

BILDANALYS – VEM FÅR SYNAS?



Introduktion för läraren

Nyhetsjournalistik är inte bara text och fakta, man använder också bilder i stor utsträckning. Bilder kan användas för att förstärka eller förtydliga ett budskap, redogöra för en händelse och de kan påverka våra känslor. Men bilder ska inte användas på fel sätt i tidningen, de omfattas också av publicitetsreglerna. Det innebär att även bilder måste vara korrekta och inte kränkande. De ska heller inte användas

på ett sätt så att de vilseleder eller lurar läsaren, exempelvis genom bildmontage eller retuscherings.

Publicitetsreglerna finns hos [Medieombudsmannen](#). Bilder används också i reklam. I [Marknadsföringslagen](#) och [Handelskammarens regler](#) kan man läsa vad som gäller för marknadsföring.

Se även Mediekompass skrivarskola, kapitel 12 – *Bilder som journalistik* – i [Publicistguiden](#).

Med utgångspunkt i en bildanalysmetod kan du som lärare prata med eleverna om vad de ser i en bild och vilka intryck de får. Hos UR finns en informativ film om att göra bildanalys: [UR Skola](#).

Syftet med denna övning är kritiskt granska bilder i media, och undersöka om de är representativa för befolkningen.

Moment 1 – Visa eleverna hur man kan analysera bilder

Använd din dagstidning att hämta bilder från. Välj ut ett antal lämpliga bilder och visa hur man kan analysera dem. Ställ en bildanalytisk fråga i taget och låt eleverna delta i diskussionen.

1: Denotation – Vad ser ni i bilden? Beskriv bilden så utförligt som möjligt. Skriv upp orden på tavlan.

2: Konnotation – Vad får ni för känsla när ni tittar på bilderna? Är det glada eller ledsna bilder? Blir ni nyfikna? Vad i bilden är det som får er att känna så? Upplever alla bilderna likadant?

3: Varför tror ni att bilden är i tidningen? Vill man säga något, eller kanske sälja något?

Moment 2 – Stämmer bilderna överens med befolkningen?

Förslagsvis får eleverna arbeta i grupp med detta moment. Börja med att gå till [Statistiska centralbyråns \(SCB\)](#) uppgifter om Sveriges kommuner och sök upp er kommun. Ta där reda på hur befolkningen i er kommun ser ut med avseende på kön, ålder, andel utrikes födda, utbildningsnivå med mera.

Använd en tidning eller en tidnings webbsajt och undersök bilderna för att se om befolkningen representeras i enlighet med sammansättningen i kommunen. En del saker, som ålder och födelseland, kan inte avgöras enbart genom att se på bilden, utan den måste sättas in i sitt textsammanhang. Hur ser det ut, stämmer representationen i media överens med befolkningen? Låt elevgrupperna jämföra sina resultat med varandra.

Moment 3 – Gör bildanalys

Läraren redogör för texten *Kvinnor och män i media* från [Statens medieråd](#), eller låter eleverna läsa den.

Elevgrupperna väljer ut några av bilderna från moment 2 och gör en bildanalys med hjälp av de tre frågorna. Hur skildras de olika befolkningsgrupperna? Var uppmärksam på eventuella skillnader i hur man skildrar unga och gamla, män och kvinnor, inrikes och utrikes födda med mera. Titta gärna även på reklambilder, är det någon skillnad där?

Läraren väljer hur övningen redovisas, exempelvis som en öppen diskussion eller inlämningsuppgift.

Källor och information

Dagstidningar, samla in tidningar i tid för Tidningsveckan. Ofta går det att beställa klassuppsättningar av din lokaltidning, se om du hittar den på Mediekompass: <http://www.mediekompass.se/hitta-din-tidning/>

Mediekompass skrivarskola med Publicistguiden: <http://www.mediekompass.se/skrivarskola/>

Publicitetsreglerna hos Medieombudsmannen: <https://medieombudsmannen.se/publicitetsregler/>

UR Skola, om att göra bildanalys: <https://urskola.se/Produkter/197518-Orka-plugga-Att-skriva-bildanalys>

Marknadsföringslagen: <https://www.konsumentverket.se/for-foretag/marknadsforing/marknadsforingslagen/>

Handelskammarens regler: http://www.reklamombudsmannen.org/shared-media/2019-marketing-code_swe.pdf

Statistiska centralbyrån (SCB): <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/kommuner-i-siffror/>

Statens medieråd, *Kvinnor och män i media*:

<https://www.statensmedierad.se/larommedier/kallkritikvemvadvarfor/kvinnorochmanimedier.425.html>