

Dina rättigheter online - ung konsument

Handledning



Medfinansieras av
Europeiska unionen



Mediemyndigheten

Dina rättigheter online – ung konsument

Den här handledningen vänder sig till dig som arbetar i skolan som lärare, kurator, bibliotekarie eller i en annan roll där du möter ungdomar. Materialet lyfter aktuella frågor och ger stöd för samtal och reflektion om barns och ungas rättigheter som konsument i digitala miljöer.

Handledningen ger vägledning i hur foldern och presentationen "Dina rättigheter online – ung konsument" kan användas. Innehållet passar särskilt bra för undervisning i årskurs 7-9 men materialet kan även användas för yngre elever.

Materialet är tänkt att inspirera till övningar som fördjupar elevernas förståelse och ökar deras kunskaper om hur det kan vara att vara ung konsument i digitala miljöer idag, där köp, reklam, spel, sociala medier och olika sorters påverkan ofta är en del av vardagen. Den kan hjälpa dig att rusta eleverna med kunskap, trygghet och ett kritiskt förhållningssätt i egenskap av unga konsument.



Innehållsförteckning

Inledning	4
Om barns rättigheter i digitala miljöer.....	5
FN:s Barnkonvention lägger grunden	5
EU ger stöd genom lagstiftning.....	6
EU-strategi för ett bättre internet för barn	7
Stöd och vägledning för konsumenter i Sverige	7
Materialet består av	8
Syfte	9
Ordlista	10
Talarstöd till presentationen	
Dina rättigheter online – ung konsument	13
Bild 1: Dina rättigheter online – ung konsument.....	13
Bild 2: Dagens lektion	14
Bild 3: Ett introducerande case:	14
Bild 4: Konsument online	15
Bild 5: Gratisapp - men inte alltid gratis	15
Bild 6: Dina rättigheter vid digitala köp	16
Bild 7: Övning: Köp utan tillåtelse.....	16
Bild 8: Reklam, influencers och dold påverkan	16
Bild 9: Övning: Köp nu!.....	17
Bild 10: Spel, appar och köptryck	18
Bild 11: Övning: Små köp blir stora.....	18
Bild 12: När något går fel	19
Bild 13: Övning: Gratis provperiod som inte var gratis.....	19
Bild 14: Hållbar konsumtion online.....	20
Bild 15: Övning: Fri frakt- är det hållbart?.....	20
Bild 16: Tack – men först:	21
Tips på fler material kring rättigheter och konsumentfrågor.....	21
Här hittar du länkar till stöd och hjälp.....	22
Tips på fler material från Mediemyndigheten	22
Koppling till skolans styrdokument	23
Mediemyndigheten	24

Inledning

För barn och unga är digitala miljöer en självklar del av vardagen. De spenderar mycket tid online – i spel, på sociala medier, i appar och chattar. Där träffar de vänner, tar del av underhållning och lär sig nya saker. Vi vet också att sociala medier är en viktig källa till nyheter för många unga.

I sociala medier finns även de influencers många unga följer. Influencers sprider information och nyheter men delar också tips på produkter och gör reklam. Det kan vara svårt att skilja på vad som är ett personligt tips och vad som är ett kommersiellt budskap. Forskning visar att influencers kan spela en viktig roll i ungas digitala vardag, där unga både påverkas av och kan förhålla sig kritisk till dem.

Samtidigt kan barns närvaro i digitala miljöer innebära risker, som till exempel vilseledande reklam, köptryck eller webbdesign (dark patterns) som gör det svårt att göra medvetna val. När barn och unga rör sig på nätet är de inte bara användare – de är också konsument. De kan köpa saker i spel och appar samt påverkas av influencers olika kommersiella budskap och reklam i stort.

Det väcker frågor som:

- Vad är reklam och vad är inte det?
- När försöker någon påverka mig att köpa något?
- Vad händer med mina uppgifter när jag använder appar eller AI-tjänster?
- Hur fungerar algoritmer som styr vad jag ser?

För att kunna vara en medveten och trygg konsument på nätet behöver barn och unga känna till sina rättigheter, till exempel rätten till tydlig information, skydd mot vilseledande marknadsföring och skydd av sina personuppgifter. Den kunskapen gör det lättare att fatta egna och informerade beslut.

Du som möter barn och unga i skolan har en viktig roll i att stärka elevernas förmåga att förstå och agera i det digitala medielandskapet. Genom undervisning och samtal kan du

hjälpa eleverna att utveckla ett kritiskt förhållningssätt till reklam, influencerinnehåll, köp och digitala tjänster. Samtidigt är det viktigt att poängtera att det inte är barn och unga själva som ska bära ansvaret för att digitala miljöer är svåra att navigera. Det är också viktigt att eleverna får kunskap om samhällets och vuxnas ansvar för att deras rättigheter respekteras – även i digitala miljöer.

