorerar detaljer som den andra lyfter fram eller ramar in händelsen som en framgång kontra ett misslyckande.
 - **Rubriker:** Jämför rubrikerna för båda artiklarna. Diskutera hur rubriken kan påverka förväntningarna innan du läser artikeln.

3. Analys av gruppartiklar

30 min.

Uppmuntra deltagarna att anteckna sina observationer och förbereda sig för att dela nyckelpunkter med gruppen genom en enkel digital presentation där de jämför artiklarna under fokuspunkternas lin.

4. Grupppresentationer

25 min.

- Varje grupp presenterar sina resultat, med fokus på:
 - Skillnader i ton, språk och betoning mellan artiklarna.
 - Eventuella fall av manipulation eller logiska felaktigheter.
 - Hur inramningen och fokus varierade mellan källor.
- Uppmuntra frågor och diskussioner efter varje presentation för att utforska de olika sätt som information kan presenteras och uppfattas på.

5. Debriefing och reflektion

15 min.

- Leda en gruppdiskussion för att reflektera över övningen:
 - Vad märkte du om skillnaderna i hur varje artikel presenterade samma händelse?
 - Hur påverkar ton och inramning din uppfattning av informationen?
 - Förändrade den här övningen ditt sätt att tänka på de medier du konsumerar?
 - Varför är det viktigt att söka flera perspektiv på en fråga?
- Sammanfatta viktiga tips och betona vikten av kritisk analys i mediekunskap och inverkan av mediabias på allmänhetens uppfattning.

i

Rekommendationer för tränare

- Se till att deltagarna har tillgång till Ground.News-plattformen eller ett liknande verktyg för att analysera politisk fördom.
- Uppmuntra öppna diskussioner och kritiskt tänkande, men påminn deltagarna att förbli respektfulla för olika åsikter och perspektiv.
- Under debriefingen, förstärk värdet av mediekunskap som en färdighet som främjar informerade och balanserade perspektiv.
- Var medveten om att vissa nyhetshändelser kan utlösa känslomässiga reaktioner i gruppen. Om arbetsgruppen mestadels består av ungdomar eller tonåringar, förbered händelserna i förväg för att analysera undvika tunga politiska frågor, krigstragedier eller liknande.

Bilagor



GROUND
News

Navigate the Ground.News platform and choose a current event that is covered by multiple media outlets. Select two articles on the same event, one from a left-leaning source and one from a right-leaning source.

Riktlinje för artikelanalys

tone and language 🗣️

- Is the language neutral, sensational, accusatory, emotional, or formal?
- Does the tone aim to make you feel something specific (e.g., fear, sympathy, anger)?
- How might the language affect how the reader understands or feels about the event?

MANIPULATION 🎭

- Use Ground.News to check for political bias (left or right).
- Are the facts presented in the same way in both articles?
- Can you recognise any logical fallacy?

FOCUS AND FRAMING 🎯

- What does each article focus on?
- Does one article ignore details that the other highlights?
- Is the event framed differently (e.g., one article shows it as a success while the other shows it as a failure)?

HEADLINES 📰

- Compare the headlines of both articles.
- Do they suggest a particular narrative or set an emotional tone for the story?
- How might the headline influence your expectations before reading the article?

Föreslagen lista över aktuella evenemang för deltagarna att välja mellan (valfritt)



Resurser

- [First Part - Escape The Bunker \(document with initial character profiles\)](#)
- [Second Part - Escape The Bunker \(document with character twists for midway through the activity\)](#)
- [Communication barriers](#)
- [Communication Cycle Model](#)
- [MIL Laws and CRAAP Model](#)
- [Global Digital Report 2024 by Meltwater](#)
- [Conspiracy Lab](#)
- [Ground News Article Analysis](#)
- [Media Usage Slides](#)
- [Realities in Countries Template](#)



Do you know
YOUR DEMOCRACY?



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.