



PROPAGANDA OCH BILDERS MAKT

LÄRARHANDLEDNING

Statens medieråd



**NO HATE
SPEECH
MOVEMENT**



Foto: Shutterstock

Text: Elisabet Jonsved, Elin Jönsson och Statens medieråd

Form: Intellecta

Omslagsfoto: www.pexels.com

Statens medieråd 2016

En bild säger mer än tusen ord

I det digitaliserade mediesamhället där vi alla lever våra liv finns det nästan obegränsat med information, men också desinformation. Somliga kallar det för vinklade budskap. Andra kallar det för konspirationsteorier. Vissa rubricerar det som propaganda. Ibland består det av enskilda individers utspel. Ibland är det mer strukturerade och orkestrerade aktiviteter.

Fragmenteringen av både medieutbud och medieanvändning - där alla i stort sett fritt kan välja vilka nyheter och åsiktsmakare man vill följa – gör att vi människor kan skapa vår egen lilla världsbild. Det kallas ofta för filterbubblor och där frodas faktaresistensen. Där sprids rykten, halvsanningar och lögnar som snart förvandlas till sanning.

Texterna i våra medieflöden ersätts alltmer av bilder. Och, bilderna är kraftfulla bärare av budskap.

Vi har bilder överallt. I reklamen. Som symboler i våra sms. I nyhetsflödet. På sociala medier. Vi har på kort tid gått från sms till Snapchat och Instagram. Från dagboksbloggar till videobloggar. Vi avkodar och tolkar nästan oavbrutet bilder och ofta sker det utan en djupare reflektion. Vi förstår bildmaterial – precis som allt annat i livet – utifrån vår bakgrund och våra erfarenheter. Bilderna kan därför ofta anspela direkt på våra känslor utan att vi medvetet reflekterar över vilka budskap som kommuniceras.

Propaganda är en mer eller mindre systematiskt bedriven verksamhet som syftar till att med hjälp av text, bilder eller andra symboler påverka människors åsikter, värderingar eller handlingar i en bestämd riktning. Det finns en hel del antidemokratisk och extremistisk propaganda på nätet där hatiska budskap ges en förförisk form. För att stärka motståndskraften mot denna typ av innehåll behöver vi bli bättre på att förstå hur bilder och filmer konstrueras och används i syfte att påverka. Genom att aktivt reflektera över detta, och sätta ord på det vi ser, blir vi skickligare på att upptäcka hur det kan dölja sig en ideologi och ett underliggande budskap bakom ett på ytan oskyldigt Youtube-klipp.

Så, när vi lär barn och unga om rörliga- och stillbilders språkliga grammatik och övertalningsförmåga värnar vi samtidigt om vårt samhälles demokratiska grundprinciper.

Jag är därför stolt – men inte nöjd över att behöva – presentera ett material kring propaganda i syfte att flytta fram positionerna genom att stärka ungas visuella läskunnighet.

Stockholm december 2016 – Ewa Thorslund, direktör för Statens medieråd

Detta material är till för dig som arbetar i skolan och handlar om hur du tillsammans med dina elever kan uppmärksamma och arbeta med propaganda. Materialet berör hur bilder förmedlar budskap och hur dessa kan påverka dina elever åt ett odemokratiskt håll. Racistiska rörelser och andra antidemokratiska krafter arbetar hårt för att växa. Ett stort antal européer har anslutit sig för att kriga tillsammans med IS. Hur vinner man över anhängare till sin egen organisation? Genom att övertyga på bästa sätt.

Syftet med detta material är att öka elevers motståndskraft mot antidemokratisk mobilisering och sådant som vänder sig mot FNs konvention om de mänskliga rättigheterna. Dina elever får träna upp förmågan att kunna urskilja starkt vinklade budskap som inte vilar på en demokratisk grund. De blir starkare i att stå emot dessa budskap, även om avsändaren på ett skickligt sätt lyckas använda sig av förföriska övertalningsknep, riktade mot just den målgrupp som eleverna själva tillhör.