Det här materialet är en andra del i Mediemyndighetens utbildningsmaterial Dina rättigheter online och fördjupar sig i hur det är att vara ung konsument i digitala miljöer. Den första delen i materialet har ett bredare fokus och handlar om ungas rättigheter online i stort. Det finns på Mediemyndighetens webbplats: mediemyndigheten.se/barn-och-unga/for-vuxna/barnratt/dinarattigheteronline

Om barns rättigheter i digitala miljöer

Barn i Sverige växer upp i en digital vardag där de inte alltid har kunskap om sina rättigheter och varför det är viktigt. För att kunna delta i samhällsgemenskapen behöver barn och unga känna till sina rättigheter både online och offline. Här följer information för dig som arbetar i skolan om barns rättigheter i digitala miljöer med fokus på barn i rollen som konsument.

FN:s Barnkonvention lägger grunden

Barn har, precis som vuxna, grundläggande mänskliga rättigheter. De har också särskilda rättigheter för de är barn. I digitala miljöer möter barn i dag ett stort utbud av tjänster, innehåll, reklam, spel och möjligheter att handla eller påverkas att köpa. Det gör att barns rättigheter också behöver förstås utifrån deras roll som konsument. FN:s barnkonvention är sedan 2020 lag i Sverige och tydliggör barns särskilda rättigheter. När barnkonventionen antogs 1989 fanns inte dagens digitala miljöer, med smarta telefoner, internet, sociala medier, appar, spel och digital marknadsföring. Därför har FN:s barnrättskommitté förtydligat hur barns rättigheter ska förstås och tillämpas i den digitala världen i en allmän kommentar (nr 25).

Barn har samma rättigheter online som offline, men i digitala miljöer kan förutsättningarna och riskerna se annorlunda ut. Som konsument kan barn till exempel möta riktad reklam, köp i spel och appar, influencersamarbeten, insamling av personuppgifter för riktad reklam och design som uppmuntrar till köp eller längre användning. Det kan vara svårt för barn att förstå när de påverkas av kommersiella budskap, vilka rättigheter de har och hur de kan göra informerade val.

För att stärka barns rättigheter som konsument i digitala miljöer behöver deras behov och förutsättningar beaktas. Det kan handla om att digitala tjänster utformas med barns bästa i åtanke, att reklam och köpuppsmaningar är tydliga och begripliga, att barn får åldersanpassad information om sina rättigheter och att det finns enkla sätt att få hjälp, ställa frågor eller rapportera problem.

EU ger stöd genom lagstiftning

Sedan 2024 gäller EU-förordningen om digitala tjänster (Digital Services Act, DSA) i alla EU-länder. Förordningen ställer krav på digitala tjänster som sociala medier, vissa spelplattformar och andra miljöer där barn vistas. Syftet är att göra digitala tjänster tryggare, mer transparenta och lättare att förstå. Plattformar som till exempel TikTok, Instagram och Youtube behöver ta större ansvar för hur deras tjänster fungerar. Plattformar behöver också vara tydligare med användarvillkor, hur innehåll rekommenderas och hur användare kan anmäla problem.

För minderåriga innebär DSA ett stärkt skydd. Tjänster som är tillgängliga för barn ska utformas med hänsyn till barns rätt till integritet, säkerhet och trygghet. Det kan till exempel handla om att barn inte ska utsättas för olämplig reklam eller påverkas av funktioner som utnyttjar deras ålder, sårbarhet eller bristande erfarenhet som konsument. På så sätt kan barn få bättre förutsättningar att vara trygga, informerade och delaktiga i digitala miljöer.

Barn har rätt att vara online, ta del av information och delta i digitala sammanhang. Samtidigt har de rätt att skyddas från risker och kommersiell påverkan som de kan ha svårt att genomskåda. DSA är därför ett viktigt verktyg för att stärka barns rättigheter som konsument i den digitala världen.

Digital Fairness Act är en annan EU-förordning som planeras träda i kraft 2026 som ska stärka konsumentskyddet online. Det ska särskilt stärka skyddet för minderåriga. Till exempel ska det motarbeta vilseledande design i samband med reklam och dold reklam av influencers.

EU-strategi för ett bättre internet för barn

EU-kommissionen har även tagit fram en strategi som handlar om hur internet ska bli säkrare och tryggare för barn och unga. Strategin kallas BIK+ (BIK står för Better Internet for Kids). I den beskrivs vad stater, företag och andra ska göra för att barn ska skyddas, respekteras och ges egenmakt på internet. Strategin innehåller tre mål som kallas pelare:

- 1. Säkra digitala upplevelser.** Barn ska skyddas från skadliga och olagliga innehåll och beteenden på internet. Barns välbefinnande ska förbättras genom att digitala miljöer skapas med hänsyn till barnets bästa, till exempel genom åldersanpassning.
- 2. Digital egenmakt.** Barn ska få den kunskap de behöver för att kunna göra kloka val och själva bete sig på ett säkert och ansvarsfullt sätt i den digitala miljön.
- 3. Aktivt deltagande.** Barn ska vara med och påverka hur digitala miljöer utformas genom att delta i arbete för innovativa, kreativa och säkra upplevelser på nätet.

