



Fatta bilden

Lärarhandledning

FATTA BILDEN - LÄRARHANDLEDNING

Handledningen är skriven av Anders Carlsson, mediepedagog och läromedelsförfattare

Om serien

Vi matas av tusentals bilder varje dag som inspirerar, informerar och får oss att känna. Men hur tolkar vi dem och hur påverkar de oss och varför lyckas vissa bilder uppnå sitt syfte bättre än andra?

I **Fatta Bilden!** tar programledaren Daniel Riley hjälp av kreatörerna Freja, Jonathan, Noran och Emelie för att utforska bildens värld. Varje episod har ett nytt ämne och gäst och i seriens alla avsnitt får kreatörerna i uppgift att framställa en bild utifrån programtemat som den kunniga gästen sedan får bedöma. Genom kreativt skapande och diskussioner kring bilder men också genom grafiska fördjupningar om bildanalys lär sig tittaren att reflektera över bilder och bli mer visuellt läskunnig.

Serien finns också i en kortversion – **Fatta bildanalysen** - som enbart består av de grafiska fördjupningarna om bildanalys.

Avsnitt

Det finns fem avsnitt i serien. *(Tidigare fanns ett sjätte avsnitt; Dokumentera, men det är numera avpublicerat.)*

1. Påverka

Bilder som ska påverka är temat när artdirectorn Lotta Mårlind kommer till studion och berättar om hur en lyckad propagandabild är uppbyggd. Kreatörerna utmanas att framställa en bild där de propagerar för en stark åsikt. Vem lyckas bäst?

2. Provocera

Graffitikonstnären Carolina Falkholts bilder är kända för att provocera och när programtemat är just provokation får kreatörerna chansen att göra samma sak. Vem lyckas bäst med uppdraget denna gång?

3. Underhålla

När temat är bilder var syfte är att underhålla kommer satirtecknaren Max Gustafson till studion. Och när kreatörernas uppdrag är att kritisera något de tycker är fel i samhället så riktas kritiken mot allt ifrån skönhetsindustrin till kulturell appropriering.

4. Influera

Influencern Nicole Falciani är van att influera med sina bilder och finns som stöd när Daniel utmanar kreatörerna att sälja in en person, subkultur eller livsstil genom sina verk. Vem lyckas bäst av kreatörerna med att inspirera och influera Nicole?

5. Ifrågasätta

Bilder som är till för att synliggöra, kritisera eller förändra ett beteende eller en struktur är journalisten Atilla Yoldas expert på. Atilla berättar om sina hjärtefrågor rasism och destruktiva mansideal och när kreatörerna får uppgiften att ifrågasätta så blir det en stor variation i ämnesval.

Syfte och målgrupper

Seriens avsnitt syftar till att stimulera att se kritiskt på bilder och till att använda bilder i undervisning. Bilder inspirerar, informerar och får oss att känna. Genom att lära om de grundläggande steg som ingår i att skapa och att analysera bildbudskap så ökar vår förståelse för bilders makt och påverkan. Serien uppmärksammar bilder i nyheter, propaganda och reklam, i satir, bloggar och bildkonst.

Avsnitten anknyter till kunskapsmål i flera ämnen på grundskolan och gymnasiet. Bildanalys berör området källkritik när man granskar och värderar innehåll i bildbaserade informationskällor. Därmed finns kopplingar till skolutvecklingsområdet *MIK – medie- och informationskunnighet*, som avser olika grundläggande förmågor som unga och vuxna behöver för att verka och orientera sig i demokratin och i det digitala kommunikationssamhället.

Seriens olika avsnitt presenterar stegvis centrala begrepp och praktiska metoder för att analysera bilders innehåll och för att framställa information och bildbudskap.

Anknytningar till ämnesinnehåll i LGR11 och GY11

Serien kopplar till flera av både grundskolans och gymnasieskolans kursplaner och ämnesplaner; bild, svenska, samhällskunskap samt mediekommunikation på gymnasiet. Läs mer om kopplingarna till läroplanerna längst bak i den här lärarhandledningen.

Till dig som lärare

Om den här lärarhandledningen

I handledningen finns instruktioner för varje avsnitt. Dessa består av följande delar:

- En faktaruta om avsnittets tema som är till dig som lärare så att du kan förbereda dig själv och få lite extra bakgrund till avsnittets kunskapsstoff.
- Centrala begrepp i avsnittet. Dessa kan med fördel gås igenom i förväg med eleverna för att skapa förståelse och underlätta ett språkstärkande arbetssätt.
- Tips på förberedelser innan ni tittar på programmet.
- Aktiverande frågeställningar i uppgifter med bildskapande, bildkommunikation, bildanalys och samtal.
- Uppdragstips att jobba vidare med
- Till några avsnitt finns även tips på ämnesövergripande uppgifter.

Längst bak i den här lärarhandledningen finns det även ett ***kopieringsunderlag*** till eleverna. Det förklarar vad visuell läskunnighet är och presenterar även en modell att arbeta med när eleverna skapar egna bilder och en *steg-för-stegmodell för bildanalys*. Introducera gärna detta för eleverna innan ni börjar arbeta med serien. Gå även tillbaka till det då och då för att påminna eleverna om modellerna. Detta kopieringsunderlag passar även utmärkt om du som lärare väljer att bara arbeta med seriens kortprogram – *Fatta bildanalysen*.

Handledningens metoder med bildanalys och bildsamtal är baserade på semiotiken och bildretoriken och bygger på beprövade metoder och forskning som utvecklats av bildpedagoger vid bland annat Konstfack, Dramatiska institutets tidigare MEP-utbildning och av läromedelsförfattare inom bild och media.

