

TEKNOLOGIFORSTÅELSE

SAMFUNDSFAG 8. KLASSE

FORÅR

NÅR GRETA GÅR VIRALT - DEN POLITISKE INFLUENCER

Udarbejdet af Anders Stig Christensen og Steen Juhl Møller*

*Materialet er udviklet af Københavns Professionshøjskole, Professionshøjskolen UCN, VIA University College samt læremiddel.dk for Børne- og Undervisningsministeriet under rammerne for Forsøg med teknologiforståelse i folkeskolens obligatoriske undervisning. Læs mere om forsøget på www.tekforsøget.dk og www.emu.dk



KØBENHAVNS
PROFESSIONS
HØJSKOLE



LÆRE
MIDDEL
ODK



VIA University
College



Indhold

1	Forløbsbeskrivelse.....	3
1.1	Beskrivelse	3
1.2	Rammer og praktiske forhold:	4
2	Mål og faglige begreber:	5
3	Forløbsnær del:.....	6
3.1	Introfase: Forforståelse	6
3.2	Udfordrings- og konstruktionsfase:.....	10
3.3	Outrofase: Ny forståelse og nye kompetencer:	12
4	Perspektivering	12
4.1	Evaluerings.....	12
4.2	Progression.....	12
4.3	Differentieringsmuligheder	13

Version 2

Dette er version 2 af forløbet. I revisionen af forløbene har vi arbejdet med at præcisere mål, rammer og aktiviteter. Der er ikke ændret fundamentalt ved forløbet, så materialer, som er udviklet til den konkrete undervisning på skolerne på baggrund af den første version af forløbet, vil stadig kunne anvendes.

1 Forløbsbeskrivelse

1.1 Beskrivelse

Den politiske influencer på nettet

Om hvordan man får magt på nettet og i virkeligheden!

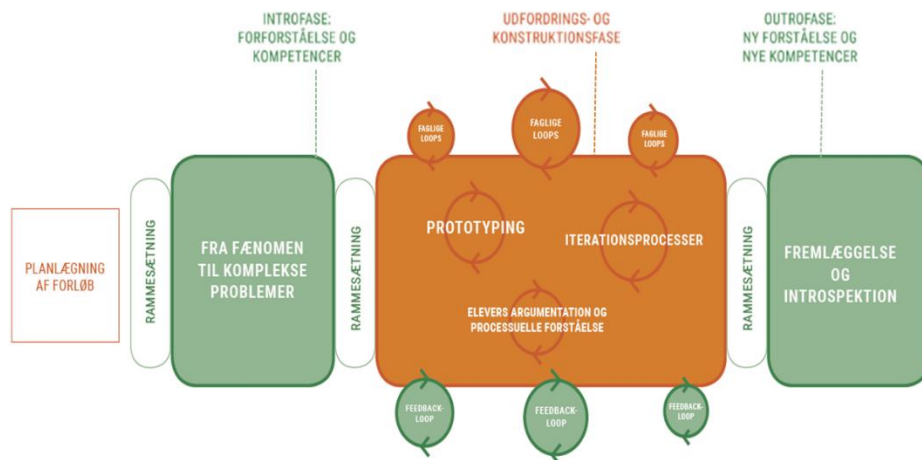
Det digitaliserede medielandskab giver nye vilkår for politisk deltagelse og magt. I samfundsfag undersøges det, hvordan aktører bruger medier til at påvirke politiske beslutninger – men hvordan ser det ud i dag? Når alle i princippet kan producere indhold og lave deres egen YouTube/Facebook kanal, og internettet flyder over med information af høj og lav kvalitet, stiller det store krav til borgere, der gerne vil kunne tage stilling; og det giver nye muligheder for både oplysning, påvirkning og deltagelse.

I forløbet ses både på påvirkninger af holdninger, af handlinger og af politiske beslutninger samt motivation for deltagelse. Der er mange eksempler på, hvordan teknologier spiller en rolle for demokratiet – i dette forløb tager vi udgangspunkt i *Influenceren* som den person, der via digitale medier kan påvirke andre til at ændre holdninger og til at handle. Ofte drejer det sig om at købe produkter, men det kan også være politiske handlinger eller holdninger.

