

Respekt

Den här veckan tittar vi på respekt genom linsen av nyheterna media. Eleverna kommer att tänka på de budskap de får från media och utvärdera annonser och andra nyhetskällor för hur de kommunicerar ett budskap, visar respekt (eller respektlös) och utvärderar hur man är kunniga mediekonsumenter.

Börja enheten med hela lektionen och sikta sedan på att slutföra minst två av minilektionerna med dina elever under veckan. Varje minilektion är utformad för att presentera delar av huvudlektionen på nya och engagerande sätt.

Huvudläxa

Helklasslektion

30 minuter

START
HERE

Bedöma mediemeddelanden för respekt

Den här lektionen ger eleverna en möjlighet att utvärdera de typer av meddelanden de hör i media eller genom reklam och avgöra om budskapen är respektfulla. Den här lektionen lär dem också lite om mediabias och hur media använder olika strategier för att skicka meddelanden och påverka konsumenterna. (Se *sidan 3* för lektionsdetaljer.)

Mini lektioner

För små grupper

15 minuter



Fake News: Vad är det och varför är det ett problem?

Låt eleverna diskutera termen "falska nyheter". Fråga dem vad de har hört om det och vad de tror att det är. Fråga eleverna med handuppräckning om de tror att de kan känna igen skillnaden mellan verklig nyhet och en falsk nyhet. Tlyssna på följande intervju eller låt dem läsa artikeln: [Stanford-studien finner att de flesta studenter är sårbara för falska nyheter](#) (ca 4 minuter lång)

Använd följande frågor som diskussionsstartare:

- Så om det vi hörde är sant (och det kommer från en mycket pålitlig källa!), kunde cirka 80 % av de tillfrågade studenterna inte se skillnaden mellan falska nyheter och riktiga nyheter. Tror du att människor som delar falska historier och information är ett problem och varför?
- Hur kan du se om något är verkligt eller påhittat när du ser det i media eller online? (Tänk på de olika fördomar du lärde dig om i den primära lektionen.)
- Hur hänger det ihop med respekt att skriva och dela sann information?

Om du har tid kan du låta eleverna ta ["Kan du se den falska nyhetsrubriken"](#) frågesport från Channel One News. (Du kan till och med göra detta som en klass.)

För partners

15 minuter

**Vänlighet i nyheterna**

Inte varje nyhet handlar om respektlöshet och halvsanning! Det finns många nyheter som speglar vänlighet och respekt. I partners, spendera lite tid idag på datorer, surfplattor eller telefoner utforska vänlighet i nyheterna som du kan dela med den större klassen. Besök [Global News Random Acts of Kindness webbsida](#) och läs eller titta på en nyhet som intresserar dig. Gör anteckningar och var sedan beredd på att tillsammans dela berättelsen du läst/sett på med den större gruppen. (Elever kan också använda tidningar eller förtryckta artiklar om det inte är möjligt att använda onlineartiklar.)

För privatpersoner

15 minuter

**Journalfråga: Var får jag min information?**

Var får jag min information? Hur kan jag veta om meddelandena jag hör är sanna? Hur hänger det ihop med respekt för att söka sanning i information?

Teknikfokuserad

15 minuter

**Vänlighet i sociala medier**

Visa följande 5 1/2-minuters videoklipp om hur digitala sociala medier formar hur vi får våra nyheter: [Vi Väljarna - Mediaokratin](#)

Ha en stor eller liten gruppdiskussion med följande diskussionsstartare:

- Hur kan sociala medier både utöka vår världsbild och åsikter och krympa dem?
- Sociala medieplattformar, som Facebook, använder algoritmer för att hålla dig på sin webbplats. Visste du att du kan bli manipulerad av algoritmer? Vad tror du om det?
- Vad ska du göra innan du tror på något du läser på nätet eller delar det med andra?

Bedöma media

Meddelanden för respekt

Den här lektionen ger eleverna en möjlighet att utvärdera de typer av meddelanden de hör i media eller genom reklam, och avgöra om budskapen är respektfulla. Den här lektionen lär dem också lite om mediabias och hur media använder olika strategier för att skicka meddelanden och påverka konsumenterna.

