

## Medier filtrerar världen



Denna text är en del av Källkritik i en förändrad värld – ett kollegialt stödmaterial för undervisningsutveckling.

Texten är skriven av bild- och medieläraren Elin Jönsson inom ramen för ESF-projektet BLIVA – Behovsdrivet lärande med innovativa verktyg och arbetssätt.

Övriga delar av materialet samt filmer som relaterar till texten finns på webbplatsen Pedagog Stockholm:

[Källkritik i en förändrad värld | Pedagog Stockholm](#)



EUROPEISKA UNIONEN  
Europeiska socialfonden

**Utbildningsförvaltningen**  
Avdelningen för stöd kring lärande och  
elevhälsa, Medioteket

Trekantsvägen 3, Liljeholmen  
11743 Stockholm  
elin.s.jonsson@edu.stockholm.se

## Innehållsförteckning

<b>1. Introduktion .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Teknologi förändrar vår varseblivning .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Teknologi är inte neutrala redskap .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Skolan har alltid varit en mediemiljö.....</b>	<b>8</b>
<b>5. Innehållet är sant men uttrycksformen tar över.....</b>	<b>9</b>
4.1. Att göra sin röst hörd på sociala medier .....	9
4.2. Du eller sociala medier- vem äger agentskapet i förmedlandet av ett budskap?.....	12
4.3. Från källkritik till självkritik .....	13
<b>6. Ett metakognitivt förhållningssätt.....</b>	<b>14</b>
<b>6. Hyperverklighet .....</b>	<b>17</b>
<b>7. Slutdiskussion.....</b>	<b>20</b>
<b>MIK och skolbibliotek .....</b>	<b>22</b>
<b>KÄLLOR .....</b>	<b>22</b>
<b>Tips på Material .....</b>	<b>23</b>

## 1. Introduktion

Texten i den första individuella förberedelsen *Att tänka som en historiker* fokuserade på hur vi kan ha ett källkritiskt förhållningssätt till olika typer av källmaterial och budskap som vi möter. Denna text kommer backa ett steg bakåt och fokusera på mediemiljöer i stort.

Begreppet mediering kommer vara centralt, det vill säga hur information eller ett budskap förmedlas till oss. All information formges av en avsändare genom att denne bestämmer om informationen ska medieras till mottagarna via exempelvis en lärobok, ett Instagram-inlägg, en nyhetsartikel eller ett filmklipp. En förutsättning för detta är att avsändaren har tillgång till olika typer av redskap; en penna eller ett ordbehandlingsprogram för att skriva en text, en kamera och en mjukvara för redigering för att skapa en film eller en viss mjukvara för att kunna publicera budskap via ett socialt medium som exempelvis Tiktok och Twitter.

Denna text diskuterar hur ett holistiskt perspektiv på digitaliseringen kan hjälpa till att stärka den kritiska kompetensen. Det räcker inte med att kunna verifiera eller avfärda information som sann eller falsk utan vi behöver titta på informationen vi möter i relation till dess uttrycksform och den bakomliggande teknologin som möjliggjort uttrycksformen. Syftet med denna text är att väcka diskussioner om hur samtidens mediala miljöer förändrar våra sätt att varsebli vår omvärld och hur detta kan skapa glidningar mellan fiktion och fakta.

## 2. Teknologi förändrar vår varseblivning

Från att väckarklockan ringer på morgonen till att vi går och lägger oss använder vi olika redskap i vår vardag. Vi tittar på klockan för att hinna med tunnelbanan till jobbet. Under resan svarar vi på en väns sms och läser en artikel som en kollega delat på sociala medier. Vi skakar på huvudet åt en partiledares senaste tweet och skriver in en påminnelse om vår läkartid i almanackan. När vi kommer fram till jobbet kastar vi en blick på stegräknaren för att se hur många steg som registrerats.

Människan har genom alla tider uppfunnit redskap som hjälper henne att bearbeta och förhålla sig till sin omvärld. Roger Säljö, professor i pedagogisk psykologi, presenterar ett sociokulturellt perspektiv på mänskligt lärande och utveckling där termerna redskap och mediering är centrala (Säljö, 2014). Vi står

inte i direkt och otolkad kontakt med vår omvärld utan vi har redskap runtom oss som medierar verkligheten till oss. Säljö är tydlig med hur även ord och språkliga utsagor ska kallas redskap då de hjälper oss att förstå och vara i kontakt med omvärlden. Genom språket gör vi oss förstådda och kan även bygga upp intellektuella resonemang (Säljö, 2014).

Som lärare kan vi aldrig visa våra elever vattnets kretslopp som det ter sig i den fysiska verkligheten. Vi kan inte direkt och otolkat förmedla de händelser som ledde till inbördeskriget i Syrien, eller resa bakåt i tiden för att besöka ett historiskt ögonblick som anses avgörande. I stället får vi förlita oss på olika teknologiska redskap för att mediera ämnesinnehåll. Redskapen vi använder kan vara både fysiska ting och språkliga utsagor. Vi kan se detta som olika lager: använder du en bildpresentation (som PowerPoint) är datorn, mjukvaran och projektorn tre redskap. Men även Powerpointens innehåll i form av bilder och text blir en multimodal språklig utsaga som i sin tur är ett redskap som medierar verkligheten.



Både i en skolkontext och på vår fritid gör vi alltså våra erfarenheter med hjälp av medierande redskap. Samtidigt: när vi nyttjar redskapen och gör våra erfarenheter påverkar redskapen i sin tur oss - de förändrar våra sätt att varsebli vår omvärld. Här finns det en viktig växelverkan. Nya digitala redskap öppnar upp stora möjligheter men det blir också viktigt att begrunda på vilket sätt redskapen förändrar vår varseblivning. Detta blir särskilt intressant i en skolkontext. Vår undervisning är beroende av redskap och digitaliseringen har gjort att vi i allt högre grad använder oss av multimodala uttrycksformer där ord, bild och ljud samverkar. Hur förhåller vi oss kritiskt till dessa uttrycksformer? Hur förändrar de vår varseblivning och våra föreställningar om världen? Multimodala teckenvärldar kan vara symbolstarka och påverka oss på ett känslomässigt plan på ett sätt som det skrivna ordet inte alltid kan. Vi minns kanske inte förra veckans textbudskap som vi mött på sociala medier men en stark bild eller filmklipp kan etsa sig fast i minnet.