Influencer bruges her bredt, så det er ikke nødvendigvis sådan, at man ser sig selv som influencer – det kan også være en aktør, der bare er god til at bruge mediet.

For at være influencer skal man selvfølgelig have et budskab, og man skal kunne bruge mediet som kommunikationsform. Men man skal også kende teknologien bag, hvis man vil vide, hvordan man får sit budskab ud.

Det gælder også den anden vej, at man skal kende mediets virkemidler og teknologi for at forstå og kunne forholde sig til, hvordan man kan blive både oplyst og påvirket gennem digitale medier.



Produkt

Forløbet munder ud i design og produktion af et digitalt produkt rettet imod politisk indflydelse; enten i forhold til at ændre holdninger (og eller adfærd) eller til at påvirke politiske beslutninger. Produktet kan være en hel digital kampagne eller et bud på en "influencer profil" på sociale medier, der udnytter teknologiens muligheder.

1.2 Rammer og praktiske forhold:

1.2.1 Varighed:

8-12 lektioner, afhængigt af brugen af faglige loops.

1.2.2 Materialer:

Adgang til udstyr (bærbart).

Der kræves ikke særligt udstyr, hardware eller software ud over en browser og netadgang.

1.2.3 Lokaler:

Der er ikke brug for særlige lokaler

1.2.4 Videnspersoner og andre eksterne aktører:

Ingen særlige aftaler er nødvendige.

1.2.5 Tværfaglighed:

Forløbet kan samtænkes med et forløb i dansk, idet de to fag har en fælles interesse i at klæde eleverne på til at være kritisk-analyserende og skabende-deltagende borgere i et samfund, der er præget af digitalisering. Matematik kan også anvendes, hvis man fx går dybere ned i analyse af brug af data.

2 Mål og faglige begreber:

Digitale teknologier, og den måde *influencere* bruger teknologierne til at påvirke politiske holdninger, er en del af den medievirkelighed, som eleverne også er en del af. Gennem undersøgelser af, hvordan de selv bliver udsat for påvirkninger gennem digitale medier, kan de blive bevidste om og tage stilling til, de informationer de får, og hvordan de kan få de informationer, de har brug for med henblik på at kunne tage stilling til de problemstillinger, der vedrører dem.

Gennem diskussioner og analyser af de virkemidler som aktører – i dette forløb beskrevet som *influencere* – bruger, kan eleverne få en forståelse for, hvordan digitale teknologier og artefakter er med til at forme også den politiske kommunikation og dermed samfundets udvikling. Når eleverne selv skal designe et indlæg eller en kampagne, får de mulighed for at afprøve, hvordan de selv kan anvende teknologier til at kommunikere budskaber og på den måde være med til at påvirke samfundets udvikling.

KOMPETENCEOMRÅDER	POLITIK	DIGITALE ARTEFAKTER OG TEKNOLOGIER I SAMFUNDET
Kompetencemål (efter 9. klassesetrin)	Eleven kan tage stilling til politiske problemstillinger lokalt og globalt og komme med forslag til handlinger	Eleven kan tage stilling til og handle i forhold til digitale artefakters og teknologiers betydning for samfundets udvikling
Færdigheds- og vidensmål (efter 9. klassesetrin)	Medier og politik <ul style="list-style-type: none"> - Eleven kan diskutere og konsekvens vurdere aktørers brug af medier og digitale teknologier til at påvirke den politiske dagsorden og beslutninger - Eleven har viden om mediers og digitale teknologiers betydning for politik 	Teknologianalyse <ul style="list-style-type: none"> - Eleven kan vurdere digitale artefakter eller teknologier i forhold til samfundets udvikling - Eleven har viden om digitale artefakters eller teknologiers betydning for samfundets udvikling
		Formålsanalyse <ul style="list-style-type: none"> - Eleven kan vurdere digitale artefakter eller teknologiers formål og intentionalitet i forhold til samfundets udvikling - Eleven har viden om digitale artefakters eller teknologiers design, formål og intentionalitet i forhold til samfundets udvikling
		Brugsstudier <ul style="list-style-type: none"> - Eleven kan undersøge anvendelsen af digitale artefakter og teknologier ud fra et brugerperspektiv og i en samfundsmæssig kontekst - Eleven har viden om metoder til undersøgelse af anvendelsen af digitale artefakter og teknologier ud fra et brugerperspektiv og i en samfundsmæssig kontekst

