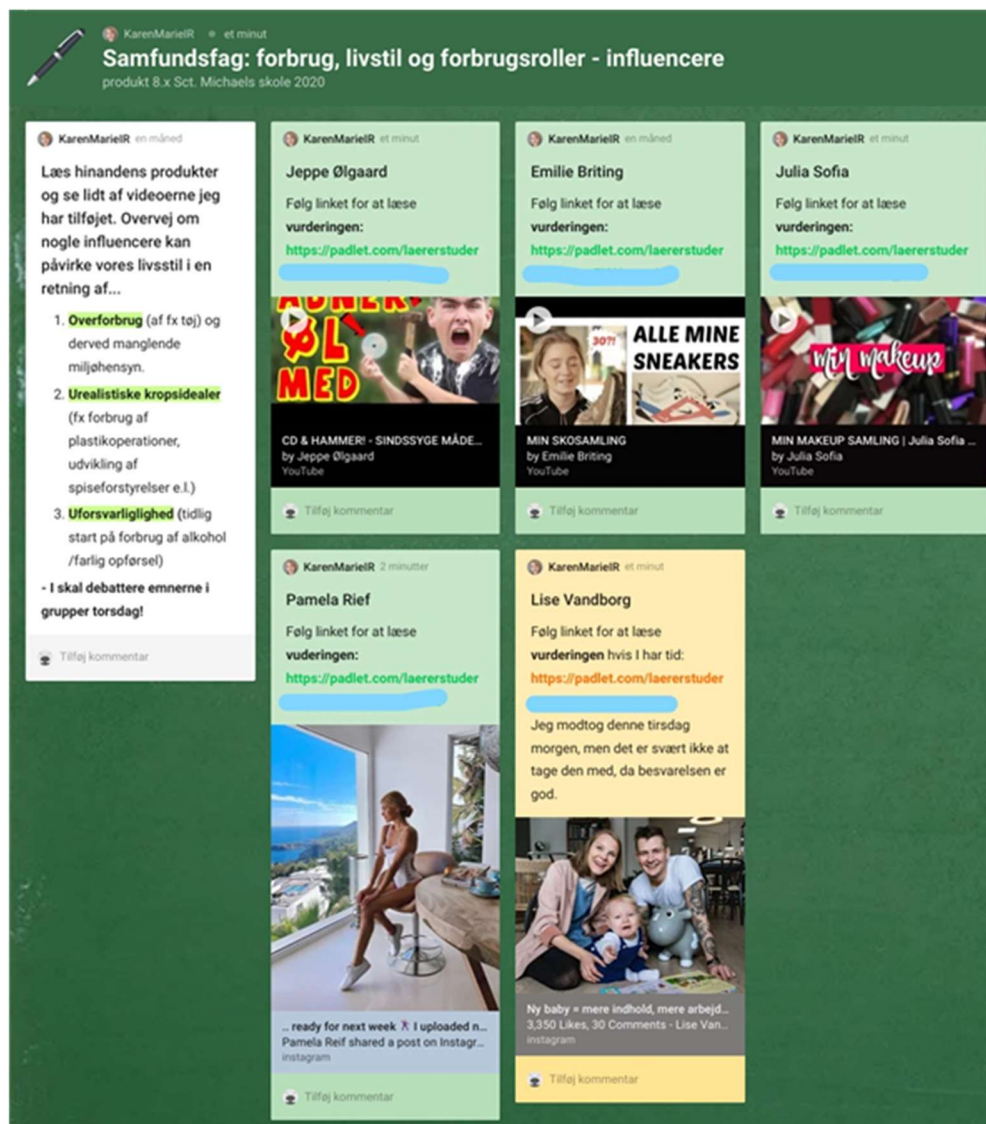




Almen Dannelse og
Digital Uddannelse
&
Almen
Undervisningskompetence

Af
Karen Marie Immerkær
Rasmussen
3026988

2020
UC Syd

Kommerciel kommunikations som
indgangsvinkel til forbrugsroller og livsstil i
samfundsfag ved brug af Padlet fra
skoletube.dk

Kort præsentation af forløbet

Udgangspunktet er at lade eleverne udvælge materiale fra sociale medier (videoer og billeder fra sider eller personer de følger) vi kan arbejde med og bruge som indgangsvinkel til livsstil samt forbrugerroller. Ønsket er at lære eleverne om kommerciel kommunikation og udvide deres forståelse af influencerfænomenet igennem videoundervisning, gruppearbejde og debat over skype. Undervisningsforløbene eleverne skal følge, blive organiseret i Padlets fra skoletube.dk. Eleverne skal også bruge Padlets til at præsentere sig selv inden undervisningen går i gang og skrive opgavebesvarelser hele vejen igennem forløbet.

Indhold

.....	0
Indledning	2
Undersøgelsesspørgsmålets relevans for <i>folkeskolen</i>	3
Undersøgelsesspørgsmålets relevans for <i>samfundsfag</i>	5
Præsentation af valg af den didaktiske model & refleksioner over valget	5
Kort didaktisk analyse	6
Gennemgang af undervisningsforløbet.....	8
Introduktionsforløb:	8
Elevbesvarelser fra introduktionsforløbet:	10
Eksempler på elevbesvarelser fra 8x:.....	11
Første dobbelttime:.....	13
Gruppearbejde:	14
To produkter fra 8x:.....	16
Den sidste dobbelttime:	18
Evaluering af undervisningen.....	23
Refleksion over undersøgelsens relevans i forhold til modulernes læringsmål.....	24
Evaluering af egen undervisning.....	25
Konklusion.....	25
Kilder brugt til undervisning nævnt i teksten:	26
Bibliografi	26

Indledning

Jeg har indgået en aftale med en 8. klasse, hvor jeg skal overtage undervisningen i samfundsfag i to dobbelttimer. Klassen bliver stadig hjemmeundervist pga. covid-19 restriktionerne. Jeg kan vælge imellem to emner, som klasselæreren har planlagt at klassen skal gennemføre inden sommerferien. Jeg vælger at tage del i undervisningsforløbet 'Forbrug'. Jeg er blevet oplyst om målet med undervisningsforløbet, men har ellers fået frie tøjler mht. hvordan jeg vil gribe sagen an. Målet med undervisningen er, at eleverne skal forstå forbrugets betydning for samfundsøkonomien og arbejde med de valg, der ligger til grund for danskernes forbrug med udgangspunkt i livsstil og forbrugsroller. Derefter skal de arbejde med forbrug i forhold til bæredygtighed og miljøhensyn.

Klassen studerer som sagt online og de værktøjer jeg har til rådighed for at kunne kommunikere med eleverne, er hvad der findes på skoletube.dk. Jeg har umiddelbart ingen mulighed for at komme til at observere klassen og derved få en fornemmelse af klassens niveau. I Samfundsfag Fælles Mål, (Børne og Undervisningsministeriet, 2019) finder man målet der gerne skulle være opnået efter endt skolegang, men klassen er som sagt i slutningen af 8. klasse. Jeg har bedt klassens lærer videregende et par elevbesvarelser fra deres tidligere undervisning og kan derved observere at klassen har modtaget undervisning i 'det økonomiske kredsløb' kort tid forinden.

Det er meget vigtigt for mig at tage udgangspunkt i elevernes erfaringsverden og deres allerede tilegnede viden (Brodersen, 2020). Derfor ønsker jeg at finde, en indgangsvinkel til emnet der tillader det. Jeg vælger at fokusere på den del af forløbet der omhandler livsstil og forbrugerroller. Jeg finder at denne del af indholdet, er den bedst egnede til både at give eleverne mulighed for at komme med input og give mig selv lejlighed til at lære eleverne lidt at kende og lave et interessant og involverende undervisningsforløb på trods af afstanden. Jeg ved at jeg ikke respekterer princippet for det metodiske forløb, som er et af Hilberts Meyer kendetegn for god undervisning (Meyer, 2005). Jeg vil forsøge at rette op på dette ved at forklare eleverne sammenhængen imellem forbrug og min udvalgte indgangsvinkel til livsstil og forbrugsroller.

At spørge ind til elevernes livsstil og forbrugsvaner er både et meget intimt og abstrakt spørgsmål. Da vi har behov for noget konkret materiale at arbejde med, beslutter jeg mig for at inddrage elevernes brug af de sociale medier, ved at tage udgangspunkt i hvilke influencere eleverne evt. følger, velvidende at influencere har en voksende rolle i kommerciel marketing og derved præger livsstil og forbrugerroller hos deres følgere. Denne form for reklame kaldes

kommerciel kommunikation og er, efter hvad jeg kan observere på de forskellige læringsportaler, et overset emne i folkeskolen, trods dennes voksende relevans.

