

Kerstin Lindblad  
**Tips till läraren**



# **Tolka Bilder**

## **Lärarhandledning**

# Reklambilder sida 4-11

Förklara ofta förekommande ord och deras innebörd.

Till exempel: *Budskap, Målgrupp, Syfte/Målsättning, Reklambyrå, Uppdragsgivare, Art director (AD), Copywriter.*

---

## Samtala/diskutera i klassen:

- Vad är reklam?
  - Varför gör man reklam?
  - Vilka behöver göra reklam?
  - Vilka utformar reklamen.
  - Vad är en målgrupp? Ge exempel på målgrupper.
  - Kan reklamen uttrycka vad som helst / Etiska regler?
  - Skiljer sig reklam i en tidning från reklam på nätet?
  - Har reklamen påverkat dig någon gång ?
  - Resonera om ifall man kan bli påverkad av reklam, utan att vara medveten om det (Ipren-gubben, ICA-Stig etc.).
- 

## Tips för bildlektioner:

- Välj ut en målgrupp.

Låt eleverna ta fram reklam som riktar sig till den målgruppen.

Diskutera vad det är som utmärker den. Varför ser den ut som den gör? Kan även handikapp, sjukdom eller utanförskap utgöra en målgrupp? Varför eller varför inte?

- Positiv / Negativ reklam.

Annonsen för kakor (sid 7) har texten: "Kan innehålla spår av vitaminer och mineraler" Texten säger att det knappast finns vitaminer och mineraler i produkten. Dessa ingredienser brukar normalt framställas som positiva. I detta fall verkar man vilja framhålla motsatsen. Varför? Leta efter fler exempel på denna typ av reklam.



- Gå igenom reklambilder ur ett genusperspektiv.

Räkna hur många tjejer/kvinnor respektive killar /män som syns i bilderna. I vilka reklambilder finns endast tjejer / kvinnor respektive killar/män representerade?

Resonera med eleverna om de kan känna igen sig i bilderna.

Vill de vara som han/hon på bilden?

Diskutera om reklambilderna förstärker eller förändrar våra könsroller.

- Gör samma undersökning ur ett handikappersperspektiv, etniskt perspektiv, hudfärg etc.

-Låt eleverna utforma egen reklam.

Låt eleverna välja bild och skriva egen reklamtext till.

( T.ex."Min bästa frukost" bild på filmjolk )

Låt eleverna kommentera varandras kampanjer.

- Bjud in en art director (AD) och låt eleverna ställa frågor och få veta mer om hur man tänker och arbetar med bilder i reklam-sammanhang.



Innovation  
that excites

NYA  
**NISSAN NOTE**  
PRIS FRÅN 128.900 KR



LÄS MER

**Teknikens  
Värld**  
ALLT OM BILEN

**Snabbaste Motornyheterna**  
**Bästa Biltesterna**

Vi stödjer BRIS – gör det ni också!  
BRIS Stödförstag 2012

Har man rätt att backa på någon annans bil bara för att parkeringsplatsen är trång?



13146 **Nyheter**  
383 **Test**  
1586 **Provkörning**  
21 **Duell**  
68 **Begtest**

Nyheter Test/Prov Webb-tv Expertsvar Köpa bil På väg Tidningar Vi Övrigt STCC DTM

Följ oss:



# Nyhetsbilder sida 12-15

Förklara ofta förekommande ord och deras innebörd  
Till exempel: *Budskap, Målgrupp, Syfte, Journalist, Press, Reportage.*

---

## Samtala/diskutera i klassen:

- Klarlägg vad nyheter är.
  - Varför har man nyheter?
  - Vilka är det som väljer ut och förmedlar nyheter?
  - Måste nyheter vara sanna?
- 

## Tips för bildlektioner:

- Vad skiljer en nyhetsbild från en reklambild?

Jämför bilderna från förra avsnittet med rena nyhetsbilder.

Vad är skillnaden? Kan man direkt se att en bild är en nyhetsbild?

Beskriver bilden samma historia som nyhetstexten, eller kompletterar de varandra? Använd en reklambild och försök skapa en nyhet runt den. Diskutera i grupper.

- Låt eleverna göra egna nyhetsbilder.

Skildra en händelse (tex. Med en mobilkamera) och beskriv nyheten med en enkel text.(det kan vara en händelse i skolan eller närmsta omgivningen. T.ex. Borttappad väska, kafeterians nya öppettider, genvägen genom parken översvämmad...)

Ta många olika bilder. Diskutera vilken bild som bäst beskriver nyheten och varför?

- Är nyhetsbilden alltid "sann"?

Klipp ut en nyhetsbild ur en tidning utan tillhörande text.

Spara originaltexten. Fundera och diskutera med eleverna om passande text till den utvalda bilden. Jämför föreslagna nyhetstext med originaltexten.