I rapporten *Svenskarna och internet (2021)* konstateras att 99 procent av barn och unga mellan 8–19 år använder internet och sju av tio i samma åldersspann följer streamare, influerare och youtubers. Den uttrycksform som dominerar i de yngre åldrarnas fritidsanvändning av internet är bildspråk av olika slag (Internetstiftelsen, 2021). Redskapen kamera och redigeringsprogram samt multimodala uttrycksformer där ord, bild och ljud samverkar har därmed en stor inverkan i ungas liv; både genom hur de unga medierar sig själva och genom hur omvärlden medieras genom teknologin. Som Säljö själv formulerar det: “Mediering innebär att vårt tänkande och våra föreställningsvärldar är framvuxna ur, och därmed färgade av, vår kultur och dess intellektuella och fysiska redskap” (Säljö, 2014, s. 81).

**Att fundera på:**

- Hur använder du redskap och olika uttrycksformer för att mediera och synliggöra kunskaper i ditt ämne?
- Hur har den teknologiska utvecklingen sett ut i ditt ämne? Vilka nya redskap har tillkommit? Vad har dessa nya redskap tillfört? Finns det redskap som du inte längre använder? Varför då? Har något gått förlorat här?
- Hur har olika redskap format och förändrat din undervisning och elevernas lärande? Vilka skillnader märker du i elevernas lärande när de använder olika typer av teknologiska redskap och uttrycksformer?

För dig som vill fördjupa dig i den multimodala uttrycksformen film: [Praktiskt filmarbete i undervisningen | Pedagog Stockholm](#)

### **3. Teknologi är inte neutrala redskap**

Medier av social karaktär har fått en allt större plats i allas våra liv och har medfört en hel del positiva aspekter. Sociala medier som teknologi har exempelvis förändrat hur vi bygger relationer. Vi kan enkelt hålla daglig kontakt med människor oavsett var de fysiskt bor på jorden, vi kan också lättare hålla kontakten med människor som ur ett tidsperspektiv tillhör vårt förflutna, såsom en gammal klasskamrat från lågstadiet. På sociala medier kan vi dessutom med några snabba klick publicera våra tankar, idéer och åsikter och nå en stor skara åhörare. Våra åsikter kan färdas långväga och är inte begränsade av tid och rum.

Sociala medier har på så sätt gjort det möjligt att mediera delar av oss själva, vi kan visa upp den bild av oss själva som vi vill att andra ska se. Vi kan jämföra det med att titta på världen genom en kikare; den som använder kikaren riktar sin blick och bestämmer

vad den vill hålla fokus på. Med hjälp av sociala medier kan vi i egenskap av avsändare rikta mottagarnas blickar och få dem att titta på oss så som vi vill bli sedda.



Här finns dock något motsägelsefullt. Sociala plattformar är inte neutrala platser och när vi nyttjar dem använder vi inte ett neutralt verktyg. Vi använder sociala medier utifrån skaparnas eller ägarnas premisser. Vilka bilder och vilket innehåll vi vill publicera kanske snarare handlar om hur tillverkarna styr oss genom exempelvis gränssnitt, tekniska funktioner och algoritmer. Vi ska titta närmare på vad det finns för grund för detta påstående.

Föreställ dig att du tar ett fotografi under en trevlig middag med hjälp av det teknologiska redskapet kamera. För att dela bilden med fler människor än dem vi har i vår fysiska närhet krävs ytterligare teknologiska redskap. Ett tidskrävande alternativ är att göra papperskopior av fotografiet och själv åka runt och sätta upp bilden på passande väggar. Ett betydligt effektivare och mindre tidskrävande sätt är att publicera fotografiet på sociala medier. Genom att göra så har en medieringskedja skapats i flera led. Med ett redskap som kameran kan du kommunicera med uttrycksformen fotografi. Genom att publicera fotografiet har du använt ytterligare teknologi i form av hårdvara (dator/mobiltelefon) och mjukvara (det sociala mediet). Sociala medier går dessutom att se som en uttrycksform i sig genom de premisser du tillåts att uttrycka dig genom i detta forum. Din kommunikation i det här fallet har alltså processats genom många led innan du når ut till dina mottagare. Hur stor kontroll har du över vad mottagarna möter i slutänden? Låt oss ta Twitter som ett exempel:



**Elin Jönsson** ✓  
@elsojo1

På Twitter kan vi skapa ett konto och en profil med namn och bild. Mjukvaran erbjuder därefter en uttrycksform där vi kan uttrycka oss genom högst 280 tecken av bokstäver och symboler, dessa tecken kan kompletteras med bilder eller videoklipp med maxlängd 140 sekunder. Utifrån dessa ramar kan vi formulera ett budskap!!

11.52 PM - 02 Feb 2020

RETWEETS 8,789 LIKES 34,836

Uttrycksformen tweet genererar korta textbudskap. Ibland anklagas Twitter för att förenkla resonemang och för att polarisera människor. En anledning är att de 280 tecknen inte tillåter långa tankegångar, med det finns även en annan anledning som gör sociala medier till en mycket specifik miljö: följarna. Utan människor som dagligen engagerar sig är teknologin endast ett tomt skal, en skugga av sin potential. Med andra ord, ju fler människor som använder en social plattform, desto mer användbar blir plattformen för varje användare (Tufekci, 2017). Om en användare publicerar ett budskap gör denne det under förutsättningen att andra ska läsa budskapet, helst även dela vidare. Denna premiss med reaktion och motreaktion byggs på så sätt in i Twitter som teknologi och uttrycksform; vi väljer att formulera oss för att skapa reaktioner hos våra följare.

Företag likt Twitter är idag tydliga med att de samlar in data från sina användare, exakt vad de använder vår data till är däremot inte lika transparent. Det vi vet är att teknologiska redskap som Twitter har stort inflytande genom att de exempelvis kontrollerar användarupplevelsen via sin makt att avgöra vems röst som ska höras högst och vems röst som ska tystas. Denna makt utövas genom att göra policyförändringar och förändra algoritmerna. Samtidigt används andra sorters algoritmer att locka användarna till att vilja fortsätta vara en del av Twitters nätverk (Tufekci, 2017). På så sätt uppstår ett symbiotiskt förhållande mellan det teknologiska redskapets och dess användare; samtalen och kommunikationen som pågår i Twitters nätverk är i hög grad formad av Twitters ägare.

När vi publicerar ett budskap lyder det under det sociala mediets tekniska och språkliga premisser. Verbaltexten i kombination av bild eller videoklipp, nätverket av följare med sina reaktioner och motreaktioner, algoritmernas påverkan och maktaspekten från ägaren av plattformen gör att Twitter som redskap och uttrycksform processar fram ett innehåll av språkliga konventioner, normer och förväntningar där vi behöver problematisera vilken slags verklighet som egentligen medieras i slutändan och hur vi som användare i vår tur påverkas av detta.