Om ämnesövergripande arbete kring bildsamtal och visuell kommunikation

Ett tema i *Fatta bilden* är att bilder är informationsbärare och att man kan utveckla visuell läskunnighet. Bilderna informerar på flera sätt; de dokumenterar, underhåller och provocerar, de påverkar och ifrågasätter.

Det finns goda möjligheter till ämnesövergripande arbete med serien. Några exempel finns i de avsnittsspecifika instruktionerna. Eleverna kan arbeta med att själva producera och formulera information eller budskap som speglar olika delar av det centrala innehållet i olika ämnen. Låt gärna eleverna använda fotoutrustning, mobilkamera, surfplatta eller konstnärliga material för

bildframställning. Eleverna kan också arbeta med såväl aktuella som historiska bilder från massmedier och andra bildkällor – för att träna sig på att ”läsa dem” och diskuteras dem kritiskt. Nyhetsbilder, valpropaganda, reklam, satir, bildbloggar och dokumentärfoto ger underlag för analys eller fungerar som modeller i produktionen av nya bilder.

Om visuell läskunnighet

I Fatta bilden förekommer mer bildproduktion och mindre analys och samtal, varför vissa tittare kan undra varför vi talar om ”läskunnighet”. Begreppet kan dock inkludera både analys och bildproduktion/kommunikation. Kompetensen som behövs för båda är i grund och botten är densamma – ”två sidor av samma mynt”. Läs vidare om visuell läskunnighet i kopieringsunderlaget.

Seriens faktarutor och checklistor presenterar verktygen

Seriens avsnitt presenterar faktarutor och checklistor med centrala begrepp och metoder för att analysera och göra bilder.

Om påverkan och kommunikation

I seriens sex avsnitt blir det tydligt att bilder ofta syftar till att påverka sina mottagare på olika sätt- genom att *dokumentera, ifrågasätta, provocera, underhålla, utmana* och *influera* och så vidare. Syftet att påverka blir extra tydligt när vi ser på bildreklam och politisk propaganda. Programmet visar att mediebilder ingår i sina kommunikativa *sammanhang*. Titta på de två kommunikationsmodeller som finns i kopieringsunderlaget. (*Shannon och Weavers samt Laswells.*) Detta kan vara lämpligt att gå igenom och förklara för eleverna inför arbetet med serien.

Arbeta med respektive avsnitt

Avsnitt 1 - Att påverka

Om påverkan i bilder

I avsnittets uppdrag diskuteras hur man skapar starka och övertygande bildbudskap.

Reklam och propaganda är två typexempel.

Reklambilden visar på nyttan med konsumtionsartiklar och laddar dem med positiva konnotationer av känslor, betydelser och upplevelser. Det görs oftast genom att lyfta in produkten bland tilltalande människor i attraktiva miljöer och situationer.

Propagandabilden liknar reklamen och lyfter fram politiska eller sociala budskap. Bilden samspelar med enkla rubriker och slagord till att framställa något som ensidigt positivt eller negativt. I programmet presenteras affischer mot alkoholkonsumtion som hörde till en svensk folkomröstning 1922. Propagandabilder vill gärna aktivera starka känslor och peka ut enkla lösningar, bland annat genom att polarisera och ställa vi-mot-dom. Ilska eller besvikelse ställs mot hopp, revansch och stolthet.

Enligt retoriken övertygar tal och bilder genom:

- Att använda förnuft och nyttoargument för att väcka och leda tankar som leder till en övertygelse. Det kallas *logos*.
- Att beröra och väcka känslor som passar för ett visst budskap. Detta kallas *patos*.
- Att skapa förtroende, visa att avsändaren är trovärdig i sin sak och har "rätt" personlighet, stil, värderingar och karaktär. Det kallas *etos*.

En retorisk bildtyp som är effektiv i påverkanssyfte är *metaforer* som skapar associationer genom likhet och som gör en poäng av att två saker liknar varandra. En annan bildtyp är *metonymi* som skapar associationer genom att visa en del eller detalj som står för helheten. Exempel: Eiffeltornet står för Paris, Frankrike, fransk kultur osv.

Centrala begrepp

Retorik: Konsten att kommunicera övertygande

Bildretorik: Konsten att kommunicera övertygande genom bilder. Bildretorikens två principer:

- att framhäva, förstärka något genom en bild
- att tillföra positiva associationer, tankar och känslor till ett budskap

Metafor: en retorisk bildtyp som skapar associationer genom likhet och gör en poäng av att två saker liknar varandra.

Metonymi: en retorisk bildtyp som skapar associationer genom att visa en del eller detalj som står för det hela. Exempel: Eiffeltornet står för Paris, Frankrike, fransk kultur, osv.

Förberedelse inför visning av avsnittet

- Visa exempel på reklam, valaffischer eller propagandabilder. Diskutera likheter och skillnader och hur de påverkar. Förklara också bildernas syften eller historiska bakgrund. Alternativt kan du visa bilder från programmet. Ett tips är att förbereda bilderna genom att pausa när bilden visas i avsnittet och göra en printscreen som du sedan sparar ner på din egen dator.
Diskutera: *Vad innebär det att bilder kan leda eller förleda? Övertala eller övertyga?*
- Ge igenom avsnittets centrala begrepp före och/eller efter visning av programmet.

Uppgifter efter visning av avsnittet

Skapa själv - påverka med bild

- Låt eleverna göra det uppdrag som deltagarna i avsnittet får – att skapa ett slagkraftigt (politiskt, socialt eller kommersiellt) budskap i ord och bild. Använd konstnärliga uttryck eller reklamens uttryckssätt: en bild, en rubrik, en kort reklamtext och logotypen för en avsändare. Rubrik och bild ska samspela för att förstärka varandra. Rubriken spelar stor roll för hur bilden ska uppfattas.