Materialet består av två moduler. Den första utgörs av *Bild är ett språk* och lägger en grund för den andra som utgörs av *Konsten att övertyga*. Båda modulerna består av en undervisningsdel och en praktisk del där eleverna får arbeta utifrån vad de lärt sig. Som avslutning följer en lite större praktisk uppgift. Materialet är tänkt att användas på högstadiet och gymnasiet. *Bild är ett språk*, kan även användas på mellanstadiet. *Propaganda och bilders makt* är ett ämnesöverskridande upplägg som uppfyller kursplansmål i ämnen Samhällskunskap, Bild och Svenska. Det passar även bra att användas på lektioner som är avsedda för mentorstid, då innehållet kan kopplas till skolans värdegrunds- och demokratiuppdrag.

Som komplement till *Propaganda och bilders makt* finns även en fördjupande text *Propaganda, vad, hur och varför?* Du hittar den på www.statensmedierad.se/nohate. Materialet är färdigt att användas i sin föreliggande form men kan mycket väl kompletteras och modifieras av bildexempel som du själv lägger till. Som lärare har du lite större möjligheter att använda bilder i pedagogiska situationer än vad som gäller i andra sammanhang. Vill du läsa mer om bilder och upphovsrätt kopplat till undervisning och skolarbete se:



www.skolverket.se/skolutveckling/resurser-for-larande/kollakallan/upphovsratt/lararguider/bilder-1.155130

PROPAGANDA OCH BILDERS MAKT

Vi ser framför oss en affisch från 1930-talet. Avsändaren är nationen. Färgerna är få och starka, stilen är grafisk; en bild som lätt går att trycka upp i massupplagor. På bilden är några korta och kraftfulla slagord formulerade. Budskapet som affischen ger är att vi som enkla medborgare kan bidra på ett viktigt sätt till nationen. Affischen förmedlar att de andra, de som inte är som vi, är farliga.



Foto: Shutterstock

Propaganda användes flitigt under andra världskriget av de flesta deltagande nationerna. Syftet var att svartmåla motståndarna och samtidigt uppmuntra de egna medborgarna att på olika sätt stödja kampen mot den utpekade fienden. Det var just bilder som de så effektivt använde sig av. En effektiv bild kan kringgå vårt förnuft och talar direkt till våra känslor. Den kan sätta våra känslor i gungning och vinna vår sympati. En effektiv bild är ett oerhört starkt övertalningsverktyg.

Alla bilder förmedlar något

För många går tankarna till svunna tider när vi pratar om propaganda. Men vad finns det för propaganda idag? Sverige har inte legat i krig med något land på över 200 år. Hur mycket propaganda florerar det egentligen i fredstider? Hur starkt vinklat behöver ett budskap vara för att bli kallat propaganda?

Vi lever idag i ett samhälle där bilder florerar i alla sammanhang; på reklamplaceringar i staden, som symboler i våra sms, i dagstidningen, i nyhetssändningen, i flödet på sociala medier, på Youtube osv. Att vi automatiskt gör en avkodning och tolkning av många av dessa bilder är kanske inget vi reflekterar över dagligen. Vi är vana vid att läsa bilder. Det välkända talesättet "en bild säger mer än tusen ord" är ingen överdrift, men vad är det egentligen för outtalade "tusentals ord" som bilderna säger?

Bilders budskap kan bli farliga när extremister från olika politiska håll vill vinna över oss till deras sida. För att få god motståndskraft mot förförande men antidemokratisk propaganda behöver vi bli duktiga på att förstå hur propagandabilder och propagandafilmer är uppbyggda. Genom att börja reflektera aktivt över detta, och sätta ord på det vi ser, blir vi skickligare på att upptäcka hur det bakom en bild eller film kan dölja sig ett ideologiskt budskap. När vi ägnar tid och lär våra barn och unga om rörliga- och stillbilders språkliga grammatik och övertalningsförmåga värnar vi om vårt samhälles demokratiska grundprinciper.

