

Slutredovisning av No Hate Speech Movement

Regeringsuppdrag Ku2015/01869/D

Innehåll

- 1. Sammanfattning No Hate Speech Movement**
- 2. Regeringsuppdrag**
- 3. Arbetsprocess**
 - 3.1 Arbetsmodell
 - 3.2 Samarbeten
- 4. Bakgrund och insikter**
 - 4.1 Målgrupper
 - 4.2 Aktivering och tolkning av uppdraget
- 5. Kanalstrategi**
- 6. Kampanjens olika delar och resultat**
 - 6.1 Utåtriktade kampanjer
 - 6.2 Utveckling av befintligt material
 - 6.3 Produktion av nytt material
- 7. Lärdomar och rekommendationer framåt**
 - 7.1 Stärkta färdigheter för skolan
 - 7.2 Samverkan för att utnyttja andras kunskaper och erfarenheter
 - 7.3 Tillgängligt för fler
 - 7.4 Stärkt närvaro på internet
 - 7.5 Slutreflektion
- 8. Ekonomisk redovisning**

Bilagor:

1. Kampanjer 1-8
2. Mediegenomslag No hate 2015, redaktionella och digitala medier
3. Mediegenomslag No hate 2016, redaktionella medier
4. Mediegenomslag No hate 2016, digitala medier
5. Besöks- och nedladdningsstatistik för Nohate.se och statensmedierad.se/nohate

1. Sammanfattning No Hate Speech Movement

Den första april 2016 lämnades en delrapport utifrån de insatser som dittills genomförts samt vad som planerades för resterande del av uppdragets period. Denna slutrapport innefattar samtliga insatser som genomförts under hela uppdragsperioden.

Myndighetens tolkning av uppdraget har varit att:

- Fortsätta göra utåtriktade kampanjinsatser riktade mot målgrupperna pedagoger och andra nära barn-professionella, föräldrar och unga.
- Utveckla befintligt material utifrån målgruppens behov.
- Producera nytt material utifrån uppdraget och tilläggen om att värna demokratin mot våldsbejakande extremism samt se till att kampanjen når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar.

Myndigheten har under innevarande kampanjperiod drivit 8 delkampanjer med syfte att öka kännedomen om och driva trafik till statensmedierad.se/nohate för att generera användning av det material som finns att tillgå.

I utvecklandet av nytt material har det varit viktigt att stärka kampanjen som helhet. Därför har kopplingen mellan No Hate Speech Movement och det övriga arbete som Statens medieråd gör varit central. Statens medieråd arbetar aktivt med medie- och informationskunnighet, MIK, och No hate ska förebygga näthatsrelaterade frågor genom just MIK. Målsättningen gällande kommunikationen från myndigheten är att uppnå synergieffekter gentemot målgruppen och därmed bidra till större nytta. En del i arbetet har varit att flytta över den externt drivna webbplatsen www.nohate.se till Statens medieråds webbplats i form av www.statensmedierad.se/nohate. På så vis kan myndigheten äga och driva No hate sajten med målsättning att öka antalet användare och besökare till både No hate och Statens medieråd. Webbplatsen lanserades den 15 september 2016. Resultat gällande trafik till webbsidan presenteras i bilaga 5. Dessutom identifierades ett behov av att förtydliga vilka som är målgruppen för det innehåll som presenterades på dåvarande webb. Detta ledde till att hela No hate sidan strukturerades om och att tilltalet anpassades för att kommunicera direkt med vuxna, pedagoger och föräldrar. Det övriga materialet, som har unga som mottagare, riktar sig istället till No Hate Speech Movements YouTube-kanal. Avgränsningen för denna kampanjperiod har dock gällt övriga kanaler varför YouTube kanalen kan utgöra målsättning för arbete inför framtida No hate arbete.

Mycket av det som producerats och publicerats har som syfte att verka kunskapshöjande och även spegla näthatsrelaterade frågor. Material har producerats och publicerats i olika format; poddar, filmer, voddar och power point. En del har även översatts och anpassats för att kunna användas av fler målgrupper.

Samarbete med andra myndigheter och aktörer har varit centralt i uppdraget. Myndigheten har samverkat med olika parter framförallt för att inhämta kunskap och erfarenheter samt för att sprida material i samband med uppmärksammade datum såsom Safer Internet Day. Två samarbeten har dock haft en mer processinriktad karaktär och beskrivs därför mer ingående. Det ena är med Forum för levande historia och Konstfack

där samarbetet har utgått ifrån skrivningarna i uppdraget att No Hate Speech Movement ska omfatta insatser för att värna demokratin mot våldsbejakande extremism. Det andra är med arvsfondsprojektet Nätkoll, utifrån att se till att No Hate Speech Movement når barn och unga med kognitiva funktionsnedsättningar.

Inom ramen för olika samarbetsformer tog Statens medieråd fram ett material om Propaganda och bilders makt för skolmiljö. Myndigheten samverkade med Forum för levande historia och Konstfack för att fördjupa kunskapen om propaganda och bilders makt och även identifiera hur samverkan kan berika varandras olika arbeten framåt. Konstfacks kunskap om bildanalys och visuell kommunikation har varit ett värdefullt perspektiv som har kompletterat Statens medieråds kunskap om medie- och informationskunnighet. Forum för levande historia har varit en viktig resurs och referens under arbetets gång.

Syftet med att fokusera på propaganda och bilders makt är ett sätt att möta utvecklingen av att en allt större del av vår kommunikation går från text till bild. Både våldsbejakande högerextrema grupper och våldsbejakande islamistiskt extremistiska grupper använder sociala medier som en viktig del i sin propaganda och i detta är rörliga bilder centrala som budskapsbärare. Genom att ge unga kunskap och verktyg att analysera och kritiskt förhålla sig till bildbudskap stärks deras medie- och informationskunnighet. Målet är att på detta sätt bidra till att öka elevernas motståndskraft mot antidemokratisk propaganda som sprids av bland annat våldsbejakande extremistiska grupper.

Det andra mer processinriktade samarbetet har varit med Nätkoll som är ett treårigt arvsfondsprojekt drivet av Attention Hisingen-Kungälv. Projektet syftar till att ta fram kunskap om unga med neuropsykiatriska funktionsnedsättnings nätvanor samt ta fram ett material för målgruppen med målsättning att förebygga utsatthet samt hat och kränkningar på nätet. Statens medieråd har medverkat med kunskap i referensgruppsarbetet och bidragit i utvecklandet av det material som håller på att tas fram.

2. Regeringsuppdrag

I juni 2013 fick Statens medieråd i uppdrag av regeringen att genomföra Europarådets kampanj No Hate Speech Movement i Sverige (A2013/2317/DISK). Kampanjen syftade till att höja kunskapen om främlingsfientlighet, sexism och liknande former av intolerans på internet samt att mobilisera för att främja mänskliga rättigheter, demokrati och jämställdhet. I mars 2014 fick myndigheten i uppdrag att förlänga kampanjen No Hate Speech Movement samt att genomföra särskilda insatser mot främlingsfientlighet (A2014/1205/DISK). Europarådets kampanj avslutades i december 2014.

I juni 2015 förlängdes kampanjen en andra gång, denna gång med tillägget att även omfatta insatser för att värna demokratin mot våldsbejakande extremism genom att stärka barns och ungdomars medie- och informationskunnighet (Ku2015/01869/D). Kampanjen ska särskilt inriktas mot att stärka barns och ungas förmåga att använda sin yttrandefrihet och respektera mänskliga rättigheter, att öka den demokratiska delaktigheten samt stimulera till källkritik och eget kritiskt tänkande i relation till medier. Syftet med uppdraget är att förebygga rasism, sexism, främlingsfientlighet och andra former av intolerans, samt se till att kampanjen också når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar. Uppdraget slutredovisas den 1 mars 2017.

