

```html

# Provkonstruktion

**Årskurs:** Gymnasiet

**Ämne eller kurs:** Etik och människans livsvillkor

**Tema:** Etik i mediekonsumtion

## Syfte

Syftet med provet är att mäta elevernas förståelse för etik samt deras förmåga att analysera och resonera kring mediekonsumtion och dess påverkan på individ och samhälle.

## Koppling till styrdokument

### Centralt innehåll

Undervisningen ska behandla hur medier formar och påverkar vår förståelse för etik och de värderingar som anges i olika medievärldar. Det omfattar en analys av hur mediekonsumtion kan påverka personliga och samhällsliga värderingar, samt en kritisk granskning av etiska frågor i samband med reklam och information inom medierna.

### Kunskapskrav

Eleven redogör översiktligt för hur medier kan påverka och förmedla etiska värderingar. Dessutom kan eleven föra enkla resonemang och argumentera för sina åsikter om etiska frågor kring mediekonsumtion och dess påverkan på individ och samhälle.

## Prov

### Faktafrågor

1. Vad handlar etik i mediekonsumtion om?
  - A) Finansiella beslut
  - B) Värderingar och normer
  - C) Lagliga aspekter**
  - D) Teknologiska framsteg
2. Vilken av följande faktorer påverkar mest våra konsumtionsval?
  - A) Musikstilar
  - B) Reklammetoder**
  - C) Sociala avtal
  - D) Politisk struktur
3. Vad kännetecknar dolda budskap i reklam?
  - A) Klara och tydliga meddelanden

**B) Underliggande påverkan**

- C) Informativa innehåll
- D) Transparent kommunikation

4. Hur kan vi kritiskt granska reklam?

- A) Ignorera den

**B) Analysera budskapet**

- C) Spela med den
- D) Kopiera den

5. Vilket av följande är ett exempel på etiska dilemman inom mediekonsumtion?

- A) Innehåll som är lättillgängligt

**B) Falska representationer**

- C) Reklam utan bilder
- D) Nyheter från ett land

6. Vilken strategi används ofta inom reklam?

**A) Idealiserade bilder**

- B) Matematiska formler
- C) Opinionsundersökningar
- D) Sociala tåg

7. Hur kan reklam påverka våra värderingar?

- A) Genom att vara osynlig

**B) Genom att skapa förväntningar**

- C) Genom att informera om lagar
- D) Genom att dölja fakta

8. Vad betyder att analysera mediekonsumtion?

- A) Att använda mindre media

**B) Att bedöma påverkan av medier**

- C) Att öka mediekonsumtionen
- D) Att förneka mediernas effekt

9. Vilken diskurs är ofta kopplad till etik i reklam?

- A) Ekonomi och finans

**B) Moral och ansvar**

- C) Teknik och digitalisering
- D) Tradition och kultur

10. Vilken aspekt är viktig vid kritisk analys av reklam?

- A) Hur ofta den visas

**B) Vilka värderingar den förmedlar**

- C) Utformningen av annonsen
- D) Kostnaden för reklamen

11. Vad kan vara en konsekvens av oetisk reklam?

**A) Förlorat förtroende**

- B) Ökad försäljning
- C) Bättre uppfattning
- D) Allmänt obehag

12. Hur bör ett etiskt meddelande utformas?

- A) För att vara rolig

**B) För att vara ärlig**

- C) För att vara osäkert
- D) För att vara viralt

13. Vilken av följande metoder kan hjälpa till med kritisk granskning av media?

A) Att skratta åt dem

**B) Fråga deras syfte**

C) Att ignorera dem

D) Att kopiera dem

14. Vad innebär det att ställa frågor till medieinnehåll?

**A) Att granska och analysera**

B) Att acceptera allt

C) Att hoppa över innehåll

D) Att följa trender

15. Varför är det viktigt att förstå etik i mediekonsumtion?

A) För att passa in i samhället

**B) För att ta informerade beslut**

C) För att öka kostnaderna

D) För att se på mer media

## Resonerande frågor

1. Diskutera hur reklam kan forma vår självbild. Syftet är att ge eleverna möjlighet att reflektera över hur medieinnehåll och reklam påverkar individens identitet.

2. Resonera kring dolda budskaps påverkan på samhällsvärderingar. Eleverna ges chans att analysera de mer subtila påverkan som medier har på samhälleliga normer.

3. Reflektera över etiska dilemman vi möter i vårt medielandskap. Detta ger eleverna möjlighet att koppla teori till praktik och ge exempel från verkliga livet.

4. Hur kan en etisk reklamkampanj se ut? Här kan eleverna visa kreativitet och förståelse för etiska frågor genom att formulera egna kampanjidéer.

5. Diskutera din egen relation till medier och etik. Detta ger insikter kring hur eleverna personligen påverkas av det mediekonsumtion.

6. Hur kan sociala medier bidra till etiska frågor? Frågan uppmanar eleverna att tänka kritiskt kring moderna mediers roll i att påverka värderingar.

7. Resonera om medias ansvar i att informera om viktiga frågor. Eleverna tillåts att argumentera för vårdande av etiska standarder inom mediebranschen.

8. Vad betyder det att vara en medveten konsument av media? Detta ger utrymme för diskussion om ansvarstagande och medvetenhet kring mediekonsumtion.

## Bedömning

Provet kan bedömas med totalt 30 poäng. Faktafrågorna ger 1 poäng vardera och resonerande frågorna 3 poäng vardera.

För betyget E krävs minst 8 poäng, för betyget C minst 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor), och för betyget A minst 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).

...