- Fotografera eller ladda ned royaltyfria bilder från bildbyråer. Välj en bild som kan väcka tankar och känslor som stärker budskapet. Metaforer kan vara effektiva här, eller att lyfta fram någon sak som talar för helheten – alltså metonymier. Bilden monteras på en affischsida med ett bildbehandlingsprogram. Låt bilden fylla ut hela sidan och montera rubrik, kort text och logotyp på lämplig plats.

Frågeställning:

- *Hur skapar jag en bild som väcker passande associationer, tankar och känslor till budskapet?*
- *Hur skapar jag förtroende för budskap och avsändare?*

Analys och bildsamtal

- Utgå från några av de propagandabilder mot alkohol som presenteras i programavsnittet. (Du kan i förväg frysa bilden och göra skärmdumpar så att du har bilderna att utgå ifrån.) Låt eleverna tolka och diskutera bilderna. Lyssna till programdeltagarnas bildkommentarer.
- Analysera bildreklam och propaganda. Välj reklam, politiska valaffischer eller äldre propagandabilder för bildanalys med stöd av bildanalysmodellen i kopieringsunderlaget. Diskutera de aktiverande frågorna:
 - *Hur används bilden för att skapa övertygande associationer till budskapet?*
 - *Hur skapar bilden tankar och känslor?*
 - *Hur skapar den förtroende och trovärdighet åt bildens avsändare?*

Tema och ämnessamverkan mellan bild, samhällskunskap, historia och svenska

Analysera ett urval av reklam-, val- eller propagandabilder. Diskutera frågorna ovan, samt:

- *Hur argumenterar ord och bilderna visuellt för budskapet? Hur skapas tankar, känslor och förtroende för avsändaren? Hur samspelar ord och bilder?*
- *Vilka känslustrategier används? Ge gärna eleverna exempel: Vi mot dem-perspektiv? Hot, problem och lösningar? Peka på möjligheter och väcka hopp? Humor?*
- *Vilka livsstilar, värden och sociala normer används som argument under olika tidsepoker? Hur framställs genus, dvs kvinnligt, manligt och queer?*

Avsnitt 2 - Att provocera

Om att provocera med bilder

Provocerande bilder skakar om och väcker reaktioner. Känslan kommer före tanken. I avsnittet diskuteras street art-konstnären Cecilia Falkeholts utmanande väggmålningar av fallosar. Provokativa bilder utmanar normer, korrekthet och ”god smak”. Men provokationen är alltid upp till betraktaren. Bilderna behöver inte ha bestämda budskap, men vill inbjuda betraktaren till att tänka ett steg till och fundera över de känslor och reaktioner som de väcker.

Estetik – skönt och fult

Att känslan påverkar tanken betyder att estetiken kommer i fokus. Estetik är ”sinneskunskap”, sådant vi vet om saker genom hur saken ser ut, låter, doftar, smakar eller känns att beröra. Färger, former, ytor, blickar och andra uttryck i bilder kan förmedla fler sinnesupplevelser via det visuella. Historiskt har ordet estetik förknippats med ”det sköna”. Man kan välja att behaga, roa och stryka ”medhårs”, eller att oroa och väcka obehag. Båda strategier är estetiska, och bildprovokatörer väljer ofta det senare.

För att ringa in hur en bild väcker reaktioner blir det extra viktigt att inte slarva med bildanalysens första steg – att beskriva. För ”lyckade” bildanalyser gäller att deltagare kan koppla sina tolkningar tillbaka till de konkreta uttryck som bygger upp bilden. Så skärper man också blicken. Ju tryggare atmosfär i klassrummet, desto öppnare kan samtalet föras kring tankar, känslor och upplevelser. (Se även avsnitt 5.)

Centrala begrepp

Konnotationer delas av personer med liknande kultur, medievänor, bildvanor. De är kulturellt kodade. Bildanalysens resultat påverkas av:

- deltagarnas kulturella bakgrund
- deltagarnas personliga erfarenheter, kön, uppväxt och intressen

Förberedelse inför visning av avsnittet

- Visa exempel på provokativt fotografi eller bildkonst, om möjligt kända verk som påverkat debatten. Alternativt kan du visa bilder från programmet och diskutera och analysera dem tillsammans. Ett tips är att förbereda bilderna genom att pausa när bilden visas i avsnittet och göra en printscreen som du sedan sparar ner på din egen dator.
- Repetera gärna bildanalysmodellen (se kopieringsunderlaget samt uppgifterna till avsnitt 1) och förklara skillnaden mellan denotation och konnotation.
- Gå igenom avsnittets begrepp och faktarutor - före, efter eller vid visning.

Uppgifter efter visning av avsnittet

Tänk på att provocerande bilder kan väcka känslor och starka reaktioner. För att deltagarnas personliga tolkningar inte ska bli hängande i luften är det viktigt att de får fundera över sambandet mellan uttrycket i bilden och de känslor den väcker.

Skapa själv - provocera med bild

Låt eleverna göra det uppdrag som deltagarna i avsnittet får. Använd konstnärliga uttryck, fotografi eller reklamens uttryckssätt. Låt eleverna diskutera fram en fråga eller norm som bilderna ska provocera. Tänk var bilderna ska placeras och visas och vilka de ska rikta sig till (målgrupp).

Låt deltagarna reflektera sina tolkningar och motivera val av innehåll och uttryckssätt för att analysera hur bilderna provocerar och vilka tankar det väcker. Diskutera:

- *Vad kan visas hur för att provocera?*
- *Vilka bilduttryck av färger, former, material, placering, kan väcka känslor och reaktioner hos målgruppen?*

Bildanalys och samtal

Använd bilder i avsnittet eller historiskt kända provocativa bilder.