3. Arbetsprocess

Arbetsprocessen har bestått av olika delar. Dels har det varit viktigt att identifiera en arbetsmodell som projektgruppen arbetat efter för de olika delmomenten i kampanjarbetet och dels har det varit viktigt med samarbeten för uppdragets relevanta aktörer.

3.1 Arbetsmodell

För att kampanjarbetet skulle kunna drivas i den takt som var önskat och för att få en mer långsiktig kontinuitet var det nödvändigt för myndigheten att utföra en offentlig upphandling och skriva ramavtal med en kommunikationsbyrå. Den 18 augusti 2016 skrev myndigheten ett mer långsiktigt ramavtal med Intellecta Corporate kommunikationsbyrå, som därefter medverkade i det löpande produktionsarbetet. Myndigheten behövde relativt tidigt ta in externa resurser för projekt- och produktionsledning och bilda en arbetsgrupp. Dessa bestod av tillfälligt tjänstledig personal från Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor, MUCF, på halvtid, och två externa konsulter på deltid. Arbetet har letts av avdelningen för Information och vägledning på Statens medieråd.

Arbetsprocessen har innefattat följande steg:

Steg 1 *Nulägesanalys:* Utvärdering av tidigare kampanj, inläsning och analys av befintligt material, researcharbete, identifiering av möjliga samarbetspartners etc.

Steg 2 *Budskapsstrategi:* Definiera de målgrupper kampanjen ska rikta sig till. Identifiera och besluta om strategiska huvudbudskap som ger en tydlig riktning för kommunikationen. Anpassning av budskap till målgrupperna.

Steg 3 Kanal och aktivitetsstrategi: Genomlysning av möjliga kanalval utifrån kommunikationens uppgift och givna budgetramar. Roller och prioriteringar för varje kanal.

Steg 4 Kreativt koncept: Idéarbete och konkretisering av kampanjens kreativa idé.

Steg 5 Produktion: Teknisk produktion av kampanjenheter.

Steg 6 Genomförande: Annonsering och aktiviteter påbörjas.

Steg 7 Uppföljning: Sammanställning av spridning, effektmätning etc.

3.2 Samarbeten

När det gäller de nytilkomna skrivningarna i uppdraget om att omfatta insatser för att värna demokratin mot våldsbejakande extremism så har myndigheten samarbetat med Konstfack och Forum för levande historia och då mer specifikt kring bilder och propaganda. Om detta berättas i kapitel 6. Myndigheten har även anlitat Ungdomsbarometern med uppdrag att genomföra en specialanalys med fokus på ungas inställning till konspirationsteorier. Analysens syfte var att fungera som kunskapsunderlag för Statens medieråd i dess arbete med att förebygga och motverka populism och våldsbejakande extremism. En kunskap som kan tas vidare till pedagoger och andra professionella som arbetar med unga för att stärka deras arbete med ungas medie- och informationskunnighet. Som ett led i detta spelades det in en podd om konspirationsteorier som kommer att publiceras i mars månad 2017.

Under vintern 2015/2016 hade myndigheten ett referensgruppsmöte och samråd med flera myndigheter och organisationer som har kompetens eller uppdrag gällande frågan om våldsbejakande extremism alternativt bedriver verksamhet som har varit av intresse för kunskapsbyggandet. Följande aktörer har myndigheten träffat: Statens skolverk, Forum för levande historia, Myndigheten för tillgängliga medier, Utbildningsradion, Konstfack, Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor, MUCF, Somaliska riksförbundet och Expo. Samtal har även förts med SSCAT¹ för att få deras perspektiv på en utveckling av arbetet med No Hate Speech Movement för att omfatta insatser för att värna demokratin mot våldsbejakande extremism. Vidare har ett samarbete med MUCF inneburit en kunskapsdelning utifrån myndigheternas respektive uppdrag och som också resulterade i en dragning, gemensamt för båda myndigheterna, av Expo om våldsbejakande extremism. Samråd har även skett med referensgruppen för den nationella samordnaren mot våldsbejakande extremism. Ett samarbete med Somaliska riksförbundet har också skett utifrån deras projekt (Navigator) som handlar om våldsbejakande extremism där myndigheten berättat om materialet MIK för mig och om No Hate Speech Movement. Somaliska riksförbundet har i projektet använt MIK för mig i deras arbete i skolorna. Deras upplevelse är att materialet har varit ett mycket bra verktyg för att diskutera vinklade budskap, propaganda och våldsbejakande extremism.

¹ SSCAT, Syria Strategic Communications Advisory Team finansierat genom EU.

Myndigheten ska även särskilt se till att kampanjen når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar. Som utgångspunkt i arbetet har myndigheten därför samarbetat med Attention² inom ramen för projektet Nätkoll³. Detta redogörs för i kapitel 6.

4. Bakgrund och insikter

4.1 Målgrupper

Utifrån tidigare insatser gällande No Hate Speech Movement valde myndigheten att fortsätta kommunicera och inbegripa redan identifierade målgrupper där avgränsningen och fokus varit på unga som sett andra bli utsatta. Avgränsningen baserades på tidigare undersökningar (av bland annat Ungdomsbarometern och Statens medieråd 2014), som pekar på att de som ser andra bli utsatta är den allra största gruppen (59 procent). Under denna kampanjperiod var huvudfokus dock att rikta kommunikationen till samtliga målgrupper men i olika etapper med antagandet att målgruppen vuxna är mer benägna att använda det material som finns att tillgå på webbplatsen No hate än de unga. Dels för att materialet till stor del är av utbildande karaktär och dels för att de unga är en mycket svår grupp att aktivera med ett direkt tilltal i det mediebrus som råder.

Uppdragets syfte var även att se till att kampanjen No Hate Speech Movement når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar som beskrivits ovan.

Föräldrar identifierades också som en oerhört viktig målgrupp. Statens medieråds undersökning *Föräldrar och medier 2015* visar att oron för att ens barn ska bli mobbat eller hotat på nätet är det som föräldrar till 13- och 16-åringar oroar sig för allra mest. Samtidigt visar undersökningen *Ungar & medier 2015* att 48 % av barn mellan 13 och 16 sällan eller aldrig pratar med sina föräldrar eller andra vuxna de bor med om saker de gjort eller sett på internet. Föräldrar anser dessutom själva att de har ett stort ansvar för sina barns nätanvändning (*Föräldrar och medier 2015*). Slutsatsen blev därför att föräldrar utgör en grupp som det finns anledning att uppmärksamma och stärka för att förebygga hat och kränkningar på nätet bland unga.

4.2 Aktivering och tolkning av uppdraget

Det har varit väsentligt att analysera tidigare arbete och bygga vidare på detta för att skapa en förutsättning för bra genomslagskraft med det som görs. Kampanjarbetet inom ramen för föregående regeringsuppdrag har till stor del fokuserat på att skapa kännedom utifrån räckvidd och att befästa No hate som bärare av budskap. Målgruppen har i huvudsak varit unga. Tidigare aktivitet/trafik på Nohate sidan sett över ett år har

² Attention är en intresseorganisation för personer med neuropsykiatriska funktionsnedsättningar.

³ Nätkoll, arvsfondsfinansierat projekt med syfte att öka kunskapen om nätanvändning hos barn och unga med neuropsykiatrisk funktionsnedsättning.

koncentrerats till när det skett medieaktivering – annonsering. Under resterande del av året har aktiviteten i huvudsak varit övervägande låg. Således har kampanjsidan inte använts speciellt mycket sett över en längre tidsperiod och av sig självt. Denna kampanjperiod har därför haft som huvudsaklig målsättning att öka aktiviteten totalt sett men också jämt över året och dessutom att vidga antalet målgrupper. Med denna målsättning så har ett antal aktiviteter identifierats som varit viktiga att genomföra.