Jeg fik delvis ideen da jeg læste en undersøgelse der omhandlede børn og unges forståelse af forskellige former for markedsføring. I afrapporteringen konkluderes det at børn og unge ikke ser kommerciel kommunikation som noget, de behøver at forholde sig kritisk til. De unge overvejer mest af alt, om kommunikationen er relevant for dem og bliver først kritiske, hvis den kommercielle kommunikation er irrelevant. Derfor har børn og unge nemmere ved at afkode intentionen bag kommunikation, når de ikke selv er i målgruppe (Forbrugerstyrelsen, 2014). Jeg har derfor to hypoteser, jeg vil bruge til mit undervisningsforløb:

1. Eleverne vil følge influencere der delvis afspejler deres egen (forbruger)identitet, da deres budskaber ellers ikke er relevante for dem.
2. En elev vil have nemmere ved at afkode den kommercielle kommunikation når vedkommende ikke er i influencerens målgruppe.

Jeg vælger at bruge Padlets fra Skoletube til undervisningen, da min korte erfaring med denne app har overbevist mig om, at det er et komplet og overskueligt redskab med mange relevante funktioner og derved både er egnet til stilladsering af mine undervisningsforløb og til elevernes tilbagemeldinger og besvarelser. De funktioner der interesserer mig mest i appen, er muligheden for nemt at lave små filmoptagelser (så eleverne nemt og hurtigt kan præsentere sig selv), skrive tekster, bekvemt ligge links op (så de kan vise mig billeder eller film fra personer e.l. de følger på de sociale medier).

Derved er jeg kommet frem til dette undersøgelsesspørgsmål:

Hvordan planlægges, gennemføres, evalueres og udvikles undervisning i samfundsfag omkring kommerciel kommunikation på sociale medier om forbrug, hvor eleverne arbejder i Padlet fra skoletube.dk?

Undersøgelsesspørgsmålets relevans for *folkeskolen*

I folkeskolens formål kapitel 1 § 1., står der at "Folkeskolen skal (...) give eleverne kundskaber og færdigheder, der (...) fremmer den enkelte elevs alsidige udvikling" (Bekendtgørelse af lov om folkeskolen, 2019). Derved er skolen en dannelsesinstitution, hvilket Alexander von Oettingen beskriver som naturligt, da viden og dannelse er to sider af samme sag. Skolen indgår i elevernes livsdannelsesproces, ikke kun fordi den er en del af deres dagligdag, trivsel og socialisering, men i høj grad også igennem de skolefaglige fag (Oettingen, 2016). I den

fagindelte undervisning skabes en afstand imellem eleven og dennes omverden hvilket muliggør en forståelsesudvikling: "I skolens fag udtrykkes en "verden" af betydning, som skal læres for at kunne mestre tilværelsen og de muligheder, et samfund rummer" (Oettingen, 2016, s. 12). Ifølge Jeppe Bundgaard er brugen af it en grundlæggende færdighed og derved skolens opgave. En del af den nødvendige digitale dannelse består i, at eleverne skal lære at have forståelse for kommunikationssituationer på internettet. De skal lære at gennemskue hvem afsenderen er samt hvad budskabet består af og generelt være kritiske over for den information de møder på nettet. Bundgaard afliver myten om at børn og unge er digitalt indfødte (Bundgaard, 2017).

I samme paragraf stk. 2 står der at "Folkeskolen skal udvikle arbejdsmetoder (...), så eleverne udvikler erkendelse (...) muligheder og baggrund for at tage stilling og handle" (Bekendtgørelse af lov om folkeskolen, 2019). Dette synspunkt deles af den handlingsorienterede didaktik, hvor skolen beskrives som en samfundsrelevant institution, hvor børnene skal lære med henblik på at kunne handle i det omgivne samfund, derved skal skolen have forbindelse til børnenes hverdag uden for skolen (Wiberg, 2013). Også Wolfgang Klafkis kritik-konstruktive didaktik inkluderer samfundskritiske pædagogik, hvor det bør være praksis at udvikle elevernes evner i bl.a. selvbestemmelse hvor fundamentet er evnen til kritisk refleksion. Derved bør centrale problemstillinger fra samtiden indgå i undervisningen (Schou, 2013). Han udformer selv seks nøgleproblem hvoraf det fjerde fremføre en almindelse der kritisk behandler bl.a. de nye tekniske kommunikationsmedier "(...) med en refleksion over, hvordan disse medier påvirker de mennesker, der anvender dem, hvordan brugen af sådanne medier kan få mulige sociale konsekvenser, samt hvilke muligheder der er for misbrug" (Klafki, 2001, s. 79).

At have indblik i og udvikle erkendelse om moderne markedsføringsmetoder, gør at eleverne har mulighed for at tage stilling og forhåbentlig kan undgå at blive manipulerede af kommerciel kommunikation. Derudover er der også et vigtigt dannelseselement i at kunne distancere fra influencernes livsstil og forbrugsroller, da disse ofte ikke er de bedste rollemodeller for eleverne. Mange influencere giver udtryk for et tydeligt overforbrug, når de fremviser store mængder nye produkter inden for kort tid eller demonstrere deres store samlinger af tøj, sko, makeup e.l. Nogen influencere kan også, med deres enorme fokus på kost og motion evt. påvirke unge mennesker til spiseforstyrrelser eller generel utilfredshed med dem selv (Nebelong, 2017). Disse emner er alle væsentlige for unge menneskers trivsel, derfor vurderer jeg, at undersøgelsesspørgsmålet er relevant for folkeskolen.

Undersøgelsesspørgsmålets relevans for *samfundsfag*

En del af det økonomiske kompetencemål i samfundsfag, er at eleverne lærer at kunne agere som bevidste forbrugere og tage stilling til egne forbrugsvalg (Børne og Undervisningsministeriet, 2019). I takt med at vores medievalg skifter fra radio og fjernsyn over til de digitale platforme flytter markedsføringen med. Det må derfor være en prioritet at vi ruste eleverne til denne ændring. På de sociale medier er reklamen blevet mere camoufleret ift. de traditionelle medier (fx fjernsyn) og er gået fra at være et ufrivilligt valg til at være et produkt brugerne/følgerne opsøger. Mange unge identificerer sig med influencere der sponsorerer produkter, derved rammes målgruppen på en mere personlig og troværdig måde. Moderne markedsføring skjuler reklamen i en gråzone hvor børn og unge kan have svært ved at definere hvor den starter og hvor den slutter (Forbrugerstyrelsen, 2014).

Undervisningen vil blive bygget op omkring, at eleverne udvikler kritisk tænkning. Først vil der være plads til at eleverne kan udtrykke deres umiddelbare holdninger, derefter vil de få mulighed for at udvikle mere reflekterede synspunkter igennem information og diskussion (Christensen, 2020). Derved kommer eleverne til at diskutere rollen som forbruger og vil opnå ny viden om forbrugeradfærd og forbrugerroller (Børne og Undervisningsministeriet, 2019).

Præsentation af valg af den didaktiske model & refleksioner over valget

Da lærings resultatet står klart, bliver dette den prioritet alle mine yderligere beslutninger må indordne sig under, derfor bruger jeg den målorienterede didaktik som udgangspunkt (Keiding, Læringsmålorienteret didaktik , 2013). Det retningsgivende emne er forbrug, hvor jeg bidrager til det overordnede mål 'livsstil og forbrugerroller'. Slutmålet er at udvide elevernes kendskab til kommerciel kommunikation samt at skærpe deres kritiske sans overfor influencerfænomenet. Dette slutmål er ikke i modstrid med de samfundsmæssige interesser, da kritiske tænkning samt kritiske forbrugere indgår i Børne- og Undervisningsministeriets målsætninger for undervisningen. Skønt klasseværelset er blevet skiftet ud med hjemmeundervisning, bør dette læringsmål være realiserbart for eleverne, da udførelsen af arbejdsopgaverne kun kræver en normal pc, adgang til internettet samt til skoletub.dk. Det er ikke muligt at vide om læringsmålet accepteres af eleverne, da denne dialog er besværliggjort pga. omstændighederne, introduktionsforløbet giver dog eleverne en indirekte mulighed for at præge undervisningen.

Fra den lærerteoriske didaktik bruger jeg 'tabellen med de 6 didaktiske kategorier' fra Berliner-didaktikken (Keiding, Lærerteoretisk didaktik, 2013). Dette gør jeg for bedre at kunne stilisere undervisningen med et helhedsorienteret perspektiv, da den målorienterede didaktik ikke tilbyder en model til dette (se tabellen i næste afsnit).

