



## MIK - MEDIE- OCH INFORMATIONSKUNNIGHET



*Det här temabladet ger dig tips om vilket material som finns hos Mediecenter Värmland inom temat medie- och informationskunnighet. Allt material är länkat till [sliplay.se/mediecentervarmland](https://sliplay.se/mediecentervarmland) - Ctrl-klicka på titeln!*

Medie- & informationskunnighet - MIK - handlar om att:

- förstå mediers roll i samhälle
- kunna finna, analysera och kritiskt värdera information
- själv kunna uttrycka sig och skapa innehåll i olika medier

Barn och unga tillbringar en stor del av sin tid med olika medier. De skaffar sig strategier genom erfarenhet, men vuxna har ett ansvar att ge dem verktyg som stärker deras kritiska förmågor och kraft att självständigt hantera de problem som kan uppstå. Ytterst handlar MIK om att maximera möjligheter och minimera risker i medievardagen.

## OM MEDIECENTER VÄRMLAND

Mediecenter Värmland är länets gemensamma mediebank!  
Här kan alla medlemmar, från barnomsorg till vuxenfortbildning, avgiftsfritt välja bland cirka 25.000 titlar.



Mediecenter Värmland tillhandahåller inköpt film, UR:s radio/tv-program, pussel & spel och robotar.  
Hos oss kan du även beställa talböcker – vi har tillgång till mer än 100.000 böcker från Legimus.

## HUR BESTÄLLER/STRÖMMAR JAG?

Du hittar hela vårt utbud i vår internetkatalog [sliplay.se/mediecentervarmland](https://sliplay.se/mediecentervarmland).

För att strömma eller beställa material via webben måste du skapa ett konto!  
Har du några funderingar, ring oss på 010-833 10 60 eller skicka en e-post till [mcv@regionvarmland.se](mailto:mcv@regionvarmland.se)

OBS! Dina elever kan också göra konto på SLIPlay och strömma själva! (elevinloggning)

### Gör så här för att skapa konto:

Gå till [sliplay.se/mediecentervarmland](https://sliplay.se/mediecentervarmland). Klicka på "Bli medlem här". Fyll i dina uppgifter och klicka på "gå vidare". Du får nu en e-post med en länk som du ska följa. Där får du fylla i ytterligare några uppgifter samt välja lösenord. När du sparat är din registrering klar och så fort vi godkänt din registrering (under kontorstid) kan du börja använda ditt konto.

Du kan också välja något av de single-sign-on-alternativ som finns – ytterligare information om hur du gör hittar du [här!](#)

Dina elever kan också göra egna konton på [sliplay.se/mediecentervarmland](https://sliplay.se/mediecentervarmland) och strömma programmen direkt i sina datorer, smartphones eller iPads. En annorlunda läxa kanske...?  
De skapar sina konton på samma sätt som pedagogerna och när detta är klart måste du godkänna deras konto. Du hittar deras ansökningar under "elevregistreringar" på din SLI-Play-inloggning (under ditt namn). OBS! Godkänn bara de elever som är dina!

[Här hittar du en lathund för dina elever!](#)

**Målgruppen är en rekommendation från oss och leverantören. Det är du som pedagog som avgör för vilka åldrar du vill visa filmen!**

## FILMER



### Skärmtid med Tyra och Tom

Tyra och Tom hamnar ofta i kniviga situationer som har med källkritik, nätvetenskap och skärm att göra. En barnpanel tittar på dramat om syskonparet och diskuterar utifrån egna erfarenheter och tankar. Läraren och nätexperten Karin Nygårds förklarar och ger verktyg till hur man kan agera och resonera när man hamnar i de här situationerna. Till sist får vi se hur Tyra

och Tom lyckas lösa sina problem. Korta, dramatiserade dilemman skapar identifikation och väcker barns intresse för medie- och informationskunnighet. Serien syftar till att elever utvecklar sin förmåga att kritiskt granska information och kommersiella budskap samt får förståelse för hur digitaliseringen påverkar dem. Avsnittens olika teman är tänkta att spegla problem målgruppen kan ställas inför och bidra till ökad källkritik och källtillit. Serien kan fungera som samtalsstartare och ger verktyg och förslag på strategier att använda både på fritiden och i skolan.

**Speltid:** 6x9 min. **Målgrupp:** 6–9 år. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

- 1: Dela bilder
- 2: Källkritik
- 3: Hänga ut

- 4: Manipulerad
- 5: Näthat
- 6: Smygreklam

### Surfarna

Surfarna är ett gäng som bor inne i din dator och åker runt på internet i sin digitala farkost. På vägen tar de sig an frågor som dyker upp när vi är ute på nätet; Vad är en cookie? Varför är det viktigt att vara källkritisk? Och, varför ska man aldrig lämna ut sina lösenord på nätet? Ett minidrama för årskurs F-3 på ämnet digital kompetens. Serien är tänkt att ge en grundläggande förståelse för ett antal begrepp och fenomen på internet, samt skapa en bild av vilka mekanismer som styr urvalet i datorernas sökmotorer.

**Speltid:** 8x10 min. **Målgrupp:** 6–9 år. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

- 1: Digitala missförstånd
- 2: Nätfiske
- 3: Söka på nätet
- 4: Cookies

- 5: Klickbeten
- 6: Bilder på nätet
- 7: Källkritik
- 8: Reklam och sponsring

## Hur vet du det?

Hur vet man vilka källor som är pålitliga? Jenny Josefsson fick sparken från sitt jobb på tv eftersom hon aldrig kollade några källor. Nu ska hon i stället starta en vlogg om hundar! Hon ger sig ut i en djungel av information för att leta fakta till sin vlogg. Till sin hjälp har Jenny sin källkritiska och trogna hund Kjell och några barn som kallar sig Källkritikerna. De dyker upp när nöden är som störst med de fem källkritiska superfrågorna. Finns även [syntolkat](#) och [teckenspråkstolkat](#).

**Speltid:** 5x10 min. **Målgrupp:** 6–9 år. **Utförande:** Strömmande.

### **Rubriker:**

- 1: Vilka källor kan du lita på?
- 2: Så googlar du

- 3: Sanningar och rykten
- 4: Reklam
- 5: När du själv är en källa



### **Bildbang**

Hur påverkas vi av bilder? Och hur kan vi bli bättre på att måla, filma och fota - och på att förstå vad bilder gör med oss? Här går skapande och analys hand i hand, och i varje avsnitt varvas samtal och workshops med en massa tips och trix. Syftet med serien, som främst är tänkt för nioåringar, är att ge inspiration att skapa. Serien ger också konkreta kunskaper om bildskapande,

verktyg för bildanalys och bildkritiskt tänkande. Konsthistoriska bilder löper som en röd tråd genom serien, men lika genomgående är mediekunskap och källkritik. Bildbang kombinerar MIK med bildämnet och bidrar till barnens kreativitet och lärande. Två säsonger.

**Speltid:** 8x15 min. **Målgrupp:** [Säsong 1: 6–9 år](#). [Säsong 2: 6–12 år](#) **Utförande:** Strömmande.

### **Rubriker säsong 1:**

- 1: Bildbevis!
- 2: Läskigt!
- 3: Snyggt!
- 4: Proffsigt!

### **Rubriker säsong 2:**

- 1: Porträtt
- 2: Mönster
- 3: Stil
- 4: Graffiti



### Hur vet vi det – om Sveriges historia

Vi möter olika typer av källor kopplade till historiska händelser och personer i Sverige. Det handlar om allt från skelett till böcker och målningar. Med hjälp av experter granskas de olika historiska källorna kritiskt. En källkritisk serie vars pedagogiska syfte är att inspirera och vägleda elever i att förstå hur man kommer fram till historiska fakta genom att sammanväga olika

källor. Vilka källor finns och vilka kan vi lita på?

**Speltid:** 6x6 min. **Målgrupp:** 10–12 år. **Utförande:** Strömmande.

**Rubriker:**

- 1: Vad är AI
- 2: AI i vardagen
- 3: AI och jobben

**Från AI till Ö**

Djupdykning i ämnet AI – artificiell intelligens. Programledare Nora Fazel Abdollatif utforskar vad AI är, hur det används i vardagen och hur det påverkar samhället.