KOMPETENCEOMRÅDER	POLITIK	DIGITALE ARTEFAKTER OG TEKNOLOGIER I SAMFUNDET
		Konsekvensvurdering <ul style="list-style-type: none"> - Eleven kan diskutere og tage stilling til digitale artefakters eller teknologiers betydning for samfundets udvikling - Eleven har viden om digitale artefakters eller teknologiers betydning for samfundets udvikling
		Redesign <ul style="list-style-type: none"> - Eleven kan udvikle konkrete forslag til redesign af digitale artefakter - Eleven har viden om design og redesign af digitale artefakter

Konkretiserede Læringsmål

- Eleven kan give eksempler på, hvordan man kan bruge teknologier til at påvirke holdninger og politiske beslutninger.
- Eleven kan diskutere muligheder for politisk indflydelse og deltagelse gennem digitale medier og teknologier.

Faglige begreber og nøgleord:

Sprogbrug: metasprog. Viden om politisk indflydelse og *influencers*. Politisk holdningsdannelse. Medier, påvirkning, politisk deltagelse. Sociale medier.

Fagudtryk tilknyttet projektet kan findes på <https://emu.dk/grundskole/teknologiforstaelse/ordliste>

3 Forløbsnær del:

3.1 Introfase: Forforståelse

3.1.1 Varighed 1-2 lektioner

3.1.2 Problemfelt

Politisk kommunikation har altid handlet om at anvende medier til at kommunikere budskaber med et formål. Fremkomsten af sociale medier har betydet, at flere aktører har adgang til at producere indhold til medier. Men hvad betyder det for magten og effekten af kommunikationen? I de senere år har *influencere* fået en større rolle på medier, hvor brugerne følger personer, der lægger indhold ud om deres liv og holdninger. Samtidig bruger traditionelle politiske aktører *influencere* direkte – som når politikere prøver at nå *influencernes* målgruppe ved at alliere sig med dem. Eller de bruger *influencernes* virkemidler ved at blive

inspireret af deres metoder. Rasmus Paludan er et eksempel på en politisk aktør, der brugte mulighederne især i YouTube til gå fra at være totalt ukendt, til at være tæt på at blive valgt til folketinget.

3.1.3 Problemstilling:

Hvordan kan digitale teknologier som sociale medier anvendes til politisk kommunikation og indflydelse?

3.1.4 Iscenesættelse/scenarie:

Der arbejdes med færdigheds- og vidensområderne "Teknologianalyse" Sociale medier og influencers og "Brugsstudier" egen brug af sociale medier til information og deltagelse (om politiske spørgsmål), fra Fælles mål - teknologiforståelse i samfundsfag.

Som start på forløbet afdækkes klassens onlinemønstre. Afhængigt af den tid, der er til rådighed, kan læreren vælge et tidsrum, fx et par dage eller en uge. Eleverne fører i den periode "dagbog" og noterer hver gang, de støder på nogen, der prøver at påvirke deres holdninger til politiske spørgsmål.

Brug et regneark, del det med eleverne og bed dem inddatere deres dagbog der. Vis det på whiteboardet i klassen. Regnearket kan fx se således ud:

Problemstilling/sag	Medie	Type af influencer	Hvordan forsøger de at påvirke mig?	Har påvirkningen en effekt?

Nogle elever ønsker måske ikke at deltage eller afgive disse oplysninger, da de anser dem for private, hvilket selvfølgelig skal respekteres.