Lektionens tidsram

30 minuter

Nödvändigt material

- ❑ Smartboard för att projicera bilderna eller utskrivna utdelningar av bilderna

Standardkarta

Den här lektionen överensstämmer med CASEL-kompetenser, nationella hälsoutbildningsstandards, International Society for Technology in Education Standards, när så är tillämpligt, och Common Core State Standards. Vänligen se [Standardkarta](#) för mer information.

Lektionens mål

Eleverna kommer att:

- Utvärdera mediabudskap genom respektens lins
- Identifiera element av partiskhet i mediameddelanden

Läraranslutning/Självvård

I slutändan är det upp till oss hur vi visar respekt för oss själva och andra. Men vår förmåga att göra detta kan påverkas av många saker, inklusive kultur, politik, media och våra egna fördomar om vilka vi är och vad vi respekterar. Den här veckan, ta dig tid att lägga märke till vad som påverkar din förmåga att respektera dig själv och andra, och fråga dig själv, "Är detta sant?" och "Vem ligger bakom detta meddelande?" Om du läser en skolpolicy om respekt, är den troligen sann och skriven med allas bästa i åtanke. Dessutom är källan bakom meddelandet, personalen, administrationen, skolstyrelsen och/eller skolfamiljerna, en pålitlig auktoritet. Men, om de meddelanden du ärta emot inflytande hur du ser på och respekterar dig själv eller andra är från media eller personliga fördomar, fråga dig själv om de är sanna och var de kom ifrån. Du kan upptäcka något falskt som negativt påverkar din förmåga att visa respekt. Om så är fallet, tryck på återställningsknappen och utvärdera hur du kan förbättra din förmåga att ignorera bruset och istället ge och ta emot respekt.



Dela med sig

5-7 minuter

Hittills på respektenheten har vi pratat om respektfull kommunikation. Vi har pratat om hur vi ska vara respektfulla i hur vi skickar meddelanden och i hur vi lyssnar och tar emot meddelanden. Den här veckan kommer vi att prata om hur media skickar meddelanden.



Inspirera

15 minuter

Har du någonsin märkt hur olika nyhetsstationer eller kanaler kommer att täcka samma berättelser eller frågor men på väldigt olika sätt? Eller hur vissa rubriker, bilder eller bildtexter verkar vilseledande eller respektlösa jämfört med andra? Be eleverna berätta om de har specifika exempel.

Bra! Det här kallas **mediabias**. Det är då en media försöker påverka oss genom ordval, genom bilder, genom placering av berättelsen (tänk förstasidesnyheter vs begravda på sidan 8), och genom vad som ingår och exkluderas.

Här är ett exempel: Visa "[Dove Evolution](#)" klipp som visar ett modelväsenphotoshopat för en skylt. Om du inte kan visa klippet i skolan, hitta före och efter photoshopade bilder online och skriv ut dem. Eller visa en bild du har tagit både i dess ursprungliga form och sedan en redigerad version (även en filterapplikation på en smartphone kan dramatiskt förändra hur en bild ser ut).

Så, vad gjorde de i klippet (eller bilden) vi just såg? Varför tror du att de gjorde detta? Be eleverna att svara. I Dove-exemplet kommer svaren sannolikt att fokusera på att sälja produkter, påverka vad folk uppfattar som "vackert" etc.

Hur ofta gör vi detta själva? Hur många av er har någonsin redigerat en bild? Eller, hur många av er har, när ni vill ha något från era föräldrar eller vårdnadshavare, valt era ord noggrant, eller kanske lämnat någon information ute, eller väntat till en viss tidpunkt för att göra din begäran (när du visste att dina föräldrar var trötta eller distraherade och inte skulle ställa många frågor)? Det finns tillfällen då vi alla använder någon form av partiskhet för att kommunicera ett budskap så att vi kan få vad vi vill. Tänk lite, dock: är detta ett respektfullt, ärligt sätt att kommunicera?