Beskriv, tolka och diskutera bilderna eller lyssna till programdeltagarnas bildkommentarer.

- *Vilka känslor väcks och hur? Vilka tankar väcks? Vilka normer eller företeelser utmanas?*

Uppmuntra deltagarna att beskriva bildernas uttryck (denotation) – alltså att på så sätt förankra tolkningar. Diskutera varför människor tolkar på olika sätt. Diskutera:

- *Vem provoceras av bilden? Hur och varför?*
- *På vilket sätt kan valet av motiv och estetiska uttryck som placering, färger, motiv, och andra bilduttryck provocera?*

Avsnitt 3 - Att underhålla

Om att underhålla med bilder

Vissa bilder gör mer än att bara locka till skratt. Humor kan också vara ett effektivt för att väcka allvarliga tankar och kritisera samhällsproblem. *Satir* är humor med en "udd", ofta sparkar den "uppåt" för att kritisera den politiska makten. Den kan också kritisera normer och attityder. Satirtecknaren Max Gustafsson som är gäst i avsnittet driver med *medelsvenssons* dubbelmoral kring charterresor och klimat. Max använder sig här av en *metafor*, en överdimensionerad och sunkig "elefant i rummet".

Centrala begrepp

Satir - satirens uttryckssätt använder ofta metaforer. Överdriver, gör ironier, använder extrema kontraster. Nära samspel mellan ord och bild.

Metafor – bildspråk som bygger på någon slags likhet, där man gör en poäng av att två saker liknar och färgar varandra.

Förberedelse inför visning av avsnittet

- Visa och diskutera ett urval av satiriska bilder ur dagstidningar eller historiska källor. Reflektera över likheter i uttryckssätt mellan bilderna. Vad görs satir det över - och hur?
- Ge igenom centrala begrepp och frågeställningarna nedan. Låt eleverna fundera på dem medan de tittar på programmet.

Uppgifter efter visning av avsnittet

Skapa själv - underhålla med bild

Låt eleverna göra det uppdrag som deltagarna i avsnittet får. Bestäm en person med makt eller en institution som är bekant för eleverna, alternativt en norm eller vanor som det kan finnas dubbelmoral kring. Skapa bilder och använd satirens uttryckssätt för att kritisera eller visa en sida av saken som sällan ifrågasätts. Låt deltagarna motivera sina val genom att analysera och diskutera hur bilderna kritiserar.

Diskutera:

- *Hur kan man göra satir med bilduttryck av kontraster, humor, överdrifter, metaforer, i samspel med ord?*

Bildanalys och samtal

Analysera valda satirbilder. Oftast är de publicerade i dagstidningar och tidskrifter. Diskutera:

- *Hur används humor, överdrifter, kontraster och ironi för att kritisera?*
- *Vad kritiserar?*
- *Vilka tankar, känslor kan väckas?*
- *Vad ifrågasätter bilderna som annars är svårt att prata om?*

Avsnitt 4 - Att influera

Om att influera med bilder

Influencern använder sin person och sitt kändisskap för att skaffa följare. Ofta kan hen tjäna pengar på reklam och lansering av produkter på sin blogg. Produkterna ser ut att ingå som naturliga tillbehör i personens livsstil. Stilen, utseendet och upplevelserna hen ser ut att ha kan argumentera och övertyga följarna att köpa produkterna. Att övertyga genom sin person kallas att använda sitt *etos* i retoriken. I avsnittet möter vi bloggaren Nicole Falciani. Hon "laddar" sin person och etos med nya betydelser genom att använda estetiska och symboliska *identitetsmarkörer*. Symbolerna kan vara märken, modeplagg, prylar, platser eller miljöer som *redan har* kända betydelser. Estetik handlar om att skapa känslor genom *sättet* något visas (görs, låter, smakar, doftar, etc.) Bilderna väcker känslor genom färgtoner och ljus. De samspelar med Nicles blickar, hårslingor, kroppsspråk, harmoniska former och vinklar. Med dessa markörer "markerar" hon de attraktiva betydelser hon vill representera. Betydelsena kan förstärkas med de "captions" – dvs de rubriker, bildtexter och statusuppdateringar hon formulerar till bilderna.

Till sist: Med stilen som influencern lanserar följer också *normer* och *ideal*: Sätt att se på t ex skönhet, hälsa, kropp, eller konsumtion, relationer och pengar. Hen både speglar och "säljer in" nya normer till sina följare. Vad vill hen säga? Med vilket budskap? Se också avsnitt 6 – Att ifrågasätta.

Estetik – skönt och fult

Att känslan påverkar tanken betyder att estetiken kommer i fokus. Estetik är "sinneskunskap", sådant vi vet om saker genom hur saken ser ut, låter, doftar, smakar eller känns att beröra. Färger, former, ytor, blickar och andra uttryck i bilder kan förmedla fler sinnesupplevelser via det visuella.

Historiskt har ordet estetik förknippats med "det sköna". Man kan välja att behaga, roa och stryka "medhårs", eller att oroa och väcka obehag. Båda strategier är estetiska, och bildprovokatörer väljer ofta det senare. (Se även avsnitt 3.)

Centrala begrepp

Identitet: Självbild och hur människor uppfattar sig själv och andra.

Kan jämföras med etos från retoriken (se avsnitt 2 - *Att påverka*).

Identitetsmarkörer: Uttryck som markerar vem och hur någon är (kan jämföras rollbeskrivningar från film och teater, dvs anvisningar om hur man kan bygga upp och spela en viss roll). T ex kläder, utseende, kroppsspråk, accessoarer, märken, piercingar, tatueringar och symboler, miljöer, vänner och relationer

Estetik: Sättet någon eller något framställs och hur det sedan upplevs. När ordet estetik används syftas ofta på de sinnesupplevelser och känslor det skapar. (Se också avsnitt 3 – *Att provocera*).