Genom att kontinuerligt använda oss av Twitter som teknologiskt redskap gör vi erfarenheter som förändrar vår varseblivning och sättet vi skapar mening av vår omvärld. Twitter kan alltså ge oss ett filter kring vår varseblivning som påverkar hur vi tänker och hur vi handlar. Vilket leder oss tillbaka till påståendet längre upp; vilka bilder och vilket innehåll vi vill publicera kanske snarare handlar om hur tillverkarna styr oss genom exempelvis gränssnitt, tekniska funktioner och algoritmer. Vilket handlingsutrymme, eller vilken agens, har vi som människor när vi använder sociala medier? Och vilken agens har det teknologiska redskapet?

#### **4. Skolan har alltid varit en mediemiljö**

Det är lätt att föreställa sig att den mediala världen och samhällets snabba digitala utveckling pågår “därute” och att vi bör hinna i kapp den för att försöka förstå. Skolan har dock alltid varit en mediemiljö och våra skolämnen har utvecklats i relation till teknologi. Vi använder teknologier som medierande redskap varje dag. Det är allt vi har runtomkring oss i klassrummet från den analoga pennan till den digitala projektorn.

Ett sätt att utveckla ett kritiskt förhållningssätt till teknologiska redskap är att se sig om i det egna klassrummet; genom att jämföra dåtid med nutid kan teknologins påverkan på våra föreställningar om världen, lärande och pedagogik synliggöras. Om vi blickar bakåt och sätter vår nuvarande teknologi i ett historiskt perspektiv kan vi dra paralleller och utkristallisera skillnader i medieringens betydelser och hur vårt meningsskapande förändras i relation till det (Forsler, 2020). På så sätt tränar vi det viktiga metaperspektiv som digitala miljöer idag kräver av oss användare om vi vill upprätthålla ett kritiskt, analyserande förhållningssätt till kommunikation och meningsskapande. Med andra ord, vi kan göra intressanta upptäckter om vi riktar uppmärksamheten mot de teknologiska förändringar som skett inom ramen för våra egna ämnen. Vi kan dra lärdomar av att reflektera kring vilka anpassningar vi har varit tvungna att göra i vår egen undervisning och hur detta i sin tur kan ha påverkat elevernas förståelse och lärande. Denna typ av reflektioner kan vara användbara när vi förhåller oss till samtidens mediala landskap.

##### **Att fundera på:**

- Om vi utgår från tanken om att inga redskap är neutrala; vilken påverkan kan de redskap och uttrycksformer du använder ha på elevernas varseblivning och lärande?
- För dig som arbetat med distansundervisning; Hur har exempelvis Teams (eller motsvarande) olika funktioner



påverkat hur du kan bedriva din undervisning och elevernas kunskapande? Vilka anpassningar har du varit tvungen att göra? Vilka normer för kommunikation har utvecklats i samklang med mjukvaran?

- Majoriteten av våra elever konsumerar (och producerar) dagligen rörliga bilder. Vilka ord och begrepp kan du/eleverna för att kunna prata om rörliga bilder? (jämför med ord/begrepp för att kunna prata om verbalspråk?)
- Vilken konsekvens kan det få för den källkritiska förmågan om vi saknar ord och begrepp för att diskutera och analysera uttrycksformer där ord, ljud och bild samverkar?

## **5. Innehållet är sant men uttrycksformen tar över**

Under förra rubriken konstaterade vi att teknologiska redskap inte är neutrala - de är i högsta grad med och påverkar våra budskap till både innehåll och uttrycksform. I detta stycke ska vi fördjupa oss i hur information (innehåll) kan vara faktamässigt verifierbart men hur teknologiska redskap gör att uttrycksformerna får tolkningsföreträde. I en intervju med Göteborgsposten den 8:e juni, 2019 uttryckte filosofen och författaren Åsa Wikforss följande:

“Man kan berätta en hel berättelse där varje sak man säger är sann, men det man kommunicerar är falskt”.

Wikforss syftar i citatet på språkfilosofins roll i att avtäcka desinformation men i detta sammanhang används resonemangen för att reflektera över hur innehållet i ett budskap kan vara sanningsenligt men uttrycksformen kan forma budskapet i så pass hög grad att det som kommuniceras blir missvisande. Uppmärksammar vi inte uttrycksformen, eller med andra ord hur innehållet medieras, kan vi därmed bli styrda i vår perception på ett omedvetet plan.

### **4.1. Att göra sin röst hörd på sociala medier**

Låt oss resonera utifrån Wikforss citat med hjälp av ett fiktivt exempel där två olika personer delar samma nyhet men medierar den utifrån motsatta ståndpunkter.

En kvinna vid namn Jane ser en nyhetsartikel i en dagstidning. Artikeln beskriver ett mord som skett och artikeln bekräftar en känsla som hon har, det vill säga känslan av att våldet i samhället ökar. Jane bestämmer sig för att dela artikeln på Facebook och tar en skärmdump av artikeln.

Skärmdumpen visar en stillbild på en polisbil bakom en avspärningstejp (vi ser dessutom en playknapp och texten “28 sek” som indikerar att stillbilden egentligen är ett videoklipp). Skärmdumpen visar också datum för tidningsartikelns publicering samt artikelns rubrik och ingress.



Under måndagskvällen sköts en man till döds i Malmö. Foto: Anders Magnusson

### Ung man misstänks för mord efter skjutning i Malmö

UPPDATERAD 5 DECEMBER 2019 PUBLICERAD 2 DECEMBER 2019

Under måndagskvällen avled en man i 25-årsåldern efter en skottlossning på Professorsgatan i Malmö. På onsdagsförmiddagen

Jane har en annan skärmdump sparad i sin telefon som visar ett diagram. Diagrammet gestaltar statistik från en undersökning där resultatet visar att en ökad mängd människor i Sverige dör av skjutningar. Jane loggar in på Facebook och infogar de båda skärmdumparna i ett inlägg. Innan Jane trycker på publicera så kompletterar hon skärmdumparna med ett eget textbudskap. Texten beskriver de känslor hon själv känner i förhållande till nyhetsartikeln och diagrammet. För att understryka känslorna lägger hon till tre likadana bildsymboler. Bildsymbolen (emoji) föreställer ett orangerött stiliserat ansikte med rynkade ögonbryn och nedåtvänd mun och kan tolkas som känslan “arg”.