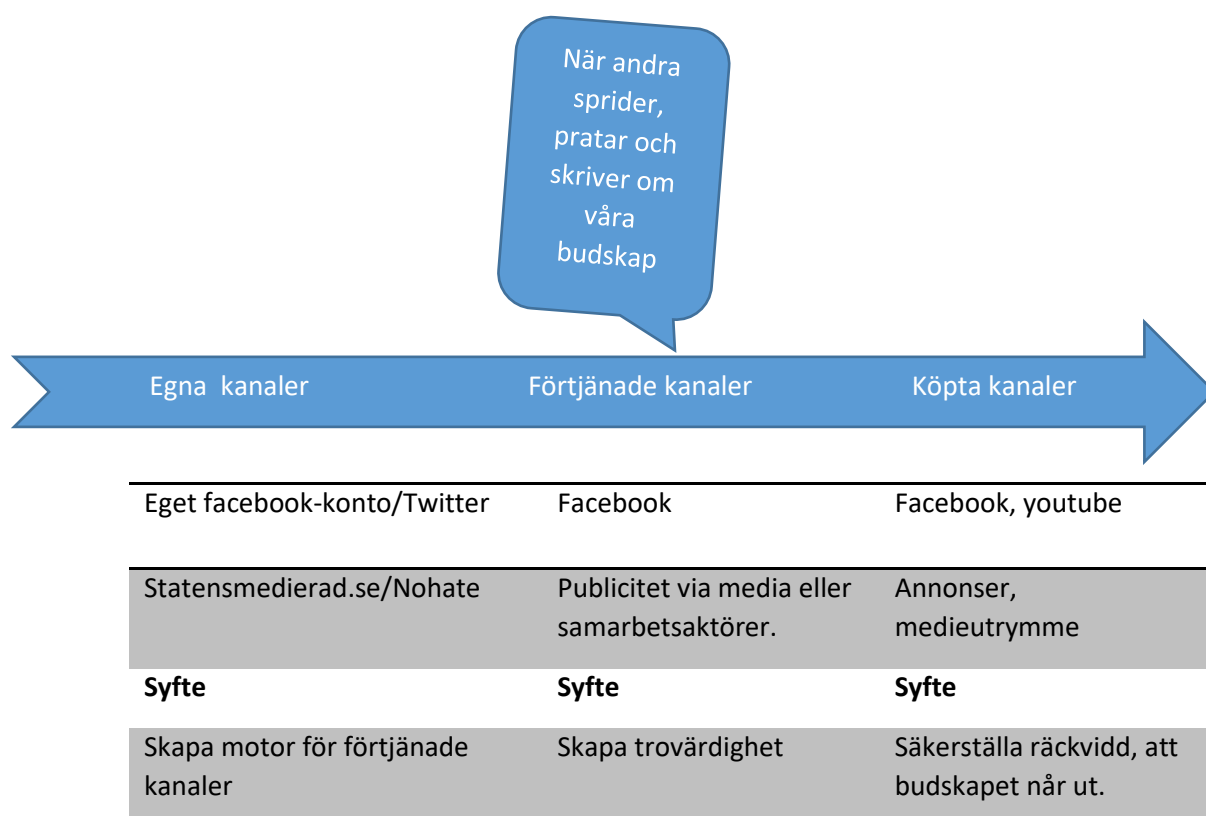
- **Fortsätta göra utåtriktade kampanjinsatser** till en primär målgrupp bestående av pedagoger, nära barn-professionella och föräldrar samt till en sekundär målgrupp utgörande av de unga.
- **Utveckla det befintliga materialet** till att generera mer långsiktig användning.
- **Producera nytt material** utifrån uppdragets helhet men också tilläggen om att värna demokratin mot våldsbejakande extremism samt se till att kampanjen når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar.

Det har också varit väsentligt att:

- kommunicera och genomföra flera mindre kampanjer, istället för några få stora, riktade mot de stora grupper som befinner sig i barn och ungas närhet, men även mot unga själva.
- Stärka kampanjen som helhet genom att stärka kopplingen till myndighetens övriga arbete. Detta med målsättning att uppnå synergieffekter.
- Äga webbplatsen Nohate.se för att kunna förvalta den mer långsiktigt och agilt.
- Förtydliga vem som är målgruppen för det innehåll som presenteras på webben.
- Samarbeta med andra myndigheter och aktörer för att ge ett material som målgruppen efterfrågar och upplever som relevant.
- Identifiera vilka behov som finns hos målgrupperna samt analysera barn och ungas medieanvändning.
- Identifiera vilken typ av skydd målgruppen efterfrågar och därefter ta fram material utifrån det stärkande perspektivet.
- Stärka kopplingen till medie- och informationskunnighet och därmed till myndighetens övriga arbete gällande MIK. Därför var det av värde att flytta över nohate.se till myndighetens webbplats.

5. Kanalstrategi

För att nå de målgrupper som identifierats samt öka användningen av No hate materialet så användes olika kommunikationskanaler.



Följande mediekanaler valdes:

Egna kanaler: till exempel information på www.statensmedierad.se/nohate, Statens medieråds Facebooksida, Twitter.

Förtjänade kanaler: Spridning av Statens medieråds budskap och material via kanaler som andra förfogar över såsom exempelvis samarbetspartners. Information via media som genererar artiklar, nyhetsinslag med mera, samverkan med andra aktörer.

Köpta kanaler: Säkerställa en större spridning av informationen via köpt annonsering i olika kanaler. Inbegriper annonsering i tidningar, på internet och på Facebook.

Navet i kampanjarbetet har hela tiden varit webbplatsen nohate. Alla aktiviteter har syftat till att öka trafiken och användningen av det som publicerats och tagits fram för att tillgodose målgruppen.

6. Kampanjens olika delar och resultat

Nedan följer redogörelse över de aktiviteter som genomförts för kampanjen som helhet.

6.1 Utåtriktade kampanjinsatser

Under uppdraget har myndigheten genomfört flera delkampanjer riktade mot olika målgrupper. Syftet med delkampanjer har varit att under en avgränsad tidsperiod sätta fokus på No hate riktat till en viss målgrupp och visa på var stöd och verktyg återfinns. Kampanjerna har i huvudsak skett i fyra kommunikativa etapper:

- 1) *Unga, kopplat till Nohate-dagen i november 2015.*
- 2) *Föräldrar, kopplat till Safer Internet Day i februari 2016.*
- 3) *Pedagoger och andra nära barn-professionella, under senhösten 2016.*
- 4) *Unga, kopplat till Nohate-dagen 2016.*

Utöver de fyra ovan beskrivna kampanjerna genomfördes även ytterligare fyra mindre kampanjer riktade mot föräldrar och mot unga:

- 5) *Sommarkampanj.*
- 6) *Tubeconkampanj.*
- 7) *Vinterkampanj.*
- 8) *Alla hjärtans dag kampanj.*

Beskrivning av samtliga kampanjer och resultat finns i Bilaga 1.

6.2 Utveckling av befintligt material

Ny webb

Den 15 september lanserade Statens medieråd en ny webbsida för No Hate Speech Movement. Nohate.se avvecklades och i stället lanserades www.statensmedierad.se/nohate. Syftet var att öka kännedom om och spridning av kampanjen No Hate Speech Movement, för att få en mer effektiv och kontrollerad förvaltning, större synergieffekter med myndighetens övriga arbete och på sikt en ökad användning av det material som producerats inom ramen för kampanjen. Ytterligare ett skäl var att förändra tilltalet för att tydligare rikta det mot pedagoger och andra vuxna nära barn.

