

Delredovisning av regeringsuppdrag No Hate Speech Movement KU2017/00785/DISK

Diarienummer: 100/2017

Dokumentnamn: Delredovisning No Hate Speech Movement 2017

Datum: 180227

Handläggare: Ida Lithell/Helena Dal

Innehåll

Delredovisning av regeringsuppdrag No Hate Speech Movement KU2017/00785/DISK	1
1. Sammanfattning No Hate Speech Movement	3
2. Kontaktpersoner för arbetet	3
3. Syfte och regeringsuppdrag	4
4. Tidigare erfarenhet av arbete inom fältet	5
5. Organisering och styrning	6
6. Målgrupper	6
7. Aktiviteter	6
8. Övergripande syfte aktiviteter och arbetsmodell	11
9. Kommunikationsarbete	11
10. Kartläggningar	12
11. Mål	13
12. Uppföljning och utvärdering	14
13. Samverkan	16
14. Kommande satsningar	16
15. Bilagor	17

1. Sammanfattning No Hate Speech Movement

Sedan 2013 har Statens medieråd på uppdrag av regeringen genomfört kampanjen No Hate Speech Movement. I mars 2017 fick myndigheten uppdraget att genomföra kampanjen till år 2020. No Hate Speech Movement syftar till att höja barns och ungas kunskap om rasism och liknande former av fientlighet på internet samt stärka barns och ungas förmåga att använda sin yttrandefrihet och respektera mänskliga rättigheter och jämställdhet.

Sedan mars 2017 har huvudfokus varit att arbeta förebyggande mot sexism då aktualiserade rapporter visar på en ökning av hat och hot relaterat till sexuella trakasserier.

Myndigheten har tidigare tagit fram pedagogiskt material kring bilder som visuellt språk. Till bakgrunden hör att en allt större del av ungas kommunikation sker via bilder. Som verktyg är bilden central även i reproduktionen av könsnormer som kan kopplas samman med sexuella kränkningar. Myndigheten har därför tagit fram två material. Det ena är serieboken *Ordet är fritt* med syfte att arbeta förebyggande mot sexism och hatyttringar, stärka barns och ungas förmåga att använda sin yttrandefrihet och respektera mänskliga rättigheter och jämställdhet. Det andra är det pedagogiska materialet *Könsnormer i bildspråket*, med syfte att förebygga sexism genom att stärka barns och ungas medie- och informationskunnighet.

Vidare har myndigheten valt att satsa på spridning och kommunikation av befintligt och nytt material. Myndigheten deltog bland annat i det årliga YouTube-eventet Tubecon för att inhämta kunskap om influencers påverkan och budskap relaterat till deras unga följare. Detta resulterade i ett antal filmer som publicerats inom ramen för uppdraget.

2. Kontaktpersoner för arbetet

Ida Lithell – kommunikatör Information och vägledning samt projektledare No Hate Speech Movement.

Tel: 076-5051462

Ida.lithell@statenmedierad.se

Helena Dal – verksamhetschef Information och vägledning samt ansvarig No Hate Speech Movement.

Tel: 076-5051465

Helena.dal@statensmedierad.se

3. Syfte och regeringsuppdrag

Hatfulla budskap som ger uttryck för rasism och liknande former av fientlighet sprids med allt större kraft och verkan i kommentarsfält och sociala medier. Samtidigt går medieanvändningen ned i åldrarna och användningen ökar. Det förebyggande arbetet behöver därför stärkas och barns och ungas plattformar och användarmönster identifieras.

Regeringens nationella plan *Samlat grepp mot rasism och hatbrott Nationell plan mot rasism, liknande former av fientlighet och hatbrott (2016)* är ett verktyg för att förebygga och motverka rasism och polarisering i samhället. I planen har förebyggande arbete på internet identifierats som ett strategiskt område för att förbättra skyddet mot rasism, liknande former av fientlighet och hatbrott.

Den 16 mars 2017 tilldelades Statens medieråd ett nytt regeringsuppdrag (Ku2017/00785/DISK) inom ramen för den nationella planen; att driva kampanjen No Hate Speech Movement till och med år 2020. Myndigheten har drivit kampanjen sedan 2013 och är därmed förtrogen med uppdraget samt har erfarenhet av ett förstärkt förebyggande arbete på nätet. Tidigare uppdrag har resulterat i en plattform för No Hate Speech Movement, riktad till skolpersonal och föräldrar. Skolan driver en främjande roll, vilket samspelar med uppdraget att stärka och arbeta förebyggande relaterat till olika insatser. Plattformen kan ge unga utbildning i grundläggande demokratiska värden och mänskliga rättigheter.

Genomförandet av uppdraget ska ske i syfte att höja kunskapen om rasism och liknande former av fientlighet på internet bland barn och unga. Det ska även syfta till att stärka barns och ungas förmåga att använda sin yttrandefrihet och respektera mänskliga rättigheter och jämställdhet samt stimulera till kritiskt tänkande vid användning av medier. Myndigheten ska se till att kampanjen bland annat når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar. I genomförandet av uppdraget ska Statens medieråd på lämpligt sätt inhämta kunskap och erfarenheter från relevanta aktörer samt tillämpa ett jämställdhetsperspektiv. Detta uppdrag, liksom tidigare, korrelerar väl med myndighetens instruktion; att stärka och skydda barn och unga som medvetna medieanvändare och skydda dem från skadlig mediepåverkan. Myndigheten ska även följa medietutvecklingen när det gäller barn och unga, samt sprida information och ge vägledning om barns och ungas mediesituation.