Stöd och vägledning för konsumenter i Sverige

Konsumentverket är en myndighet som finns till för alla konsumenter, även barn och unga. Om det handlar om köp, reklamationer, ångerrätt, reklam eller problem med företag finns information och vägledning att få från Konsumentverket. De ser till att lagar som skyddar konsumenter följs och ger stöd i frågor om vilka rättigheter konsumenter har och vad man kan göra om något blir fel. På deras sidor om barn och unga kan man lära sig mer om till exempel att handla säkert, förstå reklam, ha koll på pengar och vilka rättigheter barn har som konsumenter.

Reklamombudsmannen är näringslivets egen granskning av reklam. Reklamombudsmannen tar emot anmälningar mot reklam och granskar om reklamen följer näringslivets etiska kod.

Sveriges Konsumenter är en ideell paraplyorganisation som samlar ett stort antal svenska konsumentorganisationer och företräder konsumenternas intressen i Sverige och EU.

Materialet består av

Materialet du kommer att arbeta med består av följande delar:

- **Läroarhandledning "Dina rättigheter online – ung konsument" (aktuellt dokument)**

I denna läroarhandledning hittar du ett pratmanus, en ordlista och övningar till presentationen.

- **Presentationen "Dina rättigheter online – ung konsument"**

En powerpointpresentation som är framtagen för att presenteras för elever i årskurs 7–9 och omfattar en genomgång som kan användas under en eller flera lektioner som informations- och diskussionsunderlag. Presentationen innehåller fakta, frågor till eleverna och muntliga övningar. Välj de övningar du tror engagerar just dina elever. I anslutning till vissa bilder finns övningar som ni kan fördjupa er i.

- **Foldern "Dina rättigheter online – ung konsument"**

En folder som riktar sig till eleverna och som sammanfattar fakta om rättigheter på nätet och svarar på vanliga frågor som barn och unga ofta ställer sig när de rör sig i den digitala världen, med fokus på konsumtion. Den kan läsas och gås igenom tillsammans med eleverna.

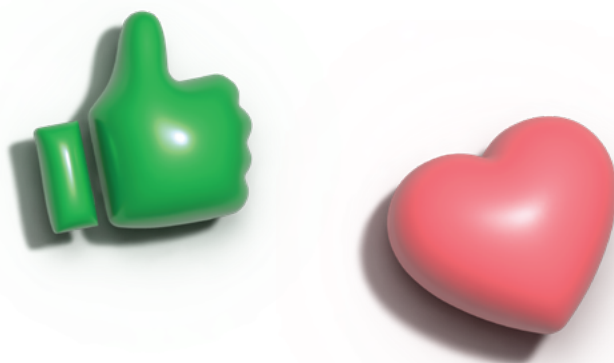
Syfte

Dina rättigheter online – ung konsument syftar till att höja kunskapen och medvetenheten bland barn och unga om deras rättigheter kopplade till konsumtion på nätet. Det ska även stärka deras förmåga att agera som trygga, medvetna och ansvarsfulla konsument och ta till sig tillförlitlig information, bilda åsikter och göra sin röst hörd i digitala miljöer. Materialet är därför även en del av att främja elevers medie- och informationskunnighet (MIK).

Genom materialet får eleverna möjlighet att utveckla ett kritiskt förhållningssätt till kommersiella budskap och digitala tjänster. Utifrån konkreta exempel och diskussionsfrågor får eleverna möjlighet att reflektera över sin egen digitala vardag och över hur deras rättigheter kopplade till konsumtion kan stärkas.

Efter att ha arbetat med materialet ska eleverna fått:

- grundläggande kunskap om barns och ungas rättigheter kopplat till konsumtion på nätet,
- reflektera över hur reklam, spel, shopping, influencers, algoritmer och digitala tjänster kan påverka deras val,
- konkreta tips om vad som kan vara bra att tänka på vid exempelvis köp i spel, nätshopping, reklam och hållbar konsumtion,
- stärka sin förmåga att fatta medvetna och informerade beslut online,
- information om att det finns hjälp och stöd att få när något gått fel.



Ordlista

Här hittar du en genomgång av relevanta ord och begrepp. Denna ordlista är formulerad för att hjälpa eleverna att förstå och tolka ord och begrepp som de antagligen hört talas om, men kanske inte alltid vet vad de betyder.

Abonnemang

Att du betalar regelbundet (till exempel varje månad) för att fortsätta använda något.

Exempel: Du betalar varje månad för en streamingtjänst eller ett spel.

Algoritm

En slags instruktion som digitala medier följer för att visa saker för dig, till exempel videor eller inlägg.