När en bilds budskap börjar kallas propaganda är kanske inte den viktigaste frågan att söka svar på, utan snarare; hur kan jag upptäcka att en (för mig) tilltalande bild eller filmklipp har ett problematiskt budskap?

Vår definition av propaganda

I det här materialet använder vi begreppet propaganda i en relativt vid bemärkelse. Det är en beskrivning av hur en avsändare formulerar ett budskap för att en målgrupp ska påverkas, känna något och bli övertygad. Propaganda behöver inte vara negativt om budskapet som förmedlas vilar på en demokratisk värdegrund och avsändaren är öppen med sin identitet. Vår definition av propaganda är som följer:



Propaganda är mer eller mindre systematiskt bedriven verksamhet som syftar till att med hjälp av språk, bilder eller andra symboler påverka människors åsikter, värderingar eller handlingar i en bestämd riktning¹.

¹ Ne.se

UPPLÄGG

Materialet består av två olika moduler samt en större praktisk elevuppgift: Bild är ett språk och Konsten att övertyga

Modulerna fungerar som bäst i sin helhet. Har du ont om tid kan du välja att använda *Bild är ett språk* eller *Konsten att övertyga* som fristående delar. Den praktiska uppgiften bygger dock på modulen *Konsten att övertyga*.

Bild är ett språk och *Konsten att övertyga* börjar båda med en bildpresentation, med tillhörande lärarmanus, där du som lärare visar presentationen på storbildskärm eller via projektor. I *Bild är ett språk* ingår en mindre praktisk uppgift och i *Konsten att övertyga* ingår en skriftlig analysuppgift samt den efterföljande större praktiska uppgiften.

Tidsåtgången som är beräknad för alla delar tillsammans är 8–11 timmeslånga lektioner.

Bild är ett språk

Här börjar vi från början och konstaterar att bilder har en förmåga att förmedla budskap. I vissa bilder kan budskapet vara uppenbart, i andra kan det vara mer tvetydigt eller otydligt. Vi avslutar med en praktisk uppgift där eleverna får prova att själva producera ett vinklat bildbudskap genom att fotografera en bild och sedan lägga till en bildtext.

Materialet består av:

- 1 st. bildpresentation (powerpoint)
- 1 st. lärarmanus till bildpresentationen
- 1 st. praktisk uppgift för eleverna, med gemensam redovisning
- 6 st. elevuppsdrag

Syfte:

Syftet med *Bild är ett språk* är att ge grundläggande kunskaper i hur vi dagligen avkodar och tolkar bilder. Vi lever i ett informationssamhälle där bilder florerar i alla sammanhang; på reklampelare i staden, som symboler i våra sms, i dagstidningen, i nyhetssändningen, i flödet på sociala medier m.m. Det är därför extra viktigt att lära sig hur bilder kan tala direkt till våra känslor och på så sätt förmedla ett kraftfullt budskap blixtnabbt. Tränar vi på att **läsa bilder** blir vi bättre på att analysera, förstå och problematisera det vi ser.

Metod

Lektion 1: En gemensam teoretisk genomgång där du tillsammans med klassen tittar på och diskuterar olika bilder. Om du har en aktiv klass som gillar att diskutera kan genomgången dra ut på tiden och kanske behövs en andra lektion eller del av en lektion.

Lektion 2: Eleverna testar att praktiskt förmedla ett budskap med bild och text. Den praktiska uppgiften presenteras sist i bildpresentationen. Uppgiften och de 6 elevuppgifterna finns sist i lärarmanuset.

Lektion 3: Om det behövs en hel tredje lektion beror på hur snabbt din klass arbetar. Du känner din klass bäst. Kanske behöver din klass en hel lektion till att redovisa den praktiska uppgiften, kanske behöver ni bara en del av en lektion.