Under 2017 valde Statens medieråd att låta sexism stå som övergripande tema för No Hate Speech Movement, detta relaterat till genomförd behovsanalys och omvärldsbevakning. Bakgrunden är ökningen av trakasserier, hot och hat på nätet. I en undersökning från Tidningsutgivarna (TU) som genomfördes av Sifo Kantar (2017) angav totalt 72 procent av kvinnliga opinionsbildare, krönikörer eller analytiker att de utsatts för hot eller trakasserier de senaste tolv månaderna. Journalistförbundets undersökning *Hoten och hatet mot journalister* från 2016 visade att tre av tio journalister undviker känsliga ämnen på grund av trakasserier. TU:s undersökning delade detta

Statens medieråd

faktum genom att särskilt fokusera på kvinnliga journalister där 66 procent har tagit emot nedsättande kommentarer om sitt kön. TU konstaterade att trakasserier resulterar i personlig rädsla, oro och andra psykosociala påfrestningar. Detta får även konsekvenser i form av att enskilda journalister, framförallt kvinnliga, överväger att sluta verka inom journalistiken eller att utsatta journalister avstått från att bevaka eller rapportera om ett specifikt sakområde eller en viss samhällsfråga.

Enligt såväl Myndigheten för samhällsskydd och beredskap som Journalistförbundet är denna utveckling ett reellt hot mot demokratin. Statens medieråd valde att fokusera på det demokratistärkande uppdraget genom att arbeta förebyggande för att stärka barns och ungas förmåga att verka för en ökad jämställdhet, använda sin yttrandefrihet och respektera mänskliga rättigheter.

4. Tidigare erfarenhet av arbete inom fältet

Den 5 juni 2013 (A2013/2317/DISK) beslutade regeringen att ge Statens medieråd i uppdrag att genomföra Europarådets kampanj No Hate Speech Movement. Kampanjen skulle verka för att stärka unga i deras roll på nätet, och ge dem verktyg för att kunna stoppa hat, trakasserier och mobbning på nätet. Den 20 mars 2014 (A2014/1205/DISK) beslutade regeringen att förlänga kampanjen till den 31 december 2014, denna gång med särskilt fokus på främlingsfientlighet online samt spridning av kampanjen i externa kanaler.

Den 25 juni 2015 (Ku2015/01869/D) förlängdes kampanjen en andra gång. Nu omfattade kampanjen även insatser för att värna demokratin mot våldsbejakande extremism samt åliggandet att kampanjen också skulle nå barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar. Uppdragets syfte var att förebygga rasism, sexism, främlingsfientlighet och andra former av intolerans, samt att värna demokratin mot våldsbejakande extremism genom att stärka barns och ungas medie- och informationskunnighet.

Myndigheten har arbetat enligt följande huvudspår:

- Göra utåtriktade kampanjinsatser riktade mot målgrupperna pedagoger och andra nära barn-professionella, föräldrar och unga.
- Utveckla, sprida och lansera befintligt material utifrån målgruppens behov.
- Producera nytt material utifrån uppdraget samt till se till att kampanjen når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar.

Kontinuiteten i uppdragen har bidragit till en omfattande kunskapsbank och en ökad trafik till myndighetens kommunikationskanaler. Under åren har ett flertal material tagits fram relaterat till No Hate Speech Movement. Erfarenheten är att dessa landat mycket

väl gällande kännedom och användning. Vid sidan av syftet med uppdraget har fokus varit att ta fram material som relaterar till barns och ungas medieanvändning och till pedagogers och bibliotekariers behov utifrån rådande mediesituation.

5. Organisering och styrning

I huvudsak har arbetet utförts inom avdelningen för Information och vägledning, med stöd av avdelningen för forskning och omvärldsanalys samt ansvarig handläggare för barnrättsperspektivet på myndigheten. En ansvarig projektledare arbetar på 50 procent med kampanjen och projektägare är verksamhetschefen för avdelningen Information och vägledning.

Tidigare rekryterade myndigheten externa resurser för en arbetsgrupp bestående av projekt- och produktionsledning då uppdragen var begränsade i tid. Resurserna utgjordes av tillfälligt tjänstledig personal från Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor (MUCF) på halvtid och två externa konsulter på deltid. Arbetet med No Hate Speech Movement har under samtliga uppdrag letts av avdelningen Information och vägledning. Personal har utbildats vid uppstartande Forumträff den 23 augusti, fortbildningsdag om rasism den 26 oktober samt vid fortbildning i grundläggande hbtq-kompetens den 30 november.