Symboler: Märken, mode, prylar, platser och miljöer, som har kända betydelser.

Förberedelse inför visning av avsnittet

- Förklara begreppet influencer och exemplifiera med bilder av den gästade Nicole Falciani från avsnittet. Vilka andra bloggare är populära bland eleverna? Diskutera:
 - *Vad gör en person attraktiv, fascinerande, inspirerande, som influencer?*
- Ge igenom avsnittets centrala begrepp före och/eller efter visning av programmet.

Uppgifter efter visning av avsnittet

Skapa själv - influera med bild

Låt eleverna göra det uppdrag som deltagarna i avsnittet får - låt eleverna skapa en influerande bild med en modell för att sälja in en livsstil. Skapa och använd identitetsmarkörer. Låt eleverna fundera kring

- *Vilken estetik ska de använda och hur kan olika sätt att avbilda i ljus, färgtoner, miljöer, blickar osv. väcka känslor och betydelser?*

- *Vilka symboler, kända saker, kläder och miljöer kan användas för att skapa positiva betydelser?*

- *Vilken rubrik och vilka bildtexter kan förstärka budskapet?*

Diskutera hur valda sätt att framställa personen kan övertyga.

Analys och bildsamtal

Analysera hur influencers använder bilder och ord för att skapa känslor och positiva betydelser kring sig själva, sin livsstil eller produkter de lanserar. Utgå ifrån *bildanalysmodellen* i kopieringsunderlaget. Bildbeskrivningen (denotationen) är viktig för att fånga in och förankra estetiska upplevelser och känslor bilderna förmedlar genom t ex färger, ljus, blickar, kroppsspråk och vinklar. Diskutera:

- *Hur skapas känsla och upplevelse av estetisk? Hur framställs personen genom ljus, färgtoner, former, material, kroppsspråk, blickar*
- *Hur skapas betydelser genom symboler som märken, kläder, platser och miljöer?*
- *Vad i bilden är snyggt, coolt, läckert, vackert - och vad är äckligt, motbjudande osv?*

Tips:

När analysen av influencern är klar kan man också försöka sammanfatta de normer eller ideal den förmedlar. Formulera normen som en uppmaning till följarna, t ex i en pratbubbla.

- *Hur ska man se ut och tänka? Vad bör man uppleva, göra, köpa? Vilka upplevelser bör man ha?*

Avsnitt 5 - Att ifrågasätta

Om att ifrågasätta med bilder

Det kan tyckas svårt att *ifrågasätta* något med en bild utan att visa just det man vill kritisera. Ett sätt är att visa *en ny sida* av den norm eller sak man vill ifrågasätta så att betraktaren upptäcker en ny sida av saken – baksidan.

En annan strategi är att *förstärka*, *framhäva* eller "skruva upp" ett ideal eller beteende man vill kritisera. Det finns beprövade metoder: *Ironier* har använts historiskt för att ifrågasätta makt och normer. Deltagaren Emelie använder sig av *kodbrottet*, att *avvika* från gamla "regler" för hur saker ska se ut i bild, med sin målning av två män i samiska brudklänningar. Så väcker hon uppmärksamhet och intresse. I avsnittet framställer journalisten Attila Yoldas sig själv i bilder för att ifrågasätta klassiska machoideal.

Som vi sett i tidigare avsnitt har val av bildvinklar, poser, ansiktsuttryck, blickar och accessoarer, avgörande betydelser för hur bilden tolkas. Ordval – i rubrik och bildtexter – kan lyfta fram en viss aspekt av bilden. Se också avsnitt 5 – Att influera.

Centrala begrepp

Ideal: Ett önskvärt beteende, utseende eller en förebild att efterlikna

Normer: "Normala" eller eftersträfvade sätt att vara, leva, se ut. Kan gälla inom en grupp av personer eller i samhället i stort.

Genus: Det kulturellt skapade och inlärdade könet, att jämföra med det *biologiska* könet.

Attityd: En persons förnuftsbaseade och/eller känslomässiga inställning till något.

Kodbrott: En avvikelse från en etablerad norm.

Ironi: Att framhäva något så att det framgår att det inte är på allvar. T ex att man visar motsatsen till vad man säger. Jämför med *överdrifter* och *underdrifter* (understatements).

Stereotyp: En förenklad föreställning om en grupp människor med koppling till etnicitet, sexuell läggning, kön eller religion, och som sedan kan fungera som en norm.

Förberedelse inför visning av avsnittet

- Diskutera Attila Yoldas tatueringsporträtt eller bil-foto från avsnittet. Reflektera vilka normer bilderna ifrågasätter och hur. Fler ifrågasättande bilder kan hittas i konst och bland konstnärliga och fria fotografer.
- För att skapa förståelse kan man jämföra några bildexempel i kategorin och låta deltagarna diskutera likheter.
- Gå igenom de centrala begreppen innan och/eller visning av avsnittet.

Uppgifter efter visning av avsnittet

Skapa själv - ifrågasätta med bild

Låt eleverna göra det uppdrag som deltagarna i avsnittet får. Låt eleverna välja normer eller genusideal att ifrågasätta i bild. Uppgiften kan kombineras med uppdraget i föregående kapitel - att analysera influencers.

Diskutera strategier för hur normer kan ifrågasättas i bild. Analysera och diskutera hur de färdiga resultaten ifrågasätter normerna.