De to didaktiske modeller støtter godt op om hinanden da lærerteoriske didaktik/Berliner-modellen ikke har nogle eksplicit normativ dimension, men kun pointere at beslutningstagning mht. indholdet må træffes med det bedst mulige videnskabelige grundlag. Den målorienterede didaktik lægger sig i stedet op ad politiske beslutninger og den normative dimension er derigennem delvist legitimeret via demokratiske beslutningsprocesser. Teorien tilbyder også en faktoranalyse der består af tre faktorer. Den første er den normdannende, hvor læreren skal reflektere over eget ideologisk afsæt. Den anden er den betingelsessættende, hvor man skal reflektere over samfundets normer der kan virke naturlige, men ikke er det. Den sidste er de formskabende faktorer, hvor målet er metode-opfindsomhed der betoner betydningen af lærerens bevidste udvikling af undervisningsstil (Keiding, Lærerteoretisk didaktik, 2013).

Kort didaktisk analyse

Didaktisk kategori	Beskrivelse
Formål og læringsmål	→ At udvikle elevernes kritiske sans mht. til influencere. → At eleverne forstår dem selv som forbrugere og hvordan de eventuelt bliver manipuleret gennem kommerciel kommunikation på internettet. → At eleverne udvider deres evner i brugen af Padlet på skoletube.dk.
Indhold	Undervisning om kommerciel kommunikation. Refleksion over influencere som forbilleder. Gruppearbejde med vurdering af en influencer. Gruppediskussion om influencere som forbilleder.
Metoder	Videoundervisning. Læsning af små tekster kopieret fra relevante tekster. Videoer lavede af/om influencere. Gruppearbejde med opgavebesvarelse/udformning af produkt og med efterfølgende feedback Gruppe diskussion om produktet/influencere.
Medier	Padlet fra skoletub.dk

	Sociale medier (YouTube, Instagram) Skype WeVideo fra skoletube.dk PowerPoint PollEverywhere
Elevforudsætninger	Vurderes ud fra et lille introforløb, hvor eleverne opretter deres Padlet til undervisningen med en kort video præsentation af dem selv, indsætter opslag fra personer e.l. de følger på de sociale medier og svare på spørgsmål til deres udvalgte materiale. Herfra kan det vurderes hvilke forhold eleverne har til de sociale medier og hvor kritiske eleverne er over for de personer e.l. de selv følger. Jeg kan konstatere.... - at de har arbejdet med det økonomiske kredsløb. - at de kender programmet Padlet. - at de generelt ikke udformer svaret på et spørgsmål så det kan forstås uden at kende spørgsmålet. - der er stor forskel på de mest opmærksomme og grundige elever og dem der virker uinteresserede fra starten af. - at de generelt ikke fokusere på det økonomiske aspekt i motivationen til en influencers opslag på de sociale medier
Undervisningens kontekst	Alt undervisning og kommunikation foregår via de digitale medier jeg kan finde på skolestube.dk (se punktet medier ovenfor) og igennem klassens lærer på e-mail. Dette er naturligvis både begrænsende og en usædvanlig situation.
Tidsmæssig ramme	4 timer fordelt på to dobbelttimer med et introforløb forud.

Gennemgang af undervisningsforløbet

Introduktionsforløb:

Jeg opretter nedenstående Padlet og får klassens samfundsfagslærer til at sende linket til eleverne.

padlet

KarenMarieR • 4 dage

Opstart på forbrug

Lektier til onsdag d. 29 April

Opgaver til opstart

For at vi kan komme godt igang, fra første time vi har sammen skal du...

1. Lave en Padlet.
2. Præsentere dig selv i en lille film i din Padlet.
3. Finde film/billeder på Youtube/Instagram (eller lignende) som vi kan arbejde med, når vi skal snakke livstil og forbrugsroller.
4. Svare på spørgsmålene.

Husk at dele din Padlet med mig når du er færdig!

Tilføj kommentar

Præsentation

Lidt om mig

03:11 video
padlet drive

Tilføj kommentar

1. Sådan laver du din Padlet (og din film)

Studietube

Udvalgte medier • Opret kanal • John Marie • Studietube

Codecademy • Photoshop • Canva • WeVideo • Book Creator • OneNote • eScribble

Platon • Padlet • Thinglink • Prezi • Mindmeister • Stop Motion Studio • Screencast

Sdan_skal_du_lave_din_Padlet

06:44 video
padlet drive

Tilføj kommentar

2. Præsenter dig selv på 2 minutter

2. Præsenter dig selv på 2 minutter

Hvad hedder du? Hvilke interesser har du? Hvad gør dig glad? Hvad får du tiden til at gå med? Hvad bruger du helst dine penge på?

 Tilføj kommentar

3. Hvem følger du på de sociale medier?

I forbindelse med at vi skal have om forbrug, skal vi også snakke om livsstil og forbrugsroller.

Find en eller flere film fra Youtube, et billede fra Instagram eller lignende. Det skal være et oplæg du godt kan lide, fra en person du ikke kender personligt, men som du evt. 'følger' og føler du kan relatere til.

Kopier linket/adresselinjen ind i din Padlet.

 Tilføj kommentar

4. Spørgsmål til dit valg af videoer/billeder.

- Hvad kan du godt lide ved videoen/billedet du har valgt?
- Føler du, at du kender personen der har lavet videoen/billedet?
Hvorfor/hvorfor ikke?
- Hvorfor tror du personen har lavet billedet/filmen?

 Tilføj kommentar

Del din Padlet med mig :)

Gå op i funktionen 'DEL'

Vælg : 'ADD MEMBERS'

Find mig ved at skrive mit navn: KarenMarieIR

KarenMarieIR

Vælg mig og tryk på 'GEM'

 Tilføj kommentar

E-mail

Skriv til KarenMarieIR@syd.dk hvis du har spørgsmål og brug for hjælp.

Venlig hilsen Karen Marie

 Tilføj kommentar

PS. Input og ønsker!?

Vi har ikke så meget tid sammen, men du er selvfølgelig velkommen til at komme med input og ønsker til undervisningen. Du må også gerne stille spørgsmål :) Bare skriv hvad du har på hjertet i din Padlet.

 Tilføj kommentar

Opgaven skal være løst en uge inden undervisningen starter, for at jeg kan få tid til at se besvarelsener og videopræsentationerne igennem, beslutte mig for hvilke influencere der er interessante at arbejde videre med, lave grupper, tilrettelægge næste undervisningspadlet med relevant undervisning etc.

Efter delingen af linket begynder jeg løbende at modtage delinger af Padlets med besvarelsener. En enkelt elev kontakter mig via e-mail for at få hjælp. Eleven har ikke optaget sin videopræsentation direkte i Padletten og har problemer med at overføre filen. Filen bliver sent via e-mail til mig og jeg indsætter videoen samtidig med at jeg laver en skærm-/lydoptagelse med forklaring på hvordan dette gøres, så eleven efterfølgende kan se videoen.

Dagen efter afleveringsfrist mangler der 4 besvarelsener og 5 besvarelsener er ikke gennemført korrekt. Jeg rykker efter de manglende besvarelsener og gør opmærksom på hvilke elever der skal være særligt opmærksomme på den feedback jeg har skrevet i deres Padlet, igennem klassens lærer. De fleste af elevernes fejl, kan løses ved, at de ser eller genser skærmoptagelsen, jeg havde lavet med en forklaring på, hvordan Padletten skulle oprettes. Jeg gætter på, at nogle af eleverne allerede kendte programmet og derfor har ment, at filmen var unødvendig at bruge tid på.

To dage inden undervisningsstart mangler en elev stadig at dele sin Padlet med mig. Jeg får navnet på den manglende elev oplyst igennem læreren, opretter selv en Padlet og kopier opgaven ind. Derefter sender klassens lærer Padlet-linket til eleven. Jeg kan derefter registrere at eleven får udført opgaven. Jeg har nu "forbindelse" til hele 8x igennem de Padlets eleverne har oprettet og delt med mig. Et par stykker har ikke rettet manglerne i udførelsen af selve Padletten og en enkel Padlet bliver aldrig brugbar til kommunikation, da eleven ikke får rettet indstillingerne til, at jeg kan kommentere i den på noget tidspunkt.

