

#SKOLVAL

Lärrarhandledning för medieproduktion kring politiska frågor



Hej lärare!

Detta material producerat av Ung Media Sverige ger dig ett upplägg för tre till fem lektionstillfällen för att uppmuntra elever att utforska politiska frågor med hjälp av medieproduktion. Materialet passar för dig som håller lektion i samhällskunskap, svenska, ett medierelaterat ämne eller för dig som helt enkelt vill hålla lektioner kopplade till val.

Handledningens utformning

I detta dokument hittar du upplägg för tre lektionstillfällen som passar att hålla innan, under respektive efter valet. Utöver det finns upplägg för ytterligare två fördjupande lektionstillfällen som passar att använda både innan valet eller som komplement till andra lektionstillfällen. I samtliga upplägg kan du själv välja att plocka ut övningar och anpassa efter lektionslängden. Se materialet som inspiration som blir vad ni själva gör det till, och vars främsta syfte är att uppmuntra elever till att använda medieproduktion som ett demokratiskt verktyg att utforska politiska frågor med.

Kolla även in vår resurssida innan ni drar igång. Där har vi samlat material, länkar och tips riktat till alla unga som vill producera media om politiska frågor: www.ungmedia.se/skolval. Under rubriken Material finns alla länkar och tips som ges i detta dokument.

Vänliga hälsningar,



UNG MEDIA SVERIGE

Innehåll

Introduktion	3
Lektionstillfälle 1: Producera debattartikel	4-5
Lektionstillfälle 2	6
Alternativ 1: Intervjua i vallokalerna	6
Alternativ 2: Göra valkompass och intervjua varandra om resultatet	7-8
Lektionstillfälle 3: Analysera valet som redaktionsgrupp	9-10
Fördjupningstillfälle 1: Opinionsundersökningar	11-12
Fördjupningstillfälle 2: Om mediernas politiska färger och ledare	13

Introduktion

Medieproduktion - vad är det?

Skriven text, film, formgivning, foto eller ljudinspelning. I alla möjliga former och format; tryckt tidning, webb, på sociala medier eller i podd. Alla är medieproducenter i dagens samhälle - det gäller bara att hitta sitt format och sina verktyg. Till hjälp med de tekniska bitarna finns

Medieproduktionshandboken som grundläggande går igenom alla olika typer av medieproduktion, allt ifrån olika typer av klassiska tidningstexter till hur en lägger upp en podd på Itunes. Medieproduktionshandboken finns att ladda ner som pdf via vår resurssida www.ungmedia.se/skolval.

Enligt läroplanen för gymnasieskolan ska undervisningen "bedrivas i demokratiska arbetsformer och utveckla elevernas förmåga och vilja att ta personligt ansvar och aktivt delta i samhällslivet". Medieproduktion är ett jättebra verktyg för att uppfylla detta!

Ung Media Sverige

Vi är ungdomsorganisationen för unga medieproducenter. Över hela landet har vi medlemsföreningar som producerar olika typer av media, med stöd från oss. Bli medlemmar ni också! Det enda som behövs är att det är minst tre elever som går ihop om en gemensam idé, startar en förening och skickar in ansökan till oss. Det kostar ingenting och all information om hur ni går tillväga, mallar och blanketter finns på vår hemsida www.ungmedia.se.

#Skolval

Gör era produktioner synliga för fler! Dela era produktioner via **#skolval2018** eller **#skolval2019** i sociala medier, eller skicka in produktionerna till oss på info@ungmedia.se så publicerar vi dem på vår medieplattform Ung Press www.ungpress.se.

På så vis kan produktionerna spridas vidare till elever runt om i hela landet och eleverna får vara en del i det demokratiska samtalet med många fler, även utanför sin egen skola!

Lektionstillfälle 1

PRODUCERA DEBATTARTIKEL

Tidsåtgång: Cirka 1,5 timme, eller plocka delar av upplägget så det passar lektionslängden.

När? Veckorna / veckan innan valet.

Vad behövs?