Den externa webbplatsen **Nohate.se** hade under 2016, 64 608 sidvisningar med en tydlig och hög topp i februari, men i övrigt en ganska låg nivå på antalet sidvisningar. Den tydliga toppen kan förklaras av den kampanj, riktad mot föräldrar, som genomfördes i anslutning till Safer Internet Day den 9 februari 2016. **Statensmedierad.se/nohate** hade från sin lansering den 15 september till och med den 31 december 2016, 33 024 sidvisningar. På statensmedierad.se/nohate kan ses en tydlig topp i början av november vilket kan kopplas till kampanjen i anslutning till Nohate-dagen den 4 november 2016. Statistiken för statensmedierad.se/nohate är, trots toppen i november, på en betydligt jämnare och högre nivå jämfört med nohate.se. De slutsatser som kan dras av detta är att de kampanjer som genomfördes i februari och runt No hate dagen har lett till att antalet besökare har ökat och att även flytten till statensmedierad.se/nohate gav önskad effekt gällande synergier med myndighetens övriga arbete som därför sannolikt lett till fler besök och därmed större kännedom om kampanjen och det material som producerats. Jämförs antalet sidvisningar under 2015 (90 978) med 2016 (97 632) så har det skett en ökning.

6.3 Produktion av nytt material

Översättning av foldern *Hat och kränkningar på internet*

Foldern *Hat och kränkningar på internet – en vägledning till föräldrar och andra vuxna nära barn* togs fram och spreds i anslutning till Safer Internet Day, se bilaga 1, översattes till engelska, arabiska, somaliska, persiska och franska. Syftet med detta är att tillgängliggöra vägledningen för fler föräldrar/vuxna och engagera dem i att förebygga hat och kränkningar på nätet bland unga.

Urval av språk skedde genom en inventering som Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor gjort bland kommuner där man under två år genomförde ungdomsenkäten Lupp (lokal uppföljning av ungdomspolitik) gällande vilka språk kommunerna ansåg var mest relevant att översätta myndighetens enkäter till. Frågan ställdes till ca 50 kommuner under åren 2014 och 2015. De tre språk som var mest efterfrågade var engelska, arabiska och somaliska. Myndigheten ansåg att denna inventering var användbar för att prioritera vilka språk som den digitala broschyren skulle översättas till.

I samarbete med myndighetens projekt MIK-bibliotek trycktes den svenska, engelska, arabiska och somaliska versionen av foldern i totalt 50 000 exemplar och skickades ut till 100 folkbibliotek som ingår i MIK-bibliotekssatsningen samt 18 Länsbibliotek och Regionbibliotek. Dessutom spreds foldern på de fyra språken digitalt till 350 MIK-bibliotek, 900 skolbibliotek via Statens skolverk samt via Svensk biblioteksförnings medlemsregister. Utifrån efterfrågan från målgruppen togs även beslut om att översätta foldern till persiska och franska. Samtliga översättningar finns nedladdningsbara i digital form.

<https://www.statensmedierad.se/publikationer/nohate/hatochkrankningarpainternetenvaegledningforforaldrar.1523.html>

Utöver kampanjen runt Safer Internet Day och sommarlovs kampanjen, se bilaga 1, har kännedom om föräldrafoldern spridits till SIOS (Samarbetsorganet för etniska organisationer i Sverige) medlemsorganisationer då de organiserar många föräldrar som talar andra språk än svenska. På detta sätt kompletteras tidigare spridning av foldern.

Tabellen nedan visar antalet nedladdade broschyrer under 2016 på de olika språken.

Svenska	Engelska	Arabiska	Somaliska	Persiska	Franska
Publicerades i februari 2016	Publicerades i juni 2016	Publicerades i juni 2016	Publicerades i juni 2016	Publicerades i oktober 2016	Publicerades i oktober 2016
679 ex	330 ex	206 ex	194 ex	48 ex	41 ex

Utveckling av målgrupps tilltal webben.

En större översyn gjordes för att förändra kommunikationen och det tilltal som No hate adresserar på webbplatsen. Tidigare var webbsidan lite otydlig i vem man ville nå. Den hade ett blandat tilltal som var riktat till barn, unga och vuxna samtidigt som gjorde att den bitvis kunde kännas otydlig och inte så specifik. Dessutom var den kommunikativa ingången materialet och inte behovet hos målgruppen. Denna kampanj ändrade tilltalet till att det är målgruppens behov som är ingången och då till allt material. Detta innebar att den blev renodlat kommunikativ till de vuxna i första hand, det vill säga de som arbetar professionellt nära barn.

Podcast

Under våren och sommaren upphandlade Statens medieråd en kommunikationsbyrå, som tidigare nämnts. Detta skulle bland annat ge myndigheten en mer resurseffektiv lösning för produktion av poddar. Därför planerades produktion av nya poddar till hösten. Under slutet av hösten 2016 och början av 2017 lanserades fem nya poddar. Syftet med poddarna är dels att komplettera och stärka upp befintligt och nytt material och dels att presentera kunskap i form av lyssnande.

Följande poddar har producerats:

Bilder – från visuellt småprat till extremistpropaganda

<https://statensmedierad.se/publikationer/poddar/bilderfranvisuelltmaprattillxtremistpropagandalangd51min.1846.html>

Podden lyfter bilder och filmers ökande betydelser i vår kommunikation och i medier. För att kunna tolka omvärlden räcker det nu inte längre med att förstå text. Inte minst barn och unga behöver lära sig "läsa" bilder som på ett ögonblick kan förmedla allt från "visuellt småprat" till extremistpropaganda. I podden resonerar Elin Jönsson, medielärare på

Kulturskolan i Södertälje, och Elisabet Jonsved, filmpedagog på Medioteket i Stockholms Stad, kring bilder och bilders makt ur en rad aspekter. Hur använder unga bilder och film till vardags? Vid vilken ålder bör barn lära sig att tolka bilder? Och – inte minst – hur ska skolan förhålla sig till bilders ökade betydelse? I podden presenteras också materialet *Propaganda och bilders makt* som Elin Jönsson och Elisabet Jonsved arbetat fram i samarbete med Statens medieråd. Podden lanserades i december 2016 och spreds från och med den 17 januari tillsammans med metodmaterialet *Propaganda och bilders makt*, via sociala medier, på myndighetens hemsida och tillsammans med övriga poddar i ett särskilt pressmeddelande den 25 januari.

Värna demokratin och stärka eleverna – tips till lärare

<https://statensmedierad.se/publikationer/poddar/varnademokratinochstarkaelevernatipst illlarare32min.1878.html>

Skolan har en tydlig roll i att värna demokratin, till exempel mot våldsbejakande extremism men vilka varningsklockor bör skolpersonal ta på allvar? När är det dags att agera, och vad gör man då? Och hur kan skolan bidra till alla elevers förmåga att stå emot snyggt förpackade budskap om snabba lösningar och en svartvit värld? I den här podden belyser Hugo Wester, undervisningsråd på Skolverket, några av de utmaningar som pedagoger möter i dag. Han ger en rad konkreta och praktiska råd, bland annat om hur man kan hantera diskussioner om kontroversiella frågor i klassrummet och hur man kan arbeta förebyggande. Podden lanserades i december 2016 och spreds från och med den 17 januari tillsammans med metodmaterialet *Propaganda och bilders makt*, via sociala medier, på myndighetens hemsida och tillsammans med övriga poddar i ett särskilt pressmeddelande den 25 januari.

Sexism på nätet – ett hot mot demokratin

<https://statensmedierad.se/publikationer/poddar/sexismpanatetetthotmotdemokratinlangd59min.1844.html>

Kvinnor som uttrycker sig offentligt får utstå mer näthat än män som gör samma sak. Vad gör det med tjejers vilja att uttrycka sig offentligt? Vilka följder kan det få för demokratin? I den här podden berättar Ida Östensson, grundare av FATTA- och Make Equal-rörelserna, och Alexandra Pascalidou, debattör och programledare, om hur de hanterar näthat, hur de ser på debattklimatet online och hur demokratin kan stärkas. Podden publicerades i december 2016 och har spridits i sociala medier, på myndighetens hemsida och tillsammans med övriga poddar i ett särskilt pressmeddelande den 25 januari.