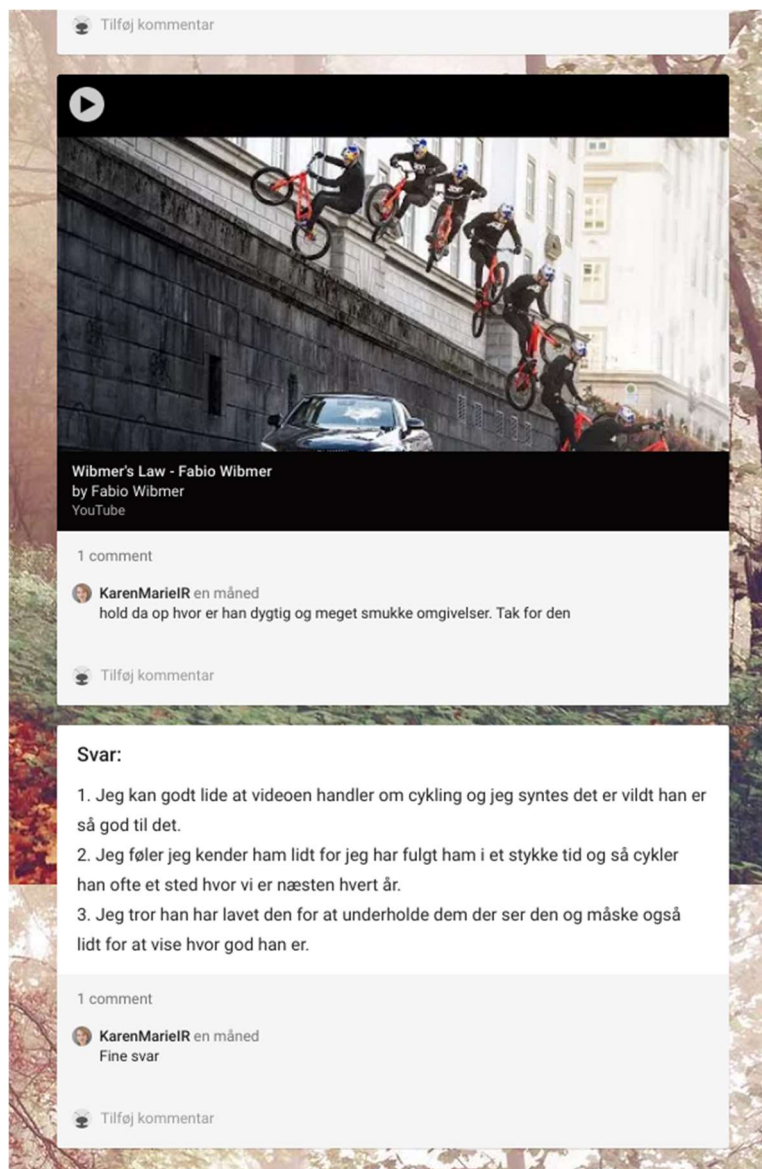
Elevbesvarelsener fra introduktionsforløbet:

Mange af pigerne sender videoer og billeder fra professionelle kvindelige influencere der alle er i starten af tyverne. De fleste af influencerne er danskere, men der er nogle enkelte nordamerikanere og en tysk influencer imellem. I de udvalgte medier fra de danske influencere indgår der ikke direkte kommerciel kommunikation. Den tyske og de Nordamerikanske reklamerer dog indirekte igennem de links der er lagt op sammen med indholdet. Enkelte videoer bliver tilsendt mere end en gang, hvilket sandsynligvis skyldes at de er blandt det nyeste indhold, Youtuberen har lagt op.

Drengenes tilsendte film (ingen af drengene sendte billeder) viser et andet mønster. Generelt kan man se en tendens til, at drengene har en passion de dyrker, lige fra ethjulet cykler til sportsvogne, og mere følger passionen end de følger personen, hvilket dog ikke ændre på, at der er mindst lige så meget kommercielt indhold i deres udvalgte materiale.

Generelt er eleverne ikke særlig kritiske, to elever sagde at influenceren levede af det, en tredje elev nævnte at der måske var penge i det, resten af eleverne, der svarede fyldestgørende på spørgsmålet, nævner ikke økonomiske motiver til produktion af indholdet. Til spørgsmålet *Hvorfor tror du personen har lagt billedet/videoen op?* Svare de fleste med begrundelser så som: for at underholde, fordi de godt kan lide det/havde lyst, for at vise/dele deres dag, for at vise hvor gode de er o.l.

Eksempler på elevbesvarelser fra 8x:



The screenshot shows a social media interface. At the top, there is a video player with a play button icon. The video shows a stunt cyclist performing a trick on a ledge. Below the video, the title "Wibmer's Law - Fabio Wibmer" is displayed, along with "by Fabio Wibmer" and "YouTube". Below the video, there is a comment section with one comment from "KarenMarieIR" dated "en måned". The comment reads: "hold da op hvor er han dygtig og meget smukke omgivelser. Tak for den". Below the comment, there is a "Svar:" section with three numbered responses. The first response says: "1. Jeg kan godt lide at videoen handler om cykling og jeg syntes det er vildt han er så god til det." The second response says: "2. Jeg føler jeg kender ham lidt for jeg har fulgt ham i et stykke tid og så cykler han ofte et sted hvor vi er næsten hvert år." The third response says: "3. Jeg tror han har lavet den for at underholde dem der ser den og måske også lidt for at vise hvor god han er." Below the responses, there is another comment section with one comment from "KarenMarieIR" dated "en måned". The comment reads: "Fine svar".

Tilføj kommentar

Wibmer's Law - Fabio Wibmer
by Fabio Wibmer
YouTube

1 comment

KarenMarieIR en måned
hold da op hvor er han dygtig og meget smukke omgivelser. Tak for den

Tilføj kommentar

Svar:

1. Jeg kan godt lide at videoen handler om cykling og jeg syntes det er vildt han er så god til det.
2. Jeg føler jeg kender ham lidt for jeg har fulgt ham i et stykke tid og så cykler han ofte et sted hvor vi er næsten hvert år.
3. Jeg tror han har lavet den for at underholde dem der ser den og måske også lidt for at vise hvor god han er.

1 comment

KarenMarieIR en måned
Fine svar

Tilføj kommentar

Videoen er en professionel lavet reklamefilm for bl.a. Red Bull.



LOCKDOWN VLOG // TikTok, Gymnastik og Følsom snak
by Jasmin Lind
YouTube

1 comment

 **KarenMarieR** en måned
Fin video - tak for den.

 Tilføj kommentar

Svar:

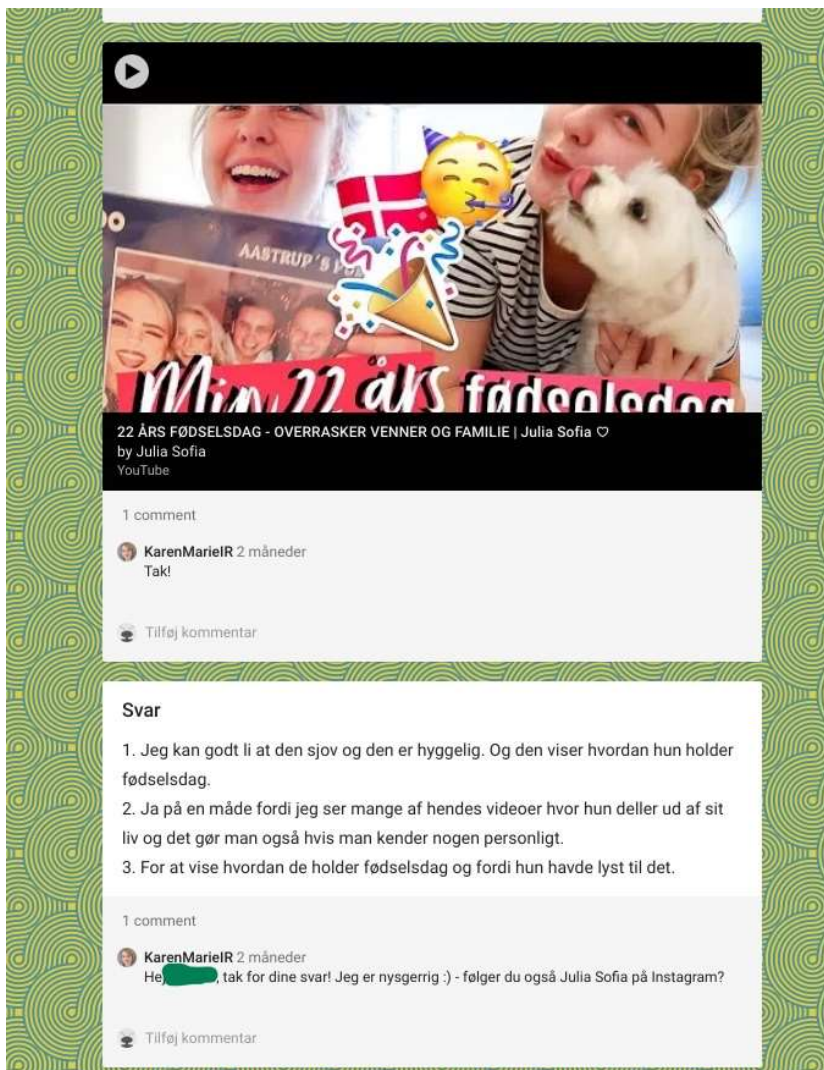
1. Det jeg godt kan lide ved videoen det er, at der også bliver fortalt, at nogle gange tager youtuber også bare en facade på for, at det skal se ud som om, at de ikke har dårlige dage, men i virkeligheden kan de også have en dårlig dag.
2. Nej jeg føler ikke, at jeg kender personen helt personligt, men jeg føler på den anden side også, at jeg kender dem lidt, fordi man følger deres hverdag så på en måde er man også en del af noget af deres liv, som de vælger at lægge op på youtube.
3. Jeg tror at Jasmin (youtuberen) har lavet videoen, fordi det er det hun lever af at lave. Men jeg tror, at hun også har lavet lige præcis den her video for at vise, at hun også kan have dårlige dage.