Exempel: På sociala medier visas sådant du ofta gillar, tack vare algoritmer.

Content / innehåll

Allt som finns på internet, som texter, bilder, videor och ljud.

Exempel: YouTube-videor och TikTok-klipp är innehåll.

DSA (Digital Services Act)

På svenska förordningen om digitala tjänster. En lag inom EU som ska göra internet säkrare och rättvisare, särskilt för barn och unga.

Exempel: Plattformer måste ta bort olagligt innehåll och skydda användare bättre.

Faktura

Ett krav på betalning som du får efter att du har köpt något.

Du brukar få 14–30 dagar på dig att betala.

Exempel: Du beställer kläder och får en faktura som du betalar senare.

Konsument

En person som köper eller använder en vara eller tjänst.

Exempel: Du köper en tröja eller ett spel online.

Konsumentköplagen

En lag som skyddar dig när du köper varor från ett företag. Den ger dig bland annat rätt att klaga (reklamera) i upp till tre år om något är fel.

Exempel: Om din mobil går sönder kan du ha rätt att få den lagad eller bytt.

Loot box/lootlåda

Digitala "lådor" i spel som innehåller slumpade saker, till exempel kläder eller vapen.

Exempel: Du öppnar en loot box och får en ny skin.

Platsdata

Information om var du befinner dig.

Exempel: En app kan se vilken stad du är i och visa vädret där.

Reklam

Ett kommersiellt budskap som vill påverka dig att köpa något.

Exempel: En video som visar ett nytt spel för att få dig att vilja spela det.

Reklamation

Att klaga på en vara eller tjänst som är fel, så att du kan få den lagad, bytt eller få pengar tillbaka.

Exempel: Du reklamerar ett par hörlurar som gått sönder.

Riktad reklam

Reklam som är anpassad efter dig, till exempel vad du gör online eller vad du gillar.

Exempel: Du får reklam för spel eftersom du ofta tittar på gaming-videor.

Scams

Bedrägerier som försöker lura dig på pengar eller information.

Exempel: Ett meddelande som säger att du vunnit något fast det inte är sant.

Skins

Digitala utseenden i spel som ändrar hur en figur eller sak ser ut.

Exempel: Du byter färg och kläder på din spelkaraktär.

Smygreklam/dold reklam

Reklam där det inte tydligt framgår att det är reklam, utan presenteras som till exempel redaktionellt innehåll, personliga tips eller åsikter.

Exempel: En influencer tipsar om en produkt utan att det framgår att hen fått betalt för att göra det.

Spelvaluta

Pengar som bara används i ett spel.

Exempel: Du tjänar mynt i spelet som du kan använda för att köpa saker i spelet.

Tokens

Digitala "poletter" eller enheter som kan användas eller sparas i ett system eller spel.

Exempel: Du får tokens som belöning och kan använda dem senare.

Ångerrätt

Att du ibland kan ångra ett köp och få pengar tillbaka.

Exempel: Du köper något online och ångrar dig inom 14 dagar.



Talarstöd till presentationen

Dina rättigheter online – ung konsument

Materialet är utformat för att få eleverna att delta och att diskutera med varandra. Det ger också en möjlighet för dig i skolan att få en inblick i dina elevers digitala vardag. Presentationen innehåller övningar, att genomföras i par, grupp eller helklass (EPA). Välj så många övningar du har tid med, alternativt välj den eller de du tror väcker störst engagemang hos dina elever.

Här följer ett talarstöd till bilderna med information och övningar. Till vissa bilder medföljer viktiga ord och begrepp som kan diskuteras eller förklaras närmare.

Tips:

- Utgå från EPA-formatet (enskilt-par-alla). Prova att ändra ordningen beroende på vad som passar dig (PEA, APE osv)
- Variera när den gemensamma genomgången sker – lägg den före för att bygga upp elevernas kunskap inför en övning eller efter för att följa upp och utveckla deras resonemang.
- Koppla samtalen till elevernas egna erfarenheter och digitala vardag

Bild 1: Dina rättigheter online – ung konsument

Vi påverkas när vi handlar och använder saker på nätet. Ni kommer märka att det inte bara handlar om pengar – utan också om reklam, känslor och val.

För vem bestämmer vad du vill ha? Att köpa saker handlar inte bara om att få en ny tröja, ett par hörlurar, ett spel, en väska eller en hudvårdsprodukt. Ofta handlar det också om vem man vill vara – eller vem man vill visa för andra att man är.