- Hur kan man ifrågasätta, skapa överdrifter, ironier eller kodbrott, genom att använda bildvinkel, poser, blickar, accessoarer eller sammanföra oväntade bildinnehåll?

Bildanalys och samtal

Analysera bloggare, fotomodeller, bildreklam och diskutera hur olika normer och genus förmedlas i bilderna. Diskutera kritiskt vilka normer eller genusideal som influerar den egna åldersgruppen med hjälp av bloggar, fotomodeller eller bildreklam i medier. Se bildanalysmodellen och tillämpa för de aktiverande frågorna ovan.

- *Hur framställer bilden normer och genus genom bildvinkel, blickar, kroppsspråk med mera?*

Kopplingar till LGR11 och GY11

LGR11

Läroplanen för grundskolan anvisar bl. a att alla elever ska ges möjlighet att utveckla sin förmåga att använda digital teknik. De ska även ges möjlighet att utveckla ett kritiskt och ansvarsfullt förhållningssätt till digital teknik för att kunna se möjligheter och förstå risker samt kunna värdera information. Utbildningen ska därigenom ge eleverna förutsättningar att utveckla digital kompetens och ett förhållningssätt som främjar entreprenörskap.

Bild åk 7–9

Ämnets syfte

Undervisningen i ämnet bild ska syfta till att eleverna utvecklar kunskaper om hur bilder skapas och kan tolkas. Genom undervisningen ska eleverna få erfarenheter av visuell kultur där film, foto, design, konst, arkitektur och miljöer ingår. Vidare anges att undervisningen ska bidra till att eleverna utvecklar förståelse för hur bildbudskap utformas i olika medier. Undervisningen ska också ge eleverna möjligheter att diskutera och kritiskt granska olika bildbudskap och bidra till att eleverna utvecklar kunskaper om bilder i olika kulturer, både historiskt och i nutid. Genom undervisningen ska eleverna även ges möjlighet att använda sina kunskaper om olika typer av bilder i det egna bildskapandet.

Ur centralt innehåll

- Framställning av berättande informativa och samhällsorienterande bilder om egna erfarenheter, åsikter och upplevelser.
- Bilder som behandlar frågor om identitet, sexualitet, etnicitet och maktrelationer och hur dessa perspektiv kan utformas och framställas.
- Massmediebilders budskap och påverkan och hur de kan tolkas och kritiskt granskas.
- Hur bilderna och verken är utformade och vilka budskap de förmedlar.
- Ord och begrepp för att kunna läsa, skriva och samtala om bilders utformning och budskap.

Samhällskunskap åk 7–9

Ur ämnets syfte

Undervisningen i samhällskunskap ska ge eleverna verktyg att hantera information i vardagsliv och studier och kunskaper om hur man söker och värderar information om samhället från olika källor.

Ur centralt innehåll

- Mediernas roll som informationsspridare, opinionsbildare, underhållare och granskare av samhällets maktstrukturer.
- Olika slags medier, deras uppbyggnad och innehåll, till exempel sociala medier, webbplatser eller dagstidningar.
- Hur individer och grupper framställs, till exempel utifrån kön och etnicitet, samt hur information i digitala medier kan styras av bakomliggande programmering.
- Möjligheter och risker förknippade med internet och digital kommunikation samt hur man agerar ansvarsfullt vid användning av digitala och andra medier utifrån sociala, etiska och rättsliga aspekter.

Svenska åk 7–9

Ur ämnets syfte

Eleverna ska ges möjligheter att kommunicera i digitala miljöer med interaktiva och föränderliga texter. Eleverna ska även stimuleras till att uttrycka sig genom olika estetiska uttrycksformer. Vidare ska undervisningen bidra till att eleverna utvecklar kunskaper om hur man söker och kritiskt värderar information från olika källor.

Ur centralt innehåll

Texter som kombinerar ord, bild och ljud, och deras språkliga och dramaturgiska komponenter. Hur uttrycken kan samspela med varandra, till exempel i tv-serier, teaterföreställningar och webbtexter
Hur man sovrar i en stor informationsmängd och prövar källors tillförlitlighet med ett källkritiskt förhållningssätt.

GY11

Eleverna ska också kunna orientera sig och agera i en komplex verklighet med stort informationsflöde, ökad digitalisering och snabb förändringstakt.

De ska också ges möjlighet att utveckla ett kritiskt och ansvarsfullt förhållningssätt till digital teknik, för att kunna se möjligheter och förstå risker samt för att kunna värdera information.

Bild

Ur ämnets syfte

Undervisningen i ämnet bild ska syfta till att eleverna utvecklar kunskaper om och färdigheter i hur bilduttryck konstrueras, framställs och används för kommunikation. Även förmåga att se, analysera, tolka och samtala om olika typer av bilder. Och vidare att: I undervisningen ska eleverna också ges möjlighet att utforska och bearbeta influenser från den visuella kulturen.

Ur centralt innehåll - Bild 1a1 + 1a2 samt Bild och form 1a1 + 1a2

- Betraktande, analys och tolkning av, och även samtal om, eget och andras arbete med bilder. Sammanhangets betydelse för tolkningen
- Bildspråkliga grundbegrepp och deras användbarhet i praktiskt bildarbete.
- Bildens uttrycksmedel, till exempel linje, form, färg, ljus och skugga, och hur de hänger samman med det färdiga bilduttrycket
- Bilders funktioner och användningsområden, skillnader mellan olika genrer.

Bildteori

Ur ämnets syfte

Ämnet bildteori behandlar bl a hur bilder förstås och kommuniceras och i vilka medier och sammanhang det sker. Ämnet behandlar även teorier om bilden som språk. Eleverna ska ges möjlighet att utveckla kunskaper om bildspråklig teori. Eleven ska få utveckla förmåga att analysera och tolka bilder samt att värdera egna och andras bildanalyser, se hur bilder samverkar med annan text samt kunskaper om bildsemiotik, och få förståelse av bildens roll i kultur och samhälle samt för individen.