**Speltid:** 6x9 min. **Målgrupp:** 10–12 år.  
**Utförande:** Strömmande.

- 4: AI vs människan
- 5: AI och desinformation
- 6: Demokrati och säkerhet

**Sociala medier**

Trots att de flesta sociala medieplattformar har en åldersgräns på 13 år, är det många under 13 år som befinner sig där. Därför har vi gjort en kort utbildningsfilm för just den målgruppen med de viktigaste aspekterna att tänka på och ta hänsyn till. Filmen är indelad i korta kapitel som tar upp följande aspekter: identitet och gemenskap, anonymitet, bilder och ansvar, lag och rätt gällande yttrandefrihet, förtal och nakenbilder samt reklam, algoritmer och källtillit. Denna utbildningsfilm med lärarhandledning och lektionsupplägg riktar sig specifikt till mellanstadieelever, eftersom de behöver få förutsättningar för att kunna skapa en så schysst miljö som möjligt på nätet - men också för att inte råka illa ut.

**Speltid:** 14 min. **Målgrupp:** 10–12 år. **Utförande:** Strömmande.

**Retuscherung – att försköna verkligheten**

Med en dator och lite kunskap är det lätt att förändra och försköna bilder. Men vad är syftet och vad går gränsen? Vi ser när en stillbildsfotograf tar sig an ett uppdrag och berättar om sina tankar.

**Speltid:** 2 min. **Målgrupp:** 10–12 år. **Utförande:** Strömmande.

**Mediesnacket**

Mediesnacket är en del av Lilla Aktuellt skola och handlar om mediefördjupning på olika sätt. Om källkritik och källkoll, hur medier arbetar, vad som är sant och falskt, och om mediers roll i samhället. Det finns över 80 program att strömma! Rubriker – se [SLIPlay!](#)

**Speltid:** 1–3 min/avsnitt. **Målgrupp:** 10–12 år. **Utförande:** Strömmande.

## Så funkar Sverige – Källkritik

Vi förklarar vad källkritik är och varför det är viktigt. Vad har källkritik med demokrati att göra?

**Speltid:** 4 min. **Målgrupp:** 10–12 år. **Utförande:** Strömmande.



## Cybersäkerhet – Skydd för det digitala samhället

Bara under de senaste åren har hoten mot den digitala teknologin ökat lavinartat. Butiker tvingas stänga när kassasystemet inte fungerar. Det går inte att swisha. Internetbedrägerier drabbar alla åldrar. I den här filmen går vi igenom några av de hot och brott som vi kan råka ut för och vilka det är som ligger bakom. Vi tar också reda på några

enkla steg vi själva kan tänka på men också vad myndigheter gör för att bygga cybersäkerhet.

**Speltid:** 10 min. **Målgrupp:** från 10 år. **Utförande:** Strömmande.



## Världen online

Programledarna Idun och Samson tar reda på barn och ungas perspektiv och syn på internet. Hur använder de nätet? Och vad är källkritik? Är det bra med så mycket skärmtid? De träffar influencers och forskare som förklarar och svarar på frågor om nätet och dess påverkan på barn och unga. Hur kommer vi använda det i framtiden? Målgruppen är främst årskurs 4–9

men serien passar även föräldrar, lärare och alla som vill veta mer om unga och medie- och informationskunnighet (MIK).

**Speltid:** 8x30 min. **Målgrupp:** 10–12 år. **Utförande:** Strömmande.

### **Rubriker:**

- 1: Kreativ på nätet
- 2: Spel
- 3: Makt
- 4: Sociala medier

- 5: Offline
- 6: Sant eller falskt
- 7: Näthat
- 8: Framtiden



### Alltid söka sanningen

Varje vecka sänder föreningen Alltid söka sanningen ett tv-program som handlar om allt från zombiepandemier till ufo-invasioner. Föreningen går sin egen väg i jakten på sanning, och ordförande Kjelle är inte alls nöjd med medlemmarnas research och källkritik. Han försöker få dem på bättre tankar med goda exempel på trovärdiga källor. Men medlemmarna

vill mest fika. Syftet är att eleverna ska kunna skilja mellan olika sorters källor och öka deras förståelse för mediernas olika funktion. De ska också få förmåga att känna källtillit till trovärdiga källor. Dessutom vill serien bidra till att eleverna utvecklar sitt kritiska och analytiska förhållningssätt till reklam och kommersiella budskap. Finns även [teckenspråkstolkat](#) och [syntolkat](#).

**Speltid:** 6x16 min. **Målgrupp:** 10–12 år. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

- 1: Om källor
- 2: Om vetenskap
- 3: Om journalistik

- 4: Om myndigheter
- 5: Om dold reklam
- 6: Om desinformation



### Alltid söka sanningen – fakta

Ibland hör man konstiga historier eller läser läskiga saker på sociala medier. Då är det viktigt att förstå om det är sant eller falskt och varför någon skulle vilja att du tror på just det där! Syftet är att ge kunskaper som bidrar till elevernas förmåga att värdera och förhålla sig kritiska till information, och att skapa ett sunt och hållbart förhållningssätt till information på exempelvis

sociala medier. Men serien vill också att ge eleverna verktyg att hantera information på ett ansvarsfullt och säkert sätt i kristider.

**Speltid:** 5x5-6 min. **Målgrupp:** anpassas grundskola. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

- 1: Vandringssåger
- 2: Konspirationsteorier

- 3: Censur
- 4: Offentlighetsprincipen
- 5: Propaganda

Serierna "Alltid söka sanningen" kan kompletteras med de korta avsnitten i serien "Veta mer":



### Veta mer

I varje avsnitt möter vi en expert på källtillit inom ett specifikt område. Vi får kunskap om vilka källor man kan lita på men också tips på hur vi blir källkritiska. Vi får höra hur journalister, forskare och myndigheter arbetar och hur vi kan veta att det de kommer fram till är sant. Syftet är att hjälpa eleverna att förstå hur viktiga samhällsfunktioner hänger ihop, och vikten av att

samhällsbärande funktioner bygger på kunskap, transparens och demokrati. Därmed ges eleverna en ökad möjlighet att tänka självständigt kring den information de inhämtar i media.

**Speltid:** 6x16 min. **Målgrupp:** 10–12 år. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

- 1: Om källor
- 2: Om vetenskap
- 3: Om journalistik

- 4: Om myndigheter
- 5: Om dold reklam
- 6: Om desinformation



### Vad är en nyhet?

Hur ser det ut när en nyhet blir till - från att den väljs ut tills den sänds på TV? I filmen får du följa med till nyhetsredaktionen på SVT Västmanland. Där träffar du redaktören och reporterna och ser hur de arbetar med nyhetsinslag och händelsenyheter under dagen. Filmerna förklarar vad en nyhet är och undersöker likheter och

skillnader mellan nyheter i TV, radio och tidningar. Den tar även upp hur dagens mediekonsumtion ser ut och du får veta vad som gör en bra nyhet. Genom att förstå nyhetsprocessen får du förståelse för hur nyheter kan utformas - och vikten av pålitliga källor.

**Speltid:** 12 min. **Målgrupp:** 10–15 år. **Utförande:** Strömmande.

### Influencers – en miljardindustri

Reklamstrategierna förändras i takt med teknikutvecklingen och vår mediekonsumtion. Under 2020 beräknades influencerbranschen omsätta en miljard kronor - bara i Sverige - och en influencer kan tjäna uppemot en miljon kronor för ett sponsrat inlägg i sociala medier. Men vad är en influencer, hur ser affärsmodellerna för influencers ut och vad behöver vi som konsument ha extra koll på när det gäller just influencers, deras påverkan och reklam? Vi berättar vad du som konsument kan hålla utkik efter, för att lättare kunna identifiera dold reklam. Vi berättar vad du behöver ha kunskap om när du följer influencers, streamers och youtubers.