Det vi köper kan signalera saker: vilken musik vi gillar, vilken stil vi har, vilka vi vill hänga med, vad vi tycker är snyggt, roligt, coolt eller viktigt. Kläder, frisyren, prylar, smink, appar, spel och märken kan bli ett sätt att säga något om sig själv – även utan ord. Det behöver inte vara fel. Saker kan vara roliga, praktiska och viktiga. Men ibland kan det vara bra att stanna upp och fråga sig: Är det jag som väljer – eller är det någon annan som påverkar mig att vilja ha det här? Det är inte fel att vilja köpa saker. Det är inte fel att inspireras av andra. Och det är inte fel att vilja visa vem man är. Men du har rätt att fatta dina egna beslut och du har rätt att förstå när du blir påverkad.

Bild 2: Dagens lektion

- Konsument online
- Dina rättigheter vid digitala köp
- Reklam, influencers och dold påverkan
- Spel, appar och köptryck
- När något går fel
- Hållbar konsumtion online

Idag kommer vi att prata om de här punkterna. Ni är konsumenter oftare än ni tror. Inte bara när ni köper något – utan också när ni använder appar, klickar på länkar eller ger ifrån er information. Till exempel när man klickar på "jag godkänner" kan man ibland också ingå ett avtal. Ibland betalar man inte med pengar – utan med data eller uppmärksamhet. När ni köper något ska ni inte bli lurade eller utnyttjade i era köp – det finns regler som ger er trygghet, rättvisa och möjlighet att klaga om ni ångrar er eller om det är något fel på det ni har köpt. (Konsumentverket)

Bild 3: Ett introducerande case:

Ge eleverna påståenden som:

"Jag har blivit påverkad av en influencer"

"Jag har köpt något i en app eller ett spel"

"Jag har köpt något online som inte var det jag trodde"

Eleven får svara "Instämmer" eller "Instämmer inte" med handuppräknning.

Följ upp i par eller smågrupper. Varför blev det så? Vad hade ni kunnat göra annorlunda?

Bild 4: Konsument online

- Du är konsument när du köper något från ett företag
- Det kan vara spel, appar, kläder eller abonnemang
- Ibland betalar du med pengar – ibland används dina personuppgifter som en betalning i utbyte mot att företaget till exempel får marknadsföra något till dig.
- Det är inte alltid tydligt vad som kostar

Repetition från bild 1: När du köper något från ett företag är du en konsument. Det kan vara många olika saker – till exempel spel, appar, kläder eller ett abonnemang som du betalar för varje månad. Oftast betalar du med pengar, men det kan också hända att du "betalar" på andra sätt, till exempel genom att dela med dig av dina personuppgifter eller vad du gör online i syfte att exempelvis rikta marknadsföring till dig. Företag kan använda den informationen för att tjäna pengar, till exempel genom reklam.

Det är inte alltid lätt att se vad något faktiskt kostar. I ett spel kan det till exempel finnas köp inne i spelet, och i appar kan vissa funktioner kosta extra. Därför är det viktigt att tänka efter innan du klickar på "köp" eller godkänner något.

Bild 5: Gratisapp - men inte alltid gratis

Du laddar ner en gratis app. Efter ett tag måste man ge platsdata och kontakter för att fortsätta använda den.

Frågor/övning: Är appen verkligen gratis? Vad betalar man med här? Hur skulle du göra? Vad är platsdata?" "Varför vill appar ha din platsdata?" "Hur används informationen?"

Att lyfta: Du kan betala med pengar eller data. Personuppgifter kan vara en typ av betalning.

Tänk på: Vad delar du med företag? Vem tjänar på vad du gör?

Bild 6: Dina rättigheter vid digitala köp

- Du har rätt att förstå vad du köper
- Avtal gäller när du tackar ja till ett köp
- Under 18 år krävs oftast vuxens godkännande
- Köp kan vara ogiltiga utan tillstånd
- Var extra försiktig med "köp nu, betala sen"

När du köper något digitalt har du rättigheter. Du har rätt att förstå vad du faktiskt köper, till exempel vad som ingår och vad det kostar. Ett avtal börjar gälla när du tackar ja till ett köp, till exempel genom att klicka på "köp" eller godkänna villkoren. Om du är under 18 år behövs oftast en vuxens godkännande för att köpet ska vara giltigt. Annars kan köpet ibland räknas som ogiltigt.

Det är också viktigt att vara extra försiktig med erbjudanden som "köp nu, betala sen". Det kan kännas enkelt i stunden, men det kan bli dyrt om du inte kan betala i tid.

Bild 7: Övning: Köp utan tillåtelse

En 14-åring köper ett spel utan att fråga sina föräldrar.

Frågor: Är köpet giltigt? Vad kan du göra?

Tänk på: Är du under 18 år krävs ofta godkännande. Vad betyder ett avtal?

Övning: Köp nu betala sen.

En elev beställer en tröja via faktura men kan inte betala.

Frågor: vad händer om man inte betalar? Varför är detta riskabelt?

Bild 8: Reklam, influencers och dold påverkan

- Reklam ska gå att känna igen
- Influencers kan göra reklam som ser ut som tips
- Företag måste vara extra tydliga när de gör reklam riktad mot unga
- Reklam får inte direkt uppmana barn att köpa
- Vilseledande reklam kan anmälas – hur?