Jane Doe  
2 h · 🌐

Man vågar knappt gå ut längre. Varför gör regeringen inget???? 🤔 🤔 🤔



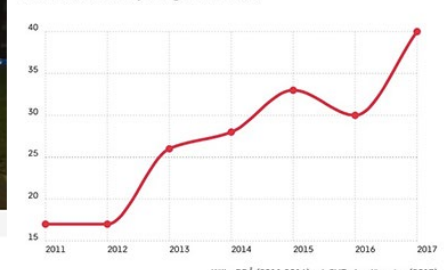
Under måndagskvällen sköts en man till döds i Malmö. Foto: Anders Magnusson

### Ung man misstänks för mord efter skjutning i Malmö

UPPDATERAD 5 DECEMBER 2019 PUBLICERAD 2 DECEMBER 2019

Under måndagskvällen avled en man i 25-årsåldern efter en skottlossning på Professorsgatan i Malmö. På onsdagsförmiddagen

Personer dödade i skjutningar 2011-2017



Källa: BRÅ (2011-2016) och SVTs kartläggning (2017)

Antalet personer som dött till följd av skjutningar har mer än fördubblats sedan Brottsförebyggande rådet började föra sin statistik år 2011. Då

Skärmdumparna av artikeln och den statistiska kurvan som Jane publicerar kan argumenteras för att vara faktamässigt verifierbara; genom att göra källkritiska undersökningar går det att verifiera innehållet. Vårt fokus i detta fiktiva exempel ligger på ett annat plan som vi strax ska göra klarhet i.

Låt oss säga att en annan person möter samma artikel i samma dagstidning, vi kallar honom John. Även John blir upprörd när han läser artikeln. John bor i det område som artikeln skildrar och känner sig alltmer frustrerad över att de artiklar som beskriver området endast skildrar brott och andra negativa händelser. John tar också en skärmdump av artikeln. I sin mobil har han dessutom en bild av en annan artikel som även den beskriver en liknande skjutning. John importerar skärmdumparna till Facebook. De fotografier som förekommer i de båda artiklarna har liknande bildtecken; de visar en polisbil och en polisavspärning, båda bilderna är dessutom fotograferade på kvällen eller natten. Innan John publicerar formulerar även han ett eget textbudskap som beskriver hans ståndpunkt och känslomässiga tillstånd. Han kompletterar texten med två bildsymboler; samma orangeröda ansiktet som Jane använde och ett gult stiliserat ansikte med nedåtvända ögonbryn, v-formade ögon och nedåtvänd öppen mun.

 John Smith  
2 h · 🌐

Malmö är mer än bara skjutningar!! Jag blir så trött på medias fördomar!! 😞 😞



Under måndagskvällen sköts en man till döds i Malmö. Foto: Anders Magnusson

### Ung man misstänks för mord efter skjutning i Malmö

UPPDATERAD 5 DECEMBER 2019 · PUBLICERAD 2 DECEMBER 2019

Under måndagskvällen avled en man i 25-årsåldern efter en skottlossning på Professorsgatan i Malmö. På onsdagsförmiddagen

### Explosioner och skjutningar skakar Malmö

Av TT

PUBLICERAD: SEN 11 NOV 2019 | UPPDATERAD: MÅN 11 NOV 2019



FOTO: JONAS HELLGREN/TT  
Polisen har sökrat av efter en skottlossning på en restaurang vid Möllevångstorget i Malmö natten till söndagen. Två tonåriga pojkar kom in till sjukhus med livshotande skador.

John publicerar alltså en identisk skärmdump som Jane. Facebook, som redskap och uttrycksform, gör det dock möjligt för honom att kontextualisera den på ett annat sätt. Den information som skärmdumpen av artikeln förmedlar fyller olika funktion i Jane och Johns publiceringar. Oavsett artikelförfattarens ursprungliga syfte kan en artikel på detta sätt delas i sociala medier utifrån en ny avsändares agenda.

Genom att kombinera artikeln med annat bildmaterial och egenskriven text kan en ny avsändare påverka hur en mottagare förstår och tolkar informationen oavhängigt artikelförfattarens ursprungliga syfte.

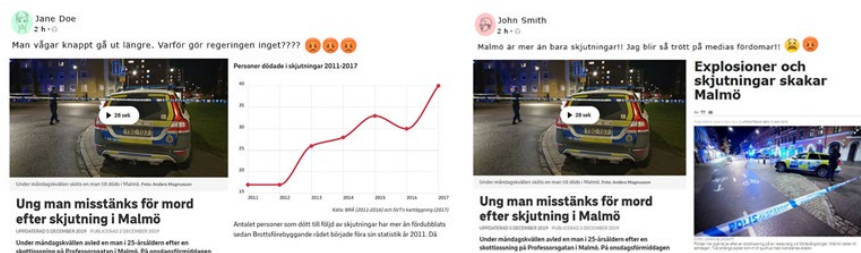
Hur sociala medier, som redskap och uttrycksform, möjliggör att frikoppla artiklar från sitt ursprung och kombinera dem med annan

information är en aspekt som behöver tas i beaktning i vårt mediala landskap idag. Genom att göra bildsökningar på skärmdumpar kan du hitta den ursprungliga källan till något som florerar i sociala medier. Frågan är hur många som pliktskyldigt gör denna typ av källkritiska undersökningar på sin fritid när de slö-scrollar på sin mobiltelefon. Vi ska problematisera ytterligare detta fiktiva exempel genom att återkoppla till vårt tidigare påstående: teknologi är aldrig neutrala verktyg.

#### 4.2. Du eller sociala medier- vem äger agentskapet i förmedlandet av ett budskap?

Uttrycksformerna som i de här fallen tar form på Facebook råder under Facebooks premisser. Jane och John har använt sig av mjukvarans funktioner och med liknande komponenter (skärmdumpar, textbudskap och emojis) uttryckt sin åsikt.

Facebooks algoritmer, tillsammans med John och Janes följare, gör att deras budskap kommer att “få liv”. Innehållet blir synligt i olika flöden och upprepas på så sätt visuellt för olika facebook-användare. Repetition är en välkänd propagandistisk metod, men i en kontext som sociala medier kan repetition även uppstå “ofrivilligt” genom hur det sociala mediet fungerar. Att Jane och John paketerat sina innehåll utifrån olika åsiktspositioner skulle i det här fallet kunna ha en mindre betydelse. Våra snabba informationsflöden gör att vi ofta inte ägnar innehåll mer än en blick. Effekten blir således i detta fall: samtliga användare ser “Malmö-rubriken” tillsammans med “blåljus-bild” och gör den snabba tolkningen att Malmö är en farlig stad. Johns försök att göra sin röst hörd riskerar med andra ord att bli kontraproduktiv.



Att vara källkritisk i ett snabbt och symbolladdat informationsflöde där olika avsändare tävlar om vår uppmärksamhet kräver mycket tid om varje enskilt inläggs innehåll ska granskas kritiskt och efterforskas. Om vi förlikar oss med det faktum att alla användare inte gör denna typ av källkritiska undersökningar behöver vi också sluta oss till att det i stället för kontextualisering och faktainnehåll blir det snabba bildspråket som får tala.

Du bör alltså som aktör på sociala medier vara medveten om vilka premisser som råder i det forum du nyttjar. Att dela en intressant artikel kan i stället betyda att du enbart sprider artikelns bildsättning och rubrik och på så sätt bidrar till en åsiktsspridning du inte alls menat. Sociala medier blir således ett forum där uttrycksformen dominerar före innehållet.

