

igital medier, nyheder og falske nyheder i det postfaktuelle samfund

th Carlsen, lektor Aurehøj Gymnasium

ducerer til dilemmaer i det postfaktuelle samfund, og stiller spørgsmål til, hvordan vi som borgere skal omgås de vilkår, som med kendsgerninger i vores offentlighed efter de sociale mediers indtog. Hvad er forskellen på den analoge og den digitale virkelighed? Hvad er de sociale mediers natur som kommunikationsform og som markedsmechanisme? Hvordan skal vi forholde os til algoritmer? Hvad er en nyhed versus en falsk nyhed?

under med et delforløb om de sociale medier med henblik på at komme tæt på elevernes egen virkelighed for at træne deres evner til analyse og argumentation om emnet som optakt til en debatterende artikel undervejs. Dernæst følger et delforløb om nyheder i både analog og digital form, hvilket danner grundlag for at tale om falske nyheder og mediernes betydning for demokratiet. Det er forløbets pointe, at eleverne skal forstå, at godt og ondt ikke kan skilles ad i det moderne mediebillede. Eleverne afkræves derfor både analytiske og kreative bud på løsninger og forsøg på problemløsning af dette vilkår.

metoder inddrages i gennemgangen af stoffet: kommunikationsanalyse, sproghandlingsanalyse, argumentationsanalyse og diskussion.

aflevering undervejs indgår en debatterende artikel. Der indgår stilladseringselementer i form af arbejde med begreber om argumentation med et anvendelsesorienteret sigte. Forløbet vil kunne udbygges til at introducere debatterende artikel mere indgående i forlængelse af modul 5, hvis det er første gang, genren bruges.

moduler à 90 minutters længde. Man kan afkorte forløbet og plukke dele ud ved fx kun at arbejde med det ene af de to digitale

n i forløbet - [jf. læreplan for Dansk A stx 2017](#)

kanne:
ikke sig præcist, nuanceret og formidlingsbevidst mundtligt, skriftligt såvel som multimodalt

de centrale skriftlige fremstillingsformer (herunder redegøre, diskutere, analysere, fortolke og vurdere) med formidlingsbevidsthed og evner til at analysere, fortolke og perspektivere fiktive og ikke-fiktive tekster i alle medier
opbygge kendskab og forholde sig reflekteret til mediebildet i dag
vurdere, udvælge og forholde sig kritisk og analytisk til information i alle medier samt deltage reflekteret i og bidrage til digitale medier
opbygge viden om og reflektere over fagets identitet og metoder
undersøge problemstillinger og udvikle og vurdere løsninger, hvor fagets viden og metoder anvendes

perspektiver

område: tekster fra 2000-tallet, herunder fra de seneste fem år

metodisk med:

strukturanalyse og -fortolkning

identifikation af relevante litterære metoder

perspektiver

metodisk med:

tekstanalyse, fortolkning og vurdering

diskursanalyse, herunder analyse af kommunikationssituationen og argumentation

aktivt og reflekteret arbejde med elevernes udtryksfærdighed i dansk og andre fag

de perspektiver

undersøges med en medieanalytisk tilgang et genremæssigt varieret udvalg af teksttyper, herunder nyhedsformidling, visuelle udtryksformer og sociale medier.

metodisk med:

kommunikationsanalyse

tekstanalyse og -fortolkning

identifikation og vurdering af mediers funktion i sociale, kulturelle og historiske sammenhænge

aktivt arbejde med medieudtryk i sociale sammenhænge

skles med fordel fra midten af 2.g til og med i 3.g. Der indgår tekster af forskellig sværhedsgrad samt en kortere video på engelsk. De elever, der allerede har haft stiftet bekendtskab med de litterære analysemetoder nykritik og ideologikritik, hvilket ofte er sket i forbindelse med DF, vil have en fordel, men ikke en forudsætning at have kendskab til argumentationsanalyse og diskursanalyse, men ellers kan man bruge mere af de nævnte metoder undervejs.