**Speltid:** 11 min. **Målgrupp:** från 11 år. **Utförande:** Strömmande.



## Public service – ett demokratiskt uppdrag

Vad är public service och varför finns det? Nyhetsprogrammet Aktuellt på SVT, program på Sveriges Radio och Kunskapskanalen ingår alla i public service-utbudet. Gemensamt för dem är att de ska "tjäna alla" och ge allsidig information åt alla i samhället och att olika åsikter ska bli hörda. I kanalerna finns inte reklam. Public service-programmen bekostas av samhället med våra skattepengar. Men varför finns public service? Syftet är att alla människor ska få oberoende fakta inför vardagsbeslut eller inför ett val. Det är viktigt i vår demokrati. Ingen ska kunna lägga sig i vad som tas upp i till exempel nyheterna, inte ens statsministern. Undersökningar visar att de flesta i Sverige har ett högt förtroende för public service. I programmet medverkar bland annat personer från Dagens media och Myndigheten för press, radio och tv. Filmen berör Agenda 2030: Globala målet 16.10 Säkerställa allmän tillgång och skydda de grundläggande friheterna.

**Speltid:** 15 min. **Målgrupp:** från 12 år. **Utförande:** Strömmande.



## Gaming – en miljardindustri

Reklamstrategierna förändras i takt med teknikutvecklingen och vår mediekonsumtion. Därför har vi producerat två utbildningsfilmer: en om influencerbranschen och en om gaming. Idag omsätter spelföretagen mer än hela världens sport, men hur ser spelföretagens affärsmodeller ut och vad behöver vi tänka på för att vara medvetna konsument när vi spelar? Vi kan

triggas till köp inuti spelen, men vi kan också påverkas av våra spelförebilder utanför spelen. Ungefär 40% av allt innehåll på YouTube är kopplat till spel och flera av spelkanalerna är sponsrade av spelföretag, vilket betyder att spelföretagen betalar pengar för att kanalen ska visa en viss typ av innehåll. Enligt svensk lag ska de här sponsrade inläggen ha tydlig reklammärkning, men det är något som många saknar. Vi berättar om vad du som konsument kan hålla utkik efter för att lättare kunna identifiera dold reklam. Vi berättar också vad du behöver vara uppmärksam på när du spelar.

**Speltid:** 12 min. **Målgrupp:** från 13 år. **Utförande:** Strömmande.

## Tänk till snackar stress – Sociala medier

I sociala medier matas vi med perfekta middagar, snygga outfits och ständiga nyhetsuppdateringar från hela världen. Hur får det oss att må egentligen? Vi träffar Rokibath som mått väldigt dåligt på grund av sociala medier. Antropologen Haris Agic berättar om hur man jämförde sig med varandra under 1800-talet och drar paralleller till dagens selfies.

**Speltid:** 12 min. **Målgrupp:** 13–15 år. **Utförande:** Strömmande.



**Gilla oss på Facebook!**

**Där berättar vi om nyheter och tipsar om aktuella filmer!**

[www.facebook.com/MediecenterVarmland](https://www.facebook.com/MediecenterVarmland)



## Källkoll

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 kommer titta närmare på virala snackisar och gå på djupet i nyhetsflödet. Här får du tips om hur du granskar sånt du ser på

nätet och lär dig mer om psykologin och strukturen bakom digitala medier.

**Speltid:** 10x10 min. **Målgrupp:** 13–15 år. **Utförande:** Strömmande.

### **Rubriker:**

- 1: Så funkar nyheter
- 2: Medieetik – en riktig cirkus
- 3: Så styr algoritmer sociala medier
- 4: Vad kan falska inlägg på nätet leda till?
- 5: Vem betalar inläggen i ditt flöde?
- 6: En guide till fejkvärlden
- 7: Så avslöjar du bedragare på nätet
- 8: Psykologin bakom klicken
- 9: Forskningen i flödet
- 10: Hinner du vara källkritisk på nätet?



## Källkoll – kriget i Ukraina

Desinformation och propaganda är vanligt förekommande i konflikten i Ukraina. Vem och vad kan man lita på? Vi reder ut vad propaganda och desinformation är, och hur man kan skilja det från sann information. Vi diskuterar begreppet källkritik och ger konkreta exempel på hur man kan tänka och agera. Vi träffar journalister som berättar hur de arbetar för att sprida en så sann

bild som möjlig. Serien tar dessutom upp hur algoritmer och sociala medier fungerar, och hur vi själva reagerar när vi möter olika typer av budskap. Finns även [teckenspråkstolkat](#) och [syntolkat](#)

**Speltid:** 4x8 min. **Målgrupp:** 13–15 år. **Utförande:** Strömmande.

### **Rubriker:**

- Desinformation – vad är det?
- Vilka medier kan jag lita på?
- Algoritmer och sociala medier
- Information och psykologi – därför reagerar vi som vi gör

## **Har du och dina kollegor koll på vad Mediecenter har att erbjuda er?**

**Om inte kommer vi gärna och berättar om vår verksamhet!**

**Vi går också igenom SLIPlay och alla dess funktioner.**

**HÖR AV ER SÅ BOKAR VI IN ETT BESÖK!**

**Tfn.010-833 10 60, [mcv@regionvarmland.se](mailto:mcv@regionvarmland.se)**

# KÄLLKOLL CORONA

## Källkoll Corona

Vi följer de erfarna journalisterna Åsa Larsson och Jack Werner som arbetar med att sortera i de mängder av information som väller över oss i denna historiska tid. Programmen spelas in och publiceras samma dag. I varje avsnitt går Åsa och Jack på djupet i nyhetsfloden, tittar närmare på trender i sociala medier och tipsar om hur du kan bli bättre på källkritik och källtillit.

Programledare: Edwin Safari (från och med avsnitt 2). Syftet är att ge unga människor redskap och medvetenhet, så att de lättare kan tolka och navigera i informationsflödet i en tid av pandemi och infodemi. Finns även [teckenspråkstolkat](#).

**Speltid:** 14x8 min. **Målgrupp:** 13–15 år. **Utförande:** Strömmande.

### Rubriker:

- 1: Ska Sverige sättas i karantän?
- 2: Sämsta coronapranket
- 3: När det liknar fake är det sant
- 4: Breaking news!
- 5: Har corona förutspåtts?
- 6: Goda nyheter – för härliga att kolla upp?
- 7: Nej, 5G har inget med Corona att göra
- 8: Corona i maktens korridorer
- 9: Virus har ingen etnicitet
- 10: Vaccinkampen
- 11: Allt är inte ryskt som trollar
- 12: Statistikfiffel och graffusk
- 13: Så förändras journalistiken
- 14: Källkollat klart för den här gången



## Vad är falska nyheter?

Nyheter idag ser inte ut som de gjorde förr. Färre läser dagstidningar, och i stället får de sina nyheter via internet och sociala medier. Men det innebär även större risk för desinformation och bedrägerier. I det här utbildningsklippet lär du dig vad falska nyheter är. Vi går igenom vad bluff, lurendrejeri, klickbete, skämt, reklam, vinkling, propaganda, satir och sensationalism innebär.

**Speltid:** 7 min. **Målgrupp:** Från 13 år. **Utförande:** Strömmande.

## Varför faller vi för falska nyheter?

Det finns många exempel där konspirationsteorier och falska nyheter fått stor spridning på nätet. I det här utbildningsklippet ges exempel på falska nyheter som fått stor genomslagskraft. Du lär dig om psykologin bakom vad som får oss att tro på - och sprida vidare - falska nyheter. Dessutom ges exempel på vilka som medvetet sprider falska nyheter samt vad de vinner på det. Du lär dig även begrepp som bekräftelsebias (confirmation bias).

**Speltid:** 7 min. **Målgrupp:** Från 13 år. **Utförande:** Strömmande.



**Orka plugga** är en satsning om studieteknik från UR, med pluggtips från både lärare och elever.

Programmen i "[Orka plugga – Källkritik](#)" handlar bl.a. om filterbubblor och nyhetsvärdering.

**Speltid:** 23x1–6 min. **Målgrupp:** 13–15 år.

**Utförande:** Strömmande.

### [Vinklad historia -1945 - Öppnandet av lägren i Tyskland](#)

Tyskland, april 1945, med bara några veckor kvar av andra världskriget. På västfronten avancerar de allierade och upptäcker läger med krigsfångar och koncentrationsläger med utmärglade människor. I Polen har sovjetiska soldater i juli 1944 upptäckt utplåningslägret Majdanek samt Auschwitz i januari 1945. Dessa händelser har ännu inte blivit kända av de allierade. Det är först när amerikanerna öppnar Ohrdruf, Buchenwald och Dachau i Tyskland, som omfattningen på nazismens skräckvälde blir känd. För inom några veckor har ett stort antal fotografier och filmer från lägren spridits. Varför spreds bilderna?

