

# Provkonstruktion

**Årskurs:** Gymnasiet

**Ämne eller kurs:** Journalistik, reklam och information 1

**Tema:** Etik och ansvar inom media och reklam

## Syfte

Syftet med provet är att bedöma elevernas förståelse av etiska riktlinjer och ansvar inom journalistik och reklam, samt deras förmåga att analysera och diskutera etiska dilemman i dessa områden.

## Koppling till styrdokument

### Centralt innehåll

Lektionens centrala innehåll omfattar etiska riktlinjer och ansvar inom journalistik och reklam, inklusive diskussioner om objektivitet, källkritik, respekt för individer och socialt ansvar.

### Kunskapskrav

Eleven kan redogöra för och analysera etiska dilemman inom journalistik och reklam samt diskutera hur dessa dilemman kan hanteras på ett ansvarsfullt sätt.

## Prov

### Faktafrågor

1. Vad innebär objektivitet inom journalistik?
  - A) Att alltid ge den mest underhållande informationen
  - B) Att rapportera fakta utan personlig påverkan
  - C) Att alltid ha en åsikt i artiklar
  - D) Att inkludera reklam i nyheterna

**Rätt svar: B**

2. Vilken av följande är en etisk riktlinje inom reklam?
  - A) Att generera så mycket vinst som möjligt
  - B) Att använda vilseledande information.
  - C) Att respektera målgruppens värderingar.
  - D) Att alltid fokusera på produkters brister.

**Rätt svar: C**

3. Vad innebär källkritik?
  - A) Att alltid lita på primärkällor.

- B) Att ifrågasätta och granska källors trovärdighet.
- C) Att använda så många källor som möjligt.
- D) Att ignorera sekundärkällor.

**Rätt svar: B**

4. Vilket av följande exempel på reklam kan klassas som etiskt tvivelaktigt?
- A) Reklam om hälsokost.
  - B) Reklam som säljer medicin utan vetenskapligt stöd.
  - C) Reklam för kläder.
  - D) Reklam för lokala företag.

**Rätt svar: B**

5. Vad betyder det att skydda källor?
- A) Att alltid publicera källorna.
  - B) Att inte avslöja källans identitet av skäl för säkerhet eller integritet.
  - C) Att ge källorna betalt för information.
  - D) Att förlita sig på anonyma källor.

**Rätt svar: B**

6. Vilken av följande metoder är viktig för verifiering av information?
- A) Att be om bekräftelse från en enda källa.
  - B) Att kolla information från flera oberoende källor.
  - C) Att alltid tro vad man läser.
  - D) Att fokusera på det som är mest sensationellt.

**Rätt svar: B**

7. Hur kan stereotyper i reklam påverka samhället?
- A) De kan öka medvetenheten om olika kulturer.
  - B) De kan bidra till fördomar och snedvridna uppfattningar.
  - C) De har ingen effekt på samhället.
  - D) De kan stärka positivt bild av alla samhällets grupper.

**Rätt svar: B**

8. Vad är en potentiell risk med sensationalism inom nyheter?
- A) Att öka intresset för journalistik.
  - B) Att förvrida verkligheten för att få fler läsare.
  - C) Att främja samhällsengagemang.
  - D) Att sprida fyllig information.

**Rätt svar: B**

9. Vilken typ av information bör journalister undvika att bli påverkade av?
- A) Personliga åsikter.
  - B) Fakta.
  - C) Statistiska data.
  - D) Granskningar.

**Rätt svar: A**

10. Vilket av följande fall är ett exempel på objektiv journalistik?
- A) Att alltid ta hänsyn till en politisk agenda.
  - B) Att exponera korruption utan förutfattade meningar.
  - C) Att skriva texter för att underhålla.

D) Att vara opartisk i opinionartiklar.

**Rätt svar: B**

11. Vad är etisk reklam?

A) Reklam som inte tar hänsyn till konsumenternas behov.

B) Reklam som är ärlig och inte missleder kunder.

C) Reklam som endast fokuserar på vinst.

D) Reklam som ignorerar regler.

**Rätt svar: B**

12. Vad innebär socialt ansvar för medier?

A) Att alltid agera för företagets bästa.

B) Att alltid följa lagar och regler.

C) Att göra etiska avvägningar för att skydda samhället.

D) Att ignorera publikens reaktioner.

**Rätt svar: C**

13. Vad är ett etiskt dilemma?

A) En situation där ingen lösning finns.

B) En konflikt mellan två eller flera moraliska val.

C) En enkel fråga om rätt och fel.

D) En situation med tydliga riktlinjer.

**Rätt svar: B**

14. Hur kan företag arbeta för att skapa etiska riktlinjer?

A) Genom att ignorera kundfeedback.

B) Genom att involvera anställda och intressenter i processen.

C) Genom att fokusera enbart på vinster.

D) Genom att följa andra företags exempel utan analys.

**Rätt svar: B**

15. Vilket av följande är ett exempel på falsk reklam?

A) Att ange felaktig information om produkts egenskaper.

B) Att ge korrekt information om en tjänst.

C) Att använda verkliga statistik i reklam.

D) Att lära kunder om produkten.

**Rätt svar: A**

## Resonerande frågor

1. Beskriv ett etiskt dilemma som en journalist kan stå inför och diskutera möjliga lösningar.

Syftet är att låta elever visa förmåga att analysera komplexa situationer inom journalistik.

2. Ge exempel på en reklamkampanj som du tycker misslyckades ur ett etiskt perspektiv och varför.

Eleverna får möjlighet att reflektera över verkliga fall och deras etiska implikationer.

3. Hur kan objektivitet och subjektivitet samexistera inom journalistik?

Denna fråga ger utrymme för djupgående diskussion och kritiskt tänkande kring balans.

4. I vilken omfattning bör företag ta ansvar för sina reklamkampanjer?  
Fokus ligger på att diskutera företags sociala ansvar och etiska riktlinjer.
5. Hur påverkar den digitala eran etiska riktlinjer inom media?  
Eleverna kan resonera kring påverkan av teknik och dess utmaningar för etik.
6. Diskutera hur personlig integritet kan skyddas i den moderna journalistiken.  
Syftet är att analysera etiska avvägningar i praktiska scenarier.
7. Varför är det viktigt att vara källkritisk, och hur kan detta praktiseras i vardagen?  
Frågan möjliggör en reflektion kring vikten av kritiskt tänkande i informationsåldern.
8. Vad är ditt personliga ansvar som framtida aktör inom media när det kommer till etik?  
Det uppmuntrar till självreflektion och diskussion om individens roll i mediebranschen.

## Bedömning

Faktafrågorna ger 1 poäng vardera, med totalt 15 poäng tillgängliga. Resonerande frågor ger 3 poäng vardera, med totalt 24 poäng möjliga. För betyget E krävs minst 8 poäng, för betyg C krävs 12 poäng (minst 3 poäng från resonerande frågor) och för betyg A krävs 18 poäng (minst 5 poäng från resonerande frågor).

Tags: [Gymnasiet](#), [Journalistik, reklam och information](#), [Journalistik, reklam och information 1](#)