Många följer influencers, artister, gamers, kreatörer eller andra personer på nätet. De kan inspirera, underhålla och ge tips. Det

kan bli personer du litar på. Ibland känns det nästan som att man känner dem. Därför kan det också kännas extra trovärdigt när de rekommenderar något.

Men kom ihåg: När någon på nätet tipsar om en produkt kan det ibland vara för att personen verkligen gillar den – men ibland kan det också vara för att personen får betalt, får gratis produkter eller tjänar pengar på att du klickar eller köper.

Det betyder inte att alla tips är dåliga. Men du har rätt att veta när du blir påverkad av reklam. Vilseledande reklam kan anmälas till Konsumentverket. Reklam kan också anmälas till Reklamombudsmannen som bland annat kan pröva om reklam är vilseledande, stötande eller diskriminerande.

Bild 9: Övning: Köp nu!

Ett spel visar en ruta: "Köp nu - limited offer!" alternativt En webbshop visar: "Bara två kvar – köp nu!"

Frågor/övning: Är det okej att rikta sådan reklam till unga? Hur påverkar det dig? Vad händer i kroppen när man ser detta? Är det ett smart beslut eller impuls? Vad kan man göra i stället?

Att tänka på: Reklam får inte uppmana barn eller pressa dem.

Strategi: Vänta, tänka, jämföra.

Övning: Svårt att känna igen reklam

Du ser en video från en influencer som ser ut som vanligt content/ innehåll men den är ett betalt samarbete med ett företag.

Frågor: har du varit med om det någon gång? Hur märkte du det? Hur tycker du att reklam borde märkas?

Att tänka på: Reklam ska vara tydlig. Även influencers måste tala om när det är reklam.

Arbeta vidare: Ta reda på tillsammans hur man anmäler reklam till Konsumentverket och Reklamombudsmannen. Vad provas? Vad provas inte? Och på vilka grunder kan reklam anmälas?

Övning: Endast idag 50 procent rabatt!

Känslans krig med tanken: När vi handlar på nätet går det ofta snabbt. Ett klick, en rabattkod, en timer som räknar ner, "bara tre

kvar”, ”alla andra köper”, ”du kanske också gillar...”. Då kan känslan vinna över tanken. Känslan säger: Köp nu! Det här kommer kännas bra! Tanken kanske säger: Behöver jag det? Har jag råd? Kommer jag använda det?

Ofta trumfar känslan tanken. Det är mänskligt. Därför är det smart att skapa lite avstånd mellan känslan och köpet.

Frågor: Behöver du produkten? Vad händer om du väntar?

Tänk på: Inte stressa i köpbeslut.

Bild 10: Spel, appar och köptryck

- Gratis spel kan innehålla köp
- Valutor i spel är riktiga pengar
- Små köp kan bli mycket pengar
- Lootlådor och skins kan göra det otydligt och lockande
- Spel om pengar har 18-årsgräns

Många spel och appar är gratis att ladda ner, men kan ändå innehålla saker som kostar pengar. Du kan till exempel köpa extra liv, kläder eller andra saker i spelet.

I spel används ofta egna valutor, men de är egentligen riktiga pengar. Det kan vara svårt att hålla koll på hur mycket du spenderar, eftersom små köp snabbt kan bli mycket pengar tillsammans. Saker som lootlådor och skins kan också göra det otydligt vad du får och locka dig att köpa mer. Därför är det viktigt att tänka efter innan du klickar.

Kom ihåg att spel om riktiga pengar, som spel där du kan vinna eller förlora pengar, alltid har 18-årsgräns.

Bild 11: Övning: Små köp blir stora

En elev köper små saker i ett spel varje dag. Frågor/övning: Hur går det till? Hur mycket kan det bli totalt? Varför märker man inte det?

Att tänka på: Pengar på nätet kan kännas mindre verkliga än iRL. Särskilt när man betalar med kort, Swish, faktura, köp i appar eller olika spelvalutor. Spelvaluta döljer riktiga priser.

Övningar: Du spelar ett populärt mobilspel i flera timmar. Spelet är gratis, men samlar in information om dig, till exempel när du spelar och hur länge du spelar spelet. När du är på väg att förlora får du ett erbjudande om att köpa fler ”liv”.

Frågor: Varför finns köp i spel? Varför är det vanligt att du får erbjudanden när du har spelat ett tag? Vad får du i utbyte? Är det lätt att tappa kontrollen? Hur kan du tänka när du får köp-erbjudanden i spel?