Bemyndiga

15 minuter | Två alternativ

Alternativ A:

Idag ska vi undersöka reklam och andra mediebudskap efter ord, bilder och slagord som hjälper till att skapa mening och sedan avgöra om budskapet är respektfullt för oss som konsument, för företaget och för produkten. Ett sätt som ett meddelande kan vara respektlöst är om det använder negativitet för att sälja eller marknadsföra produkten, platsen, tjänsten eller idén. Eller, om det skildrar människor på negativa eller förnedrande sätt (till exempel genom att använda kvinnors kroppar för att sälja produkter).

Lägg lite tid på att gå igenom [tidskrifter, tidningar, onlinerubriker etc. Välj det medium du har tillgång till; att ta in tidningar eller tidskrifter från biblioteket är ett alternativ, eller så finns det ett lager av tidningar du har hemma du kan ta med eller personalens arbetsrum kan ha några du kan låna]. Hitta en annons, en rubrik, en bild som fångar ditt öga och utvärdera det sedan. Vad är budskapet? Är det respekt för ämnet? Respekt för dig som läsare? Vad är tonen bakom orden de använder? Vilka är själva orden och finns det ett dolt budskap? Vilka bilder eller annan visuell visning hjälper till att skicka ett meddelande och visar de respekt?

Skriv ner vad du observerar om annonsen, rubriken eller bilden du valt och var beredd att dela media och dina observationer med klassen.

Alternativ B:

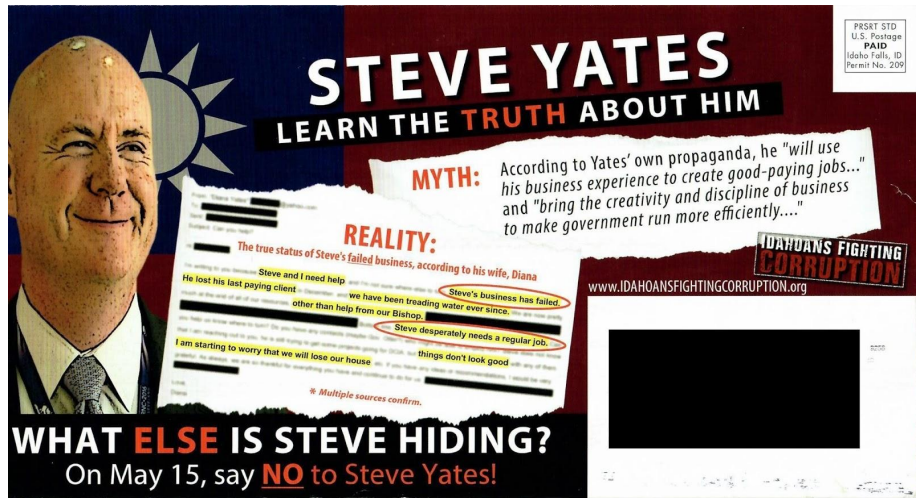
Det här alternativet kan vara mest lämpligt om du genomför den här enheten under ett valår då studenter sannolikt kommer att se ett antal politiska annonser, många av dem respektlösa. Helst kommer annonserna du utvärderar att vara annonser som du ser direkt i din gemenskap.

Idag ska vi granska de politiska budskap vi ser, särskilt under ett valår. Du har förmodligen märkt att du under ett valår när folk röstar på regeringsmedlemmar kan få många brev som antingen stöder en kandidat eller ignorerar en kandidat. Detsamma gäller TV-reklam och skyltar. Meddelanden finns överallt! Och många av dem är respektlösa, osanna eller förvrängda.

Vi kommer att utvärdera några politiska annonser och avgöra om de skickar ett respektfullt meddelande eller ett respektlöst meddelande och varför eller hur.

Det är bäst om du kan projicera dessa på tavlan så att alla kan se; om detta inte är möjligt fungerar det också att skriva ut och dela ut exemplen till grupper. Detta kan vara en aktivitet i stora grupper eller en liten gruppaktivitet. Om det finns tid kan du låta eleverna återskapa annonsen med ett positivt snurr (om det ursprungligen var negativt) eller negativt (om det ursprungligen var positivt) för att uppleva hur lätt det är att göra!

