

EFTERARBETSMATERIAL FÖR

PROPAGANDA

– risk för påverkan

FORUM
FÖR
LEVANDE
HISTORIA

TILL LÄRAREN

DRÖM- OCH FIENDEBILDER

Vi människor har ett behov av att dela in människor i grupper. Vi identifierar oss med vissa grupper och favoriserar dessa framför andra. Detta kan användas i propaganda och för att sprida polariserande budskap. För att skapa en skarp uppdelning i ”vi och dom” knyts positiva värden till den egna gruppen, nationen eller politiska ideologin samtidigt som motståndaren framställs som motsatsen till allt detta: farlig, hotfull och motbjudande. I propaganda är det därför vanligt att det byggs upp både dröm- och fiendebilder. I utställningen fick eleverna se prov på hur det såg ut i Sovjet och Nazityskland.

I den här övningen får eleverna koppla ihop sitt utställningsbesök med tankar om hur skapandet av dröm- och fiendebild tar sig uttryck idag.

En lista med ”12 knep för påverkan” finns som bilaga till den här övningen.

Dela in eleverna i mindre grupper och låt dem sedan diskutera följande frågor:

STEG 1

- I utställningen fick ni möta exempel på dröm- och fiendebilder i nazistisk och sovjetisk propaganda. Påminn varandra om vilka exempel som lyftes fram i utställningen.
- Fundera på hur dröm- och fiendebilder skapas idag. Vilka exempel kan ni komma på?
- När ett ”vi” skapas får andra grupper, exempelvis minoritetsgrupper, ofta rollen som ”dom andra”. Ni såg exempel på det i utställningen. Finns det några exempel på detta idag?

STEG 2

- I utställningen arbetade ni med ”knep för påverkan”. Minns ni vilka knepen var?
- Titta på listan med ”knep för påverkan”(delas ut). Diskutera vilka av dessa knep som ni tycker används för att måla upp de fiendebilder som ni pratade om i förra uppgiften.

STEG 3

- Kan ni komma på andra knep för att påverka som inte är med på listan?

FILTERBUBBLOR OCH EKO-KAMMARE

När vi rör oss i dagens digitala miljöer är vi under informationspåverkan. Vi har inte möjlighet att ta in den enorma mängd information som vi har tillgång till. När vi sällar information har vi lättare att ta in information som stämmer med våra åsikter och föreställningar.

Man talar om att vi rör oss i så kallade filterbubblor. Din filterbubbla påverkas av ditt beteende på nätet. Beroende på vilka sökningar du gjort och vilka sidor du besökt kommer internetjättarna att anpassa ditt flöde för att passa just dig. Med så kallad sökmotorsoptimering (SEO) och sökmotorsmarknadsföring (SEM) försöker olika webbplatsägare få sina sidor att synas så långt upp som möjligt i flödet. Resultatet blir att vi lever i så kallade ekokammare där vår befintliga världsbild och våra tidigare åsikter hela tiden bekräftas. Det innebär också att vi nästan aldrig behöver ta del av åsikter som utmanar våra egna.

En bild som illustrerar en filterbubbla finns som bilaga till den här övningen, för uppgiften nedan.

LÅT ELEVERNA TITTA PÅ ELI PARISERS TED-TALK "VAR MEDVETNA OM "FILTERBUBBLORNA" PÅ NÄTET" (10 MIN). LÅT DEM SEDAN JOBBA MED FÖLJANDE UPPGIFTER:

- Skrolla igenom ditt flöde på sociala medier. Vilka annonser kommer upp? Jämför med en klasskamrat. Ser ni några skillnader? Om ja, vad tror ni att skillnaderna beror på?
- Använd bilden på filterbubblan (dela ut) och skriv in de medier (tv-kanaler, webbsidor, tidningar, appar och bloggar) du dagligen kommer i kontakt med. Vilka är viktigast för att forma din filterbubbla?
- På vilket sätt tror du att din filterbubbla påverkar hur du ser på människor, samhället och världen?
- Hur kan vi öka vår medvetenhet, vårt kritiska tänkande och se utanför vår egen filterbubbla? Skriv en lista med tre tips.

FÖRSLAG PÅ HEMUPPGIFT:

- Låt en förälder eller någon annan vuxen fylla i sin filterbubbla, jämför era resultat.
- Vilka likheter och skillnader kan du se?
- Vad innebär skillnaderna?

HUR SKAPAS EN NYHET?

Nyheter skapas på olika sätt och i olika syften. Traditionella medier som tidningar, radio och tv följer pressetiska regler så att nyheten ska vara sann, allsidig och objektiv. Alternativa medier förbinder sig inte till dessa regler, här styr särintressen vilka nyheter som skapas.

DISKUTERA HUR EN NYHET SKAPAS OCH TRADITIONELLA OCH ALTERNATIVA MEDIER:

- Vilka händelser blir till nyheter? Vilka blir inte?
- Påverkas du i huvudsak av traditionella eller alternativa medier eller både och?
- Vilka för- och nackdelar ser du med de två medietyperna?

VÄLJ UT EN NYHETSHÄNDELSE I NÄRA TID SOM FÅTT STOR SPRIDNING. LÅT ELEVERNA SÖKA PÅ HUR NYHETEN FRAMSTÄLLS I TRADITIONELLA MEDIER RESPEKTIVE ALTERNATIVA MEDIER (TEX FRIA TIDER, NYHETER IDAG, KIMMOA)

- Ser ni skillnader i nyhetsförmedlingen?
- Vilka i så fall?
- Vad beror skillnaderna på?
- Hur påverkar skillnaden i nyhetsframställning vår bild av människor?



FORUM
FÖR
LEVANDE
HISTORIA