- Datorer och tillgång till internet
- Utrustning till valfri medieproduktion (det räcker oftast med elevernas egna smartphones)
- Resurssidan www.ungmedia.se/skolval
- Medieproduktionshandboken (finns som pdf på www.ungmedia.se/skolval)

STEG 1: ANALYSERA EN DEBATTARTIKEL

Be eleverna leta upp en debattartikel från valfri tidning. Länkar till de ledande svenska tidningarna finns på www.ungmedia.se/skolval. Där kan eleverna snabbt hitta exempel att utgå från.

Be dem läsa artikeln och antingen analysera enskilt eller diskutera i mindre grupper:

- Vad är det författaren vill ha sagt?
- Vad använder författaren för retoriska knep? På resurssidan finns en lista med vanliga retoriska knep.
- Lyckas författaren övertyga med sitt budskap, tycker du? Varför/varför inte?

Eventuellt: Be varje grupp dela med sig kort av sina reflektioner till helgrupp.

STEG 2: EN DEBATTARTIKELS UPPBYGGNAD

Nu har eleverna fått analysera ett exempel och fått en uppfattning om hur en debattartikel kan vara upplagd. En vanlig mall att använda sig av för att lägga fram sina argument finns på vår resurssida under rubriken Debatt, och ser ut såhär:

- Välj ett ämne och din tes. Din tes är din åsikt, vad du vill förändra. Formulera det som en uppmaning så har du rubriken för din medieproduktion – till exempel "Mer vegetarisk skolmat – för hälsan och miljöns skull".
- Tänk på mottagaren. Hur mycket vet de som ska ta del av dina argument redan om ämnet, behöver du förklara det mer ingående för vissa? Du kommer behöva formulera dig på olika sätt om du ska skicka in en text till lokaltidningen jämfört med om du vill spela in ett Youtube-klipp.
- Vässa dina argument. För att kunna övertyga mottagaren behöver du tre starka argument. Läs på, leta information, kolla vad andra redan har skrivit/sagt om ämnet. Vilket är det starkaste motargumentet – kan du bemöta det? Till exempel: "Många tror att vegetarisk mat gör en mindre mätt – men det stämmer inte, enligt den här undersökningen..."
- Rangordna argumenten. Ett tips för en bra struktur är: Börja med ditt näst starkaste argument ++, följt av ditt svagaste + och avsluta med ditt starkaste argument +++.

Gå igenom de olika stegen med eleverna eller be dem att själva kolla in hemsidan.

STEG 3: RESEARCH

Nästa steg blir att de själva ska hitta ett ämne att skriva om. Vi har listat några av de hetaste valfrågorna och andra aktuella frågor på hemsidan som kan fungera som inspiration. Viktigaste är att de hittar något de själva är intresserade av och hittar en nischad tes de vill driva, till exempel "Mer vegetarisk skolmat - för hälsan och miljöns skull".

Tips! Vad tycker de olika partierna om frågan? Be eleverna läsa på och hitta argument från båda sidor. Det gör det enklare att själv formulera argument.

STEG 4: PRODUKTION

Nu ska eleverna formulera sina åsikter och sin research på ett slagkraftigt sätt för att kunna övertyga andra om sin tes.

Tänk kreativt! En debattartikel behöver inte vara utformad just som en artikel, alltså skriven text. Vill de filma in sina argument, göra dem till en podd eller illustrera dem med foton är det fritt fram. Antingen självständigt eller i grupp. I Medieproduktionshanboken kan eleverna hitta den typ av medieform de vill producera.

Obs! En mer avancerad medieproduktion kan ta lite längre tid. Eventuellt kan du ge eleverna i hemuppgift att färdigställa sina produktioner och köra presentationerna vid nästa lektionstillfälle.

STEG 5: PRESENTATION

Eleverna får dela med sig till varandra. De kan till exempel läsa upp sina artiklar eller visa upp sina filmer. Och kom ihåg - vill de dela sina produktioner med fler kan de göra det med **#skolval** i sociala medier, eller skicka in produktionerna till oss på **info@ungmedia.se** så publicerar vi dem på vår medieplattform Ung Press.

Lektionstillfälle 2

ALTERNATIV 1: INTERVJUA I VALLOKALERNA

Tidsåtgång: Cirka 1,5 timme, eller plocka delar av upplägget så det passar lektionslängden.

När? Någon gång under skolvalsperioden.

Vad behövs?