andet materiale	Modulaktiviteter og indhold Både didaktisering og arbejdsplaner til eleverne	Didaktiske mål
<p>Carlsen: "Selvfortællinger på sociale medier" i <i>Fortællingens spejl</i> side 79-85</p> <p>Se også: Vincent Hendricks: "På nettet er vi alle selv produktet", DJØF-bladet</p> <p>Noter mindst tre begreber, du mener er vigtige for de sociale medier.</p> <p>Eksempel på materiale i undervisningen: Vincent Hendricks: Festforelæsning, Årsfest på Aarhus Universitet 20.11.2017</p>	<p>Introduktion til forløbet: De sociale mediers natur</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fælles åbning ud fra læsefokus: Hvilken konstruktion skaber klassen ud fra lektien? (15 min.) 2. Kort læreroplæg: Et rids af medietidsaldre og forskydninger mellem mundtlig og skriftlig kultur. (10 min.) 3. Klassen hører Vincent Hendricks' festforelæsning om sociale medier og opmærksomhed. Hendricks taler hurtigt og på engelsk, men begreberne er også præsenteret i lektien. (15 min.) 4. Diskussion: Hvilke pointer om sociale medier præsenterer Hendricks i sin festtale? Hvordan kan vi håndtere problemet? (10 min.) 5. Analysér sproghandlingerne og kommunikationssituationen på en udvalgt politikers Facebook-profil. Hvilken selvfortælling viser denne? (30 min.) 	<p>Kendskab til begreberne sociale medier og deres funktioner herunder både de kommercielle virksomheders styrker og svagheder</p> <p>Sproghandlingsanalyse og kommunikationsteori anvendes til indknytning af det digitale som kommunikation</p>
<p>Se også: Mads Høvsgaard, Gitte Laurrup, Mads Dorthe Wang: "Performativitet i Facework", i: <i>Netværker. Digitale</i></p>	<p>Facework og virtuel identitet</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Klassen lytter til Hørslevs digt i den musikalske version af 	<p>Kendskab til teorier om medieperformance</p>

<p>...k, 2011, side 50-51 & 86-87.</p> <p>...: "Hvorfor kigger du på mig?", i:ata, 2018, side 61-66.</p> <p>...ale i undervisningen: ...: "Alt er data", i: <i>Dagene er Data</i>,ningsdigtet.</p> <p>...enborg og Lone Hørslev/UHØRT: Altes fx fra Spotify</p>	<p>det første digt, hvor samlingens ledemotiv "alt er data" bringes i spil. (4 min.)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Klassegennemgang af fagbegreberne fra den teoretiske tekst. (10 min.) 3. Gruppearbejde om Hørslevs digt (30 min.): <p>a) Nykritisk læsning:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvad er situationen, herunder tid, sted, aktører og forløb? - Analysér bemærkelsesværdige virkemidler i teksten. Kom ind på fx: Formskabende virkemidler, leg med lyd og rytme, gentagelsesfigurer, billedsprog og sprogbrug. <p>b) Kobling fra nykritisk til ideologikritisk læsning og fra virkemidler og virkning til medieteori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvorfor bruges der anaforer de givne steder undervejs? Hvad er de med til at understrege i forhold til den tematiske betydning? - Hvordan trækkes der på kulturel viden undervejs? Hvilken betydning og virkning får det? - Hvilken betydning får digtsamlingens ledemotiv "alt er data" heri? - Hvad er tekstens tematik? Hvordan afspejler denne teorien? 	<p>tilgang til digtets af virtuel identite postfaktuel tidsal</p> <p>På tværs af perspe litterære perspek at illustrere et sp identitet inden fo mediemæssigt pe</p> <p>Digtet læses nyk ideologikritisk m af teori mhp. bet sociale medier i s kontekst.</p>
<p>I stedet for oplyst borger er man endt ens sløve slave, Berlingske 14.5.2017</p> <p>...sen og Qvist: "Argumentation", i:e 252-256</p> <p>...ind påstand, belæg, hjemmel,</p>	<p>Algoritmer og markedsmekanismer som virkelighedsfaktor</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grupper taler om blog-teksten og sætter sammen begreberne om argumentation på. (30 min.) 2. Klassegennemgang. (15 min.) 3. Diskussionsspil (30 min): 	<p>Øvelser træner ar både analytisk og legende mhp. an argumentationsb</p>