Annons #1:

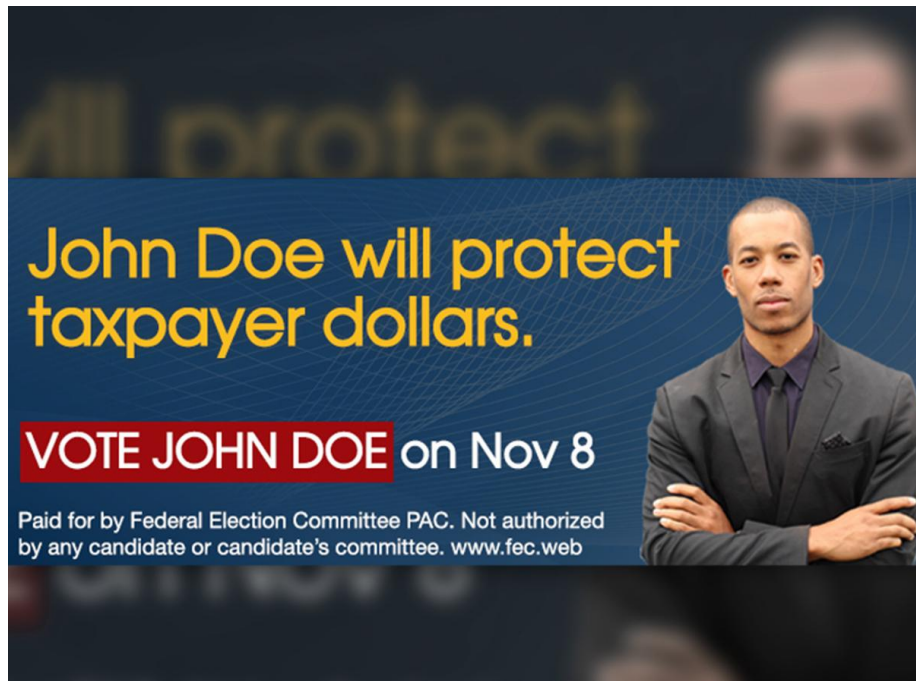


(Källa: Clayton Cramer, "[Ett nytt låg i politiska annonser i Idaho](#)")

Be eleverna utvärdera följande:

- Respektfullt eller respektlöst?
- Varför?
- Vilka ord används som säger att det är respektfullt/respektlöst?
- Vilka bilder eller information används som säger att det är respektfullt/respektlöst?
- Var kom denna information ifrån?
- Vilken information saknar du?
- Skulle du lita på det här meddelandet? Varför eller varför inte?

Annons #2:



(Källa: NPR, "[När hemliga pengar ökar i val, överväger FEC ett litet steg för öppenhet](#)")

Be eleverna utvärdera följande:

- Respektfullt eller respektlöst?
- Varför?
- Vilka ord används som säger att det är respektfullt/respektlöst?
- Vilka bilder eller information används som säger att det är respektfullt/respektlöst?
- Var kom denna information ifrån?
- Vilken information saknar du?
- Skulle du lita på det här meddelandet? Varför eller varför inte?



Reflektera

5-7 minuter

Låt eleverna som klass utvärdera de budskap de observerat och diskuterat. Var de till stor del respektfulla? Respektlös? Fanns det tillräckligt med information för att helt förstå budskapet? Om inte, varför tror du att vi använder den här typen av reklam för att skicka meddelanden? Vad hoppas vi att konsumenterna kommer att göra (eller inte göra)?

Kom ihåg att de meddelanden vi får från media vanligtvis bara är hälften sanna. Det är inte så att de ljugar, specifikt, men de använder olika strategier (bilder, ord, ton, uteslutande av information, distraktion) för att utelämna information. Den informationen behövs för att fatta ett välgrundat beslut. Arbeta hårt för att ignorera de respektlösa meddelandena i våra medier och vara kritiska tänkare om alla medier, även när det verkar respektfullt. Det finns alltid två sidor att ta hänsyn till och om annonsen säljer en produkt finns det vanligtvis fler frågor du kan ställa för att förstå vad det är de vill att du ska köpa in dig på. Ibland, när du lär dig allt som finns att lära dig om produkten eller tjänsten, är det faktiskt inte värt din tid och dina pengar.