- Block och penna
- Kamera att fota/filma med, ljudinspelningsutrustning ifall någon vill göra podd (kamera och ljudinspelningsapp i en smartphone funkar fint!)
- Resurssidan www.ungmedia.se/skolval
- Medieproduktionshandboken (finns som pdf på www.ungmedia.se/skolval)

STEG 1: LÄS PÅ OM INTERVJUTEKNIK

Ge eleverna i uppgift att innan läsa på om intervjuteknik i Medieproduktionshandboken (Kapitel 2 "Granska", sid 17-18) så att de är förberedda inför att göra intervjuer.

STEG 2: GÅ TILL VALLOKALERNA

Det har blivit dags för skolval!

Kolla upp i vilken lokal det hålls skolval på er skola och under vilka tider den är öppen. Låt eleverna gå dit och intervju sina skolkamrater om skolvalet. Exempel på olika sorters intervjuer de kan göra:

Ta tempen på skolvalet som fenomen:

- Vad tycker du om att skolan arrangerar skolval? Varför?
- Varför röstar du i skolvalet?

Hitta någon som aktivt väljer att inte rösta i skolvalet:

- Varför väljer du att inte rösta i skolvalet?
- Vad skulle kunna få dig att välja att rösta?



Enkät: Vad tycker du?

Obs! Det kan vara känsligt att fråga vilket politiskt parti någon tänker rösta på. Det finns en anledning till att alla ska kunna rösta hemligt i vallokalerna. Var noga med att eleverna är medvetna om detta och att ingen kan tvinga någon skolkamrat att svara. Be eleverna att fråga om det är okej att de ställer frågor om deras politiska åsikter innan de börjar intervjun.

- Vilka politiska frågor tycker du är viktiga? Varför?
- Hur har det påverkat dig kring hur du kommer rösta?
- Frivilligt: Vad tänker du rösta på?
- Hur tror du skolvalresultatet kommer att bli?

STEG 3: FÄRDIGSTÄLLA INTERVJUERNA

När eleverna har gjort sina intervjuer är det dags att färdigställa dem till en produktion. Beroende på vilken typ av medieproduktion de valde att göra intervjuerna i (skriva, fota, filma osv) så får de nu tid att skriva sin artikel, klippa sin film eller annat.

Låt dem sedan presentera för varandra och uppmuntra dem att sprida via hasttaggen **#skolval** och att skicka in sina produktioner till oss på **info@ungmedia.se**.

ALTERNATIV 2: GÖRA VALKOMPASS OCH INTERVJUA VARANDRA OM RESULTATET

Tidsåtgång: Cirka 1,5 timme, eller plocka delar av upplägget så det passar lektionslängden.

När? Veckorna/ veckan innan valet.

Vad behövs?

- Datorer och tillgång till internet
- Block och penna
- Utrustning till valfri medieproduktion (det räcker oftast med elevernas egna smartphones)
- Resurssidan www.ungmedia.se/skolval
- Medieproduktionshandboken (finns som pdf på www.ungmedia.se/skolval)
- Valkompass (länk finns på www.ungmedia.se/skolval)

STEG 1: GÖR VALKOMPASSEN

Dela länk till valkompassen med eleverna. Be dem testa vad de själva skulle röstat på.

Var noga med att alla får göra testet individuellt och att ingen behöver dela med sig av sitt resultat om de inte vill. Det finns en anledning till att alla ska kunna rösta hemligt i vallokalerna, eftersom det kan vara en känslig fråga.

Be dem sedan diskutera med varandra, två och två eller i mindre grupper:

- Var det lätt/svårt att svara på frågorna i valkompassen?
- Blev resultatet vad ni hade trott?
- Hade ni svarat annorlunda om ni hade gjort testet igen? Varför/varför inte?
- Frivilligt: Vad fick ni för resultat?

STEG 2: INTERVJUA VARANDRA

Eleverna får dela in sig i två och två och intervjua varandra om resultaten från valkompassen. Be dem läsa på om intervjuteknik i Medieproduktionshandboken (Kapitel 2 "Granska", sid 17-18) så att de är förberedda inför att göra intervjuer.