Kanske bör vi göra ett omtag på den grundläggande premissen i sammanhanget: gör sociala medier verkligen att vi fått möjligheten att göra vår röst hörd? Eller är det de sociala medierna som har den verkliga agensen i sammanhanget? Jane och John trodde att de formulerade slagkraftiga budskap med hjälp av ord och bild. I själva verket tog kanske den bildspråkliga utsagan tillsammans med nätverkets algoritmer och följare över deras egna agentskap?

I stället för det brukliga att ställa kritiska frågor till innehållet kan en källkritisk strategi i ett sådant här sammanhang vara att snarare inta ett metaperspektiv till budskapet du möter och ställa dig själv frågor som:

- Vilken form har budskapet jag möter? (Kan exempelvis en skärmdump göra anspråk på att vara förmedla en nyhet?)
- Vilken funktion fyller, i detta fall skärmdumparna, i det sammanhang jag möter dem? Vad vill de säga mig?
- Vilken är min förförståelse för informationen jag möter?
- Varför tilltalas just jag av denna information?
- Vilken åsiktsgemenskap ingår jag i om jag delar den vidare?

### **4.3. Från källkritik till självkritik**

Vi bär alla på bias eller vad man skulle kunna kalla ”en partiskhet” som påverkas av faktorer som kön, ålder, uppväxt, utbildning, kunskap om ett ämne och hur vi identifierar oss. Denna partiskhet påverkar hur vi söker, tolkar och minns information. Vi tenderar att i högre grad tro på det som bekräftar vår världsbild, med andra ord tror vi på det som stödjer det vi redan tycker oss veta och tro på. Detta hör även ihop med de grupper som vi identifierar oss med. Om en åsikt är utbredd i en grupp som vi identifierar oss med (löpning är bra för hälsan) kommer vi tolka information genom den åsikten och kan därmed visa misstro mot information som eventuellt motsäger den (Statens medieråd, 2019).

Vår identitet som individ och kollektiv skapar ett raster genom vilken vi tolkar en text, ett videoklipp eller en bild.

Genom att ägna sig åt självkritik kan du få syn på din egen roll i det mediala sammanhanget och reflektera på ett vidare plan över vem du vill vara ur ett etiskt perspektiv;

*Varför vill jag dela detta inlägg? Vilka känslor känner jag och varför? Vilka förkunskaper har jag? Vilket formspråk tilltalar mig? Vilka ideal har jag? Vilka intressen har jag? Vem eller vilka förebilder har jag?*

#### **Att fundera på:**

- Om vi utgår från tanken att inga redskap är neutrala; publicerar du samma innehåll på de olika sociala medier som du använder? Om nej; hur anpassar du dina inlägg?
- Vi bär alla på bias; om du ska välja ämnesstoff och illustrera samtida fenomen, händelser eller nyheter vilka exempel väljer du och varför? Vilka strategier har du för att förhålla dig objektiv?
- Vi bär alla på bias; vilka strategier har du för att förhålla dig objektiv till information du tar del av, på till exempel sociala medier?
- Hur kan du som lärare hjälpa eleverna i att upptäcka och problematisera sin egen bias?



*Ett meme som skämtar med hur vi framställer oss i olika sociala medier.*

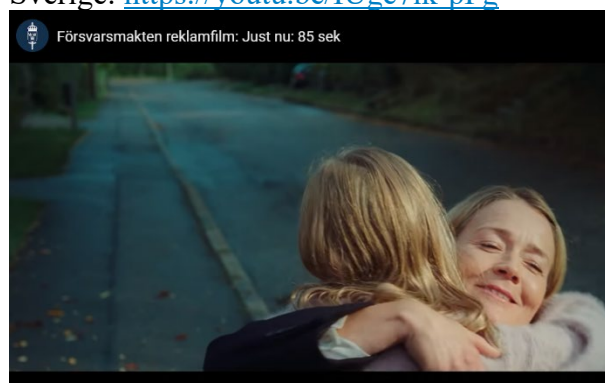
## **6. Ett metakognitivt förhållningssätt**

Kommunikationsteoretikern Marshall McLuhan myntade uttrycket “the medium is the message” (Mediet är budskapet) då han ville framhäva hur innehållet som medieras inte är det viktiga utan snarare hur själva mediet i sig förändrar våra förutsättningar (McLuhan, 1964; 1994). För att klargöra sina tankegångar tar han glödlampan som exempel. Glödlampan är inte intressant som ting i sig utan det är de förutsättningar som glödlampan skapar som gör den intressant; hur människan från att vara bunden till dagsljuset plötsligt fick förutsättningar att använda dygnets timmar på ett helt annat sätt (McLuhan, 1964; 1994). Med detta synsätt blir de digitala mediernas innehåll alltså inte huvudsaken, utan det är medieringen som händelse som är den viktigaste aspekten.

För att tydliggöra hur detta kan ta sig uttryck i andra sammanhang kan vi föreställa oss skillnaden mellan att själva fysiskt vara på plats under en händelse och att se samma händelse medieras av någon via rörliga bilder. Med en kamera blir det möjligt för en avsändare att skildra händelsen ur olika kameraperspektiv och bildutsnitt. Med ett redigeringsprogram kan avsändaren sedan bearbeta bildmaterialet genom att frysa ett ögonblick, spela upp en sekvens i slow motion eller ändra kronologin så att händelseförloppet upplevs på ett helt annat sätt för oss som mottagare. Avsändaren kan även komplettera de rörliga bilderna med musik för att styra vår känsloupplevelse. Den avgörande skillnaden mellan att fysiskt vara på plats och att ta del av en mediering är hur det som medieras riktar sig till oss; avsändaren kan medvetet få oss intresserade och kan styra vår uppmärksamhet och perception. Verkligheten däremot bara är, den riktar sig inte till någon särskild. Är vi inte medvetna om detta riskerar vi att bli vilseledda utan att vi ens förstår att det händer.

Låt oss illustrera ovanstående resonemang med ett konkret exempel. Under hittar ni länkar till tre olika videoklipp som alla är publicerade på Youtube. De tre kortfilmerna är rekryteringsfilmer/reklamfilmer för Försvarsmakten och avsändarna är tre olika länders försvarsmakter: USA, Sverige och Kina. Redskapen kamera och redigeringsprogram har använts för att mediera en berättelse om "militären" eller "försvaret". Uttrycksformen är multimodal med ord, rörlig bild och ljud i samverkan och budskapet formulerats genom; bildval, skådespelarnas ansiktsuttryck/gester, kläder, scenografi, berättarperspektiv, bildutsnitt, kameraperspektiv och rörelser, tempo i klippen, text (och typsnitt), grafik, voice-over, ljudeffekter och musik med mera.