**Speltid:** 25 min. **Målgrupp:** 13–19 år. **Utförande:** Strömmande.



### [Källkritik](#)

Lajkande och delande är en stor del av vår vardag. Men hur ofta granskar du egentligen en bild eller artikel innan du delar? Vi följer med Viralgranskarna Åsa Larsson och Emelie Wallroth i deras jakt på falska identiteter, nättroll och fejkade bilder. Syftet är att visa elever i årskurs 7–9 hur de på ett lätt och bra sätt kan förhålla sig källkritiska på nätet.

**Speltid:** 4x15 min. **Målgrupp:** 13–15 år. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

- 1: Fejkade sidor
- 2: Partiska röster

- 3: Tid och rum
- 4: Bildsökning

### [Perspektiv på världen – Påverkan](#)

Fejknyheter och filterbubblor är ord som många är bekanta med idag. Den information vi nås av i våra sociala medieflöden är utvald åt oss genom anonyma algoritmer. De lyfter främst fram sådant som vi redan känner till och sympatiserar med. Vi reser jorden runt för att få nya synvinklar på vad som påverkar oss, vem som ligger bakom ett budskap och vilket syfte budskapet har.

**Speltid:** 28 min. **Målgrupp:** från 13 år. **Utförande:** Strömmande.



### Har jag något val?

Det finns många starka krafter som försöker påverka oss väljare. Idag sker en stor del av påverkan via nätet och sociala medier. Programledaren Elin förklarar för oss hur man bedrev valkampanjer via sociala medier i USA när Donald Trump blev president. Hon tar reda på hur "dark ads" och "fake news" fungerar, och vad en filterbubbla är. Hon tittar också på

valkampanjande ur historisk vinkel och lär oss hur vi kan bli mer källkritiska på nätet.

**Speltid:** 5x15 min. **Målgrupp:** 13–19 år. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

- 1: USA-valet och sociala medier
- 2: Dold påverkan

- 3: Valmanipulation i Europa
- 4: Svensk opinionspåverkan
- 5: Att vara vaksam



### A.I. Rising – en ny verklighet

Techföretag världen över tävlar med varandra om att dominera AI-marknaden, samtidigt varnar experter om att vi inte är förberedda för alla nya innovationer och den värld som dessa skapar. I denna dokumentär undersöker vi hur generativ AI används idag, det vill säga den typen av AI som kan skapa till exempel ljud, text och bild åt oss. Vi möter experter som berättar om både

möjligheter och hot med den nya tekniken. Vi träffar också, bland andra, Alexander som är kär i chatboten Mimi. Vad kan konsekvenserna av deepfake-bilder bli? Och bör AI regleras och i så fall hur?

**Speltid:** 40 min. **Målgrupp:** från 13 år. **Utförande:** Strömmande.



### And the king said, what a FANTASTIC MACHINE

Vad händer med världen när alla är upptagna med att fånga den på bild? Kameran kan dokumentera verkligheten eller förvränga den. Den kan ge oss utlopp för kreativitet, fåfänga och bekräftelsebehov. Hur har vi valt att hantera denna makt? Och vad händer med världen när alla är upptagna av att fånga den på bild? and

the king said, what a FANTASTIC MACHINE skildrar hur människans besatthet av att filma och fotografera sin omvärld har förändrat vårt beteende. Från de första fotografierna på 1800-talet till den digitala flodvåg av innehåll som sköljer över oss i sociala medier – idag en algoritmstyrd miljardindustri.

**Speltid:** 89 min. **Målgrupp:** från 13 år. **Utförande:** Strömmande.

## Historiebruk

Historiebruk har fått en viktig roll i läroplanen. Men vad är det egentligen? I filmen träffar vi experter och får se tydliga exempel på olika typer av historiebruk. Vi lär oss till exempel om kommersiellt historiebruk och får veta varför flera perspektiv av en händelse är så viktigt. Hur använder Putin historiebruk? Hur förändras vår syn på historien beroende på vilken tidsperiod vi själva lever i? Det tittar vi närmare på.

**Speltid:** 15 min. **Målgrupp:** från 13 år. **Utförande:** Strömmande.



## Historiska källor

För att förstå vår historia är källor väldigt viktiga. Men för att få hela historien måste man samla ihop flera olika källor, som pusselbitar. I den här filmen ska vi lära oss om olika typer av historiska källor och vad de kan berätta om historien. Vi går igenom källor som bilder, föremål, ljudinspelningar samt olika sorters skrifter. Vi lär oss också vad det innebär om en källa är

avsiktlig eller oavsiktlig, samt hur betraktarens perspektiv kan påverka en historisk källa.

**Speltid:** 16 min. **Målgrupp:** från 13 år. **Utförande:** Strömmande.



## Den stora illusionen – hur skapas våra skönhetsideal?

"Den stora illusionen" undersöker hur globala reklambyråer, massmediekonglomerat och kosmetisk kirurgi-, skönhets- och modeindustrierna förändrar hur människor runt om i världen definierar skönhet och ser sig själva. Filmen utforskar, från olika delar av världen, hur dessa industrier mättar våra liv med smala,

västerländska, konsumentdrivna bilder av skönhet. Bilder som visar liten eller ingen respekt för den biologiska verkligheten eller kulturella skillnader.

**Speltid:** 46 min. **Målgrupp:** 14–19 år. **Utförande:** Strömmande.

## Om reklam i sociala medier

Vilka regler finns det för reklam och marknadsföring i sociala medier? Denna film handlar om hur man som influencer har ansvar att följa marknadsföringslagen genom att exempelvis skilja på reklam och egna åsikter och att använda tydliga reklammarkeringar. Syftet är att det ska vara tydligt för användarna när de möter kommersiella budskap i sociala medier. Filmen är en bra utgångspunkt för att undervisa om reklam och dess påverkan, samt diskutera influencers och företags ansvar gentemot användare på sociala medier. Filmen är deponerad av Konsumentverket.

**Speltid:** 3 min. **Målgrupp:** från 15 år. **Utförande:** Strömmande.



### Jakten på förstasidan

Skådespelarna Emma Molin och Eric Stern ger sig ut på en fartfylld resa i runt om i Sverige för att jobba som gästreportrar på 6 olika lokaltidningar. Målet är att hamna på förstasidan och hitta de lokala nyheterna som engagerar allra mest. Det visar sig vara långt mycket svårare än vad de trott, men via sina misstag, drillning och förmaningar från tidningarnas chefredaktörer, lär de sig en hel del om journalistiskt arbete och lokaljournalistikens uppgift. Finns även [syntolkat](#) och [teckenspråkstolkat](#).

**Speltid:** 6x28 min. **Målgrupp:** från 16 år. **Utförande:** Strömmande



### Uppdrag AI

AI är en av de mest omtalade teknikerna just nu. Programledaren Torbjörn Averås Skorup utforskar hur tekniken fungerar och hur den påverkar vårt samhälle. Genom att själv testa teknikens möjligheter och begränsningar, samt genom samtal med experter, får vi följa AI:s utveckling från dess ursprung till hur den kan forma vår framtid.

**Speltid:** 4x14 min. **Målgrupp:** från 16 år. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

- 1: Vad är AI?
- 2: Jobben, drivkrafterna och algoritmerna
- 3: Maskin och människa
- 4: Etik, propaganda, sex och politik



### Vår digitala planet

Digitaliseringen transformerar våra arbeten, skolor, städer och nöjen i grunden. Den underlättar vår vardag och vår möjlighet att sprida och hämta in kunskap. Och den har som ingen tidigare teknik möjligheten att koppla samman människor över stora avstånd och ge röst till marginaliserade grupper. Men som alla kraftfulla teknologier kommer digitaliseringen också med en del utmaningar. Har de stora teknikbolagen fått för stor makt över våra liv? Hur stoppar vi svallvågorna av desinformation och fabricerade sanningar från att påverka politiska val? Och vad händer med vårt beteende och välmående i en ständigt uppkopplad värld?