Exempel på olika typer av intervjuer de kan göra med varandra:

Om valet i stort:

- Tycker du att det är viktigt att gå och rösta?
- Varför/varför inte?
- Hur tror du resultatet i riksdagsvalet kommer att bli?
- Varför tror du att det kommer bli så?



Enkät: Vad tycker du?

Obs! Detta kan vara en känsligt att fråga om vilket politiskt parti någon tänker rösta på. Det finns en anledning till att alla ska kunna rösta hemligt i vallokalerna. Var noga med att eleverna är medvetna om detta och att ingen kan tvinga någon skolkamrat att svara. Be eleverna att fråga om det är okej att de ställer frågor om deras politiska åsikter innan de börjar intervjun.

- Vilka politiska frågor tycker du är viktiga?
- Varför?
- Hur har det påverkat testresultatet du fick i valkompassen, tror du?
- Frivilligt: Vilket resultat fick du i valkompassen? Varför tror du att det blev så?

Lektionstillfälle 3

ANALYSERA VALET SOM REDAKTIONSGRUPP

Tidsåtgång: Cirka 1,5 timme, eller plocka delar av upplägget så det passar lektionslängden.

När? Veckan / veckorna efter valet.

Vad behövs?

- Stora pappersark (minst A3) och pennor
- Möjlighet att ringa och göra telefonintervjuer
- Resurssidan www.ungmedia.se/skolval
- Medieproduktionshandboken (finns som pdf på www.ungmedia.se/skolval)

STEG 1: LÄSA VALANALYSER

Veckan efter valet kommer många av de stora medierna publicera analyser av valet. Ge eleverna lite tid att göra research och läsa olika analyser. En fråga de kan ha i åtanke och kolla extra efter är vilka som kommer bilda regering. På resurssidan finns en länk som förklarar hur regeringsbildningen går till!

STEG 2: DISKUTERA

Be dem diskutera i mindre grupper eller två och två:

- Blev valresultatet som ni trott?
- Blev skolvalsresultatet som ni trott?
- Skiljer sig / liknar skolvalresultatet resultatet i det "vanliga" valet?
- Vad tror ni händer nu?

Be dem skriva ner eventuella frågor och funderingar de kommer på under diskussionen, de kan komma till användning i nästa steg.

STEG 3: PRODUCERA EN VALANALYS I REDAKTIONSGRUPPER

Nu ska eleverna få arbeta i redaktionsgrupper och producera sin egen valanalys. Vad för plattform de väljer att använda är frivilligt; vill de rita en egen tidningssida på ett A3-papper, skapa en enkel hemsida i Wordpress och lägga upp text/bild/annan media? Låt dem själva välja, men ha tidsaspekten i åtanke. Vill ni göra uppgiften under en lektion rekommenderas att ni gör det enkelt på ett vanligt papper.

Tips! Det finns en del layoutfunktioner i vanliga Word-program, men det finns också många bra gratisverktyg där det går att skapa snabb, enkelt layout. Ett exempel du kan tipsa eleverna om är Canva (www.canva.com).

Dela in eleverna i mindre grupper på tre-fem personer. Nu ska de producera en egen valanalys i grupp. Be dem ansvarsfördela inom gruppen och välja olika uppgifter som de kan sätta ihop till ett tidningsuppslag (på papper eller digitalt). Här är exempel på uppgifter de kan fylla sin analys med:

Egen reflektion

Skriv / spela in en egen reflektion av valresultatet. Här kan eleverna ta hjälp av materialet Åsikt och Debatt på resurssidan när de skissar på upplägg för sin produktion. Det är okej att lyfta egna åsikter, men viktigt att också ha med fakta att basera eventuella slutsatser på.

Intervjua en politiker

Vad tycker politikerna själva efter valet? Ring upp en lokal politiker där ni bor och fråga. Kontaktuppgifter brukar gå att hitta lätt på partiernas eller kommunens hemsidor. I deras uppdrag ingår att svara på frågor från medborgare och journalister, ni som unga medieproducenter har rätt att höra av er med era frågor!

Här är några frågor ni kan utgå från när ni gör intervjun:

- Vad tycker du om valresultatet?
- Vad blir första steget för ditt parti nu?
- Vilka partier skulle ni samarbeta med under den kommande mandatperioden?
- Vilka är de största utmaningarna för er den kommande mandatperioden?