1 comment

 **KarenMarieR** en måned
Meget gode svar!

 Tilføj kommentar

1. time - link til undervisningsforløb:



Jeg har kun brugt elevbesvarelser jeg har fået lov til at bruge, alle forbliver anonyme, hvilket jeg har lovet klassen.

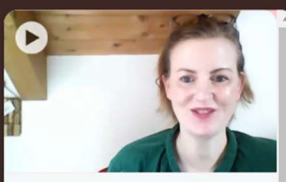
Første dobbelttime:

Eleverne finder linket til undervisningen i deres Padlet, hvilket de er blevet informeret om igennem mail fra deres lærer. Første undervisningstime indeholder videoer hvor jeg underviser (enten ser eleverne mig eller også ser de PowerPoints), blandet med citater taget fra div. relevante kilder og videoklip fra DR (se kilder brugt til undervisningen). I slutningen af timen bliver eleverne sat ind i det gruppearbejde de skal udføre i anden time.

et KarenMarielR • en måned

Undervisningsforløb 1 time 07-05-2020

Forbrug → samfundsøkonomien → forbrugsroller og livstil → INFLUENCERE PÅ SOCIALE MEDIER



Godmorgen
08:29 video
padlet drive

Godmorgen! Nu starter vi :)

Fra forbrug til influencere.

Den næste video er den rødetråd.
Den skal fører os ind i emnet om
forbrugsroller, livstil og influencere.
**Tryk på knappen der åbner
skærmen i et nyt vindue så at I kan
se Power-Pointene!**

...en kommer vi fra forbrug
...betydning for samfundsøkonomien
...til influencere på de sociale medier?

→ Livstil og forbrugsroller.
→ Influencer-fænomenet i Danmark.
→ Influencer-fænomenet i verden (intermettet har ikke lande grænser!)

Fra forbrug til influencere 1
12:16 video
padlet drive

Fra forbrug til influencere.

**Youtube: fra katte-videoer til
professionel
marketingplatform!**

"Du kan få en populær
videoblogger til at omtale dit
produkt gennem en video
advertorial. Det kan koste alt
fra 3.000 til 100.000 kr. og
kommer naturligvis an på
personens popularitet og

padlet KarenMarielR • en måned

Undervisningsforløb 1 time 07-05-2020

Forbrug → samfundsøkonomien → forbrugsroller og livstil → INFLUENCERE PÅ SOCIALE MEDIER



video dollars
01:23 video
padlet drive

Sponsorerede indlæg

Reklamen man gider at se.

"Når de unge sidder og
kigger på Instagram og
YouTube, har de paraderne
nede, derfor går budskabet
mere ind (...) metoden er
rigtig effektiv, fordi
influencerne kender deres
publikum og derfor laver
troværdige indhold, som



video integritet
00:49 video
padlet drive

Svipsere

Den troværdige reklame

"Influencere bruger deres
indflydelse på sociale
medier til at påvirke og gøre
reklame for en sag eller et
budskab. De er på relativt
kort tid blevet en vigtig brik i
virksomheders og
organisationers
reklamestrategi. Influencerne

padlet KarenMarielR • en måned

Undervisningsforløb 1 time 07-05-2020

Forbrug → samfundsøkonomien → forbrugsroller og livstil → INFLUENCERE PÅ SOCIALE MEDIER



video fuldtidsjob
01:28 video
padlet drive

Fuldtidsjob

**Hastig vækst i influencer
industrien**

"Influencer-fænomenet er
stadig ret nyt i Danmark,
men industrien er i vækst.
Flere og flere virksomheder
bruger især unge influencere
til at markedsføre deres
produkter. (...) I 2017/2018
opgjorde de 14 største



Afrunding p f rste time Opstart p grup...
12:03 video
padlet drive

Afrunding på første time

Vurder en influencer!

Følg linket i jeres Padlet til
gruppearbejde.
Nu skal I bruge jeres dømmekraft
og vurdere en influencer i en kort
tekst, der skal fremlægges for
resten af klassen.
God arbejdslyst :)

Gruppearbejde:

Eleverne er blevet delt op i grupper og skal nu "vurdere" en influencer. Grupperne har jeg lavet ud fra det kriterie at eleverne skal arbejde med en influencer, hvor de ikke umiddelbart selv er i

målgruppen. Grupperne består af tre personer og eleverne bliver gjort opmærksomme på, at hvis de ikke når at klargøre produktet i undervisningstiden, skal det være klart 3 dage inden vores næste timer. Det er meningen at jeg så lægger alle opgavebesvarelserne ind i en ny Padlet og giver hele klassen adgang hinandens produkter (se opgavens forside). Eleverne skal så læse kammeraternes produkter igennem og derved blive klar til gruppediskussionen i den afsluttende time.

Opgavebesvarelserne er svar på en række spørgsmål jeg har stillet dem. De bliver bedt om at kombinere svarene indtil en let forståelig tekst, hvor læseren ikke skal have set spørgsmålene for at kunne forstå teksten. At teksten skal være læseegnet til deres jævnaldrende og at de skal skrive ordforklaring i parentes, hvis de bruger ord 'voksne' ikke forstår. Jeg har ladet mig inspirere af 'Didaktik 2.0' om at guide eleverne til digitale produkter, men desværre har vi ikke tid til at bearbejde produkterne, så meget som modellen ligger op til (Christiansen, 2010).

To produkter fra 8x:

Emilie Briting

Emilie Briting er en youtuber, som reklamerer for tøj. Hun har over 100.000 visninger på alle hendes længere videoer. Hun lever af at være influencer på YouTube og Instagram.

Den kommercielle kommunikation fylder ret meget. *Hun har et samarbejde med tøjmærket NA-KD.* Hun bliver også sponsoreret af andre tøjmærker og firmaer, så det fylder temmelig meget.

Hun er meget sig selv på hendes sociale medier. Hun laver bl.a. daglige og ugentlige *vlogs* (videoblog, hvor hun filmer sin dag). Her viser hun både sine gode og dårlige side. Når tingene bliver trælse, og når det går sindssygt godt. Hun er god til at snakke om hendes krop, og hvordan hun har en ekstra delle – hvor hun også forsikrer alle om, at det er helt ok. Hun fremhæver tit det gode i tingene, og giver også gode råd til hendes følgere. Hun er meget oprigtig, på den måde, at hun ikke rigtig har lyst til at spille skuespil eller kun vise alt det gode der sker. Hun er god til at snakke om tabuer. Hun bliver tit temmelig personlig med sine følgere (mest på YouTube), fordi hun viser så meget af hendes dag - og liv.

Hun har ikke særlig tit en fotograf med sig, og holder ofte kameraet selv når hun filmer. Eller har sat det fra sig så det står et sted.

Hendes målgruppe er ret bred, fordi hun laver/viser forskellige ting. Hun laver sine vlogs, som tit passer til 10-16-årige. Instagram-opslagene og reklamationerne for tøj og mode, er mest for de 15-25-årige.

1 comment



KarenMarieIR en måned
Rigtig gode svar. Godt arbejde!



Tilføj kommentar

Lidt hvad vi synes hver især:

- Personligt synes jeg, at hun er et godt forbillede. Hun er god til ikke at gøre det for perfekt.

- jeg ved ikke særlig meget om hende. Jeg synes hun bander rigtig meget, men hun virker som om hun er sig selv.

- Jeg har kun studeret få af hendes videoer, så jeg ved ikke hvordan hun er i alle de andre videoer, men hun virker meget normal, og bander lige så meget som de fleste unge gør.

1 comment



KarenMarieIR en måned
Tak dejligt at I også har skrevet jeres personlige meninger.