<p>rygdækning og gendrivelse i Jensens</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Forbered i grupper à seks personer en argumentation ud fra bloggen og nyhedsindslaget, der tager udgangspunkt i en påstand, hver gruppe bliver enig om. Alle argumentmodellens seks elementer skal indgå: påstand, belæg, hjemmel, rygdækning, styrkemarkør og gendrivelse. - Matrixgrupper: Dernæst fordeles argumentmodellens seks elementer som seks roller. I skal præsentere gruppearbejdet for hinanden. På denne baggrund forbereder gruppen sig på rollen, man forbereder sig på spillet (5 min.). - Udfør spillet i klassen. Påstandene er derfor typisk dem, der lægger for eller skifter kurs i diskussionen, men ikke nødvendigvis. <p>4. Afrunding på modulet: Der rekapituleres på indholdet i spillet, og eleverne overvejer, hvilke stemmer de har mødt og repræsenteret i modulet.</p>	
<p>ervisningen, www.aiu.dk. Benyt portalen.</p> <p>en selvvalgt avis på portalen. Noter, er der rammer dig, og hvad der gør k ved den. Kan der være en sag i den?</p>	<p>Holdningspåvirkende vodcast</p> <p>Klassen inddeles i grupper på fire personer, der skal producere en holdningspåvirkende vodcast:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lav i gruppen en brainstorming om en sag, I vil fremme. Start med en runde om nyhederne, I havde læst hjemme. Var der noget vigtigt at tage op? En sag kunne fx være: et liv uden digitale medier, et sagligt og demokratiske folketingsvalg eller et af FN's verdensmål. <p>Produktkrav til vodcasten: Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vodcasten skal kommunikere og sælge budskabet med særlig brug af argumentation. Benyt bevidst dele af argumentationsmodellens seks punkter. 	<p>Opgave i at prod argumentation i medie.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Kombiner i øvrigt frit med en af disse argumenttyper: Ekspertargument, erfaringsargument, stråmandsargument, motivationsargument (skræmmeargument eller lykkeargument) og sammenligningsargument. - Hvilken stemme er/har I, og er der flere stemmer på spil?. Gør jer klart, hvem I er som afsendere? Undgå ironisk distance i jeres fremførelse. <p>Format: Digital. Find en egnet baggrund at filme ved. Varighed: 1-2 minutter.</p>	
<p>es klar til visning og uploades i book-gruppe</p> <p>auritzen, Vincent Hendricks, nfeldt og Mads Vestergaard: en er blevet kapitaliseret af Politiken 20. april 2018</p>	<p>Visning af holdningspåvirkende vodcast og optakt til debatterende artikel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Klassen ser hinandens vodcasts. Hver gruppe har en opponentgruppe, der giver peer-feedback. Efter hver visning karakteriserer opponentgruppen de valgte virkemidler. (45 minutter) 2. I matrixgrupper skal klassen tage hul på debatterende en artikel, der tager udgangspunkt i de foreløbige perspektiver, og som herefter skal skrives individuelt med relation til forløbet. Se opgaven nedenfor! Hjælpe spørgsmål til brainstorming til artiklen, eleverne skal skrive videre på hjemme til en aflevering to uger efter: <ul style="list-style-type: none"> - Karakteriser afsenderne som stemme. I kan her som en hjælp benytte kommunikationsmodellen fra lektien til forløbets modul 1. Hvem er de, og hvorfor skriver de dette. Hvad er deres meddelelser, dvs. synspunkter? Hvilken kontekst skriver de i, og siger det noget om samfundet? Etc. - Hvad mener I selv om sagen? Hvad kan der siges for og imod? 	<p>Visning af og pe produkt med pra argumentation i e medie.</p>