Brug data fra regnearket til at lave en oversigt, evt. graf / diagram over:

- Hvilke sager er vi interesserede i?
- Er der forskel på det indhold, vi hver især bliver præsenteret for på forskellige medier?
- Hvilke medier anvendes?
- Hvilke medier anvendes mest?
- Hvem er "influencere" – hvem forsøger at påvirke os på de sociale og andre medier?
- Hvordan forsøger de at påvirke os?

På klassen - eller i grupper med efterfølgende klassedebat - diskuter og lad eleverne forklare nogle refleksionsspørgsmål:

- Hvilke typer af sager og viden interesserer os?
- Hvilke medier bruger vi?
- Hvorfor er nogle medier mere populære end andre, hvad er det de gør som gør dem populære?
- Hvorfor vælger jeg disse medier?
- Bestemmer jeg selv, hvilket indhold jeg bliver præsenteret for?

3.1.5 Øvelse 1: Sandt og falsk: Hvordan finder vi rigtig viden?

Viden er magt, men hvordan får man viden om noget, man er nysgerrig på, når man fra sin skærm har adgang både til den bedste videnskabelige viden og ren propaganda? Viden tager sig forskelligt ud alt efter sammenhæng, hvad er fx forskellen mellem "fake news", "misinformation" og "propaganda". Kan teknologiforståelse bruges i en faglig sammenhæng, når man skal skelne mellem sand og falsk information?

Der arbejdes med områderne "Formålsanalyse" og "Konsekvensvurdering" fra Fælles mål - teknologiforståelse i samfundsfag.

I denne øvelse skal eleverne finde "god" og "dårlig" information omkring et emne/en problemstilling, som de er interesseret i (med udgangspunkt i undersøgelsen fra introfasen).

Til eleverne:

I denne øvelse skal I undersøge den information, man finder på nettet, når man er interesseret i en problemstilling. Det kan både være noget, man selv opsøger og noget som "dukker op" som reklamer, pop-up vinduer eller "forslag" i ens feed

Når I vurderer forskellige kilder, skal I kigge på både indhold, form og historik.

Indhold: Hvad er troværdigheden? Er det information der er til at stole på? Hvem er afsenderen? Har afsenderen en bestemt interesse eller holdning? Hvad bygger deres information på? Er der henvisninger til andre kilder?

Form

Hvilke virkemidler bliver brugt – fx sammenhæng mellem tekst, billede video osv. Hvad fungerer godt for jer? Hvilken form synes I er god og hvorfor?

Teknologi

Hvordan bruges teknologier til at påvirke og komme ud med et budskab?

Som del af øvelsen skal I finde et eksempel på en kilde, I vurderer som troværdig, og en I mener er utroværdig - og derefter diskutere det med klassen/jeres lærer.

Eksempel:	Undersøgelse: Hvilke kilder til information	Jeres bud på en troværdig kilde	Hvorfor er den troværdig?	Bud på en utroværdig kilde	Hvorfor er den utroværdig?
Camilla er interesseret i, hvordan vi behandler dyr, og om veganisme er svaret både på dyrevelfærd og klimakrise.					
Christian og Iben er interesseret i klima og om, hvad man selv kan gøre, og hvad de politiske partier gør/vil gøre.					
Abdel vil gerne spise så sundt som muligt og vil gerne vide, hvilke fødevarer, der er bedst for ham.					

3.1.6 Øvelse 2: Kendetegn ved gode indlæg og influencere

Ud fra deres indledende undersøgelser skal eleverne tage stilling til, hvordan de selv vil lave et onlineindlæg, hvor de selv kan optræde som *influencere*.

Eleverne kan vælge at tage udgangspunkt i det tema, de selv har undersøgt, eller fx et af de andre som deres klassekammerater har arbejdet med. Rammen kan være en hjemmeside, en YouTube kanal/indslag, en instagramprofil eller en anden teknologi/app.