Ledningen har beslutsmandat vad gäller budgetfrågor och genomförande av projektsatsningar medan projektledning står för utförande av kreativa idéer och genomförande av projekt. Projekten kommer som direkta uppdrag från ledningsgruppen. Under hösten 2017 tog projektledningen fram en mer långsiktig projektplan för kampanjen No Hate Speech Movement, vilken godkändes av ledningen. Avrapportering till ledningen görs kontinuerligt av verksamhetschef under möten för ledningsgruppen. Avrapportering görs även under återkommande möten för samtliga avdelningar på myndigheten.

6. Målgrupper

Den primära målgruppen är barn och unga upp till 25 år, men kommunikationen sker genom den sekundära målgruppen: vuxna i barns och ungas närhet såsom pedagoger, bibliotekarier och föräldrar.

7. Aktiviteter

Enligt huvudspåren ovan har följande aktiviteter skett inom ramen för No Hate Speech Movement:

Göra utåtriktade kampanjinsatser riktade mot målgrupperna pedagoger och andra nära barn-professionella, föräldrar och unga

No hate-dagen

Under No hate-dagen den 4 november publicerade myndigheten en film på Facebook och Twitter. Filmen var en av flera som spelades in under YouTube-eventet Tubecon och utgörs av intervjuer med influencers på temat: *Hur kan man bemöta näthat?* På Facebook publicerades även ett inlägg med en länk till sidan *Elevmaterial om näthat*. Syftet med kommunikationen denna dag var att rikta direkt uppmärksamhet mot kampanjen No Hate Speech Movement. Denna typ av riktad kommunikation skiljer sig från myndighetens övriga kommunikationsarbete där fokus främst ligger på att lansera material och information till målgruppen. Se mer om detta under rubriken *Kommunikationsarbete*.

Safer Internet Day

Under Safer Internet Day den 6 februari 2018 uppmärksammade myndigheten No Hate Speech Movement och kampanjens satsning på frågor rörande förebyggande arbete mot sexism genom att tipsa om information och lärarhandledningar på Facebook och Twitter. Syftet var att arbeta för ett tryggare internet för barn och unga. Efter samverkan mellan myndigheten och organisationen Surfa lugnt fick No Hate Speech Movements material en större spridning via Surfa lugnts webbplats och nyhetsbrev. Nyhetsbrevet, som riktar sig till lärare och skolpersonal, gick ut till 466 mottagare. Webbnyheten gick ut till 488 mottagare.

Filmer i samband med skollov

Under 2017 togs ett antal kortfilmer fram i samband med loven. Syftet var att synliggöra ämnen rörande näthat även när barn och unga var lediga från skolans förebyggande arbete samt att rikta direkt uppmärksamhet mot kampanjen No Hate Speech Movement. Aktiviteterna kommunicerades i huvudsak i sociala medier.

- Alla hjärtans dag: En film med tydligt No hate-budskap publicerades i samband med Alla hjärtans dag den 14 februari.
- Sommarlov: En film med tydligt No hate-budskap publicerades under sommarlovet.
- Jul: En film från 2016 med tydligt No hate-budskap återanvändes i december.

Julkalender på sociala medier

Mellan den 1-24 december gjordes dagliga inlägg i sociala medier baserade på utvalda delar av myndighetens arbete. Avsikten var främst att skapa en repriseringsyta för material att kommuniceras ytterligare, fyllde ett behov hos målgruppen eller framstod som okända delar av verksamheten. Det gav även en återkommande närvaro på daglig basis, med förhoppning om att skapa intresse och förväntan inför kommande inlägg, ett starkare band mellan följare och myndighetens sidor samt en större följarskara. Arbetsmetoden innehöll följande logik: Alla Facebookanvändare som gillar Statens medieråds inlägg bjuds in att gilla myndighetens sida med konsekvensen att följarsantalet stiger.

Statens medieråd

Externt arbete

För att öka kännedomen om det material som ryms inom No Hate Speech Movement har myndigheten under året deltagit i mässor, föreläsningar, seminarier, skolbesök och andra publika evenemang. Under Bokmässan uppmärksammades exempelvis *Ordet är fritt* med hela åtta seminarier. Serieboken var även föremål för diskussion under Statens medieråds och förlaget Kartagos workshops med elever i Oxievångsskolan och Rosengårdsskolan i Malmö under hösten. Under Almedalen 2017 anordnade Statens medieråd och Attention Hisingen-Kungälv/Nätboll *Kränkningar på nätet. Vilket ansvar har skolan för elever med ADHD/AST?*, ett seminarium på Barnrättstorget. Med ambitionen att arbeta för regional spridning av information välkomnades följande statistik: ”Ökningen av sidföljare på Facebook under 2017 skedde framförallt i områden utanför Stockholm. Endast 26 % av sidföljarna kom från Stockholm. Resterande var jämt fördelat mellan andra storstadsregioner samt småorter i hela Sverige”.

Utveckla, sprida och lansera befintligt material utifrån målgruppens behov

Propaganda och bilders makt

Under 2016 tog myndigheten fram ett omfattande bildpedagogiskt material i samverkan med Konstfack och Forum för levande historia med avsikt att öka kunskapen om stereotypa bilder, propaganda och åsiktsbubblor. Detta resulterade i det demokratistärkande materialet *Propaganda och bilders makt*, som lanserades i januari 2017. Lanseringen fick ett stort genomslag i både sociala medier och traditionell media. Materialet har därefter kommunicerats vid ett flertal tillfällen under 2017 och presenterats i olika föreläsningssammanhang, bland annat under en turné med Forum för levande historia.