	<p>3. Opsamling og det videre arbejde: En gruppe præsenterer sit arbejde. Læreren kommenterer og giver anvisninger til den praktiske, skriftlige del af arbejdet, og hvordan de her har brugt analyse som en hjælp, men skriftligt skal anvende det. Læreren bemærker desuden, at der vil komme senere artikler, som <i>vil kunne</i>, men ikke <i>skal</i> inddrages.</p> <p>NB. Det er en fordel at have afleveret den debatterende artikel inden introduktionen til det afsluttende kreative produkt i modul 10 for ikke at have to større produkter på en gang, og for at læreren kan give opgaver tilbage med feedback til modul 11.</p>	
<p>rit, Mini Olsen og Pia Qvist: e”, i: <i>Krydsfelt</i> side 388-355 midt</p> <p>ard Christensen: “De sociale er. 41% læser deres nyheder på www.kommunikationsforum.dk</p> <p>avis eller flere derhjemme? Medbring i a i dag eller den seneste.</p> <p>r til, for at vi har en nyhed - analogt</p> <p>ale i <u>undervisningen</u>: ervisningen, www.aiu.dk Benyt ortalen.</p>	<p>Hvad er en nyhed – analogt og digitalt?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Klassesamtale om nyhedskriterier og nyhedstrekanten. (10 min.) 2. Undersøg dagens eller den seneste avis: Gruppearbejde inddelt efter avisvalg og om muligt efter hvilken analog avis eleverne har med. (60 min.) Opgave: <ul style="list-style-type: none"> - Find tophistorien i forskellige aviser, evt. hvor det er den samme mindst to af stederne, hvis det kan lade sig gøre. <ul style="list-style-type: none"> - Gør rede for hvilket/hvilke nyhedskriterie(r) man kan se - Hvilken avistype er det: Omnibusavis, tabloidavis, nicheavis eller regional- og lokalavis? - Karakterisér sproget i aviserne. - Hvad er de enkelte avisers politiske observans? Kan man se det i fremstillingen af historierne og i givet fald hvordan? - Sammenlign den samme avis som netavis og som analog avis. Giv en karakteristik af, hvordan de hver især ser ud 	<p>Kendskab til nyhedsmedier i analog form.</p>

	<p>stilistisk, layoutmæssigt mm. Hvordan orienterer I jer i dem? Hvad kan I bedst lide at læse – analog eller digital? Og hvorfor?</p> <p>3. To grupper præsenterer. (15 min.)</p> <p>4. Opsamling om nyhedskriterier og avisers observans. (5 min.)</p>	
<p>rit, Mini Olsen og Pia Qvist: ”, i: <i>Krydsfelt</i> side 286-293</p> <p>henholdsvis aviserne Jyllands- ormation dagen før modulet.</p> <p>e vigtigste nyheder i begge aviser? nvorfor de er udvalgt?</p> <p>mstillingen af mindst en udvalgt ed eksempler på, hvordan I kan se olitiske observans, etik, strategi og nme til udtryk i nyhedsdækningen</p>	<p>Nyhedsgenrer</p> <p>Gruppearbejde:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karakterisér de to avisers layout. Brug begreber fra lektien i det forrige modul. 2. Find her om muligt fem artikler som eksempler på brug af forskellige nyhedsgenrer. Hvilket/hvilke nyhedskriterier er fremherskende i de fem artikler? 3. Gå i dybden med en artikel, vi bliver enige om sammen. <ul style="list-style-type: none"> - Bestem nyhedskriteriet, og karakteriser brugen af nyhedstrekanten. - Hvordan adskiller de to artiklers layout sig fra hinanden, og hvad kan det være med til at understrege? Brug begreber om layout fra lektien sidst. - Karakterisér sproget i teksten? Brug boksen på side 354 i lektien fra sidst som en hjælp. 	<p>Introduktion til n layout, nyhedstre journalistisk spro</p>
<p>mon: ”Vejviser i den postfaktuelle ge til virkeligheden side 51-63</p> <p>og Rasmus Christiansen: “John lever Der er ingen grænse for, hvor dumme</p>	<p>Hvad er en falsk nyhed?</p> <p>Indhold:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducerende klassesamtale om det amerikanske præsidentvalg i 2016, der for alvor satte en ny dagsorden for det postfaktuelle samfund (10 min). 	<p>Øvelser der træ falske nyheder o</p>