Bild 12: När något går fel

- Var försiktig om något verkar för bra
- Gratis kan bli dyrt senare
- Scams och bluffar kan lura dig
- Om något känns fel – prata med en vuxen
- Du kan få hjälp att lösa problem

Ibland kan saker gå fel när du handlar på nätet. Var extra försiktig om något verkar för bra för att vara sant – det är ofta ett tecken på att något inte stämmer. Saker som verkar ”gratis” kan bli dyra senare, till exempel genom dolda kostnader. Scams försöker lura dig, till exempel genom falska erbjudanden, länkar eller meddelanden. Klicka inte på länkar eller köp något om du känner dig osäker. Om något känns konstigt eller fel är det viktigt att du säger till en vuxen. Ofta finns det saker man kan göra för att få hjälp.

Bild 13: Övning: Gratis provperiod som inte var gratis

En elev ser en annons på sociala medier om en app där man kan redigera bilder gratis i sju dagar. Hen laddar ner appen och registrerar sig snabbt utan att läsa villkoren. Efter en vecka reagerar hans förälder på en okänd betalning. Det visar sig att hen automatiskt startat en dyr prenumeration.

Frågor: Fanns det några varningssignaler? Vad kunde hen gjort annorlunda? Vad kan hen göra nu? (avsluta prenumeration, kontakta banken, berätta för sin förälder, anmäla appen)

Övning: Billiga sneakers på nätet

En elev hittar ett par märkessneakers till halva priset på en secondhand-sida. Säljaren verkar trevlig och vill att eleven betalar direkt via en länk för att reservera skorna. Eleven betalar men får aldrig några skor och säljaren slutar svara.

Frågor: Vilka varningssignaler fanns? (för lågt pris för att vara sant, säljaren vill ha snabb betalning m.m.) Vad kan eleven göra nu? (berätta för en vuxen, anmäl plattformen, gör en polisanmälan)

Bild 14: Hållbar konsumtion online

- Det du köper påverkar miljön
- Reklam kan få dig att köpa snabbt och onödigt
- Tänk efter före köp
- Fundera över andra alternativ
- Sparar både pengar och miljö

Det du köper på nätet påverkar inte bara dig, utan också miljön. Nya saker behöver tillverkas och transporteras, vilket kan belasta naturen.

Reklam kan ibland få dig att vilja köpa snabbt, även sådant du egentligen inte behöver. Därför är det bra att stanna upp och tänka efter före ett köp.

Fundera på om du verkligen behöver saken, eller om det finns andra alternativ – som att låna, byta eller köpa begagnat. När du tänker efter kan du både spara pengar och hjälpa miljön. Även digitala saker påverkar miljön eftersom de inte är "osynliga" egentligen – de använder el, internet och stora datasystem. Så även ett spel kan ha en klimatpåverkan, särskilt om man spelar mycket.

Bild 15: Övning: Fri frakt- är det hållbart?

Du hittar kläder från en butik online som erbjuder fri frakt och gratis retur. Du beställer ett plagg i flera storlekar och skickar tillbaka de som inte passar.

Frågor: Varför erbjuds det fri frakt och gratis retur? Vad händer med kläderna du skickar tillbaka? Hur kan retur och fri frakt påverka klimat och miljö? Vilka beteenden uppmuntrar erbjudandet? Vem har ansvar - konsument eller företag?

Övning: Kan ett mobilspel påverka miljön?

Du laddar ner ett populärt spel till din mobil. Spelet uppdateras ofta, kräver att du är online och innehåller avancerad grafik. Du spelar spelet flera timmar varje dag och mobilen måste laddas oftare.

Frågor: Kan ett spel påverka klimat och miljö trots att det inte är fysiskt? Vad krävs för att ett spel ska fungera? (mobil, el, internet, servrar, uppdateringar). Vad kan man göra för att minska påverkan utan att sluta spela helt? (spela kortare tid, stänga av spelet när det inte används och inte ha mobilen igång hela tiden).

Bild 16: Tack – men först:

- Två saker du har lärt dig
- Två saker du ska tänka på
- Två råd att ge en kompis

Tips på fler material kring rättigheter och konsumentfrågor

Dina rättigheter online

Utbildningsmaterial ”Dina rättigheter online” om barns digitala rättigheter.

Vänder sig till högstadiet eller äldre årskurserna på mellanstadiet.

[Dina rättigheter online - Mediemyndigheten](#)

Konsumentverkets lektioner, Konsumentverket

Här hittar du färdiga lektioner om hållbar konsumtion, konsumenträttigheter, privatekonomi och reklam.

konsumentverket.se/lektioner/

Till exempel:

”Är appen gratis” för årskurs 4-6.

[Lektion: Är appen gratis? | Konsumentverket](#)

Barnkonsumenten

Faktablad för olika åldrar. I ett uppdaterat faktablad om privatekonomi, marknadsföring och påverkan samt säkra produkter och aktiviteter.

[Faktablad om barnkonsumenten](#)

Sveriges konsumenter och Unga konsumenter

Utbildningsmaterial.