Myndigheten valde att sätta extra fokus på propaganda genom bilder i syfte att stärka ungas kritiska förhållningssätt till budskap de möter i sociala medier. I *Propaganda och bilders makt* är bilden ett verktyg för att väcka känslor, skapa identifikation, väcka sympatier och mana till handling. Verktöget bidrog även till att MIK-arbetet på myndigheten kompletterades med en ytterligare dimension. Se slutredovisning av No Hate Speech Movement (Ku2015/01869/D).

Hjälp på nätet – juristens bästa råd

Under slutet av 2016 tog myndigheten även fram videopoddar om juridik i samarbete med juridikprofessor Mårten Schultz och föreningen Datorn i Utbildningen (DiU). Resultatet blev ljudpodden *Hjälp på nätet – juristens bästa råd* och tio korta voddar med syfte att både komplettera befintligt material om juridik och att knyta kunskapen om juridik gällande hat, hot och kränkningar på nätet närmare barns och ungas vardag. Podden och voddarna publicerades på myndighetens webbplats i december 2016 och lanserades på Facebook via textade trailers under våren 2017. Se även slutredovisning av No Hate Speech Movement (Ku2015/01869/D).

Producera nytt material utifrån uppdraget samt till se till att kampanjen når barn och unga med kognitiva och intellektuella funktionsnedsättningar

Falsa nyheter och konspirationsteorier

Under ledning av journalisten och författaren Lisa Bjurwald diskuteras falska nyheter och konspirationsteorier av Maria-Pia Cabero från Rättviseförmedlingen och Marcin de Kaminski från Sida. Konkreta exempel på mytbildningar varvas med tips till pedagoger och föräldrar om hur man kan bemöta konspirationsteorier. Podden kommer att lanseras under Källkritikens dag den 13 mars tillsammans med en interaktiv övning för unga gällande konspirationsteorier.

Tubecon

I början av sommaren arrangerade myndigheten ett seminarium om nätrelaterade frågor på YouTube-eventet Tubecon. Panelen utgjordes av influencers, vilka även djupintervjuades med avsikt att identifiera strategier kring nätrelaterade frågor som kan verka stärkande för den yngre målgruppen. Seminariet resulterade i ett flertal filmer och en podd. Djupintervjuerna paketerades som korta temafilmer för sociala medier under följande rubriker: *Reklam i egna kanaler, Trygg på nätet, Schysst på nätet, Upphovsrätt, Så kan skolan jobba med internet, Så kan du bemöta näthat, Så kan du jobba med källkritik*. Materialet från Tubecon kommer lanseras ytterligare under 2018.

En viktig del av uppdraget No Hate Speech Movement är att följa utvecklingen av kommunikationen i sociala medier, att vara uppdaterad kring vilka kanaler som används och vilka röster som är tongivande. Detta möjliggjordes och realiserades under Tubecon, med en relevant kunskapsinhämtning. Myndigheten samlade in värdefull information om hur unga talar till unga, vilka ämnen som trender och vilka kunskapsluckor som existerar. Myndigheten fick även chans att utbilda barn och unga genom tips och råd om hur man kan agera mot näthat, något som var av stor vikt. Målgruppen barn och unga är vanligtvis svår att nå.

Ordet är fritt

Myndigheten har tagit fram en storpocketbok i serieform, *Ordet är fritt*, i samarbete med bokförlaget Kartago. Boken skildrar näthat och sexism med hjälp av humor och allvar. Till boken finns en lärarhandledning som togs fram i slutet av året.

Ordet är fritt publicerades för nedladdning i PDF-form på Statens medieråds webbplats. Vid lanseringen i augusti gjordes ett pressutskick, animerade kortfilmer publicerades i sponsrade inlägg på sociala medier och 220 fysiska exemplar av serieboken skickades ut. Det analoga utskicket gick till mediecentraler, pedagoger – i framkant gällande lärande och digitalisering – kopplade till Datorn i utbildningen (DiU) och bibliotekarier samt till föreningen Film o mediepedagogiks (FOMP) medlemmar. Utskicket fortlöper under 2018, med fokus på bibliotekarier som mottagare. Materialet har fått ett mycket bra mottagande av målgruppen, som i stor utsträckning laddat ned boken, tipsat varandra, delat och kommenterat på sociala medier.

Statens medieråd

Det nya skolmaterialet syftar till att stimulera samtal och ifrågasättande kring sexism, normer och könsroller. Satsningen gjordes med förhoppning om att stärka barn och unga, öka medvetenheten och ge dem verktyg att hantera och motverka näthat. Materialet var även tänkt att stärka barns och ungas förmåga att använda sin yttrandefrihet och respektera mänskliga rättigheter och jämställdhet samt bidra till kritiskt tänkande vid användning av medier.