<p>nyheder 13.1.2019 (ikke testen)</p> <p>tre pointer om falske nyheder i tekst. Overrasker "John" dig, og hvad af ham?</p> <p>ale i undervisningen</p> <p>ller ej" - test under artiklen i lektionen af fake news: Der er ingen grænse for, folk er"</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Tag testen fake news eller ej (15 min): 3. Undersøg parvist netbaserede aviser og sociale medier for falske nyheder. Kan I se tegn? (30 min.) 4. Kort opsamling: Hvad fandt i? (5 min) 5. Etisk diskussion i grupper à 4 og opsamling: Hvad skal vi stille op med de falske nyheder og alternative kendsgerninger? Benyt jeres viden om sociale medier og journalistik indtil videre. Skriv et kort indlæg om jeres forslag på Padlet'en. (25 min.) 	<p>etisk stillingtagen</p>
<p>klær fra Politiken:</p> <p>Facebook skal sætte ind mod falske november 2016</p> <p>ejerskov og Johan Varning Bendtsen: reder løgnehistorier", 16.11.2016</p> <p>: "Medierne hjalp Trump til sejr",</p> <p>IT-konsulent: Facebook er vore dages , 20.3.2017</p> <p>ale i undervisningen:</p> <p>Carlsen: Diskursanalyse, rportalen.gyldendal.dk g skaber verden"</p>	<p>Analyse af et nyhedstema om Facebook og det amerikanske præsidentvalg</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gruppearbejde i 8 grupper à 3-4 personer til forberedelse af oplæg: <ul style="list-style-type: none"> - Bliv enige om tekstens genre og nyhedskriterium, og giv i begge tilfælde en begrundelse derfor. - Læs om/repeter diskursanalyse i de supplerende tekster til modulet. Find nodalpunkt, ækvivalenskæde og differenskæde i teksten. Er der ligheder eller forskelle mellem diskurserne i de enkelte tekster? - Hvad siger de om nyhedsmediet avisen Politiken? (50 min) 2. Oplæg for klassen – fire grupper fremlægger med peer-feedback fra opponentgrupper (40 min) 	<p>Opgave der belyser mellem nyhedskriterier diskurser i et nyhedstema anslået af den pågældende begivenhed, der er relevant til diskussionen om nyheder.</p>