Intervjua varandra / skolkamrater

Vad tycker ni och era skolkamrater? Gör en enkät i korridorerna.

Exempel på frågor att ställa:

- Vad tycker du om skolvälsresultatet?
- Vad tycker du om resultatet i "vanliga" valet?
- Blev det som du trodde?
- Vad tror du händer nu?



STEG 4: SÄTT IHOP ERA PRODUKTIONER

Ta hjälp av kapitlet "Forma" (sid 41-45 i Medieproduktionshandboken) när ni sätter ihop ert tidningsuppslag. Ni kan som sagt välja om ni vill rita/skriva för hand på ett stort papper eller om ni vill göra det digitalt.

STEG 5: PRESENTERA FÖR VARANDRA

Låt varje grupp visa upp vad de gjort, och be eleverna berätta kort om analyserna / intervjuerna de gjort. Uppmuntra dem att sprida via hasthtaggen **#skolval** i sociala medier och att skicka in sina produktioner till oss på **info@ungmedia.se**, så blir de tillgängliga för fler.

Fördjupningstillfälle 1

OM OPINIONSUNDERSÖKNINGAR: STATISTISK FELMARGINAL OCH VARFÖR DE SKA SKILJAS ÅT

Uppgift: Analysera och diskutera opinionsundersökningar.

Tidsåtgång: Cirka 1,5 timme, eller plocka delar av upplägget så det passar lektionslängden.

När? Veckorna / veckan innan valet.

Vad behövs? Tillgång till två eller fler olika opinionsundersökningar.

Nu när det är valår duggar opinionsmätningarna tätt. Alla de större tidningarna har sina egna opinionsmätningar. Samtidigt pågår det en diskussion om huruvida medier ska publicera opinionsmätningar. Men hur fungerar då opinionsundersökningarna? Och hur kommer det sig att de är så omstridda?

STEG 1: RESEARCH OCH ANALYS

Titta igenom olika opinionsundersökningar. På vår resurssida finns en lista över opinionsundersökningar av kända analys- och undersökningsföretag och som används av de större dags- och kvällstidningarna.

STEG 2: DISKUSSION

- Vad säger opinionsmätningarna om väljarstödet?
- Hur skiljer sig de olika opinionsundersökningarna åt?
- Hur kommer det sig att de skiljer sig åt?

STEG 3: FÖRKLARING

Anledningen till att resultatet i de olika undersökningarna skiljer sig åt är att de använder olika metoder i sina mätningar. Grupper av personer som nås vid undersökningar kan variera beroende på om de till exempel nås via mobiltelefon eller fast landlina. Yngre väljare har vanligtvis endast mobiltelefoner, medan äldre väljare i större utsträckning har både och eller bara fast telefoni.

Det har blivit mer och mer vanligt med självrekryterad internetpaneler; det vill säga personer som anmäler sig frivilligt för att delta i undersökningar via mail eller andra onlineverktyg.

Exempel på tidningar som använder självrekryterade internetpaneler är Metro som använder YouGov och Aftonbladet som använder Inizio.

Problemet med självrekryterade internetpaneler är att urvalet inte sker slumpvis. För att kunna statistiskt säkerställa något i en väljar- eller opinionsundersökning är det viktigt att urvalet har skett slumpvis, så att det blir ett representativt urval av befolkningen som har tillfrågats.

Det är också viktigt vilka frågor som ställs och på vilket sätt de ställs på. En fråga som är svår att förstå, eller som kan tolkas på olika sätt, kan ge fel resultat som inte syns i statistiska tabeller eller diagram. Även öppna eller stängda frågor kan ge olika svar. Det är till exempel stor skillnad på hur människor svarar om de får en lista med valfrågor som de är intresserade av, eller om de fritt får välja själva.

STEG 4: DEN STATISTISKA FELMARGINALEN

Det kanske viktigaste av allt för att något ska bli statistiskt säkerställt är att tillräckligt många personer har tillfrågats. Att tillräckligt många har svarat är viktigt eftersom det påverkar hur stor risk det är att skillnaden avgörs av slumpen. Att något inte avgörs av slumpen brukar kallas att det är statistiskt säkerställt.