Könsnormer i bildspråket

Myndigheten har tagit fram ett omfattande pedagogiskt material med titeln *Könsnormer i bildspråket*. Verktøget är en fortsättning på *Propaganda och bilders makt* och väckte stor uppmärksamhet vid lansering. Nyheten om *Könsnormer i bildspråket* var den mest lästa nyheten på webbplatsen under 2017, trots att den inte publicerades förrän i december. Verktøget har under arbetes gång testats i skolmiljö för att fånga in synpunkter från elever.

Detta material har stark koppling till yttrandefrihet, ska verka demokratistärkande och har fokus på jämställdhet och bild som visuellt berättande medium. Syftet med materialet är att det ska bidra till att förebygga sexism inom ramen för No Hate Speech Movement genom att stärka barn och ungas medie- och informationskunnighet. Målet med verktøget är att eleverna ska öka förståelsen för hur snäva könsnormer kan begränsa oss alla som individer och hur dessa i förlängningen även kan påverka vilka röster vi tar på allvar i samhället.

Inte okej – stöd till dig som vill motverka näthat

I samarbete med Barn-, ungdoms- och familjedirektoratet (Bufdir) och Nordiska ministerrådet har myndigheten tagit fram en broschyr bestående av information, stöd och råd till alla barn och unga som vill motverka näthat, utsätts för näthat eller ser någon annan utsättas. Här listas de vanligaste brotten som utgörs av näthat och ges exempel på vad som är olagligt på nätet. Med broschyren kunde myndigheten uppdatera inaktuella råd till målgruppen samt informera om aktuella lagar. Skriften publicerades på myndighetens webbplats i februari 2018 för att lanseras under våren. Broschyren kommer spridas till aktörer inom skolverksamhet, till bibliotek och ungdomsverksamhet. Samtliga hjälp- och stödinstitanser som nämns i broschyren kommer informeras om möjligheten att sprida den i egna kanaler. Samverkan med dessa aktörer har varit betydande för utfallet.

Nätkoll – Koll på nätet

Riksförbundet Attention och projektet Nätkoll har i samarbete med myndigheten tagit fram ett webbaserat verktyg med titeln *Koll på nätet* med tillhörande lärarhandledning. Detta verktyg är främst riktat till de med kognitiva svårigheter och ska verka stärkande i att förebygga kränkningar på nätet. Det ska lära ut om risker och möjligheter, rättigheter och utmaningar i den digitala världen. *Koll på nätet* lanserades i samband med en konferens i januari och kommer kommuniceras ytterligare under 2018. Projektet har i lyft in ovärderlig kunskap i No Hate Speech Movement samt bidragit till ett brett

kontaktnät av experter inom området. Dessa har i sin tur bidragit med expertis under lanseringen av *Koll på nätet*.

8. Övergripande syfte aktiviteter och arbetsmodell

Utöver tidigare angivna syften under de olika aktiviteternas titlar finns övergripande ambition gällande samtliga punkter: *I enlighet med uppdraget bidra till en ökad kunskap om rasism och liknande former av fientlighet på internet bland barn och unga.*

Därutöver ligger fokus på att stimulera till kritiskt tänkande vid användning av medier samt arbetet med att stärka barns och ungas förmåga att använda sin yttrandefrihet och respektera mänskliga rättigheter och jämställdhet. Syftet har även varit att arbeta med framtagna målsättning; sexism som övergripande tema relaterat till genomförd behovsanalys. Detta kan ge barn och unga en grund att stå på i diskussionen om genus; hur sexualitet kan uttryckas och tolkas på olika sätt beroende på vem som är avsändare och betraktare.

Myndigheten bedriver arbetet med kampanjen enligt följande modell: Idé – behovsanalys – omvärldsbevakning – research – konceptframställning – beställning – utförande – korrigerande – publicering – lansering – uppföljning.

I augusti 2016 skrev myndigheten ett långsiktigt ramavtal med Intellecta Corporate kommunikationsbyrå, som därefter medverkat i det löpande produktionsarbetet.

9. Kommunikationsarbete

Under denna första del av uppdragets period har kommunikationsarbetet främst bedrivits i organiska kanaler som sociala nätverk och mediala plattformar. Arbetet har varit inriktat mot ett fördjupat och kostnadseffektivt förhållningssätt. Istället för att lägga resurser på att driva kampanjen utifrån No Hate Speech Movement som varumärke har fokus legat på att arbeta mer långsiktigt genom att ta fram fördjupande material. Målsättningen är att effekten ska kunna mätas under en längre tid. Enligt myndighetens aktuella analys tar det tid för målgruppen att hitta materialet och börja använda det. När så väl har skett används det länge. För att få en mer långsiktig effekt med fler återkommande användare är det nödvändigt att verka preciserat kring målgruppens behov. Direktkontakt med målgruppen både i och utanför sociala medier är högt prioriterat och givande för det fortsatta arbetet.

Digital spridning

Utöver den analoga spridningen som sker via externt arbete inom ramarna för publika evenemang (se ovan) kommuniceras samtliga projekt som ingår i No Hate Speech Movement på Statens medieråds hemsida och i myndighetens sociala kanaler. I dagsläget är Facebook och Twitter huvudsakliga distribueringsvägar och direktkanaler till målgruppen.