**Speltid:** 3x60 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande.



## Falska nyheter – Hotet mot EU

Falska nyheter och desinformation har pekats ut som ett av de största hoten mot EU. Men vad innebär det för demokratin i EU, vilka är de falska nyheterna och vem ligger bakom dem? Vi avkodar vi den falska nyheten om att Ukraina skickat vidare vapen från väst till Hamas. Vi slår också hål på ryktet att Frankrikes presidenthustru skulle vara transsexuell och tittar närmare på de

journalistiska metoderna som skiljer hårdvinklade nyheter från falska. Syftet är att med utgångspunkt i aktuella nyheter och händelser kopplade till EU-sfären avkoda nyhetsrapporteringen och skapa förståelse för hur, av vem och i vilket syfte falska nyheter och desinformation sprids.

**Speltid:** 3x14 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande.

### **Rubriker:**

#### **Nyheterna att se upp med**

Stämmer det att Ukraina skickade vidare vapen de fått av väst till Hamas? När nyheten granskades av journalister och faktagranskare slog man fast att nyheten var falsk. Men vad handlade nyheten om, vilka låg bakom den och på vilket sätt påverkar den EU?

#### **Så sprids lögnerna**

Stämmer det att Frankrikes presidenthustru, Brigitte Macron, är transsexuell? Nyheten har spridits av högt uppsatta politiker och fått stor uppmärksamhet i sociala medier. När faktagranskare gick till botten med ryktet visade det sig vara falskt. Men hur spreds nyheten och på vilket sätt påverkar den EU?

#### **Falskt eller hårdvinklat?**

Hur ska man kunna lita på media när samma nyhet kan beskrivas på så olika sätt? När EU-parlamentet skulle rösta om en ny naturlag var debatten hård. I media beskrevs det antingen som en seger för klimatet eller som en katastrof för jord- och skogsbruket. Hur kan det vara så olika och var går egentligen gränsen mellan hårdvinklat - och falskt?

Temabladen är till för att inspirera dig och underlätta för dig i ditt arbete. De innehåller tips på material och länkar inom resp. område.

Allt är länkat till Mediekatalogen!

Du hittar fler temablad på vår hemsida [www.regionvarmland.se/mediecenter](http://www.regionvarmland.se/mediecenter)

Har du andra områden du vill ha ett temablad till?

E-posta eller ring oss så hjälper vi dig!





## Falska nyheter – USA under Trump

Det amerikanska presidentvalet är ett av de viktigaste valen under supervalåret 2024. USA:s president påverkar politiken, konflikterna och ekonomin på global nivå. Men hur ska vi tolka all information som sprids om valet, kandidaterna och deras påståenden? Vi följer rapporteringen om USA-valet och svarar bland annat på frågor som: Vilka källor kan jag lita på och varför? Och

vilken påverkan har desinformation och propaganda på demokratin? Syftet är att hjälpa unga att avkoda nyhetsrapportering och informationsspridning, förbättra sina kunskaper i källkritik och utveckla sin källtillit.

**Speltid:** 5x10 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande.

### **Rubriker:**

#### **Hotet mot pressfriheten**

Hot mot medierna har länge varit en del av Donald Trumps retorik. Under valrörelsen 2024 trappade han upp sina attacker; han hotade med att dra in sändningstillstånd, stämde mediebolag och menade att journalister som inte avslöjar sina källor borde fängslas. Nu är han vald till USA:s president och frågan är hur stor makt han har att omsätta sina hot till verklighet. Och hur kan det i så fall påverka pressfriheten och i förlängningen demokratin?

#### **Bildens makt och skotten mot Trump**

När presidentkandidaten Donald Trump sköts under ett tal i Butler sommaren 2024 var världens samlade pressuppbåd på plats. Bilden på Trump, med blod rinnande vid örat, omgiven av livvakter och med en höjd näve blev snabbt ikonisk. Den gav upphov till flera konspirationsteorier, till exempel att skjutningen var iscensatt av republikanerna själva. Vilken makt har bilder för hur vi förstår och tolkar nyheter? Och på vilket sätt påverkas vi av AI-genererade och uppenbart falska bilder?

#### **Lögnerna och jakten på fakta**

När presidentkandidaterna möttes i en debatt räknade journalister och faktagranskare antalet lögner och halvsanningar och listade påståenden som var vilseledande. Samtidigt växer misstron mot både medier och politiker. Postsanning (post-truth) innebär att vi tror på det som stämmer överens med vad vi tycker och tänker snarare än på det som fakta bevisar. Hur påverkar det oss när politiker inte håller sig till sanningen, och vad vill de uppnå? Vad betyder det för demokratin när vi litar på känslor och åsikter snarare än på fakta?

#### **Amerikanska medier och myten valfusk**

Presidentkandidaten Donald Trump varnade för att valet 2024 var riggat. Han upprepar också påståendena om att han egentligen vann valet 2020, men att ogiltiga valsedlar och manipulerade rösträkningsmaskiner bestal honom på segern. I förra valet ledde myten om valfusk fram till att missnöjda Trumpanhängare stormade regeringsbyggnaden Kapitolium. En person sköts till döds och flera skadades. Finns det någon sanning i påståendena om valfusk? Och vilken roll spelar de amerikanska medierna?

#### **Influencers och kampen om väljarna**

Det amerikanska presidentvalet har kallats Tiktok-valet. När allt fler människor får sina nyheter från sociala medier blir det allt viktigare för kandidaterna att vända sig till influencers för att nå ut till väljarna. Men vilka risker finns det när influencers med miljontals följare blir del av politiska kampanjer? Och är det ok att de får betalt för att sprida politiska budskap? Vi undersöker skärningspunkten mellan influencers och journalister och vad man kan tänka på när man ser politiskt innehåll på sociala medier.



### Vem ska jag tro på?

Svenskar ägnar sig åt medier sju timmar om dagen. När vi gör det utsätts vi för desinformation, konspirationsteorier, vilseledande reklam, ryktesspridning och mycket mer. Här gäller det att förstå vad som är sant och inte. Programledaren Kodjo Akolor tittar närmare på just detta - fenomen, trender och frågeställningar som berör oss alla i vår relation

till olika medier. Finns även [syntolkat](#) och [teckenspråkstolkat](#).

**Speltid:** 6x28 min. **Målgrupp:** gymn/komvux. **Utförande:** Strömmande.

#### **Rubriker:**

1. Om desinformation
2. Om konspirationsteorier
3. Om yttrandefrihet, hat och hot
4. Om drev och näthat
5. Om techjättar och digitala spår
6. Om influencers och reklam

## RADIOPROGRAM:



### **Tisdagskollen med Farzad**

I Tisdagskollen är Farzad på jakt efter ny och spännande kunskap tillsammans med er lyssnare. Därför pratar han varje vecka med ett barn som har superkoll på något. 7 program handlar om MIK.

**Speltid:** 7x6 min. **Målgrupp:** 6–9 år **Utförande:** Strömmande radio.

#### Farzad och de fem superfrågorna

Farzad har överväldigats av all information han möter varje dag. Internet, tidningar, reklam och människor som berättar en massa historier. Vad är en källa? Och hur skiljer man på fakta och påhitt? Vi hör om de fem superfrågorna som ger oss bättre koll.

#### Majken har koll

Farzad får tips om hur man googlar av 10-åriga Majken från Stockholm. Har du sett något på nätet, tv eller i en tidning som du inte riktigt tror är sant? Tillsammans med Farzad funderar vi över hur man kan veta vad som har hänt på riktigt, vem som sade vad och varför. Med hjälp av de fem superfrågorna: vem, vad, varför, när och hur, tar vi oss närmare sanningen.

#### Svante har koll

Har du sett något på nätet, på tv eller i en tidning som du inte riktigt tror är sant? Tillsammans med Farzad funderar vi över hur man kan veta vad som har hänt på riktigt, vem som sade vad och varför. Idag får Farzad hjälp av 8-åriga Svante från Stockholm.

### Lita inte på Farzad

Farzad testar om han är en bra andrahandskälla. Men det visar sig vara ganska svårt att återberätta en historia. Förstahandskällan Svante är med och rättar till berättelsen om hur han bröt sin arm. Och så går Farzad och Elise till botten med ett rykte som Farzad har hittat på.

### Signe har koll

Farzad kollar upp något som han har hört, sett eller funderat på. Idag får jag hjälp av Signe, 10 år, från Färjestaden.

### Farzad råkar ut för tjuvar

Får man använda andra personers bilder hur som helst? Farzad kollar upp något som han hört eller sett eller funderat på. Den här gången får han hjälp av 9-åriga Isak från Sigtuna.