Diagnoser i det digitala

<https://statensmedierad.se/publikationer/poddar/diagnoseridetdigitalalangd30min.1880.html>

Hur ser livet på nätet ut för barn och unga med neuropsykologiska funktionsnedsättningar? Hur kan vuxna i deras närhet arbeta för att stötta dem? I podden

Diagnoser i det digitala samtalar Madeleine Larsson Wollnik från Nätkoll med Jonas Söderlund, kurator på Bris om nätet och unga med neuropsykiatriska funktionsnedsättningar. Podden publicerades i december 2016 och har spridits i sociala medier, på myndighetens hemsida och tillsammans med övriga poddar i ett särskilt pressmeddelande den 25 januari.

Hjälp på nätet – juristens bästa råd

<https://statensmedierad.se/publikationer/poddar/hjalppanatenjuristensbataradlanad75min.1842.html>

Är det lagligt att kalla någon för ”hora”? Får man smygfilma, sprida rykten och ”pranka”? Hur stoppar man en ful bild? Denna podd, med juridikprofessor Mårten Schultz, är ett komplement till video-podden (beskrivs nedan) som diskuterar samma frågor. I podden får lyssnaren klara besked om var de lagliga gränserna på nätet går, när man förutsätts använda sitt eget omdöme och vad man kan göra om man råkat ut för något oönskat. Podden publicerades i december 2016 och har spridits i sociala medier, på myndighetens hemsida och tillsammans med övriga poddar i ett särskilt pressmeddelande den 25 januari.

Falsa nyheter och konspirationsteorier

I podden diskuterar Maria-Pia Cabero, Expo, Marcin de Kaminski, Sida och Lisa Bjurwald, journalist och författare falska nyheter och konspirationsteorier och hur detta märks i skolan, i snacket bland elever och på lektioner. Podden lyfter även vad pedagoger och andra vuxna, men även unga kan göra. Podden kommer att publiceras under mars månad.

Visualiserat material

Filmer om näthat

<https://statensmedierad.se/nohate/jagvillpratamedmittbarn.1299.html>

Myndigheten beställde fyra filmer kopplat till No hates fyra råd till unga; Var kritiskt, Ljug inte, Såra ingen och Säg till. Filmerna består av ungas egna berättelser om deras vardag på internet och i digitala medier, med fokus på hat och kränkningar. Två av filmerna levde inte upp till myndighetens förväntningar gällande budskapet som förmedlades. Efter försök till korrigeringar valde myndigheten till slut att inte lansera dessa två filmer då bedömningen var att de inte skulle bidra till det syfte som kampanjen har. Istället klipptes materialet om och resulterade i tre filmer där två riktades mot unga och en till föräldrar.

De två filmerna som riktar sig till unga har haft totalt 5 828 respektive 701 visningar på YouTube från och med den 3 respektive 11 november 2015 till och med den 2 februari 2017. Filmen som riktar sig till föräldrar har haft totalt 5 092 visningar sedan den publicerades den 31 januari 2016 till och med den 2 februari 2017. De två filmer som haft mest spridning är lanserade vid No hate dagen och Safer internet day.

Unga YouTubers om näthat

<https://statensmedierad.se/nohate/jagvilljobbaiklassrummet/elevmaterialomnathat.1302.html>

Under hösten 2016 genomförde Statens medieråd ett samarbete med Tubecon. Detta beskrivs under rubriken Kampanjer, se bilaga 1. Utöver nämnda samarbete besökte myndigheten två av evenemangen och genomförde intervjuer med unga YouTubers. Syftet var att höja både den interna och externa kunskapsnivån kring fenomenet YouTubers, spegla deras syn och visa på strategier för att hantera näthat. Resultatet blev tre egenproducerade filmer. Dessa klipptes sedan ihop av en kommunikationsbyrå och kommer att lanseras en och en. Syftet var även att prova ett nytt arbetssätt – att med egen personal och enkla medel filma på plats samt testa om materialet skulle hålla för extern spridning. Detta som ett led i att utveckla det interna arbetssättet och göra det mer kostnadseffektivt. Dessa syften uppnåddes och följande filmer producerades:

1. YouTubers om näthat
2. YouTubers råd mot näthat
3. YouTubers om YouTubers – för föräldrar

De två första filmerna riktar sig till unga medan den sista riktar sig till föräldrar. De två filmerna som riktar sig till unga lanserades den 23 respektive den 30 december och sprids dels via de YouTubers som deltar i filmerna, dels via NohateSwe som är No Hate Speech Movements YouTubekanal. Filmen som riktar sig till föräldrar lanserades den 30 december och kommer att spridas under våren 2017 på Facebook. Samtliga tre filmer sprids även via myndighetens webbsida, statensmedierad.se/nohate. Tanken är att filmerna ska kunna användas i skolan, som ingång till diskussioner i klassrummet om till exempel tonen på nätet, näthat och genus, YouTube-fenomenet som sådant och andra relaterade frågor. Den video som riktar sig till föräldrar är tänkt att kunna fungera som öppning för samtal mellan föräldrar och barn om till exempel tonen på nätet.

Video-poddar om juridik

<https://statensmedierad.se/nohate/jagvilllaramigmer/hjalppanetetjuristensbatarad.1429.html>

Bland de poddar som spelats in under tidigare uppdrag har de om juridik varit de mest nedladdade. Av detta drogs slutsatsen att kunskap efterfrågas om vad som gäller juridiskt online och var gränsen går mellan olagligt och lagligt. För att ytterligare komplettera de redan befintliga poddarna och knyta kunskapen om juridiken gällande hat, hot och kränkningar på nätet närmre vardagen inledde myndigheten ett samarbete med Datorn i utbildningen⁴ och juridikprofessor Mårtens Schultz. Genom Datorn i utbildningen ställdes en öppen fråga i enkätform, som sedan skickades ut till deras nätverk av lärare, för att få en bättre bild av målgruppens behov av information gällande juridik online och vilka svårigheter kring juridik och rättighetsfrågor som lärarna upplever att unga har i sin vardag. De svar myndigheten fick in kunde sedan utgöra en grund för utarbetande av

⁴ Föreningen Datorn i utbildningen (DIU) har sedan mitten på 1980-talet arbetat med att långsiktigt bygga nätverk för erfarenhetsutbyte och kunskapsutveckling kring IT och lärande i skolan.

teman att ta upp i den video-podd som spelades in tillsammans med Mårten Schultz. Resultatet blev en lång ljudpodd (som beskrivs ovan) och elva korta video-poddar, så kallade voddar, där Mårten Schultz besvarar frågor kopplade till de teman som framkom utifrån enkäten till lärare. Exempel på frågor som diskuteras i poddarna är vad man kan göra om någon skriver elaka kommentarer, vad man kan göra om man blir kallad för blatte eller hora på nätet och vad man kan göra om någon kapat ens mobil? Ljudpodden och de elva video-poddarna publicerades i december 2016 på statensmedrad.se/nohate. Ljudpodden är också publicerad på Libsyn och I-tunes och filmerna är publicerade på No Hate Speech Movements YouTube-kanal, NohateSwe. Filmerna kommer även att spridas på Facebook som livetrailers för att locka in till materialet under en fyraveckorsperiod med start i mars 2017.

Föräldraquiz

<http://www.nohatequiz.se/>

Inför Tubeconturnén togs det fram ett digitalt quiz för föräldrar där de på ett lekfullt sätt kunde få testa sin YouTube-kunskap. I slutet av quizet får föräldern tipset att gå in på No hates webbsida för att få mer kunskap. Syftet med quizet är dels att förmedla kunskap till vuxna om ungas digitala liv, dels att sprida kännedom om No Hate Speech Movement och var de kan få mer kunskap, råd och tips. Utöver Tubeconturnén har quizet även använts i höstkampanjen för att sprida kännedom via Facebook. Föräldraquizet har nåtts av över 26 000 personer, se bilaga 4.