Sverige: <https://youtu.be/IUge7lk-pPg>



USA: <https://youtu.be/bCjEV75F2tM>



Kina: <https://youtu.be/JOWRembdPS8>

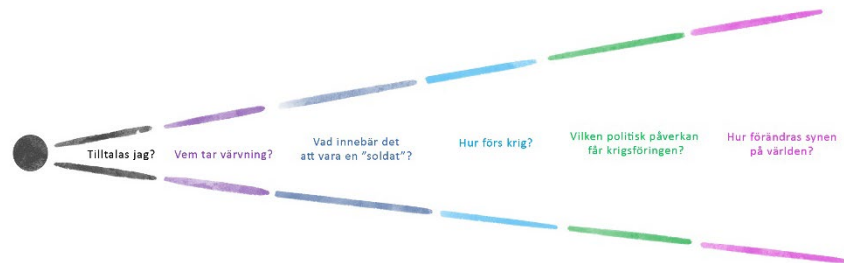


### Frågor till filmerna:

- Vem är målgruppen i de tre olika filmerna? Riktas sig filmerna till alla i ett land eller en specifik grupp? Vad i filmerna indikerar det?
- Vilken föreställning av Försvarsmakten eller militären uttrycker de tre olika filmerna? Hur manifesteras det?
- Vilken föreställning av krig uttrycker filmerna? Hur manifesteras det?
- Vilka föreställningar av manlighet respektive kvinnlighet uttrycker filmerna? Hur manifesteras det?
- Vilken av filmerna tilltalade dig mest? Varför tror du det är så?
- Vilka känslor väcker de olika filmerna hos dig? Varför tror du det är så?
- Vilka berättartekniska grepp och genrer kopplar du till de olika filmernas uttrycksform?
- Vad berättar filmerna om det land som producerat dem? Vilka föreställningar tror du respektive land har om sig själva? Vad kan filmerna avslöja om hur varje land ser på sig själv som militär makt?
- Hur förhåller sig filmerna till begrepp som fiktion, sanning och verklighet?



Låt oss använda metaforen med kikaren igen: att se på dessa filmer kan jämföras med att titta på världen genom en kikare, håller vi i kikaren själva kan vi välja vad vi vill fokusera på. Men i dessa filmer håller avsändaren kikaren åt oss och riktar vår uppmärksamhet åt ett visst håll. Genom uttrycksformens berättartekniska grepp försöker avsändaren få oss att uppfatta militärväsendet på ett visst sätt. Här skulle man kunna invända; men det är ju bara tre olika reklamfilmer som vill locka människor att ta värvning. Då gäller det att komma ihåg att dessa filmer är en del av ett större mönster; Hur skildras krig och militär i media generellt? I filmer? I serier? På sociala medier? På Youtube? Därefter kan vi likt McLuhans exempel med glödlampan zooma ut och ställa större och bredare frågor och därmed reflektera över hur människors kroppar sätts i rörelse av medieringen (av krig och militärmakt).

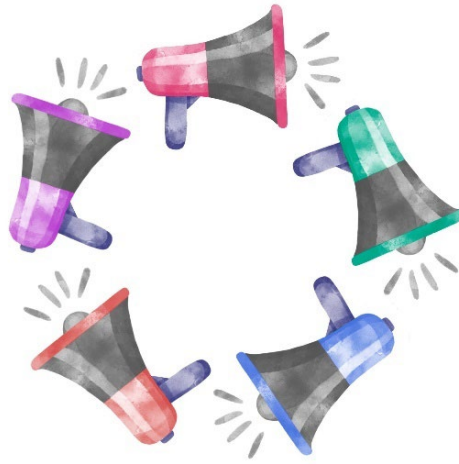


## 6. Hyperverklighet

Antropologen Thomas de Zengotita argumenterar i sin bok, "Mediated: How the Media Shapes Your World and the Way You Live in", för att vår upplevelse av verkligheten är så påverkad av medier att vi inte längre förmår göra någon egentlig skillnad mellan verklighet och fiktion. De pedagogiska metoder som utformas inom den källkritiska diskursen utgår oftast från att det finns en relation mellan ett källmaterial och den fysiska verkligheten, det vill säga ur källan kan information uttolkas som på något sätt korrelerar med omvärlden.

En källa kan förenklat beskrivas som ett material eller en berättad framställning ur vilken information kan uttolkas (NE). En källa kan exempelvis ha formen av ett inlägg på Snapchat, en artikel, ett muntligt vittnesmål, en antik vas, en intervju eller en podcast. Relationen mellan en källa och vår omvärld utmanas dock av våra samtida mediala miljöer. I ett digitalt landskap där medier smälter samman med varandra, lånar varandras uttrycksformer, remixas, delas vidare och refererar till varandra finns inte alltid längre en självklar koppling till den fysiska verkligheten. Den franske filosofen och sociologen Jean Baudrillard myntade begreppet "hyperverklighet", en teori som argumenterar för att tecken och symboler inte längre har en förankring i något reellt existerande.

Baudrillard menade att medierna förr beskrev en verklighet men att i det postmoderna samhället har representationerna tappat denna koppling.



Vi återgår till det fiktiva exemplet med Jane och hennes inlägg på Facebook. Låt oss säga att en mottagare läser Janes inlägg och som en reaktion publicerar ett eget inlägg. Detta inlägg möter en tredje mottagare som i sin tur delar vidare. Detta leder till att en fjärde mottagare skriver ett upprört inlägg och så fortsätter rundgången. De tecken och symboler som de olika mottagarna möter och sedan delar vidare (med egna tillägg) refererar alla till varandra. Denna rundgång av medieringar tappar kontakten med omvärlden och till slut återstår endast bilden eller föreställningen. Om vi återkopplar till Säljös resonemang om hur ord och språkliga utsagor är redskap som hjälper oss att förstå och vara i kontakt med omvärlden (Säljö, 2014) blir det ur denna synvinkel intressant hur hans påstående slås omkull.