### Sant eller falskt?

De senaste programmen av Tisdagskollen har handlat om att hålla koll på vad som är sant och vad som är falskt runt omkring oss. Farzad gör en tävling som handlar om det och 6-åriga Valter från Alingsås tävlar.

### Tänk till snackar stress – Sociala medier

I sociala medier matas vi med perfekta middagar, snygga outfits och ständiga nyhetsuppdateringar från hela världen. Hur får det oss att må egentligen? Vi träffar Rokibath som mått väldigt dåligt på grund av sociala medier. Antropologen Haris Agic berättar om hur man jämförde sig med varandra under 1800-talet och drar paralleller till dagens selfies. Vi ringer också bloggaren och modellen Lisa Tellbe och ställer frågor om hennes perfekta flöde.

**Speltid:** 113 min. **Målgrupp:** 13–15 år **Utförande:** Strömmande radio.



### Kunskapsverket Samhällskunskap – Stormningen av Kapitolium

Utanför kongressbyggnaden Kapitolium i Washington D.C. samlas tiotusentals människor för att storma byggnaden. Det är den 6 januari 2021 och det politiska läget i USA är minst sagt spänt. Det här är berättelsen om ett av de mest häpnadsväckande ögonblicken i USA:s historia. Det är också historien om hur vanliga människor

vill störta en politisk byggnad och om hur Donald Trumps presidentskap påverkar landet. Avsnittets fokus ligger på påverkan, medier och politiska strukturer.

**Speltid:** 23 min. **Målgrupp:** 13–15 år **Utförande:** Strömmande radio.



## Kunskapsverket Samhällskunskap – Mark Zuckerberg och Facebook

Om hur Facebook tog världen med storm och gjorde sociala medier till en del av många människors vardag. Företaget grundades år 2004 av bland annat nuvarande vd:n Mark Zuckerberg och sedan dess har företaget vuxit och fått allt större inflytande över människors liv. Företaget har också varit inblandat i skandaler där data och

personuppgifter hamnat i utomståendes händer, och nu menar vissa att företaget fått för mycket makt. Avsnittet tar upp samhällsfrågor som medier och dess påverkan.

**Speltid:** 26 min. **Målgrupp:** 13–15 år **Utförande:** Strömmande radio.



## Kjellkritik

Multimediamogulen Kjell Eriksson undersöker hur vi kan vara källkritiska i vår komplexa verklighet. Idag är vi alltmer våra egna publicister och redaktörer - vi delar artiklar, bilder och gör inlägg i sociala medier och konsumerar mer fakta än någonsin. Då är det viktigt att kunna förhålla sig kritiskt och inte tro på allt man läser, hör eller ser, samtidigt som det finns mycket som är sant

och otroligt. Vetenskapsjournalisten Emma Frans delar med sig av sina innersta tankar om källkritik och vi får följa undersökande reportern Josefiné Nettelbladt.

**Speltid:** 8x30 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

### **Rubriker:**

- 1: Skriftliga källor
- 2: Muntliga källor
- 3: Materiella källor
- 4: Vem är avsändaren?

- 7: Vilket budskap har källan?
- 6: Hur ser källan ut?
- 7: När tillkom källan?
- 8: Användning av källor



## Fejk – säsong 1

Med hjälp av populärkulturen tar Anna Charlotta Gunnarson och Maja Åström sig an ämnet kritiskt tänkande. Vi vill visa att fake news inte är något nytt utan att människan alltid fått hantera falska historier, medvetet ljug och konspirationsteorier. Det handlar bland annat om skrämselfiktioner som gått överstyr, att ompröva historiska skildringar, hur vi förskjutit vår syn på

vetenskapen och varför män och kvinnor beskrivs på olika sätt i uppslagsverk.

**Speltid:** 8x50 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

### Fejk – säsong 2

Om hur drömbilder och skräckbilder används i propaganda, populärkultur och politik. Programledaren Anna Charlotta Gunnarson och sidekicken David Silva tar sig med hjälp av kritiskt tänkande förbi de enklaste tolkningarna och belyser hur konst, musik, foton, film och böcker används för att förstärka olika budskap.

**Speltid:**8x40 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

### Fejk – säsong 3

Programledaren Anna Charlotta Gunnarson tar hjälp av sidekicken David Silva för att syna välkända historiska skeenden ur nya perspektiv. Ikoner som Rosa Parks placeras i ett nytt och större sammanhang. Vardagsföremål som klackskon tar oss på en resa i tid, rum och könsroller. Jakten på guld och rikedom etablerade den kolonialistiska myten om Eldorado - men Fejk synar den. Genom spännande exempel ur historien tränar gymnasieelever sitt historiemedvetande - hur historiska källor, tolkningar och historiebrikar påverkar vår syn på historiska skeenden och förändringsprocesser. Serien synar utifrån ett aktörsperspektiv människors roll i politiska konflikter och samhällsförändringar, olika tiders levnadsvillkor, makt och människors identitet.

**Speltid:**8x40 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.



### Fejk – säsong 4

Hur får vi syn på diskrimineringen inom populärkulturen? Hur påverkar den oss? Och vad kan vi göra åt den? Programledaren Anna Charlotta Gunnarson tar tillsammans med sidekicken Agneta Karlsson reda på hur artister, filmstjärnor, konstnärer och fotomodeller tvingats ut i marginalen på grund sitt ursprung eller en funktionsnedsättning. Bland annat får vi veta hur

musikindustrin vit tvättat skivomslag, hur rullstolen använts som symbol och vilka roller kortväxta personer fått spela.

**Speltid:**8x35 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

### Fejk – säsong 5

Vi belyser genushistorien med hjälp av populärkulturens arkiv; film, musik, tidningar, bilder, tv och radioprogram, från 1920-talet och framåt. På ett bildande och underhållande sätt speglas hur olika kulturyttringar dokumenterat sin samtid - och reflekterat över den. Dessutom gör programledaren, Anna Charlotta Gunnarson, personliga analyser som åskådliggör hur normerna svängt under de senaste hundra åren.

**Speltid:**8x40 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.



## Fejk – säsong 6

Vi belyser genushistorien med hjälp av film, musik, tidningar, bilder, tv och radioprogram från 1920-talet och framåt. På ett bildande och underhållande vis speglas hur olika kulturyttringar både dokumenterar sin samtid och reflekterar över den. Med aha och haha åskådliggör programledaren Anna Charlotta Gunnarson hur förutsättningar pendlat och bilder

förändrats. I varje avsnitt bjuder hon även in två populärkulturella spanare som utsätts för den avslöjande fördomsprofilen. Syftet är att träna förmågan att förstå och värdera historiebbruk och historiemedvetande med fokus på genus. Genom att granska historiska källor och normer ur olika perspektiv ställs frågor om förändringsprocesser och historiesyn.

**Speltid:**8x53 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.



## **Fejkskolan**

Fejkskolan är en poddserie som vill utmana vårt kritiska tänkande. Vad är sant - och vad är fejk? Vad är åsikter? Vad är propaganda? Hur ser historieskrivningen ut? Hur kan man analysera den information man stöter på? Vad kan vi lära oss av vår historia? Temat är drömbilder och skräckbilder i populärkultur, politik och propaganda

### Säsong 1

Fejkskolan 1 är en förkortad version av säsong 2 av radioserien Fejk.

**Speltid:**8x11 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

### Säsong 2

Fejkskolan 2 är en förkortad version av säsong 3 av radioserien Fejk.

**Speltid:**8x10 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

### Säsong 3

Fejkskolan 3 är en förkortad version av säsong 4 av radioserien Fejk.

**Speltid:**8x10 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

### Säsong 4

Fejkskolan 4 är en förkortad version av säsong 5 av radioserien Fejk.

**Speltid:**8x10 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

### Fejkskolan – säsong 5

Fejkskolan 5 innehåller utvalda fall från säsong 6 av radioserien Fejk.

**Speltid:**8x15 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.



### Algoritmen

Internet berör oss i allt, från maten vi äter till relationerna vi skapar, och dessutom i det mesta vi gillar att se, spela, läsa och lyssna på. Här utforskar vi de synliga och osynliga mönster och formler som driver våra online-liv, och väver oss samman med internet.