Insatser för att värna demokratin mot våldsbejakande extremism

<https://www.statensmedierad.se/nohate/jagvilljobbaiklassrummet/propagandaochbildersmakt.1845.html>

No Hate Speech Movement ska omfatta insatser för att värna demokratin mot våldsbejakande extremism genom att stärka barn och ungas medie- och informationskunnighet. Att innefatta insatser för att värna demokratin mot våldsbejakande extremism innebär flera utmaningar. På vilken preventiv nivå kan No hates bidrag göra bäst nytta? Vem bör vara målgruppen för att budskapet ska nå fram, och vad ska insatserna bestå av? Resultatet från studien *Våldsbejakande och antidemokratiska budskap på internet* (Statens medieråd 2014) visar att ett framgångsrikt förebyggande arbete som syftar till att stärka motståndskraften bland unga mot antidemokratiska och våldsbejakande budskap bör ha sin början i att stimulera och stärka ungas allmänna kritiska och analytiska förmåga. Att försöka motverka extremism genom kampanjer där statliga aktörer informerar ungdomar om "de obehagliga egenskaperna" hos vissa ideologier kan lätt leda till det motsatta - en radikaliserings av de personer som lockas av extremistiska tankar och ideologier. Om staten fördömer en ideologi kan detta fungera som ytterligare en kvittens på ett utanförskap och då fortsätter engagemanget (Statens medieråd 2014). Myndigheten hade redan tagit fram det digitala materialet *Mik för mig* som delvis fokuserar på vinklade budskap. Därför sågs det naturligt att ta detta ett steg till

och komplettera det befintliga materialet med visuell läskunnighet genom att specifikt adressera propaganda och bilders makt. I detta arbete inleddes ett samarbete med Forum för levande historia och Konstfack som beskrivits ovan i sammanfattningen.

Syftet med att fokusera på propaganda och bilders makt är att möta utvecklingen av att allt större del av vår kommunikation går från text till bild. Både våldsbejakande högerextrema grupper och våldsbejakande islamistiskt extremistiska grupper använder sociala medier som en viktig del i sin propaganda och i detta är rörliga bilder centrala som budskapsbärare. Genom att ge unga kunskap och verktyg att analysera och kritiskt förhålla sig till bildbudskap stärks deras medie- och informationskunnighet. Målet är att på detta sätt bidra till att öka elevernas motståndskraft mot antidemokratisk propaganda som sprids av bland annat våldsbejakande extremistiska grupper.

Resultatet blev ett samarbete inom ramen för Konstfacks kurs Narration åk 7-9. Tillsammans arbetades det fram ett uppdrag till Konstfacks studenter att formulera, planera och ge exempel på undervisning för årskurs 7-9 som behandlar propaganda utifrån ett MIK-perspektiv. Statens medieråd och Forum för levande historia var delaktiga i kursen med kunskap och eleverna fick därigenom en god kännedom om de båda myndigheterna och hur de kan använda sig av dessa i sitt framtida pedagogiska arbete. Statens medieråd och Forum för levande historia fick i sin tur berikande inspel till det arbete som sker inom respektive myndighet gällande just Propaganda. Studenternas arbete utgjorde sedan en grund för Statens medieråds fortsatta arbete med att ta fram ett material för skolan om propaganda och bild, i vilket Forum för levande historia fortsatte vara referens. Konstfacks kunskap om bildanalys och visuell kommunikation har varit värdefulla perspektiv som har kompletterat Statens medieråds kunskap om medie- och informationskunnighet. Genom Konstfack har myndigheten även fått kontakter med bild- och mediepedagoger vilket varit viktigt i utvecklingen av materialet *Propaganda och bilders makt*.

Arbetet resulterade i metodmaterialet *Propaganda och bilders makt* (Statens medieråd 2016) som tagits fram i samarbete med dessa två mediepedagoger. Materialet består dels av ett stöd för pedagogen, dels av färdigt material som kan användas i klassrummet tillsammans med eleverna. *Propaganda och bilders makt* utgörs av två moduler. Den första modulen: *Bild är ett språk* syftar till att ge grundläggande kunskaper om hur vi människor dagligen avkodar och tolkar bilder. Den andra modulen: *Konsten att övertyga* syftar till att öka elevernas medvetenhet och förståelse för hur man kan använda bilder i ett propagandistiskt syfte. Materialet innehåller både genomgång och diskussion av bilder, analysuppgifter och eget skapande. Genom själva skapandet fördjupas elevernas förståelse och lektionerna om propaganda och bilders makt blir inte längre bara teori utan fördjupad kunskap genom egen erfarenhet. Materialet riktar sig främst till högstadiet och gymnasiet. Den första modulen, *Bild är ett språk*, kan även användas på mellanstadiet.

För att ge ytterligare stöd till pedagogen har en fördjupande text om propaganda tagits fram. *Propaganda – vad, hur och varför?* (Statens medieråd 2016) syftar till att ge mer kunskap om och hur propaganda fungerar samt ge tips på var och hur läsaren kan fördjupa sig ytterligare. Materialets målsättning är att bidra till att stärka ungas förmåga att kunna urskilja starkt vinklade budskap som inte vilar på en demokratisk grund och stötta pedagogens i hans arbete. Metodmaterialet kompletteras av tre poddar (som beskrivits ovan) som speglar pedagogens egen kunskap i frågan.

Metodmaterialet *Propaganda och bilders makt* och den fördjupande texten *Propaganda – vad, hur och varför?* publicerades den 20 december 2016 på myndighetens webbsida. Kännedom om materialet spreds dels till så kallade förtjänade kanaler genom aktörer som kan agera vidareförmedlare, dels direkt till målgruppen pedagoger och andra relevanta aktörer som arbetar med frågan.

Målgruppen vidareförmedlare nåddes genom riktade mejlutskick och utgjordes av:

- Nationella samordnaren mot våldsbejakande extremism och dess referensgrupp av myndigheter.
- Lokala samordnare mot våldsbejakande extremism i kommunerna.
- KiD-nätverket (Kunskapsutveckling i dialog – KiD- är ett partnerskap mellan Fritidsforum, Fritidsledarskolorna i Sverige och Sveriges Kommuner och Landsting samt ett antal regionala kunskapsnoder, fokus på fritidsverksamhet).
- Relevanta statliga myndigheter och samarbetspartners så som Utbildningsradion och dess nätverk av mediecentraler.
- Länsstyrelsernas utvecklingsledare kring våld.
- Konstfack och Forum för levande historia.
- Organisationer som 2015 och 2016 fått bidrag från MUCF enligt Förordning (2011:1508) om statsbidrag för verksamhet som värnar demokratin.
- Riktade mejlutskick till Konstfacks VFU-skolor⁵ och andra relevanta aktörer,

Annonsering gjordes också enligt följande:

- Annonsering på lektion.se. Målgruppen pedagoger och andra relevanta aktörer som arbetar med unga nås genom: lektion.se⁶. Under vårterminen 2017 annonseras en lektion om materialet *Propaganda och bilders makt*.
- Facebook-annonser riktade till skolor och bibliotek.

Materialet lanserades den 17 januari genom pressmeddelande, Facebookinlägg och utskick till målgruppen pedagoger och andra relevanta aktörer. Målgruppen vidareförmedlare hade nåtts innan jul, men med uppmaningen att inte sprida materialet vidare förrän efter den 16 januari 2017. Resultatet av spridningen följdes upp den 23 januari med följande utfall: 137 artiklar i tryckt media och webbmedia, bland annat Lärarnas tidning, Aftonbladet, Sydsvenskan och Omni. Dessutom medverkan i TV4s program Nyhetsmorgon, Sveriges radios program Ekot och i ett inslag i P4 Skaraborg. Två Facebookinlägg hade den 23 januari sammanlagt nått 111 101 personer och delats 288 gånger. På myndighetens webb hade materialet haft 10 073 sidvisningar och laddats ner 3 868 gånger. Detta betraktar myndigheten som en mycket bra spridning på mindre än en vecka.