Uttrycket "statistiskt säkerställt" är dock lite missvisande, eftersom det alltid finns en osäkerhet kvar. Att något är statistiskt säkerställt betyder egentligen bara att skillnaden ligger utanför den "statistiska felmarginalen"; det vill säga att ett resultat skiljer sig så mycket från ett annat resultat att det inte enbart kan bero på slumpen.

Läs mer om hur något kan sägas vara statistiskt säkerställt via SCB (Statistiska centralbyrån). På vår resurssida finns användbara länkar.

Ett problem uppstår när journalister presenterar att det har skett förändringar i opinionen, men att de glömmer nämna att det ligger inom den statistiska felmarginalen.

På vår resurssid finns ett inlägg från Ekot där lyssnaren får höra hur opinionen ser ut för ett tiggeriförbud, enligt en mätning genomförd av analys- och undersökningsföretaget Novus. I inlägget får vi höra att 62 % av de tillfrågade är helt för ett tiggeriförbud; och att detta är en ökning från 59 % sen den senaste mätningen två år tidigare. Det är alltså en ökning på 3 % som har skett över en tid. Det som inte nämns i inlägget, utan bara på den skriftliga webbpubliceringen, är att förändringen ligger inom den statistiska felmarginalen. Med andra ord; det går inte att statistiskt säga något om svenska befolkningens attitydförändring gentemot ett tiggeriförbud.

Lyssna och diskutera inlägget med eleverna! Länk finns som sagt på vår resurssida.

YTTERLIGARE FÖRDJUPNING

Läs texten "Opinionsmätningar och mediernas sju dödssynder" av Jesper Strömbäck.

Strömbäck är professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Mittuniversitetet. Han forskar bland annat om medier och politisk kommunikation, och är kritisk mot den roll som opinionsundersökningarna spelar i den politiska journalistiken.

Länk till Strömbäcks text finns på vår resurssida.

Fördjupningstillfälle 2

OM MEDIERNAS POLITISKA FÄRGER OCH LEDARE: ANALYSERA OCH FÖRSTÅ

Uppgift: Analysera och diskutera politiska ledare.

Tidsåtgång: Cirka 45 min-1 timme, eller plocka delar av upplägget så det passar lektionslängden.

När? Veckorna / veckan innan valet.

Vad behövs? Tillgång till två eller fler ledare från olika dags- och kvällstidningar.

STEG 1: PRATA OM MEDIERS ROLL SOM DEN "TREDJE STATSMAKTEN"

Fråga eleverna: vilken roll har medier i samhället?

Mediers roll i samhället beskrivs ofta som den oberoende "tredje statsmakten". Ofta är det massmedia i form av press, radio och TV som håller koll på och rapporterar om makthavare; det vill säga politiker, myndigheter, institutioner och andra aktörer i samhället - till exempel företag.

Att följa massmedia är en av de viktigaste tillgångarna till samhällsinformation, eftersom den bild vi skapar oss av samhället och andra länder i omvärlden mångt och mycket kommer från massmedier. Därför är det viktigt att studera och kunna kritiskt granska det som förmedlas i medierna.

Alla svenska tidningar har olika politiska inriktningar. Vanligaste politiska inriktningen bland svensk dagspress är liberala tidningar, men hela det politiska spektrumet förekommer. Oftast är det i ledarsidorna som tidningens och redaktionens åsikter kommer fram.

STEG 2: UNDERSÖK TVÅ LEDARE FRÅN TIDNINGAR MED OLIKA POLITISKA FÄRGER

Välj ut två stycken dags- eller kvällstidningar med olika politiskt ideologiska läggningar. Välj gärna ur listan som finns på resurssidan.

Tips! Om ni känner er osäkra på vilka tidningar ni ska välja, ta Aftonbladet och Expressen.

STEG 3: ANALYS OCH DISKUSSION

Analysera en eller flera (max tre från vardera tidning) av inläggen på ledarsidorna och jämför hur de talar om politik och politiska händelser.

- Kan ni se några ideologiska skillnader?
- På vilket sätt beskrivs till exempel de röd-gröna och Alliansen i de olika tidningarna?
- Vilka politiska händelser lyfts i de olika tidningarna, och på vilket sätt framställs de?