Tilføj kommentar

Jeppe Ølgaard

Influenceren "Jeppe Ølgaard", og er en kendt youtuber i Danmark. Han lever af det til dagligt og er lige flyttet sammen med to andre youtubere, som han laver collabs sammen med. Han tjener penge på at lave YouTube, da det er hans arbejde. Hans er en humoristisk person, som kan lide at lave sjove og underholdende ting til sine følgere. Han går op i at *følgerne* har det sjovt, *når* de ser hans videoer. Han laver ofte videoer med andre youtubere. Han laver tit videoer med hans venner som også er youtubere, og som er lidt ligesom ham, altså underholdende.

Den kommercielle kommunikation (Kommerciel kommunikation er når et brand vil bruge en persons berømmelse, til at sælge eller vise sig selv) er ikke særlig tydelig, da han ikke laver reklame så tit. Han bliver en gang i mellem sponseret, men det er ikke noget som han direkte går op i. Af sociale medier, bruger han mest YouTube og instagram. På instagram er han aktiv nogle gange om ugen, hvor han på YouTube er aktiv en gang om ugen og nogle gange mere. Der bliver skiftet målgruppe, når han går fra YouTube til instagram. Vi forestiller os at største delen af hans følgere på YouTube er i målgruppen mellem 10-24, hvorimod på instagram er målgruppen nok mest er 14+, da vi tænker at mange synes at han er en sjov person at følge og fordi han er positiv. Vi synes at han er et positivt forbillede for hans følgere, fordi han netop går op i at man skal have det sjovt, men også at han ikke kun fremstår perfekt.

1 comment

**KarenMarieR** en måned

Godt svar :) Jeg tror dog ikke på at han ikke gerne ville sponsorere flere produkter. Prøv at se dette link: <https://www.gnz-agency.dk/portfolio-archive/jeppe-oelgaard/#section-about> Man kan jo overveje hvorfor han ikke har lavet mere kommerciel kommunikation når han har så mange følgere!?

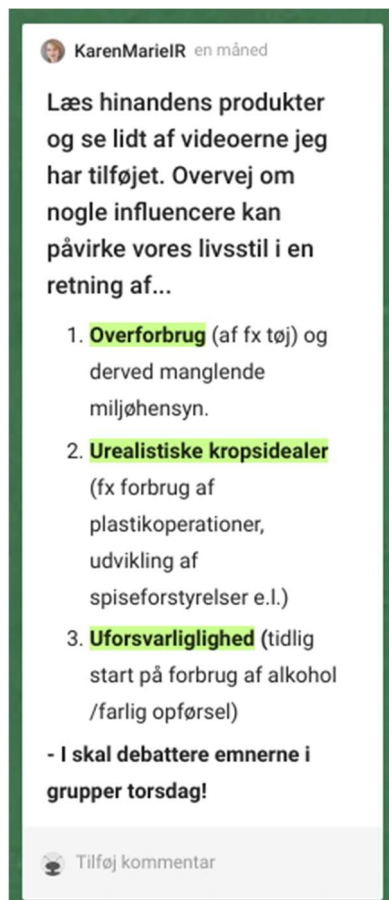


Tilføj kommentar

4 grupper når at blive færdige i løbet af undervisningstiden, en gruppe aflevere senere, de resterende 3 grupper starter på opgaven, men bliver aldrig færdige. Jeg forsøger at få forbindelse til eleverne igennem klassens lærer, både for at få de sidste til at aflevere, men også for at sende dem linket til 'opslagstavle Padletten' hvor de færdige elevprodukter fremvises (se opgavens forside). Desværre kan jeg forstå på en elev, at de først har modtaget e-mailen med linket, aftenen inden vi har undervisning sammen.

Det er fem meget fine besvarelser jeg modtager, men jeg er overrasket over hvor ensidigt positive eleverne er i besvarelsen af spørgsmål mht. om influenceren er et positivt forbillede for sine følgere. Derfor ændrer jeg lidt i mine planer for næste uges undervisning, ved at tilføje nogle refleksionspunkter eleverne skal overveje når de læser hinandens produkter. Derudover udvælger jeg også film og billeder lavet af de forskellige influencere. Fx ligger jeg en video op

hvor Emilie Briting fremviser hendes skosamling på 30 par sneakers og en video med Jeppe Ølgaard kaldet "sindssyge måder at åbne øl" (se kilder brugt til undervisningen).



Den sidste dobbelttime:

Vi starter undervisningen med en film, hvor jeg snakker om deres produkter og fortæller eleverne hvorfor de ikke har fået lov, til at arbejde med de youtubere/instagrammere de selv havde valgt fra starten. Jeg forsøger også at varme eleverne op til debatten de skal have kort efter. Derudover beder jeg dem om at svare på evalueringsspørgeskemaet og skrive i deres Padlet om jeg må bruge deres elevbesvarelser/produkter anonymt. Jeg vælger at gøre det anonymt, for at give flere mod på at lade mig bruge deres besvarelser. Jeg har lavet nye grupper til diskussionen. Eleverne er nu blevet delt op i grupper på seks personer med det kriterie at de tidligere grupper er blevet opløst, så alle kommer til at diskutere med nogen de ikke har arbejdet med før.

Min største bekymring mht. mit program er elevdebatten via Skype, jeg har oprettet 4 links aftenen forinden, som jeg har indsat i deres Padlets, men jeg har ingen erfaring med at bruge Skype for business på denne måde. Det viser sig også at give problemer, de links jeg har oprettet ca. 10 timer tidligere virker ikke længere. Jeg skynder mig at oprette 4 nye links, hvilke

jeg indsætter direkte i undervisnings-Padletten. Mange elever ser de nye links og logger sig på, men da de ikke logger på samtidig, er antallet af elever ikke er så stort, hvilket betyder at der i nogle rum kun er en enkelt eller to elever. Nogen logger hurtigt af igen og jeg beslutter mig for at nedlægge tre af debatgrupperne og lave en stor gruppe som nødløsning, hvilket jeg både kommunikere direkte i debatrummende og i undervisnings Padletten. Det ender med en stor gruppe på ca. 10 elever. For at sikre mig at eleverne har noget at snakke om, havde jeg lavet en liste over mulige diskussionsemner de kunne bruge hvis de havde svært ved at få gang i debatten. Jeg kan konstatere at eleverne ikke rigtig får gang i diskussionen, de snakker kun kort om de forskellige spørgsmål jeg har lagt op. Mit indtryk er at mange af eleverne ikke har fået kigget på hinandens produkter eller de film/billeder jeg har lagt op. Da når hurtigere igennem de 12 debattemner end jeg havde regnet med, jeg beder dem derfor om at lave den anonyme evaluering af undervisning og skrive i deres Padlets om jeg må bruge deres produkter.

 KarenMarieR · 4 dage

Lad os tænke os om! - Det kritiske syn på influencere

8x · Undervisningsforløb 14-05-2020 Samfundsfag - Forbrug

Nåede du ikke at debattere med dine klasse kammerater...?

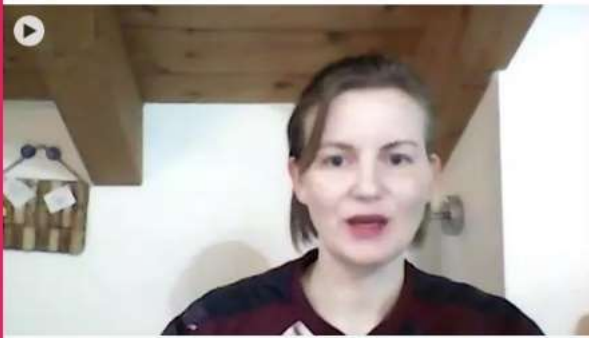
Så gå ind her <https://padlet.com/laererstuderend>

Skriv hvem du ser som det bedste forbille for din generation og hvem du opfatter som det værste.

Forklar hvorfor.

Tilføj kommentar

KI 8:10 Introduktion til dagens undervisning



My Video
16:12 video
padlet drive

Tilføj kommentar



Jeppé Ølgaard - Danmarks selv lærte tryllekunstner
Jeppé Ølgaard er selv lært tryllekunstner og fuldblods-entertainer. Den 20-årige YouTuber fortr...
gorize agency

Tilføj kommentar

Padlet: med jeres produkter



Samfundsfag: forbrug, livstil og forbrugsroller - influencere
produkt 8.x Sct. Michaels skole 2020
padlet

Tilføj kommentar

Link til gruppearbejde:

Brug ikke linkene i jeres personlige Padlet, de virker ikke mere.
Brug dem I finder under jeres grupper herunder!

1 comment

[redacted] en måned
Karen Marie Linksne er der ikke længere!!!!

 Tilføj kommentar

KI 8:40 Gruppe diskussion

Det kan være svært at starte en diskussion, derfor får I lidt input til at ligge ud med.

I kan selv vælge imellem diskussions emne 1 eller 2.

Når diskussionen er kommet igang, behøver I ikke at følge planen længere.