Lärarens förberedelser

Läs igenom lärarmanuset till *Bild är ett språk* och titta igenom tillhörande bildpresentation. Bildpresentationen samt redovisningen av elevernas praktiska uppgifter är tänkt att visas på en stor skärm eller med projektor.

Inför elevernas praktiska uppgift i lektion 2 behöver eleverna någon form av kamera. En smart telefon eller surfplatta fungerar bra. De behöver också en app som kan montera text på ett fotografi. Om eleverna är vana vid att redigera digitala bilder kan ni använda ett bildredigeringsprogram i en dator.

Konsten att övertyga

Här går vi in på hur propagandisten använder sig av fem olika tekniker för att kunna övertyga sina mottagare på bästa sätt. De fem propagandateknikerna som presenteras i materialet är:

1. Spela på känslor
2. Attackera motståndaren – skapa vi och dem
3. Förenkla, vinkla, ljuga – om fakta och information
4. Tilltala en viss målgrupp – svara till en viss mottagares behov och värderingar
5. Repetera ett budskap²

² Propagandateknikerna 1–4 är hämtade från *Mind over media – analysing contemporary propaganda*. <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>. Teknikerna är fritt översatta av Statens medieråd. Bakom *Mind over media* ligger *Media Education Lab* som är knutet till *University of Rhode Island* <http://mediaeducationlab.com/>. Den femte tekniken har Statens medieråd själva lagt till då vi anser att repetition är viktig att se som en propagandateknik eftersom internet och sociala medier gör det väldigt lätt att repetera ett budskap

Dessa propagandatekniker presenteras mer utförligt i *Konsten att övertyga – Lärarmanus*. Vi tittar på historiska och samtida exempel av bildbudskap. Bildexemplen är utvalda för att vara tydliga exempel på de olika propagandateknikerna. Vi har valt att inte ha med några bildbudskap från faktiska extremistiska rörelser. Genom att eleverna får kunskap och kännedom om de fem olika propagandateknikerna blir de dock förberedda på att även tolka och avkoda dessa rörelsers budskap om eller när de möter dem. Modulen avslutas med en skriftlig analysdel.

Materialet består av:

- 1 st. bildpresentation (powerpoint)
- 1 st. lärarmanus till bildpresentationen
- 1 st. skriftlig analysuppgift
- 1 st. mall till den skriftliga analysuppgiften

Syfte

Syftet med *Konsten att övertyga* är att öka dina elevers medvetenhet och förståelse för hur bilders budskap används i propaganda. På det sättet kan du öka elevernas motståndskraft mot antidemokratisk propaganda.

Metod

Lektion 1: En gemensam teoretisk genomgång där du tillsammans med klassen tittar på och diskuterar olika bilder. Genomgången behöver två lektioner. En lämplig brytpunkt är efter bild 18 alternativt efter bild 24 i presentationen.

Lektion 2: Fortsättning av den teoretiska genomgången. Har du en aktiv klass som gillar att diskutera kan det ta tre lektioner att gå igenom hela materialet.

Lektion 3: Ni tittar på tre olika propagandafilmer tillsammans i klassen. Eleverna gör sedan, i smågrupper, en skriftlig analysuppgift utifrån en av filmerna. Uppgiften och filmerna finner du sist i bildpresentationen samt i lärarmanuset.

Lärarens förberedelser

Läs igenom lärarmanuset till *Konsten att övertyga* och titta igenom tillhörande bildpresentation. Bildpresentationen är tänkt att visas på stor skärm eller med projektor. Ni tittar på bilderna tillsammans, konstaterar vad det är ni ser och diskuterar vad ni kommer att tänka på. Det finns inget rätt och inget fel, det är vanligt att man upplever och tolkar bilder på olika sätt beroende på vilka kulturella sammanhang man ingår i. Svårare än så behöver inte bildanalys vara.

Till analysdelen behöver elevgrupperna kunna titta på propagandafilmer i lugn och ro, gärna flera gånger i rad. Denna uppgift genomförs enklast i en datasal eller om eleverna har tillgång till egna datorer eller surfplattor.