[Utbildningsmaterial - Sveriges Konsumenter - Sveriges Konsumenter](#)

Sveriges Konsumenter har startat ett nytt nationellt ungdomsprogram för att engagera fler unga i konsumentfrågor- och rättigheter.

[Unga Konsumenter - Sveriges Konsumenter - Sveriges Konsumenter](#)

Här hittar du länkar till stöd och hjälp

- Bris - [Bris.se](#)
- Ecpat - [Ecpat.se](#)
- Lämna klagomål rörande plattformar via Post- och telestyrelsen - [Dsa.pts.se](#)
- Näthatshjälpen - [Nathatshjalpen.se](#)

Tips på fler material från Mediemyndigheten

- Webbutbildningen "Mediemedveten.se" med tillhörande läroarhandledning och verktygslåda att arbeta med barn och unga. För alla från 13 år och uppåt.
www.mediemedveten.se
- Utbildningsmaterialet "Bilders makt - AI och visuell påverkan". Materialet riktar sig till pedagoger samt elever i högstadiet och gymnasiet och ger lärare verktyg att diskutera bildspråk, källkritik och digital påverkan utifrån elevernas egna erfarenheter.
[Bilders makt - AI och visuell påverkan - Mediemyndigheten](#)
- Online med Kalle Anka - Serietidning och läroarhandledning för åk 4-6.
[Trygg på nätet med Kalle Anka - lärarstöd för åk 4-6 | Gratis i skolan](#)
- Faktabladsserien Livet online. Faktabladerna vänder sig till vuxna (professionella och föräldrar) med kortfattade information om barns liv på nätet.
[Faktabladsserie om livet online - Mediemyndigheten](#)
- Spela snällt - Om schysst språk online. Ett utbildningsmaterial för lågstadiet om toxiskt språk i spel och på nätet. Hittas på Mediemyndighetens webbplats:
mediemyndigheten.se/barn-och-unga/for-vuxna

Koppling till skolans styrdokument

Innehållet i "Dina rättigheter online ung konsument" knyter an till skolans värdegrund och uppdrag på flera sätt:

- Eleverna ska kunna orientera sig och agera i en komplex verklighet med stort informationsflöde, ökad digitalisering och snabb förändringstakt.
- Skolan ska också bidra till att eleverna utvecklar förståelse för hur digitaliseringen påverkar individen och samhällets utveckling.
- Alla elever ska få möjlighet att utveckla ett kritiskt och ansvarsfullt förhållningssätt till digital teknik, för att kunna se möjligheter och förstå risker samt kunna värdera information.
- Elever som lämnar grundskolan ska ha fått kunskaper om samhällets lagar och normer, mänskliga rättigheter och demokratiska värderingar i skolan och i samhället.

Materialet stödjer även skolans uppdrag att utveckla elevernas förmåga att uttrycka sina åsikter, förstå sina rättigheter, visa respekt för andra och agera ansvarsfullt – även i digitala sammanhang.

Du som är mentor eller arbetar inom elevhälsan kan använda hela eller delar av materialet på mentorstid med eleverna eller i dialoger med vårdnadshavare med koppling till digital vardag och förebyggande samtal.

Digital kompetens är inskrivet i läroplaner, kursplaner och ämnesplaner. Materialet "Dina rättigheter online – ung konsument" är särskilt relevant utifrån ämnet hem- och konsumentkunskap där undervisningen ska bidra till att eleverna utvecklar kunskaper om konsumtionens villkor, samt om inkomst, betalning, sparande, krediter och lån. På så sätt ska eleverna ges förutsättningar att utveckla tilltro till sin förmåga att göra genomtänkta val när det gäller privatekonomi och kunna hantera olika problem och situationer som en ung konsument kan ställas inför.

Materialet kan även användas inom ämnet samhällskunskap för att diskutera hur lagar, företag, plattformar och individer påverkar barns och ungas möjligheter att vara trygga, informerade och delaktiga i digitala miljöer.

Inom ämnet svenska kan materialet användas för att analysera språk, budskap, avsändare, mottagare och påverkan samt ett källkritiskt förhållningssätt till digitala medier.

Mediemyndigheten

Mediemyndigheten är en statlig myndighet som tillhör Kulturdepartementet. Vi ska verka för yttrandefrihet, medie- och informationskunnighet samt möjligheterna till mångfald och tillgänglighet på medieområdet. Vi ska också verka för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare, ta tillvara deras erfarenheter samt verka för att skydda barn från skadlig mediepåverkan och bidra till ett öppet och tryggt medielandskap.

Mediemyndigheten driver Safer Internet Centre Sverige tillsammans med barnrättsorganisationerna Bris och Ecpat. Det är en gemensam kraftsamling för barns och ungas trygghet på nätet som finns i alla EU-länder och delfinansieras av EU-kommissionen. Materialet "Dina rättigheter online" är en del av Safer Internet Centre Sverige som drivs av Mediemyndigheten, Bris och Ecpat.