<p>gstrukturer og magtforhold”</p>		
<p>ennem fra hele forløbet for at få de centrale problemstillinger.</p> <p>ervisningen: Genrer, /mediehandbogen/medier/genrer/</p> <p>vilket emne inden for feltet af sociale medier og falske nyheder mener du bør undersøge? Hvilken form for journalistisk genre er mest effektiv til at skabe en multimodal produktion?</p>	<p>Multimodalt journalistisk indslag 1</p> <p>Gruppearbejde</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brainstorming: begynd med at udveksle læsefokus (ca. 10 min.) 2. I gang med produktet (80 min.) <p>Produktkrav:</p> <p>1) Kreativt produkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indhold: I skal udarbejde et multimodalt journalistisk indslag, der skal belyse/bore i en vigtig problemstilling fra forløbet. Produktet bør give et konstruktivt svar på en etisk problemstilling. Det kunne fx være, hvordan vi får løst problemer med falske nyheder. I skal gøre jer klart, hvem I er som afsendere og forsøge at være autentiske (fx en NGO, en gymnastikforening, et politisk parti, en elevorganisation eller en af omnibusaviserne). Der kan med fordel indgå autentiske kilder, I interviewer og inddrager citater fra. - Format: Digital. Der skal indgå et manuskript i tekstform med brug af en af nyhedsgenrerne, fx feature eller nyhedsanalyse. Der skal desuden indgå visuelle og auditive elementer. Produktet udgives i klassens Facebook-gruppe. - Varighed: 2-5 minutter <p>2) En pitchet metarefleksion:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der udarbejdes desuden en kort supplerende 	<p>Opgave som kreates i løbet af forløbet. Fokus på at opnå læringsmål mhp. anvendelsesaspekter og metarefleksion.</p>

	<p>metarefleksion, hvor I gør rede for det faglige fokus og de anvendte metoder (fx begreber fra argumentations-, diskurs-, kommunikationsanalyse) samt virkemidler (nyhedskriterier, genre, speak, performative eller visuelle elementer).</p> <p>Præsentationsform i modul 12:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktet skal præsenteres for klassen med den pitched metarefleksion. - Varighed i alt: 6-7 minutter 	
<p>ver sig selv lektier for til det journalistiske produkt</p>	<p>Multimodalt journalistisk indslag 2</p> <p>Grupperne arbejder videre med det multimodale journalistiske produkt</p>	<p>Som modul 10</p>
<p>e af opgaven, det multimodale produkt</p>	<p>Multimodalt journalistisk indslag 3 og afrunding på forløbet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visning af det multimodale journalistiske produkt med metarefleksion. Opponentgruppe giver peer-feedback. 10 minutter pr. gruppe. (75 min) - Debatterende artikel gives tilbage med lærerfeedback. (15 min) 	<p>Som modul 10 Desuden peer-fe</p>

de artikel – oplæg til opgave

medier og vores virkelighedsopfattelse

ulering

terende artikel, hvor du med udgangspunkt i konkrete eksempler undersøger og diskuterer, ning de sociale medier har for vores virkelighedsopfattelse, og hvorvidt de er en udfordring. skal du forsøge at overbevise din læser om dine synspunkter.

skal du inddrage ”Ytringsfriheden er blevet kapitaliseret af techgiganter” (tekst 1) og ”På ke kunder - vi er selv produktet” (tekst 2, læst i forløbet). Desuden kan du frit inddrage andre ter og/eller medieklip fra undervisningsforløbet.

gelse skal du særligt fokusere på:

i hvilket omfang de sociale medier har en betydning for vores virkelighedsopfattelse, og r en udfordring. Her skal du inddrage hovedsynspunkter og argumenter fra ”Ytringsfriheden taliseret af techgiganter” (tekst 1)

ge din egen argumentation med konkrete eksempler bl.a. ved at inddrage ”På nettet er vi Vi er selv produktet” (tekst 2) og eventuelt andre relevante tekster og/eller medieklip fra forløbet.

re emnet gennem en fokuseret indledning og diskussion og forsøge at overbevise din læser erk og velgennemtænkt argumentation med en afslutning, der markerer dit synspunkt.

n artikel: tre-fire normalsider à 2400 enheder (antal anslag inklusive mellemrum)

e Mette Lauritzen, Vincent Hendricks, Frederik Stjernfelt og Mads Vestergaard:
[den er blevet kapitaliseret af techgiganter](#)”, Politiken 20. april 2018.

Bøgelund: [”Vincent Hendricks: ”På nettet er vi ikke kunder – vi er selv produktet”](#)”, DJØF-8 (med fordel klippes der i teksten, så der er rent fokus på sagen og Hendricks synspunkter f fagbladets interesse for beskrivelser af hans person).