Ur centralt innehåll

- Kommunikationsprocesser och teorier om bildkommunikation.
- Bildanalysmodeller och bildtolkningsmodeller samt analys av konstarter och massbilder.
- Bilden ur olika aspekter, till exempel historiska och nutida aspekter samt genus-, etnicitets-, klass- och åldersaspekter.
- Bilden som text, bildsemiotik och bilden i relation till annan text.
- Bildens roll i kultur och samhälle samt för individen.

Samhällskunskap

Ur ämnets syfte

Ämnet samhällskunskap ska ge eleverna förutsättningar att söka, kritiskt granska och tolka information från olika källor samt värdera källornas relevans och trovärdighet. Och vidare att: I undervisningen ska eleverna ges möjlighet att arbeta med olika metoder för att samla in och bearbeta information, bland annat med hjälp av digitala verktyg.

Ur centrala innehåll - Samhällskunskap 1b

- Mediers och informationsteknikens roll i samhället. Deras möjligheter att påverka människor och samhällsutvecklingen samt de möjligheter de ger människor att påverka. - Mediers innehåll och nyhetsvärdering.
- Källkritik: Metoder för att söka, kritiskt granska, värdera och bearbeta information från källor i digital och annan form.

Svenska

Ur ämnets syfte

Undervisningen ska bl a leda till att eleverna utvecklar förmåga att jämte skönlitteratur använda andra typer av texter samt film och andra medier som källa till självinsikt och förståelse av andra människors erfarenheter, livsvillkor, tankar och föreställningsvärldar. Vidare att undervisningen ska bidra till att eleverna utvecklar kunskaper om hur man söker, sammanställer och kritiskt granskar information från olika källor

Ur centrala innehåll Svenska 1

- Centrala motiv, berättarteknik och vanliga stildrag i fiktivt berättande, till exempel i skönlitteratur och teater samt i film och andra medier
- Undervisningen ska också leda till att eleverna utvecklar förmåga att använda skönlitteratur och andra typer av texter samt film och andra medier som källa till självinsikt och förståelse av andra människors erfarenheter, livsvillkor, tankar och föreställningsvärldar.

Mediekommunikation

Ur ämnets syfte

Undervisningen ska ge eleverna möjlighet att utveckla kunskaper om källkritik och förståelse för hur semiotik, retorik och dramaturgi används när budskap formuleras. Undervisningen ska också ge eleverna möjlighet att utveckla ett kritiskt förhållningssätt till medier genom att belysa och problematisera journalistikens, informationens och reklamens verksamhet, innehåll och uttrycksformer. Och vidare att: I undervisningen ska eleverna ges möjlighet att använda medieteoretiska modeller och analysmetoder för att studera hur olika medier riktas mot specifika målgrupper, och även utveckla förmåga att analysera vilken genomslagskraft ett budskaps uttryck och utformning har på olika målgrupper samt utvärdera hur olika budskap tas emot och tolkas.

Centralt innehåll i Journalistik, reklam och information 1

- Analys av olika budskapsinnehåll, avseende språk och gestaltning, som är riktade mot en tänkt målgrupp.
- Kommunikation inom journalistik, information och reklam via olika medier i nationellt och internationellt perspektiv.
- Informationssökning via olika kanaler, källor och digitala medietillämpningar samt grundläggande metoder för kritisk granskning av deras relevans och trovärdighet.

Upphovsrätten till innehållet i den här lärarhandledningen tillkommer UR, om inte något annat särskilt anges.

Lärarhandledningen får fritt kopieras, distribueras digitalt och visas i undervisningssammanhang. När lärarhandledningen eller delar av innehållet används på olika sätt ska den ideella upphovsrätten iakttas.

Det här betyder att du som lärare i din undervisning bland annat får kopiera upp så många kopior du behöver av hela eller delar av lärarhandledningen och dela ut till elever, tillhandahålla den digitalt till eleverna i en elevportal eller liknande, eller visa i en Powerpointpresentation. Viktigt att tänka på när du använder lärarhandledningen, på olika sätt, är att det alltid ska gå att se vem eller vilka som har upphovsrätten. Om lärarhandledningen kopieras upp i sin helhet så framgår det redan, men om det är så att du väljer att bara använda någon del behöver du skriva i anslutning till det du använder vem eller vilka det är (UR och/eller annat namn, som framgår i lärarhandledningen).

Visuell läskunnighet

De flesta får lära sig läsa och skriva från tidig skolålder. Mindre ofta får vi veta hur man läser och kommunicerar genom bilder. Men du kan snabbt skärpa din blick för vad bilder säger och lära dig hur du kan uttrycka och rikta olika slags budskap till mottagare med hjälp av bild.

I serien Fatta bilden diskuterar programledaren med deltagare och gäster om *visuell läskunnighet*. Om hur man kan utveckla den och varför den behövs och är så viktig. I seriens avsnitt finns det faktarutor och checklistor med centrala begrepp och metoder för att analysera och göra bilder.

Visuell läskunnighet – en dubbel kompetens

Den visuella läskunnigheten har två sidor:

- A. en som handlar att själv göra, dokumentera, framställa information och budskap i bild.
- B. en om att läsa, kritiskt analysera och samtala om bilders innehåll. Därifrån kan man värdera innehållet och förstå hur bilden kan påverka.

Här kommer två modeller om hur du kan arbeta med visuell läskunnighet – både för att träna dig på att förstå bilder och för att träna dig på att framställa egna bilder.