- I finder linket til jeres gruppe i jeres Padlet.
- Husk at slå mikrofon og kameraet til
- Hvis der opstår problemer så se her: <https://it-vejledninger-studerende.ucsyd.dk/m/88214/c/293498> eller skriv til mig på [redacted]@ucsyd.dk

Der er for få deltager derfor er der kun dette Skype møde i kan deltage i:

Deltag i Skype-møde

<https://meet.lync.com/ucsyddanmark-ucsyd/3026988/5YW5LFNR>

5 comments

[redacted] en måned
mit det virker ikke, jeg bliver hele tiden smidt af?

 **KarenMarieIR** en måned
Det må være internetforbindelse, beklager :(

 **KarenMarieIR** en måned
[https://padlet.com/laererstuderende/\[redacted\]](https://padlet.com/laererstuderende/[redacted])

[redacted] en måned
jeg er kommet ind nu

 **KarenMarieIR** en måned
Går ind her og skriv hvem du ser som det bedste forbille for din generation og hvem du opfatter som det værste. Forklar hvorfor.

 Tilføj kommentar

Diskussions emne 1

- Diskuter om Emilie Briting og Julia Sofia er gode forbilleder. Hvordan virker de som personer og som forbrugere?
- Diskuter om de er bedre rollemodeller end Pamela Rief?
- Er Pamela Rief et sundt forbillede for unge piger?
- Diskuter hvilken aldersgruppe Jeppe Ølgaard rammer og om han er et godt forbillede for denne gruppe?
- Diskuter vigtigheden i, at man er pæn og/eller sjov når man er influencer. Diskuter om det samme gælder for begge køn.
- Snak om hvem I syntes er det bedste forbillede for jeres generation, Pamela Rief eller Live Vandborg? Emilie Briting eller Julia Sofia?
- Diskuter idealet for det perfekte forbillede for jeres generation?

Fortsæt debatten med emne 2 hvis I har mere tid.

- Diskuter idealet for det perfekte forbillede for jeres generation?

Fortsæt debatten med emne 2 hvis I har mere tid.

 Tilføj kommentar

Diskussions emne 2 (svær)

- Diskuter hvilket ansvar influencere har på de sociale medier. For miljøet fx eller for børn og unges forståelse af kropsidealer.
- Er det okay at influencere bruger plastikoperationer og lignende?
- Diskuter hvem der har ansvaret når det er børn der bliver påvirket af influencere.
- Snak om hvilke muligheder forældre har for at kontrollere deres børn på de sociale medier.
- Syntes I at folkeskolen har et ansvar i at indrage problemstillinger mht. kommerciel kommunikation og influencere i undervisningen?
- Diskuter hvilke muligheder politikkerne har for at lovgive på området.
- Diskuter hvilke konsekvenser det har, at lovgivingen ikke er den samme i alle lande.

Fortsæt med emne 1 hvis I har mere tid tilbage.

 Tilføj kommentar

Ideen bag - hvorfor ikke arbejde med den influencer man selv har valgt?

--> Fordi når man selv er i målgruppen, har man sværere ved at afkode den kommercielle kommunikation <--

"(...) unge ser ikke kommerciel kommunikation som noget, man som sådan skal forholde sig kritisk til. I stedet forholder de sig til, om kommunikationen er relevant for dem. De bliver kritiske, hvis den kommercielle kommunikation, de møder, er irrelevant. De har f.eks. nemmere ved at afkode intentionen bag kommunikation, som ikke er målrettet og tilrettelagt netop dem selv som målgruppe".

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen:

Afrapportering fra ekspertudvalget for børn, unge og markedsføring 2014 s. 95

<https://www.kfst.dk/media/47231/20140912-endelig-afrapportering-30062014.pdf>

 Tilføj kommentar

KI 9:25 Evaluering

Gå ind I jeres Padlet brug linket til det anonyme spørgeskema.

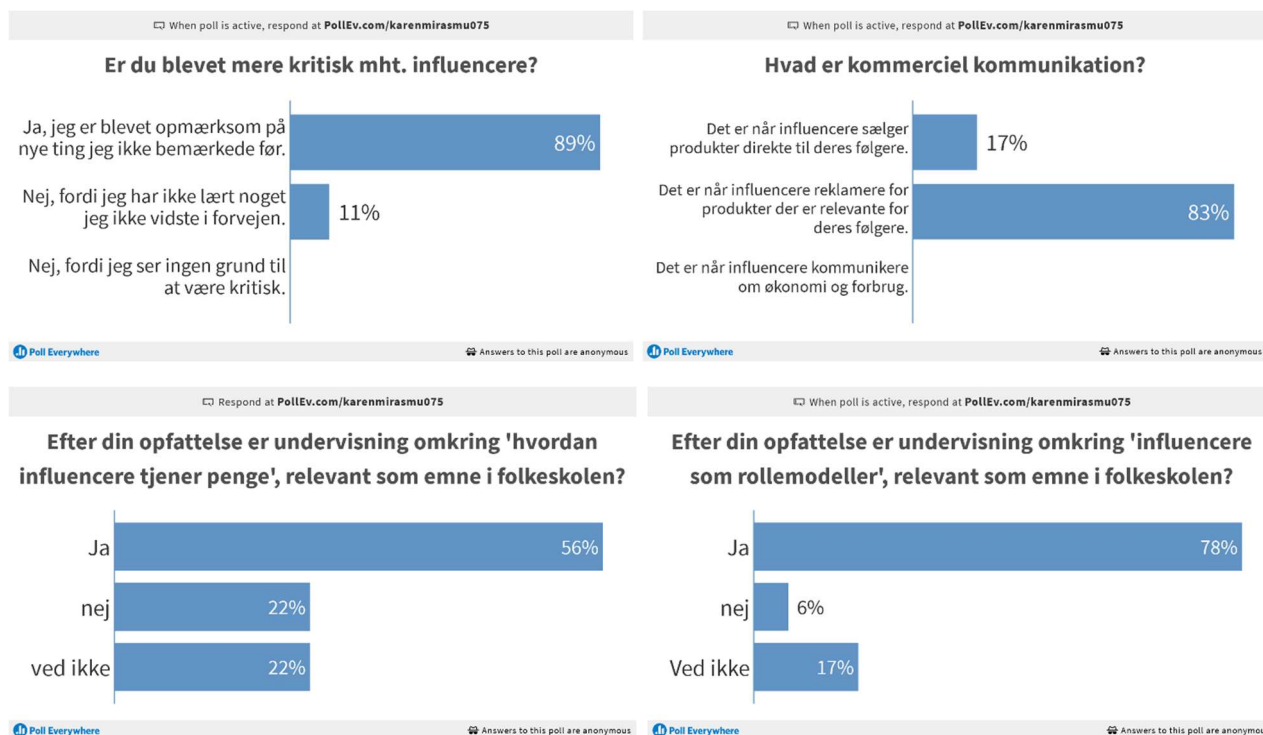
Husk at skrive ja eller nej til, om jeg må bruge jeres produkter anonymt.

Jeg takker for denne gang :)

 Tilføj kommentar

Evaluering af undervisningen

18 elever deltog i evalueringsundersøgelsen. Det 5. spørgsmål var fakultativt, men alligevel valgte 9 elever at komme med input og kritik til undervisningsforløbet.



I er velkomne til at komme med input og kritik mht. undervisningsforløbet:

1. Jeg synes det var spændende og anderledes end det vi plejer. Fedt med padlet. Jeg synes det var en fed måde at gøre det hele på.
2. Jeg synes, at det var rigtigt godt forløb, fordi jeg synes, at man lærte at være mere kritisk. Det vil jeg helt sikkert tage med videre.
3. Jeg synes at det har været en rigtig god undervisningsforløb. Jeg fik lært mere noget omkring kommerciel kommunikation.
4. Jeg synes at det har været lærerigt (hvis du ser bort fra det aller første svar;). Jeg ved lidt mere om influencere som jeg ikke rigtigt kendte i forvejen. Det har været et rigtig fint forløb;)
5. Jeg syntes det har været et spændende forløb;)
6. Jeg synes du har været god til at vurdere, hvor lang timen enlig er. Det er meget blandet det vi skal lave og det synes jeg er fint. Selv er jeg ikke så god til at diskutere, så det har nok været den sværeste del for mig. Men jeg tænker der er andre som synes godt om det, da de ikke skal skrive noget ned og lave en opgave.
7. Jeg synes det var svært fordi vi ikke var sammen fysisk, men jeg synes at emnet var et godt emne.