⁵VFU står för verksamhetsförlagd undervisning.

⁶ Lektion.se Lektion.se är Sveriges största lärarsajt. En mötesplats för lärare och alla som arbetar i den svenska skolan. I vårt lektionsarkiv finns tusentals tips och idéer till din undervisning

Material till målgruppen med funktionsnedsättning

Statens medieråd ska se till att kampanjen No Hate Speech Movement även når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar. För att omfatta unga med kognitiva funktionsnedsättningar inleddes ett samarbete med projektet Nätkoll och Attention Hisingen-Kungälv, som tidigare beskrivits. Eftersom Nätkoll genom Attention Hisingen-Kungälv både har mycket god kompetens om målgruppen och goda spridningsmöjligheter inleddes ett samarbete kring framtagandet av ett material om näthat och ungas medievänor riktat till målgruppen unga med neuropsykiatriska funktionsnedsättningar. Resultatet kommer att bli ett digitalt spel som omfattar frågor som rör ungas digitala liv, där hat och kränkningar på nätet utgör en del. Spelet kompletteras av en lärarhandledning. Statens medieråd har bistått med sakkunskap, deltagit i referensgruppsmöten, gett feedback på utveckling av lärarhandledning och spel samt bidragit till genomförande av en workshop med unga för att stämma av behovsbilden. Myndigheten har för avsikt att länka till spelet från statensmedierad.se/nohate och sprida kännedom om den i ett lektionspaket, riktat till målgruppen pedagoger, tillsammans med rapporten *Mer oftare och längre tid. Så gör barn och unga med NPF på nätet* (Nätkoll/Attention Hisingen-Kungälv och Statens medieråd 2016) och podden *Diagnoser i det digitala*.

Vad gäller gruppen intellektuella funktionsnedsättningar påbörjades ett arbete, men det fick avbrytas då myndigheten insåg att det behövs mer kunskap om målgruppens nätanvändning och eventuell utsatthet som följd. För att kunna göra ett riktat material som kan verka förebyggande har myndigheten därför inlett ett samarbete med Linköpings universitet i syfte att få mer kunskap kring gruppens nätanvändning och dess behov.

Medverkan i föreläsningar, seminarier och podd

No Hate Speech Movement och näthat har varit ett aktuellt tema för det EU-samarbete som myndigheten har haft i form av deltagande i Insafe-nätverket. Tyskland har intresserat sig för myndighetens arbete utifrån No Hate Speech Movement och European Schoolnet, som koordinerar Insafe-nätverket. Detta föranledde att myndigheten presenterade hela arbetet med No Hate Speech Movement för hela Insafe-nätverket den 27 november på Awareness Centre online-möte. Även frågan om extremism kopplat till ungas medieanvändning har varit en aktuell fråga inom Insafe-nätverket. Extremism var temat både på Insafe-mötet i Prag i maj 2015 och under en session i Warszawa i december 2015. *MIK för mig* vann första pris som verktyg vid mötet i maj vilket ledde till att ett kapitel har valts ut och översatts till engelska.

Under hösten 2015 och våren 2017 har Skolverket, Forum för levande historia och Statens medieråd samarbetat utifrån respektive uppdrag att motverka rasism. Myndigheten deltog under 2015 i fem konferenser och deltar även framledes vid fem konferenser som

Skolverket och Forum för levande historia genomför under våren 2017. Totalt beräknas ca 400 pedagoger, skolledare och representanter från skolhälsan delta. Myndigheten har även medverkat i en podd som Skolverket producerat med tema arbete mot rasism i skolan.

<http://www.skolverket.se/skolutveckling/vardegrund/framlingsfientlighet-och-rasism/rasism-ivardagen/scenarier/hat-pa-natet-1.226172>

Den 25 november, 2015 Internationella dagen mot mäns våld mot kvinnor, höll myndigheten genom No Hate Speech Movement tillsammans med författaren Maria Sveland en föreläsning arrangerad av Örebro universitet på temat Mäns våld mot kvinnor. Cirka 300 personer deltog.

Den 2 november 2015 medverkade myndigheten och föredrog No Hate-projektet vid en konferens gällande sexism och hatyttringar som Nordiska ministerrådet anordnade i Köpenhamn. På konferensen deltog personer från organisationer och myndigheter från samtliga nordiska länder.

Myndigheten arrangerade två seminarier, det ena för pedagoger och det andra för bibliotekarier, på Skolforum där No Hate-projektet lyftes inom ramen för medie- och informationskunnighet.

Myndigheten medverkade vid en konferens i Vilnius i november 2015 kopplat till Nordiska Ministerrådet. Konferensens syfte var att berätta om det arbete som myndigheten gör gällande medie- och informationskunnighet för målgruppen lärare inbegripet No Hate.

Under pågående kampanj har myndigheten medverkat vid ett antal föreläsningar, seminarier och panelsamtal på temat hat och kränkningar på nätet samt propaganda och bilders makt. Av dessa finns 11 beskrivna i *Delrapport No Hate Speech Movement* (Statens medieråd 2016). Utöver de 11 redovisar myndigheten nedan ett axplock av ett antal medverkande tillfällen.

Aktivitet	Målgrupp	Arrangör	Datum
Deltagande i ett elevarbete i form av en dokumentärfilm om näthat	Unga i Norrtälje	Freinetsskolan Hugin i Norrtälje	Mars 2016
Föreläsning om hat och kränkningar på nätet med fokus på vad föräldrar kan göra.	Föräldrar i Stockholm	Stockholmspolisen	April 2016
Deltagande i	Unga och föräldrar i	Freinetsskolan	Maj 2016

panelsamtal om näthat i anslutning till filmvisningen	Norrtälje	Hugin i Norrtälje	
Seminarium om hat och kränkningar på nätet och unga med NPF i Almedalen	Beslutsfattare, pedagoger och övriga i Almedalen	Statens medieråd	Juli 2016
Föreläsning om hat och kränkningar på nätet med fokus på vad föräldrar kan göra.	Föräldrar i Stockholm	Stockholmspolisen	Oktober 2016
Föreläsning om No hate på MIK-konferensen i Borås	Representanter från ett flertal lärosäten i hela landet.	Borås högskola	November 2016
Föreläsning och samtal om nätet, propaganda och bilders makt	Tjänstepersoner i kommuner, skolpersonal och ideella aktörer	MUCF, Nationella samordnaren mot våldsbejakande extremism och Fryshuset	Januari 2017
Föreläsning om No hate och MIK för mig med syfte att utbilda om källkritik och motbudskap i sociala medier.	Representanter för olika intresseorganisationer från det civila samhället.	MUCF	Februari 2017
Föreläsning om No hate och MIK för mig	600 Gymnasielärare i 7-8 kommuner i Smålandsregionen	IKT samordnare i Nässjö kommun	Februari 2017

Myndigheten medverkade också med en föreläsning på konferensen *Att stärka det förebyggande arbetet mot våldsbejakande extremism* den 16-17 januari 2017 som arrangerades av Nationella samordnaren mot våldsbejakande extremism, Fryshuset och MUCF.

7. Lärdomar och rekommendationer framåt

Kampanjen har nu nått sitt slutskede och den målsättning som föresatts där webbplatsen skulle vara navet i kampanjarbetet är nu uppnådd.

<https://statensmedierad.se/nohate.1295.html> har fyllts med relevant material och också omformats för att skapa mer tillgänglighet, svarat an på behov samt anpassats till myndighetens övriga arbete gällande medie- och informationskunnighet. Arbetet kan ringas in i fyra delar gällande utmaningar och arbete framåt.

