

Bildanalys i tidningen

Nyhetsjournalistik är inte bara text och fakta, man använder också bilder i stor utsträckning. I tävlingen Unga Journalistpriset 2022 ingår det att ta bilder till sin text, podd eller till sitt tv-reportage.

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, även de omfattas av de publicitetsetiska reglerna. 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 retuschering. De publicitetsetiska reglerna finns här 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.

Visa eleverna hur man kan analysera bilder

Låt dina elever se filmen från UR om att göra bildanalys på egen hand i förväg. 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.

Denotation – Vad ser ni i bilden? Beskriv bilden så utförligt som möjligt.

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?

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

Stämmer bilderna överens med befolkningen?

Eleverna kan arbeta enskilt, i par eller 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,

Unga Journalistpriset 2022

Gymnasiet

ålder, andel utrikes födda, utbildningsnivå med mera.

Använd en tidning eller en tidnings webbplats 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.

Gör bildanalys

Läraren redogör för texten Räkna med kvinnor från [Global Monitoring Media Project](#), eller låter eleverna läsa den. Stämmer bilden av att det är färre kvinnor än män i din tidning? Och hur skildras kvinnor i jämförelse med män?

Elevgrupperna väljer ut några av bilderna från det andra momentet 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?

Övningen kan redovisas på olika sätt, exempelvis som en öppen diskussion om de tekniska möjligheterna finns eller som någon form av inlämningsuppgift i tal eller text.

Ta egna bilder

Nu har eleverna fått bekanta sig med bilder i tidningen och kan börja planera för bilder till sina egna texter. Att tänka på innan bilderna tas är

1. Hur kommer bilderna uppfattas av läsaren?
2. Redogör bilderna för händelsen eller förtydligar textens budskap?
3. Är bilden/bilderna sanna och korrekta?

Källor och information

Dagstidningar, du hittar din lokaltidning på [Mediekompass](#)

Mediekompass skrivarskola med [Publicistguiden](#)

De publicitetsetiska reglerna hos [Medieombudsmannen](#)

UR Skola, film: [Att skriva bildanalys](#)

[Marknadsföringslagen](#)

[Handelskammarens regler](#)

Statistiska centralbyrån (SCB): [Sverige i siffror](#)

Global Media Monitoring Project: [Räkna med kvinnor](#)