Der arbejdes med området "Redesign" fra Fælles mål - teknologiforståelse i samfundsfag.

Opgave til eleverne:

1. Vælg en influencer hvis indlæg du synes fungerer rigtig godt.
2. Beskriv hvilke kvaliteter de har og forklar, hvorfor netop den er bedre end mange andre med samme budskab.
3. Vælg en influencer med indlæg der fungerer dårligt.

4. Beskriv hvorfor netop de indlæg fungerer dårligt og beskriv, hvad influenceren skulle have gjort i stedet, hvis han/hun ville lykkes.
5. Brug ovenstående 4 punkter til at skrive en "do's & don'ts" liste:
 - Hvilke virkemidler skal man bruge for at ramme målgruppen? Hvilke skal man ikke bruge?
 - Hvilke budskaber i forhold til målgruppen er relevante? Hvilke er ikke?
 - Hvad gør en influencer troværdig / utroværdig?

3.1.7 Faglige loops:

Både i øvelse 1 og 2 kan der indarbejdes faglige loops omkring, hvad der udgør troværdig information, og hvordan influencere kan anvende teknologier til at påvirke holdninger.

3.2 Udfordrings- og konstruktionsfase:

3.2.1 Konkret(e) udfordring(er)

Med udgangspunkt i de forudgående faser skal eleverne udtænke og designe et forslag til et oplysnings- og/eller påvirknings indlæg på internettet og/eller sociale medier. Der kan være flere indlæg, så de bliver til en kampagne, fx hvis flere grupper går sammen eller hele klassen arbejder på samme problemstilling. Produktet skal til sidst præsenteres for klassen eller andre. Arbejdsform og organisering afpasses lokale forhold og elevgruppen.

Indlæggene / kampagnen kan enten laves så:

- a) eleverne i grupper laver hver sin kampagne med flere forskellige elementer (fx YouTube videoer, hjemmeside, instagram posts osv.).
- b) klassen i fællesskab vælger et tema, hvor eleverne laver forskellige elementer i grupper.
- c) eleverne i grupper vælger et tema og fremstiller et enkelt element til en kampagne.

Indlæggene / kampagnen skal lægges online, men det kan gøres i et lukket rum, så det ikke er offentligt tilgængeligt, hvis dette ønskes. Hvis det er i form af en hjemmeside, er bl.a. www.wix.com eller www.jimdo.com gode. Begge har indbyggede skabeloner og er gratis i demoversion. Jimdo.com er på engelsk.

Der arbejdes med området "Redesign" fra Fælles mål - teknologiforståelse i samfundsfag.

Fremgangsmåde og overvejelser:

I det følgende er der taget udgangspunkt i, at der laves en række indlæg, der bliver til en kampagne, model a) ovenfor.

1. Eleverne arbejder indledningsvist med idegenerering:

- a. Brug huskelisten med do's and dont's fra fase 3.
- b. Genbesøg temaet: Hvad vil I kommunikere med jeres indlæg eller kampagne?
- c. Hvem er målgruppen – og hvordan kan I ramme netop denne gruppe?
- d. Lav kort forslag til indhold; hvilke teknologier og hvilke elementer skal der være?
2. Lad eleverne pitche deres ide for andre grupper eller lærer.
3. Efter feedback går eleverne videre med det konkrete arbejde:
 - a. Lav et design med overskrifter, farver, layout osv. Brug evt. en indbygget skabelon.
 - b. Lav tekster, billeder, indhold etc.
4. Lad eleverne præsentere / pitche deres forslag igen for andre elever / lærer.
 - a. Redesign af indlæg/kampagne.
5. Indlæg / kampagne udgives online.

3.2.2 Konkret udfordring:

Lab-mode: Læreren kan overveje at fastholde eleverne i idegenereringsfasen, selvom de sandsynligvis meget gerne vil videre til designprocessen på hjemmesiden. Det er vigtigt at eleverne skaber et indhold til kampagnen inden de helt konkret går i gang med at udarbejde den.