TWITTER <https://twitter.com/statensmedierad>
 FACEBOOK www.facebook.com/medieradet/

Med avsikt att driva trafik till Statens medieråds webbplats publiceras i största mån Facebookinlägg och tweets som antingen länkar till webbplatsens huvudsida eller dess undersidor. Myndigheten satsar medvetet på att publicera kvalitativt material i form av filmer och stillbilder utan uppmanande texter om att dela, retweeta eller gilla. Vissa inlägg på Facebook sponsras, alltid noga avvägt vad gäller för- och nackdelar. Syftet med att kommunicera i sociala medier är att ge målgruppen *vuxna i ungas närhet* kännedom om de verktyg och det material som myndigheten erbjuder. Arbetet har konsekvent genomförts med tydlig målsättning; öka antalet följare samt öka antalet delningar. I arbetet ingår att följa myndighetens lanserings- och publiceringsplan för framtaget material.

På Twitter retweetas och gillas material från Statens medieråd främst av privatpersoner verksamma inom skol- och biblioteksverksamhet, vilket speglar majoriteten av myndighetens följare. Även organisationer, förbund och föreningar sprider och tar del av tweets i stor utsträckning. På Facebook delas och gillas inläggen i huvudsak av privatpersoner med koppling till pedagogisk verksamhet. Se statistik i bilaga 1.

Medial uppmärksamhet

Propaganda och bilders makt uppmärksammades främst under 2017 års tre första månader. Det skedde nästan uteslutande i nyhetsartiklar, bland annat publicerade i Aftonbladet, Lärarnas tidning, Göteborgs-Posten och Svenska Dagbladet. Andra exempel på tryckt media är en kampanjannons i tidningen Piraya, som riktar sig till gymnasieelever, samt två artiklar om No Hate Speech Movement i Framtidens karriär för blivande gymnasielärare och grundskolelärare och i nyhetsbrev med utskick till 30 000 invånare från Härryda kommun.

10. Kartläggningar

Mer, oftare och längre tid. Så gör barn och unga med NPF på nätet

I Statens medieråd rapport *Ungar & medier 2017* framkommer att gruppen unga med funktionsnedsättning är mer utsatta på nätet. Unga med funktionsnedsättning svarar i högre utsträckning att någon har varit elak eller mobbat dem (23 %) jämfört med genomsnittet (11 %). Detsamma gäller hot (10 %) jämfört med genomsnittet (5 %). Även Attentions rapport från 2016, *Mer, oftare och längre tid. Så gör barn och unga med NPF på nätet*, visade att barn med neuropsykiatriska funktionsnedsättningar (NPF) oftare råkar ut för hot, mobbning och sexuella närmanden än andra barn. Men datorer och internet ger också många barn med NPF positiva upplevelser, exempelvis nya vänner.

Statens medieråd

Propaganda och bilders makt

Myndighetens agila förhållningssätt till kampanjarbetet kan exemplifieras genom satsningen på *Könsnormer i bildspråket*. Under arbetet med *Propaganda och bilders makt* synliggjordes närliggande delar som behövde täckas in. Behovet av ett material om könsstereotypa normer framkom, vilket föranledde tillblivelsen av *Könsnormer i bildspråket*.

Till det fria ordets försvar

Efter att ett flertal rapporter visade att landets journalister tvingades utstå hat och trakasserier antog regeringen under sommaren 2017 den handlingsplan man arbetat med sedan ett år tillbaka: *Till det fria ordets försvar*. Med handlingsplanen vill regeringen stärka arbetet med att förebygga och hantera hot och hat mot journalister, politiskt förtroendevalda och konstnärer; aktörer som är särskilt utsatta i det demokratiska samtalet. För att stärka den demokratiska processen och förbättra skyddet mot hatbrott valde Statens myndighet att ta fram *Ordet är fritt* och *Könsnormer i bildspråket*.

Ny kartläggning

I övrigt hänvisar myndigheten till Statens medieråds uppdrag att kartlägga skyddet av barn och unga på internet vad avser rasism, liknande former av fientlighet, hatbrott och extremism (Ku2016/01671/DISK). Detta uppdrag kommer vara centralt att följa upp inom No Hate Speech Movement.

Framtida kartläggningar

Vad gäller kommande period så avser myndigheten genomföra en större undersökning kring kännedomen om No Hate Speech Movement i landets skolor, detta för att kunna sätta både kvalitativa och kvantitativa mål. Förstudier bör dessutom göras inför ett inplanerat projekt med titeln *Nätfadder* samt inför ett nytt metodmaterial om konspirationsteorier.

11. Mål

Målsättning

Gällande framtagandet av myndighetens material inom No Hate Speech Movement är målsättningen att målgruppen ska gilla, dela och återvända. Andelen som följer, laddar ner, rekommenderar och besöker hemsidan och sociala medier ska öka men också stanna kvar. Målgruppen ska informeras, utbildas och engageras.