A. Modell för att framställa något i bild

Verktyg: fotoutrustning, mobilkamera, platta eller konstnärliga material för bildframställning

De grundläggande valen

Som fotograf eller bildskapare gör du alltid några grundläggande val för att framställa människor, saker och platser i bild.

- Du väljer *vem* eller *vad* som ska avbildas
- Du väljer *hur* saken eller personen ska avbildas.

Genom att välja hur du riktar kameran ur olika lägen mot den avbildade använder du olika *bilduttryck*, till exempel bildvinkel eller personens placering i bilden. Dina val påverkar hur det avbildade ska tolkas och uppfattas.

Grundläggande bilduttryck

- **Utsnitt** - närbild, halvbild, helbild, översiktsbild.
- **Vinkel** - fågelperspektiv, normalperspektiv, grodperspektiv.
- **Färger** tolkas både symboliskt och estetiskt. T ex färgen grön kan stå som symbol för *miljö* och *natur*. Estetik kan ge en upplevelse av *lugn* och *rofylldhet*.
- **Placering** - i bakgrunden eller förgrunden, i mitten, vid sidan eller i utkanten.
- **Belysning** - sättet någon/något belyses påverkar tolkningar.
- **Blickar** - blickriktningar och hur avbildade personer tittar påverkar tolkningen av dem. Det antyder viljeinriktning och relation till andra personer i bilden.
- **Bildens komposition** är summan av de val av innehåll och bilduttryck som du gör. Relationer och lägen skapas mellan personer och saker i bilden. Men också mellan de avbildade personerna och de som tittar på bilden och som samtalar om dem och annat i bilden.

B. Bildanalysmodellen

För att förklara hur man tolkar en bild behöver man ha vissa steg att hänga upp sin tolkning på. Man behöver kunna peka ut olika delar i bilden. På så sätt kan man också motivera varför en viss bild är bra eller dålig och hur den påverkar dig som tittar.

Steg för steg

För att göra en bildanalys behövs en praktisk och stegvis metod.

1. Undersök bildens kommunikativa sammanhang:

- vilket *medium* bilden är publicerad i - t ex nyhetsmedia, reklamplats, socialt medium, TV-program osv.
- *bakgrundsinformation (eventuellt)* - om nyhetshändelsen, reklamkampanjen, den som skapat bilden, situationen där bilden skapades osv.
- målgrupp: vem kan vara bildens mottagare? (T ex ålder, kön eller samhällsklass.)

2. Reception

Först ser man aktivt och noggrant på bilden. Det kallas *reception*.

3. Denotation

Därefter beskriver man sakligt de konkreta uttryck som bygger upp bilden. Detta steg i analysen kallas *denotation*. Då svarar man på:

- vad som avbildas: personer, föremål i en viss situation eller miljö
- hur det avbildas: utsnitt, vinkel, färger, belysning, placering, blickar

4. Konnotation

Sedan är det dags att *tolka* och *diskutera* bilden – hur dessa uttryck kan tolkas, vad de betyder, och hur de berör eller påverkar. Detta steg kallas *konnotation*. Då svarar man på:

- Finns ett budskap i bilden?
- Hur väcker bilden tankar och känslor? Hur berörs eller påverkas man?
- Hur uppfattas bilden? Hur uppfattar vi personer och situationer?
- Hur skapar bildens olika uttryck betydelser?
- Vilka associationer och känslor väcks - och hur?

På det här sättet kan man förklara varför man tolkar eller påverkas av bilden på ett visst sätt - tolkningen kan motiveras och förankras i bildens sakliga innehåll. En tolkning kan ses som "rätt" genomförd om den är *rimlig* och kan *förankras* i bildens konkreta innehåll.

Med hjälp av *bildanalysmodellen* kan vi genom att förstå bilden i sitt kommunikativa sammanhang se hur de olika delarna bidrar till att påverka. En *avsändare* (vem) vill förmedla ett visst *budskap* (vad) till en viss grupp av *mottagare* (till vem), och väljer ett visst *medium* och sätt (hur) för att nå en önskad *effekt (påverkan)* eller med ett visst syfte eller avsikt (*varför*).

I programseriens sex avsnitt diskuteras denna frågeställning utifrån två perspektiv: sändarperspektivet och mottagarperspektivet.

- Hur kan jag säga vad till vem med vilka bilder och med vilken påverkan? I vilket syfte? (varför)

- Vem säger vad till vem, med vilka bilder och med vilken påverkan? I vilket syfte? (varför)

- **Reception:** Att titta aktivt på bilden.
- **Denotation:** En bilds sakliga innehåll, det innehåll man kan peka ut. Denotation är bildens grundbetydelse.
- **Konnotation:** Det innehåll betraktaren läser in, tolkar och associerar till bildens konkreta uttryck. Konnotationer är oftast gemensamma för personer som är ungefär lika gamla och har liknande kulturella bakgrund.
- **Privata associationer:** Rent personliga tolkningar som man är ensam om. Man brukar skilja på privata associationer och konnotationer.

Om påverkan och kommunikation

I seriens sex avsnitt blir det tydligt att bilder ofta syftar till att *påverka* sina mottagare. Detta blir extra tydligt när vi ser på bildreklam och politisk propaganda. Två klassiska modeller belyser kommunikation och påverkan.

Den ena är Shannon och Weavers *kommunikationsmodell* (1949).

Modell:

Sändare – Budskap – Medium – Mottagare – Effekt (verkan)

Den andra är Harold Laswells kommunikationsmodell (1948):

Modell:

- Vem säger vad till vem varför, hur och med vilken effekt (påverkan)?

Översatt till bild:

- Vem säger vad till vem genom bilden varför, och med viken effekt (påverkan)?