Låt oss använda politiska opinionsundersökningar som ytterligare ett exempel. I Sverige är det vanligt att mediehus presenterar resultat av opinionsundersökningar för att gestalta hur allmänheten hade röstat om det var val "idag". Svaren presenteras som en bild av vad allmänheten tycker. Hur frågorna utformas har dock stor betydelse för svaren. Vi kan även anta att när ett mediehus formulerar frågorna görs det utifrån ett "media bias", det vill säga frågorna formuleras för att passa in i en medial dramaturgi. Detta betyder att statistik som sägs spegla den allmänna meningen i själva verket är det verktyg med vilket medier tillverkar själva opinionen. Alltså; genom att presentera allmänhetens röster genom opinionsundersökningen påverkas allmänhetens röster. Det uppstår därmed ett glapp mellan politisk vilja och deltagande och opinionsundersökningarnas simulering av politik. Denna simulering har förmågan att förändra hur vi varseblir vår omvärld och kan påverka hur vi handlar; en väljare som står och väger mellan två

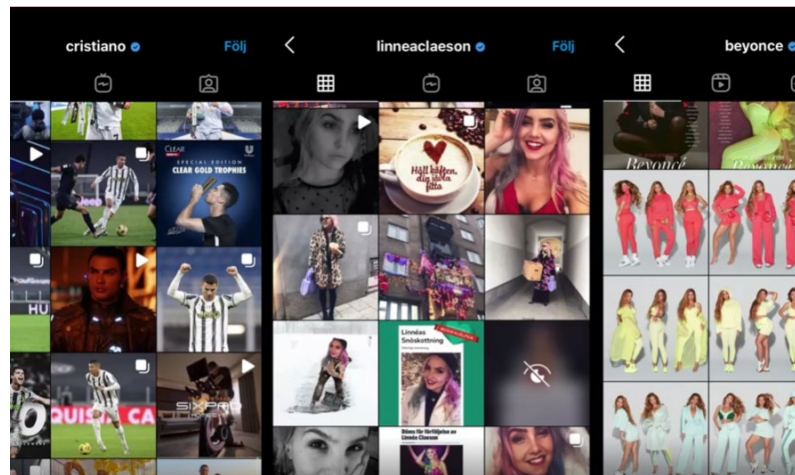
partier kanske röstar utifrån den bild som undersökningen presenterar.

Baudrillards teorier om en hyperverklighet målar upp en tillvaro där all kunskap flyter och där sant och falskt spelat ut sin roll, en verklighet där mediala representationer inte går att skilja från ”det som faktiskt hände”. Det som inte ägnas någon uppmärksamhet i hans teori är arbetet som ligger bakom den simulerade verkligheten i mediala framställningar och de infrastrukturella överväganden som garanterar bilderna och händelserna (Bowker & Leigh Star, 2000). Våra elever behöver lära sig att plocka isär snyggt förpackad information för att se vad som döljer sig under ytan. I den digitaliserade samtiden innebär det att inte bara granska innehållet i en utsaga utan att även kritiskt granska uttrycksformen och den teknologi som möjliggjort budskapet.

I filmen nedan visas ett exempel på hur en analys av Instagram kan göras (15 min).

Klicka på länken för att komma till filmen:

[Titta på 'Analys av Instagram' | Microsoft Stream](#)



Fundera gärna på hur du och dina elever skulle kunna göra något liknande utifrån en mjukvara ni använder i skolan eller på fritiden. Ta exempelvis hjälp av följande frågor:

- Vem har skapat mjukvaran? (undersök ägandet) *Varför* är mjukvaran skapad? Vad är mjukvarans syfte *enligt tillverkaren*?
  - Är redskapet skapat för att användas inom ramen för skola och utbildning? Eller för ett annat syfte? Hur märks detta på mjukvaran?

- Vem använder mjukvaran? Används den enligt skaparnas syfte? Eller till ett annat syfte?
  - Vad kan man göra med mjukvaran? Vad kan man inte göra med mjukvaran?
- Vilka typ av *uttrycksformer* kan skapas med hjälp av mjukvaran? (text, bild, musik, animationer, osv.)
  - Finns det kommunikativa normer som utvecklats i samklang med verktyget? *Såsom exempelvis normer för hur en användare "bör" kommunicera för att anses trovärdig eller för att ge ett professionellt intryck? Normer som rör estetik? Det vill säga vad som anses snyggt eller fult och varför det är så.*
- Hur påverkar redskapet hur du kan göra din röst hörd?
- På vilka olika sätt kan redskapet användas för att skapa budskap med syfte att påverka en mottagare?

## 7. Slutdiskussion

Denna text diskuterar hur ett holistiskt perspektiv på digitaliseringen kan hjälpa till att stärka den kritiska kompetensen. Det räcker inte med att kunna verifiera eller avfärda information som sann eller falsk utan vi behöver titta på informationen vi möter i relation till dess uttrycksform och den bakomliggande teknologin som möjliggjort uttrycksformen. Vi behöver även zooma ut ytterligare och kunna inta ett metaperspektiv; hur förändrar medieringen vår varseblivning? Finns det parametrar i uttrycksformen som gör att någon "riktar kikaren" åt oss utan att vi märkt det? Vilka krafter finns det som gynnas av att styra vår perception på detta sätt.



Vi bör dessutom ställa maktrelaterade frågor: Vems röst hörs? Varför hörs just dennes röst? Vilka röster hörs inte? Teknologi har på flera sätt möjliggjort för gemene man att kunna uttrycka sin

åsikt, inte bara i det privata rummet. När många uttrycker sig samtidigt uppstår dock ett mediebrus. Vilkas röster tränger egentligen igenom detta brus och är vi där på samma villkor? De som har störst chans att tränga igenom bruset är de som har bäst kunskap om vilka förutsättningar sammanhanget kräver; de som förstår mediets premisser, de som kan hantera teknologiska redskap och de som kan skapa iögonenfallande uttrycksformer. Genom denna kombination av kompetenser kan en avsändare tvinga sig till vår uppmärksamhet genom bruset. Ur ljuset av dessa aspekter börjar vi närma oss de stora frågor som rör demokrati och yttrandefrihet och vi kan kanske även börja utkristallisera vilka kompetenser som dagens unga generation behöver rustas med.

Våra privata tankar, kreativa impulser och jaguppfattningar formas av krafter som är större än oss själva. För att få ett fördjupat kritiskt förhållningssätt till våra samtida mediemiljöer krävs kunskap om exempelvis multimodal kommunikation, retorik, ämneskunskaper (bildning), teknisk kompetens, en förståelse för psykologiska och ekonomiska krafter samt självkritik.

Ibland kan diskussionerna om digitalisering, medier, teknologi och källkritik formuleras som om det är något som pågår "därute" och som vi lärare måste hänga med i. För många av oss har det dock blivit uppenbart hur exempelvis mötesstrukturer, kommunikation, relationer och gruppdynamik förändras när vi möts digitalt via teknologiska redskap som Teams. Skolan har alltid varit en mediemiljö som använder teknologiska redskap och olika uttrycksformer för att mediera undervisning. Alla skolans ämnen kan därmed bidra med viktiga pusselbitar. Författaren och journalisten Peter Pomerantsev lyfter i boken "Det här är inte propaganda – kriget om sanningen" hur vi måste se bortom bara "nyheter" och "politik" och även titta på poesi, skolan, byråkratins- och fritidens språk om vi vill förstå hur våra åsikter och vår världsbild formas.