Målsättningen förväntas uppnås genom en konvertering av hemsidan och kontinuerligt utlagda kvalitativa inlägg på sociala medier. Myndigheten kan utläsa effekten av insatser och prioriteringar genom följande:

- Nollmätning som följs upp på årsbasis.
- Antal nedladdningar på myndighetens webbplats.
- Statistik gällande mediegenomslag.

Statens medieråd

- Statistik från sociala mediekanaler med fokus på räckvidd, engagemang och analys av vilka inlägg som drivit engagemang.

Effektmål

Målgruppen får kännedom om materialet och blir därmed mer medvetna i sin medieanvändning. Därigenom blir de också skyddade från skadlig mediepåverkan.

Barn och unga får ökad kännedom om rasism och liknande former av fientlighet på nätet. Barn och unga blir medvetna medieanvändare - stärkta men inte ensamma.

12. Uppföljning och utvärdering

Analys av statistik

I den uppföljning av tidigare nollmätning som togs fram av Kantar Sifo under januari 2018 ger svaren en positiv bild av No Hate Speech Movement: ”*Det bästa är att det är så konkret*”, ”*Positivt att det finns genomarbetat material att tillgå*”. Här framkommer i korthet att kännedomen om No Hate Speech Movement inte har ökat. Trots att en ökande andel pedagoger, drygt 60 procent, avser arbeta med näthat månatligen eller terminsvis, är det lika stor andel som inte alls känner till kampanjen. Däremot skulle en stor majoritet av de som känner till No Hate Speech Movement rekommendera myndighetens material. En trolig orsak till denna utveckling är myndighetens medvetna satsning på kommunikationen av specifika materialtitlar framför varumärket No Hate Speech Movement. Målgruppen är möjligen förtrogen med de olika verktygens titlar men inte med kopplingen till kampanjen.

Analys av målgruppens mottagande

Kommunikationsstrategin under 2017 har sammanfattningsvis resulterat i ett ökande engagemang i sociala medier där målgruppen, med tonvikt på pedagoger, kontinuerligt tipsat varandra om befintligt material. Genom en regelbunden publicering på Facebook av både organiska och annonserade inlägg ökade Statens medieråds sidföljare med 62 %. Majoriteten av de som nås genom kanalen är kvinnor (77 %) mellan 35 och 54 år. Ett exempel hämtat från dagspressen är de 62 artiklar som innefattade regelrätta recensioner av *Ordet är fritt*. En övervägande del av dessa var direkt positiva eller mestadels positiva till publikationen (63 %). Se mer statistik i bilaga 1.

En analys av målgruppens mottagande visar att ämnen som könsnormer och sexism mött stor efterfrågan. Både *Könsnormer i bildspråket* och *Ordet är fritt* lanserades under tiden för Metoo-kampanjen, vilket bidrog till ämnesfrågornas stegrande aktualitet. Den primära målgruppen vuxna i barns och ungas närhet har delat, gillat och spridit verktygen i stor utsträckning. Facebookinlägg om *Könsnormer i bildspråket* har exempelvis delats av Mediatek Sundsvall och Mediacenter Jönköpings län medan *Ordet är fritt* delats av FN-rörelsen i Norrbotten och Pedagog Varberg.

Statens medieråd

Efter lanseringen av serieboken *Ordet är fritt* uppstod ett stort engagemang inom målgruppen. På Facebook tipsade pedagoger varandra om boken, vilket följde samma mönster som vid tidigare lanseringar. Nytt var dock att användare på eget bevåg skapade en egen lärarhandelning till boken.

Arbete mot rasism

Genom att erbjuda målgruppen djuplodande information och unikt arbetsmaterial i rätt kanaler har myndigheten bidragit till det övergripande målet för regeringens plan; *ett strategiskt, effektivt och samlat arbete mot rasism, liknande former av fientlighet och hatbrott i Sverige*. För att kunna tillgodose målgruppen krävs en trovärdig aktör utan kommersiella intressen och syften. Med expertmyndigheten Statens medieråd som plattform kan No Hate Speech Movement smidigt arbeta mot aktuella behov utifrån rådande samhällsutveckling. Statens medieråds agila arbete med att identifiera och fylla kunskapsluckor hos målgruppen, stärkt av expertis inom myndigheten, gör No Hate Speech Movement unik som kampanj.

I arbetet med Tubecon låg fokus på att föra fram olika röster och åsikter. Genom att låta företrädare för vitt skilda strömningar i samhället komma till tals visade det sammantagna materialet på bredd och öppenhet direkt riktad till både barn, unga och vuxna. Vad gäller verktyget *Könsnormer i bildspråket* var förhoppningen att öka kunskapen om normer kring kön. Därmed kan förståelsen för olikheter växa sig större.

Social hållbarhet

I myndighetens instruktion och uppdrag ligger fokus på att stärka och skydda barn och unga i deras medievardag. Tillsammans med kampanjens syfte kan detta i sin tur bidra till ett socialt hållbart samhälle. Enligt Folkhälsomyndigheten är ett socialt hållbart samhälle anpassningsbart och förändringsbenäget, jämställt och jämlikt. Hög tolerans och människors lika värde står i centrum, vilket kräver att människor känner förtroende för varandra och är delaktiga i samhällsutvecklingen. Social hållbarhet är av avgörande betydelse för det demokratiska samhället.