8. Det var lidt svært at finde ud af hvad man skulle lave nogengange
9. I skal skrive hvornår vi skal møde.
10. *du må gerne bruge mine besvarelser, hvis det er her man skal svare på det*
11. *Ja du må gerne bruge produktet:)*

89% af eleverne mener selv de er blevet mere kritiske over for influencere og 83% af klassen svare rigtig på hvad kommerciel kommunikation er. Størstedelen af deltagerne i evalueringen mener at emnet 'influencere' er relevant som undervisningsemne i folkeskolen, de mener at influencere som rollemodel er et vigtigere emne end den kommercielle kommunikation.

I det anonyme spørgeskema har to elever misforstået, hvor de skal skrive, at jeg må bruge deres besvarelser og produkter (nr. 10 & nr. 11), to elever mener at undervisningen organisation ikke har været tydelig nok (nr. 8 & nr.9) de resterende 7 elever kommer med general positiv kritik (nr. 1 – nr. 7), skønt at nr. 7 fandt det svært fordi undervisningen var online og nr. 6 ikke brød sig specielt om at skulle debattere mundtligt, har de begge fundet emnet interessant.

Refleksion over undersøgelsens relevans i forhold til modulernes læringsmål

Jeg har forsøgt at lede undervisningen med klassens lærers intentioner mht.

undervisningsmålet 'forbrug' og samtidig undervise i det tværgående emne 'it og medier'. Jeg har brugt forskningsresultater som omdrejningspunkt for mit undersøgelsesspørgsmål, hvilket har fungeret godt. 'Kommerciel kommunikation' var et emne der interesserede en stor del af eleverne og de indledende spørgsmål viste, at kun en lille del af klassen (3 elever) omtalte de økonomiske aspekter som afsenderens motivation af deres udvalgte YouTube-

/Instagramopslag, skønt mange af eleverne havde valgt produkter fra professionelle influencere eller i nogle tilfælde direkte professionel udført reklame. Da vi kom til gruppearbejdet, beskrev alle eleverne mere eller mindre det økonomiske aspekt, i den influencer de skulle vurdere, men jeg bemærkede til gengæld, at eleverne var ukritiske i forhold til hvordan influencerne fremstod som rollemodeller, selvom de var gode til at vurdere hvem der umiddelbart kunne være influencerens målgruppe. Derfor besluttede jeg mig for at rette elevernes opmærksomhed ind på dette aspekt i den afsluttende del af undervisningen, i stedet for at fortsætte med det økonomiske aspekt af influencerens virke.

I elevernes evaluering af undervisningen vurderes emnet 'influencere som rollemodel', som et vigtigere tema for folkeskolens undervisning end emnet 'kommercielle kommunikation'. Man

kan diskutere om der er et sammenhæng imellem 'influencere som rollemodeller' og 'forbrug', men da reklamer virker ved at opfinde et behov hos forbrugerne, gør dette sig naturligvis også gældende ved kommerciel kommunikation. Hvis børn og unge bliver mere kritiske over for influencere som rollemodeller, medfører det så ikke også et mere kritisk syn på de produkter der forsøges solgt og dermed mere kritiske forbrugere? Min vurdering er at undersøgelsen har understøttet elevernes erkendelse af de mekanismer der manipulerer et forbrug og giver eleverne mulighed for at tage stilling og handle, samt skærpet deres evner som kritiske og analyserende modtagere mht. it og medier.

Evaluering af egen undervisning

Kommunikationen med eleverne er svær når man onlineunderviser, især når man aldrig kommer til at møde dem i virkelighed. Derfor valgte jeg først at afsløre hvor kort tid de skulle have mig, i slutningen af første dobbelttime. Jeg ved ikke om alle elever deltog i den første dobbelttime, men jeg er sikker på, at en del elever manglede i den anden dobbelttime, hvor jeg gætter på at 18 elever ud af de 24 fulgte dele af undervisningen (så mange svar fik jeg på mit evalueringsspørgeskema). Det besværliggjorde kommunikationen, at jeg var nødt til at bruge klassens travle lærer som talerør, til at opråbe eleverne for deltagelse og afleveringer, derved var det kun lysten eller samvittighedsfølelsen hos eleverne der drev dem til at deltage i undervisningen. Man kan derudfra konkludere at online undervisning og programmerne på skoletube.dk der kan bruges til kommunikation, fungerer fint til de stærkeste og mest motiverede elever. Et stærkt og tæt samarbejde med klassens lærer, kunne evt. opveje nogle af disse problemer både mht. de svageste og de umotiverede elever.

Hvis jeg skulle gennemføre et lignende forløb, ville jeg helt sikkert oprette linkene til 'Skype for Business møderummet' lige inden undervisningen skal starte. Derudover ville jeg lave større grupper til diskussionerne fra starten af, grupper på 6 elever var for ambitiøst pga. faldet i elevernes fremmøde og den generelle generthed der var i diskussionen. Problemet med de første 'Skype for Business link' påvirkede helt sikkert også nogle elever til at skynde sig videre med evalueringen og så holde tidligt frikvarter, i stedet for at vente og se om jeg fandt en løsning.

Konklusion

Find min DIGI-talk på DIGI-bloggen eller her

<https://www.studietube.dk/video/5898954/442faa252ffe5ec1eea0b9b176c450f4>

Kilder brugt til undervisning nævnt i teksten:

Redaktion cbar@tv2.dk (2017) *Youtubere og bloggere skal få unge til at droppe rygning*. 18. TV2

<https://nyheder.tv2.dk/samfund/2017-12-18-youtubere-og-bloggere-skal-faa-unge-til-at-droppe-rygning>

Ingvorsen, Maiken (2018) *YouTube har stadig uudnyttet potentiale - Bliv din egen influencer på YouTube*. Kommunikationsforum.dk

<https://www.kommunikationsforum.dk/artikler/YouTube-har-stadig-uudnyttet-potentiale>

Stock, Martina (2019) *Influencere*. Faktalink – Bibliotek og undervisning

<https://faktalink.dk/influencere>

From, Lasse (2017) *Hvad i alverden er influencers?* DR.dk

<https://www.dr.dk/nyheder/viden/nysgerrig/hvad-i-alverden-er-influencers>

Briting, Emilie (2019) *"Min skosamling"* på Youtube:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=66&v=aQIlm9j_jHA&feature=emb_logo

Ølgaard, Jeppe *"CD & HAMMER! - SINDSSYGE MÅDER AT ÅBNE ØL"* på Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=I1q81A5XWtE>

Bibliografi

Bekendtgørelse af lov om folkeskolen, LBK nr 823 af 15/08/2019 (15. 08 2019).

Brodersen, P. P. (2020). *God og effektiv undervisning - Didaktiske nærbilleder fra klasserummet*. Hans Reitzels forlag.

Bundgaard, J. (2017). *Digital dannelse*. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.

Børne og Undervisningsministeriet. (2019). Læseplan Samfundsfag.

Børne og Undervisningsministeriet. (2019). *Samfundsfag Fælles Mål*. Undervisningsministeriet.

Christensen, A. S. (2020). *Samfundsfagets bidrag til udviklingen af kritisk tænkning*. Hentet fra Emu Danmarks Læringsportal: <https://emu.dk/grundskole/samfundsfag/kritisk-taenkning/samfundsfagets-bidrag-til-udviklingen-af-kritisk-taenkning>

Christiansen, R. B. (2010). *Didaktik 2.0 - Didaktisk design for skolen i vidensamfundet*.

Forbrugerstyrelsen, K. o. (2014). *Afrapportering fra ekspertudvalget for børn, unge og markedsføring*.

Keiding, T. B. (2013). Læreteoretisk didaktik. I A. Q. (red.). Hans Reitzels Forlag.

Keiding, T. B. (2013). Læringsmålorienteret didaktik . I A. Q. (red.), *Læringsteori og didaktik*. Hans Reitzels Forlag.

Klafki, W. (2001). *Dannelsesteori og didaktik - nye studier*. KLIM.

Meyer, H. (2005). *Kendetegn på god undervisning. Empirisk belæg og didaktiske forslag.*

Nebelong, L. S. (2017). *Unges syn på krop og kropsidealer.* Hentet fra sexogsamfund.dk:
https://sexogsamfund.dk/sites/default/files/sexsamfund_undersogelse_kroppen_web.pdf

Oettingen, A. V. (2016). Skolens almene dannelse. I A. V. Oettingen, *Almen dannelse: dannelsesstandarder og fag* (s. (s.11-35)). København: Hans Reitzel.

Schou, L. R. (2013). Kritisk-konstruktiv pædagogik og didaktik. I A. Q. (red.), *Læringsteori og didaktik* (s. 312-336). Hans Reitzels Forlag.

Wiberg, T. B. (2013). Handlingsorienteret didaktik. I A. Q. (red.), *Kritisk-konstruktiv pædagogik og didaktik* (s. 337-357). Hans Reitzels Forlag.