3.2.3 Faglige loops:

I denne øvelse kan der indgå faglige loops med fokus på, hvordan man selv kan anvende teknologier til kommunikation – og påvirkning.

3.2.4 Feedbackloops:

Eleverne skal pitche deres ide både før de går i gang med produktionen af kampagnen samt efter deres første designforslag. Efter begge gives feedback fra lærer og/eller andre elever. Eleverne kan i deres pitch beskrive:

- Hvad deres budskab er, og hvad de vil kommunikere.
- Hvem deres målgruppe er, og hvordan de regner med at kunne ramme netop denne målgruppe.
- Hvordan de forskellige indholdselementer, de har valgt, understøtter deres chance for at nå målgruppen med deres budskab.
- Hvilke teknologier de har valgt og hvorfor.
- Hvordan de kan bruge den bagvedliggende teknologi til at nå deres målgruppe, fx ved at søgemaskineoptimere, bruge hashtags, analysere brugerdata (fx hvis de bruger youtube).

3.3 Outrofase: Ny forståelse og nye kompetencer:

3.3.1 Øvelse 5: Præsentation af kampagne

Eleverne præsenterer deres indlæg og kampagne for klassen eller andre. De skal lægge vægt på, hvordan de bruger teknologiernes muligheder til oplysning og påvirkning, og hvorfor.

3.3.2 Evaluering:

Elevernes fremlæggelser og deres refleksioner giver mulighed for at diskutere og uddybe flere problemstillinger.

Undervejs kan flere evalueringsmetoder anvendes, fx elevlogbogen. Som afslutning kan evalueringsværktøjet "klasseparlamentet" anvendes.

Du kan læse mere om "klasseparlamentet" her:

<http://iox.dk/iox-site/pub/evalueringsh%C3%A5ndbogen.pdf>

Evalueringen har fokus på, om eleverne dels kan anvende den viden, de har fået med henblik på, hvordan aktører/influencere bruger teknologier til at påvirke, og dels om de har kunnet omsætte dette til deres egen kampagne.

Underviseren støtter eleverne i at reflektere over sammenhængen mellem den komplekse problemstilling og deres fremstilling af digitale artefakter for dermed at understøtte elevernes digitale myndiggørelse.

4 Perspektivering

4.1 Evaluering

Forløbet giver eleverne mulighed for at undersøge deres eget mediebrug samt at præsentere produkter, der viser deres forståelse for anvendelse af sociale medier i kommunikation. Viden herfra kan tages videre i senere forløb, hvor der arbejdes med mediebrug, digitale medier og politisk indflydelse. Læreren kan blive opmærksom på områder, hvor eleverne har styrker, og hvor der er behov for at arbejde mere for at udvikle elevernes handlekompetence i forhold til at tage stilling til problemstillinger og anvende medier både til at få information og til selv at kunne påvirke udviklingen.

4.2 Progression

Forløbet har fokus på de virkemidler, som influencere kan anvende i deres kommunikation. Forløbet "kender google din type", som er placeret efter dette forløb, har fokus på, hvordan algoritmer og segmentering påvirker kommunikationen. Hvis klassen vurderes til at have forudsætninger kan algoritmebaseret markedsføring også introduceres i dette forløb. Tilsammen kommer forløbene "den politiske influencer", "Tildes (fup)webshop" og "kender Google din type" omkring politiske kommunikation og deltagelse samt privatøkonomi og sociologiske temaer; og de kan således indarbejdes i en overordnet progression i samfundsfag.

4.3 Differentieringsmuligheder

- Forløbet lægger op til, at eleverne har mulighed for at arbejde på forskellige måder med det faglige indhold og i et tempo, der passer den enkelte. Overvej, hvordan du vil arbejde med at justere og tilpasse undervisningen i overensstemmelse med elevernes respons.
- Det kan være vanskeligt for nogle elever at agere i løse strukturer, hvis de ikke kan se den røde tråd. Tydeliggør derfor intentionen med undervisningen for eleverne og kombiner med opsamlinger og fælles klassesamtaler.