**Speltid:**171x27-52 min. **Målgrupp:** från 16 år **Utförande:** Strömmande radio.

## LÄRARFORTBILDNING - FILMER:

### AI i framtidens skola

Artificiell Intelligens (AI) har under den senaste åren gjort sitt intåg bland läromedel och hjälpverktyg för både lärare och elever. Alltmer data kan samlas in och analyseras. Kan skolan utnyttja detta för att utveckla betygssättning? Och hur implementeras AI i praktisk undervisning? Jenny Reichwald diskuterar med gästerna Jalal Nouri, forskare i teknikförstärkt lärande, Jannie Jeppesen, vd för Swedish Edtech Industry och Anders Enström, förstelärare 7–9.

**Speltid:** 26 min. **Målgrupp:** lärarfortbildning. **Utförande:** Strömmande.



### Lärlabbet

*- För lärare, med lärare, av lärare. Tanken med serien är att den ska bidra till reflektion och handlingskraft hos pedagoger kring lärandeprocesser och visa att det ständigt finns möjligheter till yrkesutveckling.*

**Speltid:**30 min. **Målgrupp:** Lärarfortbildning  
**Utförande:** Strömmande.

### Lärlabbet – Källkritik

Lärlabbet besöker Murbecksskolan i Sandviken som arbetar med källkritik i alla ämnen. Vet eleverna hur informationsvägarna fungerar på internet? Eftersom vi möts av så mycket information är det en demokratifråga att elever lär sig finna, värdera och analysera information kritiskt. En lärarpanel följer upp i studion.

### Lärlabbet – Eleven som producent

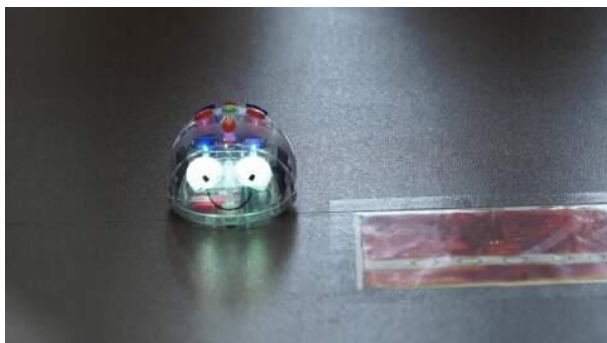
Helena von Malortie är slöjd- och bildlärare på Mosaikskolan i Malmö. Där går nyanlända elever från årskurs 7 till 9. Hennes elever får presentera sina kreativa arbeten genom att dokumentera dem digitalt på I-pads. När filmerna visas för andra klasser blir eleverna väldigt stolta och extra motiverade att göra ett bra arbete. En lärarpanel följer upp med samtal i studion.

### Lärlabbet – Digital didaktik

Varför är lärarens kompetens i medie- och informationskunnighet, MIK, så viktig? Lärlabbet tar upp det digitala perspektivet på lärarrollen och de möjligheter som IT ger. Hur, när och i vilka syften väljer lärare digitala verktyg? Det finns en uppsjö av verktyg att välja mellan när en lärare designar sin undervisning. Vilka krav ställer det på lärarna? Lärlabbet besöker Tobias Ruthenberg på Lärarhögskolan i Borås som undervisar lärare och bibliotekarier i MIK. Skolan satsar även på att integrera MIK-undervisning i grundutbildningen för lärarstudenter.

### Lärlabbet – Digitalisering och demokrati

Vad innebär en digitaliserad skola i praktiken? Vad måste lärarna kunna och vilka möjligheter finns? Läraren Ylva Pettersson har varit drivande i Katedralskolan i Skaras digitalisering. Hon anser att det viktigaste är att man som lärare vågar släppa taget och lär sig att knyta färdighet till rätt digitalt verktyg. Idag kan Ylva konstatera att hennes elevers klassrum har utvidgats. Ett exempel på detta är att återkopplingen kan komma från människor de inte känner.



### Lärlabbet – Datalogiskt tänkande

Vad är datalogiskt tänkande och hur kan det läras ut? Maria Franzén på Högåsskolan i Knivsta är bildläraren som lär eleverna att programmera minirobotar. Hon menar att eleverna tränar många olika förmågor som matematik, logiskt och kritiskt tänkande, tal, bild och samhällskunskap när de programmerar.

## LÄRARFORTBILDNING - RADIOPROGRAM



### Didaktorn – Kritik av källkritik

Det finns en övertro på att källkritik hjälper elever att hantera sin mediekonsumtion. Det menar Ulf Dalquist, forskningsansvarig på Statens Medieråd. Källkritik analyserar fakta. Det hjälper dig t ex inte att analysera en propagandafilm från IS. säger han. Fakta och nyheter är endast en mindre del i tonåringars medieförbrukning och då behövs andra analysredskap, enligt Ulf Dalquist.

Vill vi lära barnen att klara av det vi tycker att de borde göra eller ska vi lära dem att hantera det de redan gör? frågar han retoriskt. Här berättar han om skolans utmaningar för att möta elevernas behov.

**Speltid:** 15 min. **Målgrupp:** Lärarfortbildning **Utförande:** Strömmande radio.



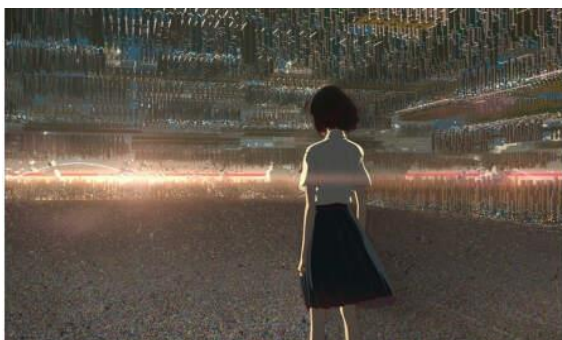
## Didaktorn – Ljug sig till sanning

Blir man bättre på källkritik om man själv är bra på att ljuga? Josef Sahlin, lärare på Årstaskolan i Stockholm, låter sina elever skapa fejkade sidor på nätet. Uppgiften är att få både text och layout att framstå som trovärdiga, trots att innehållet är falskt. Målet är att få eleverna medvetna om hur lätt det är att skapa desinformation och att öva dem i källkritiskt tänkande. Ett arbete som innehåller flera etiska fallgropar för såväl lärare som elever - sidorna publiceras ju faktiskt på riktigt!

**Speltid:** 15 min. **Målgrupp:** Lärarfortbildning **Utförande:** Strömmande radio.

## SPELFILM

Filmerna presenteras efter målgrupp! Tänk på att det är du som pedagog som avgör vilka åldrar du vill visa filmen för! Vår målgrupp är bara en rekommendation.



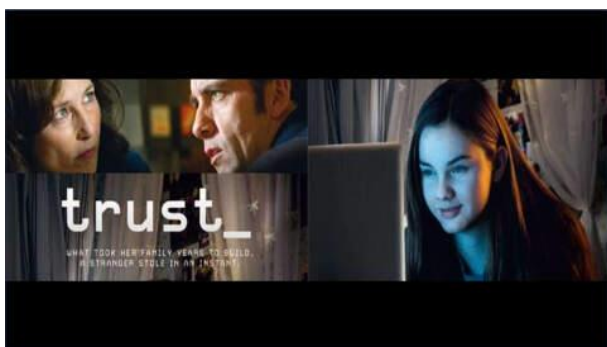
### Belle

Suzu är en blyg skolflicka som inte varit särskilt lycklig sedan hennes mamma dog. Vad hennes klasskompisar inte vet är att hon har en hemlig identitet - Belle - i den virtuella världen U, där hon är ett musikaliskt stjärnskott. Men när en okänd varelse börjar förstöra för Belle så uppstår kaos.

Tillsammans med sin bästa vän Kiro måste Belle ta reda på vem odjuret egentligen är och vilka mörka

hemligheter som ligger bakom dess själsliga ärr. Originaltitel: Ryū to sobakasu no hime. Lämplig för: åk 7–9.

**Speltid:** 121 min. **Produktionsår:** 2021. **Utförande:** Strömmande.



### Trust

Drama. Annie är 14 år och har träffat Charlie online. De är lika gamla, båda spelar volleyboll och han är den första kille som förstår henne. Hon berättar inget om honom för sina föräldrar, inte heller när han erkänner att han är lite äldre än han sagt. Mot bättre vetande bestämmer sig Annie för att träffa honom i en närliggande galleria - ett möte som fullständigt kommer att

riva upp tillvaron för hela Annies familj. Trust är ett omskakande och aktuellt drama om nätets mörkaste vrår. Lämplig för: åk 4-gy.