"The future is a thing of the past" menade filosofen och historikern Walter Ong. Det vill säga för att förstå hur samtida teknologier formar vårt tänkande och vår varseblivning så behöver vi utforska relationen mellan dåtid och nutid samt relationen mellan sociala förändringar och introduktionen av ny teknologi (Ong, 1981). För att utveckla vår mediekunnighet skulle vi därmed kunna prova att börja där vi själva står och ställa frågor som; hur formas vår undervisning, våra ämnen, elevernas kunskapande och varseblivning samt synen på skola och utbildning av de teknologiska redskap vi använder? Och hur kan detta relateras till samtidens medielandskap?

## MIK och skolbibliotek

Bibliotekarier spelar en viktig roll i att främja elevernas medie- och informationskunnighet (MIK) genom deras dubbla kompetens inom fälten biblioteks- och informationsvetenskap. Förmågan att finna, analysera, kritiskt värdera och skapa information i olika medier och sammanhang är central. Liksom läsförståelse är medie- och informationskunnighet en förmåga som är väsentlig för elevers möjligheter att fungera som samhällsmedborgare och att delta i det demokratiska samtalet samt för kunskapsutvecklingen i skolans alla ämnen. I den nationella digitaliseringsstrategin för skolväsendet betonas att ”skolbiblioteket har en viktig pedagogisk uppgift att fylla när det gäller att stärka elevers kompetenser i bland annat informationssökning och källkritik”.

På Pedagog Stockholm, där ni laddade ner materialet, finns en intervju med Sebastian Waller Stålnacke, bibliotekarie Medioteket. Sebastian svarar på följande frågor:

1. MIK är ett stort och spretigt fält, vad är bibliotekariens styrkor?
2. Vad är informationskunnighet?
3. Vilka delar av MIK anser du vara viktigast att arbeta med i skolan utifrån din roll som bibliotekarie?
4. Vad är den största skillnaden mellan traditionell och samtida källkritik?
5. Vilken koppling har MIK till läroplanen?
6. Hur kan lärare och bibliotekarier öka sitt samarbete i MIK-relaterade frågor?

## KÄLLOR

Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and simulation*. Michigan: The university of Michigan press.

Forsler, I. (2020). *Enabling media: Infrastructure, imaginaries and cultural techniques in Swedish and Estonian visual arts education*. Stockholm: Södertörn Doctoral Dissertations.

FOI-R--4813--SE (2019). *Digitalt slagfält - En studie av radikalnationalistiska digitala miljöer*. Stockholm: Totalförsvarets forskningsinstitut (FOI)

Innis, H. (1951;2008). *The bias of communication*. (2. uppl.) Toronto: University of Toronto Press. Massachusetts: The MIT Press

Internetstiftelsen (2021) *Svenskarna och Internet*

Linton, M. (2019, 8 juni). *Åsa Wikforss tar filosofin till Svenska Akademien*. Göteborgs-Posten. Hämtad på <http://www.gp.se>

Kress, G. Selander, S. (2017), *Design för lärande: ett multimodalt perspektiv*. Lund: Studentlitteratur.

McLuhan, M. (1964;1994) *Understanding media: The extension of man*. (2. uppl.)

Mina, X, A. (2019) *Memes to Movements: how the World's Most Viral Media Is Changing Social Protest and Power*. Boston: Beacon Press.

Nicolas, S. (2016) *Cognitive penetration and the epistemology of perception*. New Jersey: John Wiley & Sons Ltd

Ong, W. (1981) *McLuhan as a Teacher: The future is a thing of the past*. Journal of communication. <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/31/3/129/4371984>

Säljö, R. (2014). *Lärande i praktiken - ett sociokulturellt perspektiv*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Tufekci, Z. (2017). *Twitter and teargas - the power and fragility of networked protes*. Connecticut: Yale university press.

Grizzle, A. Wilson, C. (red.). (2011) *Medie- och informationskunnighet i skolan och i lärarutbildning*. Paris: UNESCO

Wikforss, Å. (2019). *Alternativa fakta: Om kunskap och dess fiender*. Stockholm: Fri tanke förlag

Zengotita, T (2005). *Mediated: how the Media Shapes Your World and the Way You Live in It*. USA: Bloomsbury.

## Tips på Material

### [Digiteket](#)

Digiteket är en lärplattform för digital fortbildning framtagen för de som jobbar på bibliotek. Digiteket erbjuder ett brett spektra kurser kopplade till medie- och informationskunnighet som även är användbara för lärare och elever.

### [Digitala lektioner](#)

Digitala lektioner är en öppen digital lärresurs från Internetstiftelsen. Du hittar färdiga lektioner inom olika ämnesområden för alla stadier i grundskolan.

### [Filmriket](#)

Övningar och inspiration för att arbeta med rörliga bilder i klassrummet.

### [MIK för mig](#)

Statens medieråd erbjuder färdiga MIK-lektioner att använda i klassrummet. De har också olika metodmaterial som berör näthat ur olika perspektiv: [No hate](#), där hittar ni exempelvis materialet "[Bilder och verkligheter](#)" som berör exempelvis memekultur och influencers.

### [Mikoteket](#)

Mikoteket erbjuder arbetsmaterial i olika spår inom MIK och digital kompetens.

### [Nyhetsvärderaren](#)

Ett evidensbaserat verktyg som hjälper dig att bli bättre på digital källkritik.

### [Sökkritik](#)

Fördjupa dina kunskaper i att söka information på Internet. Kursen är skapad av bibliotekarien Sebastian Waller Stålnacke på Medioteket.

#### **Film/Program:**

### [Algoritmen](#)

Programserie från UR om algoritmer, från 16 år.

### [Det nya hotet](#)

Två filmer om ca 4 min från Statens medieråd som pedagogiskt beskriver hur man kan vinkla ett budskap med rörliga bilder.

### [Fatta bilden](#)

En UR-serie om bilder och visuell läskunnighet för åk 7-9, gymnasiet.

### [Tito och fåglarna](#)

Animerad spelfilm för mellanstadiet. Filmen skildrar ett samhälle där människor slutar tänka själva och förlamas av skrämmande nyhetsrapporter. Tillhörande mobilspel: [www.titoandthebirds.com/game](http://www.titoandthebirds.com/game)

### [Är det sant?](#)

En UR-serie om källkritik för barn 10 - 12 år.

#### **Spel:**

### [Bad news game](#)

Ett spel om "fejk-nyheter", rekommenderat från 15 år. Den svenska versionen av spelet är skapad av forskare på Uppsala universitet i samarbete med RISE.

#### **Poddcast/radio:**

### [Bildpodden](#)

Podcast om medie-och informationskunnighet med fokus på visuella språk och bildbruk i en bred samhällskontext. Hittas på Spotify.



### [Digitalsamtal](#)

Samtal och intervjuer om hur den digitala tekniken påverkar samhället. Hittas på Spotify.

### [Medierna i P1](#)

Radioprogram/podcast som granskar medier och journalistik. Hittas på Spotify.