7.1 Stärkta färdigheter för skolan

Under denna kampanjperiod har det tagits fram en hel del nytt material för skolmiljö. Utmaningen blir nu att kommunicera dessa, generera användning och följa upp utfallet av prestationer för att se om dessa svarade mot det behov som myndigheten identifierat. I detta skede vore det värdefullt att undersöka hur många av Sveriges skolor det är som faktiskt använder No hates material och i vilken kontext materialet lämpar sig bäst. För att kunna visa på någon mer ingående effekt behöver myndigheten undersöka om materialet verkar kunskapshöjande utifrån det som har varit avsikten. En lärdom är att tydligt göra avgränsningar när material ska tas fram. Risken är annars att man vill säga för mycket. Detta identifierades i arbetet med det material som togs fram gällande *Propaganda och bilders makt*. Här upptäcktes efter en tid att området könsstereotyper behövde behandlas separat och inte vävas in i det allmänna gällande bilders påverkan. Bilder och filmer är en central del för att reproducera normer om maskulinitet och femininitet som kan kopplas samman med sexuella kränkningar. Myndigheten har därför påbörjat ett arbete med ett material om sexism som tar sin utgångspunkt i bilders språk. Målsättningen med materialet är att arbeta förebyggande för att motverka sexism och hatyttringar.

En annan utmaning är att paketera om och använda befintlig material som utgångspunkt för att svara an på målgruppens behov istället för att automatiskt tänka att det ska produceras ett nytt material. Risken är annars att omfånget ökar utan klar riktning och genomtänkt upplägg. Målsättningen för myndighetens arbete är att paketera om befintligt, addera om det behövs för att svara mot det behov som föreligger där det ibland främst är kommunikationen som behöver förstärkas.

7.2 Samverkan för att utnyttja andras kunskaper och erfarenheter

Myndigheten ser också att samarbete med andra aktörer som innehar en expertis som berikar det arbete som görs inom ramen för No hate är av väsentlighet. Det viktiga här blir dock att få till ett operativt arbete och att få till den korsbefruktning man så önskar. En väg att gå är att just skriva avsiktsförklaringar aktörer emellan där de olika aktörernas behov tidigt identifieras och kan sedan fungera som drivkraft in i arbetet. Det är denna metod som använts under innevarande kampanjperiod och som myndigheten har för avsikt att fortsätta med. Dock är det en risk att resurser försvinner som är avsatta för projektets

gång så därför är det viktigt att koppla arbetet till respektive myndighets och organisations uppdrag med en gemensam målbild som alla delar.

7.3 Tillgängligt för fler

Föräldraråden finns nu tillgängliga på flera språk. Målgrupperna har utvidgats och även gruppen som arbetar med funktionsnedsättningar kan snart få ta del av material som är användbart för målgruppen. Genom nya ingångar till materialet kan en större del av vuxna runt barn och unga vägledas gällande näthatsrelaterade frågor. No hate har förstärkts med ännu fler format för att variera och passa fler inlärningsstilar. Det finns nu korta filmer, voddar, visuellt material, poddar etc. Sålunda är materialet tillgängligt för fler. Detta kan dock hela tiden utvecklas och undersökas. Ett led i arbetet är just att undersöka medieanvändningen hos gruppen med intellektuell funktionsnedsättning. Här kan man behöva ompröva många gånger innan ett slutresultat kommer till stånd. Erfarenheten gällande samverkan i Nätkollsprojektet visar tydligt på detta. Att ta fram ett material för denna ibland så utsatta grupp kräver många omtagningar där man ibland måste backa och utforska mer. Det är därför viktigt att ta höjd för det i uppstarten.

7.4 Stärkt närvaro på internet

Under denna kampanjperiod har No hates arbete stärkts på internet och då i huvudsak genom Facebook. Myndigheten har ökat sin andel följare avsevärt och slutledningen är att det är där målgruppen befinner sig. De delar, gillar och rekommenderar varandra. Detta ger utrymme för att framöver fundera vilken typ av medieval No hate står inför. Det är ett konstant brus att tränga igenom för att ropa ut sitt budskap och dessutom ofta förenat med en kostnad därefter. Utmaningen blir nu att behålla aktiviteten genom den kanal myndigheten valt att fokusera på, att underhålla målgruppen och ge de relevant material och vårda dem som trogna användare.

7.5 Slutreflektion

Efter att No hate avslutat sin kampanjperiod kan konstateras att hat och kränkningar på nätet är en fråga som engagerar såväl unga som föräldrar och professionella som arbetar med barn och unga. Det är ett område som ständigt förändras vilket stärker förhållningssättet att endast genom att stärka och uppmana vuxna att ha dialog med unga samt att ta fram verktyg för unga att själva ifrågasätta och granska den utveckling som sker kan det bli en förändring av hur unga betar sig mot varandra på nätet.

Under 2016 har det lagts en god grund för att fortsätta att utveckla arbetet gällande No Hate Speech Movement. Kampanjen har arbetat med fler olika delar för att bidra till kompetenshöjning och att göra materialet tillgängligt utifrån flera aspekter och behov.

För att ett förebyggande arbete ska få bästa möjliga effekt måste aktörer göra olika insatser på flera preventiva nivåer samtidigt. Kampanjen No Hate Speech Movement kan

bidra på en universellt förebyggande nivå och rikta sitt budskap mot olika aktörer för att på detta sätt få bästa möjliga effekt. Under innevarande uppdrag har kommunikationen riktats till unga, pedagoger, bibliotekarier och föräldrar men det finns ytterligare aktörer som skulle kunna läggas till i ett fortsatt arbete. Intresse finns från föreningslivet att börja lyfta frågan om hat och kränkningar på nätet kopplat till deras kärnverksamhet. Myndigheten har haft en återkommande dialog med Sisu-idrottsutbildarna som resulterat i att de spridit No hate material till målgruppen föräldrar. Även målgruppen fritidspedagoger skulle kunna lyftas in i myndighetens arbete då många av de samtal gällande hat och kränkningar på nätet är lika aktuella inom den organiserade fritidsverksamheten som i skolan.

Ska insatser få effekt riktat till unga måste kunskapen om unga och deras medievanor vara central. Ungas egna röster behöver lyftas och involveras i arbetet framåt. Ett exempel är arbetet med Youtubers. Genom detta filmmaterial har myndigheten goda möjligheter att utveckla arbetet vidare genom att exempelvis ta fram kompletterande material, aktivera No hates Youtube kanal med mera. Myndigheten ser också att samtal om ungas digitala liv kopplat till hat och kränkningar på nätet behöver börja allt tidigare då medieanvändningen ökar ju yngre man är jämfört med tidigare år. (Statens medieråd 2015).

Ju tidigare den unga individen känner sig stärkt desto mer rustad och skyddad är hen inför framtida utmaningar gällande näthatsrelaterade frågor på internet. Statens medieråd ser fram emot att arbeta utforskande och förebyggande i detta.

8. Ekonomisk redovisning

Anslag	2 900 000,00 kr
Löner	770 088,70 kr
Konsulter	336 059,74 kr
	1 106 148,44 kr
Annonsering	608 043,12 kr
Målgrupp analys	167 530,50 kr
Utveckling kampanj & material	978 346,79 kr
Resor & övrigt	39 931,15 kr
	1 793 851,56 kr
	2 900 000,00 kr

Referenser

Nätkoll/Attention Hisingen-Kungälv och Statens medieråd. 2016. *Mer, oftare och längre tid: Så gör barn och unga med NPF på nätet*. Göteborg: Nätkoll/Attention Hisingen-Kungälv.

Statens medieråd. 2016. *Propaganda och bilders makt*. Stockholm: Statens medieråd.

Statens medieråd. 2016. *Propaganda – vad, hur och varför?* Stockholm: Statens medieråd.

Statens medieråd. 2016. *Delrapport No Hate Speech Movement*. Stockholm: Statens medieråd.

Statens medieråd. 2015. *Ungar & medier 2015*. Stockholm: Statens medieråd.

Statens medieråd. 2015. *Föräldrar & medier 2015*. Stockholm: Statens medieråd.

Statens medieråd. 2014. *Våldsbejakande och antidemokratiska budskap på internet*. Stockholm: Statens medieråd.