**Speltid:** 106 min. **Produktionsår:** 2011. **Utförande:** Strömmande.

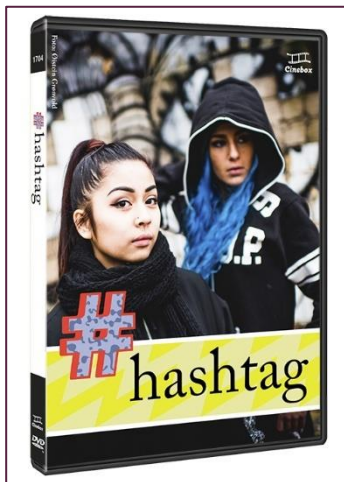


### Hacker

13-åriga Benjamin får reda på att hans mamma som han sedan länge trott dog i en olycka verkar vara i liv. Han börjar undersöka saken vidare och alla spår leder till att det är den danska säkerhetspolisen som ligger bakom mysteriet. "Hacker" är en nervpirrande film som berör aktuella frågor om hur teknik kan användas på fel sätt av högre makter för att påverka människor.

Filmen ligger rätt i tid när teknik som A.I. utvecklas i rask takt och vi måste fråga oss på vilka sätt kan det användas fel. Lämplig för: åk 6-9.

**Speltid:** 93min. **Produktionsår:** 2019. **Utförande:** Strömmande.



### Hashtag

Hashtag är en dramaserie i åtta delar som är inspirerad av instagramupploppen i Göteborg 2012. Vi får följa Maryam, Freja, Aju och Bim, fyra tjejer med olika bakgrund och drömmar som drabbas av näthatet på olika sätt. Det är en historia om vänskap, kärlek, avundsjuka och om hur fruktansvärt fel det kan bli när man skriver först och tänker sen. Maryam hör en sak som hänt en tjej i hennes klass och lägger upp den på nätet. Men vad händer när hundratals ungdomar vill döda den som publicerat historien? Hur känns det för den som drabbas? I serien #hashtag skapas ett instagramkonto, @Paaach, där tjejer och killar hängs ut som horor. Vänner vänds mot varandra och de uthängda ropar efter hämnd. Allt urartar snabbt och

slutar med upplopp. Vuxenvärlden vaknar och försöker skapa rättvisa, men det är redan för sent.Handledning finns. Lämplig för: åk 7-9.

**Speltid:** 7x15min. **Produktionsår:** 2016 **Utförande:** Strömmande.



### Reality

Den 3 juni 2017 kommer 25-åringen Reality Winner hem från sina ärenden och hittar två FBI-agenter utanför sitt hem. De påbörjar ett kryptiskt förhör om hennes tid i det amerikanska flygvapnet och jobbet som översättare för NSA. Realitys liv börjar sakta nystas upp. Var hon skyldig för läckan av ett hemlighetsstämplat

dokument om Rysslands inblandning i det amerikanska valet 2016. En rafflande film med dialog tagen direkt från FBI:s förhörprotokoll. En osannolik och sann historia om den första visselblåsaren under Trump-eran. Lämplig för åk 9-gy.

**Speltid:** 83 min. **Produktionsår:** 2023. **Utförande:** Strömmande.

## KORTFILMER/TV-SERIE:



### Alla andra kan dra åt helvete

En dramaserie om vänskap, hemligheter och hur långt man är redo att gå för att finna, eller dölja, sanningen. När Ossian, en introvert kille som dokumenterar allt han ser med en gammal dv-kamera, börjar på gymnasiet i Uppsala flyttar han in på ett elevhem. Där träffar han den utåtriktade och karismatiska Liam. Trots deras olikheter blir de snabbt vänner. Deras tid fylls av garv, fester och vardagsdramatik, tills de stöter på ett dv-band från 2005 som förändrar allt.

**Speltid:** 6x14 min. **Målgrupp:** från 16 år. **Utförande:** Strömmande.



### [A better you](#)

Irländsk kortfilm. I en dystopisk värld vinner en blyg man, Douglas, två biljetter till den hyllade Dance extravaganza. Douglas tar mod till sig och bjuder ut sin drömtjej, Olga. Men när Olga säger ja börjar Douglas att tvivla på sig själv och bestämmer sig för att investera i en A better you, en klon som han kan programmera till att bli den charmigaste mannen i stan. Regi: Eamonn

Murphy.

**Speltid:** 13 min. **Målgrupp:** från 13 år. **Utförande:** Strömmande.



### [Okay Google](#)

Amerikansk kortfilm. Darren visar upp sin nya mobil för sin vän Gerard. Mobilen har en digital assistent som är så avancerad att det nästan är som att prata med en riktig person. Men den digitala assistenten blir lite för verklig, speciellt när hon hånar Darren med pinsam och intim information om honom. Regi: Sam Lucas Smith.

**Speltid:** 11 min. **Målgrupp:** från 13 år. **Utförande:** Strömmande.

Du hittar många fler spelfilmer på vår [SLIPlay-sida!](#)

Både [strömmande filmer](#) och [dvd-filmer](#)

## Tips på länkar



Mediemyndigheten

### [Mediemyndigheten](http://www.mediemyndigheten.se)

([www.mediemyndigheten.se](http://www.mediemyndigheten.se)) Mediemyndigheten är en statlig myndighet som tillhör Kulturdepartementets ansvarsområde och fyller en viktig funktion. De ska verka för yttrandefrihet, medie- och informationskunnighet samt möjligheterna till mångfald och tillgänglighet på medieområdet. De ska också verka för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare, ta tillvara deras erfarenheter samt verka för att skydda barn från skadlig mediepåverkan.



### [Media Smart](http://www.mediasmart.se)

([www.mediasmart.se](http://www.mediasmart.se)) Media Smart är ett kostnadsfritt läromedel som riktar sig till barn i grundskola och gymnasium. Syftet är att ge barn och unga ett verktyg för att utveckla förmågan att förstå och tolka reklam och information på ett effektivt sätt, för att skapa konstruktivt kritiskt granskande konsumenter!

### [Surfa lugnt](http://www.surfalugnt.se)

([www.surfalugnt.se](http://www.surfalugnt.se)) Surfa Lugnt driver ett nationellt initiativ för att höja skolans och vuxnas kunskaper om barns och ungas vardag på internet. Syftet är att bejaka det positiva som finns i ungas liv på nätet, som engagemang, kommunikation och kunskapsutbyte, och samtidigt ge föräldrar och andra vuxna mer kunskap att hantera fallgroparna på internet, som t.ex. e-mobbning och integritetsfrågor.'



### [Mediekompass](http://www.mediekompass.se)

([www.mediekompass.se](http://www.mediekompass.se)) Mediekompass är ett hjälpmedel för lärare som vill använda tidningar i undervisningen. Bakom Mediekompass står flera stora dagstidningar och mediehus som med journalistiken värnar om ett öppet och demokratiskt samhälle.



Inspiration och kunskap

### [SO-rummet](http://www.so-rummet.se)

([www.so-rummet.se](http://www.so-rummet.se)) SO-rummet är en gratis digital lärresurs och Sveriges största och mest välsorterade länkbibliotek för skolans samhällsorienterade ämnen: historia, religionskunskap, geografi och samhällskunskap.



Filmpedagogerna

### [Filmpedagogerna](http://filmpedagogerna.se/mik/)

(<http://filmpedagogerna.se/mik/>) Filmpedagogerna arbetar tillsammans med UNESCO i arbetet med MIK i undervisningen. Här kan du bl.a. ladda ner UNESCO:s läroplan.



### Skolverket

I Skolverkets lärportal finns en modul som heter [Digital kompetens i samhällskunskap](#). Modulen lyfter vikten av att kunna navigera i dagens informationsmängd och vara källkritisk på ett sätt som är anpassat för digitala miljöer och medier. Viktigt är också att kunna tillgodogöra sig informationen och fatta välgrundade beslut genom att öka förmågan att söka, kritiskt granska och värdera informationen samt att använda digitala medier som medel för deltagande och påverkan.