Framgångsfaktorer

Följande fem faktorer har varit avgörande för kampanjens framgång:

- Målgruppen är engagerad, brinner för frågorna och har hittat ett enkelt sätt att dela kampanjens material och information i sociala medier. I de allra flesta fall sker detta i mycket positiva ordalag.
- Det agila arbetssättet har gjort det möjligt att följa svängningar i samhällsklimatet. Exempelvis har lanseringar flyttats för att matcha målgruppens behov och intresse.
- Modet att satsa på provocativa ämnen och frågor. För att bryta igenom dagens brus måste man vara unik, kunnig och spetsig. Den beskrivningen passar både kampanj och myndighet.

Statens medieråd

- En lång kampanjperiod är fördelaktig genom sin kontinuitet; arbetsprocesser hinner utvecklas och effektiviseras och kontaktnät breda ut sig.
- Genom kampanjen utvecklar Statens medieråd en expertis som tjänar myndighetens huvuduppdrag. Beröringspunkterna mellan kampanjen och myndighetens övriga frågor är otaliga. För en expertmyndighet är detta en följdriktig utveckling.

Utmaningar

Medvetenheten om att människors möjligheter att delta i det demokratiska samtalet begränsas på grund av hot och hat samt hur detta i sin tur kan påverka opinionsbildningen. Vilka röster hör vi då? Vad händer med demokratin? Hur når man de som tystnat och slutat lyssna? Svaret blev skolmaterialet *Könsnormer i bildspråket*, där eleverna ska öka förståelsen för hur snäva könsnormer kan begränsa oss alla som individer och hur dessa i förlängningen även kan påverka vilka röster vi tar på allvar i samhället. Genom att ge unga kunskap och verktyg att analysera och kritiskt förhålla sig till bildbudskap stärks deras medie- och informationskunnighet. Målet är att bidra till att öka elevernas förståelse av bilden som uttrycksmedel och därigenom demaskera snäva könsnormer.

13. Samverkan

Svenska Institutet (SI) har i samarbete med Statens medieråd, Viralgranskaren och Internetstiftelsen tagit fram Fake ≠ fact, ett toolkit baserat på skolmaterialet *Propaganda och bilders makt*. Detta toolkit kommer att förmedlas till världens utlandsmyndigheter.

Myndigheten har även samarbetat med Riksförbundet Attention och projektet Nätkoll i syfte att ta fram *Koll på nätet*, ett webbmaterial som ska verka stärkande för gruppen med neuropsykiatriska funktionsnedsättningar.

Med avsikt att arbeta förebyggande mot främlingsfientlighet och rasism har myndigheten även samverkat med Forum för levande historia och Skolverket genom medverkan vid föreläsningsserien *Kunskap, öppen diskussion och aktiva insatser – så möter vi främlingsfientlighet och rasism i skolan*.

14. Kommande satsningar

Plan för 2018

Statens medieråd

- Fortsätta arbetet med att ta fram en självhjälpsguide gällande näthat med utvecklade råd till olika målgrupper; unga och vuxna i ungas närhet. Samarbetsprojekt med norska Bufdir och Nordiska ministerrådet.
- Utveckla en kanalstrategi för No Hate Speech Movement för tydligare målgruppsfokus och ökad användning av material kopplat till kampanjen. Målgrupp unga.
- Påbörja etapp ett vad gäller utveckling av en webbplats genom projekt *Nätfadder* tillsammans med samarbetsaktörer inom ramen för handlingsplanen mot rasism. *Nätfadder* är ett skolprojekt för låg-, mellan- och högstadiet samt gymnasiet. Projektet bygger på att äldre klasser ingår mentorskap för yngre och lär dessa bli medvetna mediananvändare. Till grund ligger lärarhandledningar med inslag som chattar, lektioner på YouTube, gemensamma studiedagar, tips och råd mellan klasser och gästspel från myndigheter och organisationer som arbetar med frågor kring näthat. Webbplatsen byggs gemensamt utifrån samverkan med relevanta aktörer och kommer att återfinnas och förvaltas av/på statensmedierad.se. Idén om att ta fram en webbsida under projekt *Nätfadder* kommer att vara unik i sitt slag. Detta arbete kommer dock kräva resurser i form av medel. Här finns därför en sårbarhet kring vad som reellt kan göras.
- Lansering av en webbsida i syfte att lyfta material från Tubecon. Webbplatsen är baserad på frågor relaterat till medieanvändning samt information om olika digitala medier som finns att tillgå. Målgrupp vuxna i barns och ungas närhet.
- Podd- och voddserie relaterat till nya regeringsuppdraget som ska verka kunskapsförhöjande. Målgrupp vuxna.
- Metodmaterial med fokus på bilder och konspirationsteorier med syfte att höja kunskapen om rasism.
- Behovet av juridisk kunskap om nätet är fortsatt stort och tenderar växa i takt med nya användare. Här kan myndigheten bruka sitt stärkarperspektiv i fler projekt kring barn och unga och juridik.

15. Bilagor

Bilaga 1. Statistik för No Hate Speech Movement 2017.