Konsten att övertyga – praktisk uppgift

Här får dina elever prova på att, gruppvis, skapa en egen vinklad propagandafilm. Utifrån en färdigskriven, påhittad artikel och ett ”propaganda-recept” med tillhörande bildmanus får dina elever skapa sin egen film. Känner du dig osäker på att arbeta med teknik och filmskapande? Du som lärare behöver inte kunna allt bättre än dina elever. I din klass finns garanterat några som har gjort film tidigare eller tycker detta verkar vara spännande och roligt. Ni kan hjälpas åt och skapar på så sätt ny kunskap tillsammans.

Materialet består av:

- 1 st. uppdragsbeskrivning till eleverna med ett *grundrecept på propagandafilm*.
- 3 st. fiktiva artiklar som propagandafilmerna ska baseras på.
- 1 st. bildmanus som eleverna ska ha som stöd vid filmandet samt redigeringen. Bildmanuset visar hur propagandafilms dramaturgi ska ordnas.
- 1 st. diskussionsfrågor till redovisningen av propagandafilmerna.

Syfte

Det är i görandet som den teoretiska kunskapen, som eleverna fått genom modulerna *Bild är ett språk* och *Konsten att övertyga*, fördjupas. Genom att eleverna själva får uppleva vad som händer när budskap förs fram i kombination av bild, ljud och text förblir inte lektionerna om propaganda bara teori utan det blir dina elevers egen erfarenhet. Det betyder att det här är ett mycket viktigt delmoment.

Metod

Hur många punkter eleverna hinner avverka per lektion är ungefärligt och beror på hur snabbt din klass arbetar.

Lektion 1: Dela in eleverna i smågrupper, ca 4 stycken i varje grupp är lämpligt. Ge varje grupp en artikel. Eleverna följer därefter punkt 1–6 i *Grundrecept på propagandafilm*.

Lektion 2: Eleverna följer punkt 7–9 i *Grundrecept på propagandafilm*.

Lektion 3: Eleverna följer punkt 10–13 i *Grundrecept på propagandafilm*.

Eventuellt är eleverna redan klara och ni kan ha redovisning denna lektion.

Lektion 4: Redovisning, om eleverna behöver hela lektion 3 till eget arbete. Titta på propagandafilmerna tillsammans i klassen och analysera och diskutera dem utifrån diskussionsfrågorna.

Lärarens förberedelser

Gå igenom *Grundrecept på propagandafilm* och de tre artiklarna själv för att skaffa dig en övergripande bild av uppdraget. Eleverna kommer behöva en surfplatta med en app för filmredigering och en applikation för nedladdning av musik och ljud från nätet. Lämpliga appar kan du söka fram, det finns flera gratisappar. Eleverna kan säkert även tipsa om lämpliga appar om du känner dig osäker. Naturligtvis går det bra med kamerautrustning och ett filmredigeringsprogram för dator om ni har tillgång till det. Titta på elevernas filmer via stor skärm eller projektor. Ta hjälp av diskussionsfrågorna som finns i dokumentet *Praktisk uppgift – Konsten att övertyga* vid redovisningen i lektion 3 eller 4.

MÅL UR

LÄROPLANEN

Propaganda och bilders makt har ett ämnesöverskridande upplägg som uppfyller kursplansmål i ämnena samhällskunskap, bild, svenska och historia. Materialet kan även användas för lektioner avsedda för mentorstid då innehållet kan kopplas till skolans värdegrunds- och demokratiuppdrag.

Mål för grundskolan

Samhällskunskap åk 4–6

- Informationsspridning, reklam och opinionsbildning i olika medier.
Hur sexualitet och könsroller framställs i medier och populärkultur.
- Hur man urskiljer budskap, avsändare och syfte i olika medier med ett källkritiskt förhållningssätt.

Bild åk 4–6

- Framställning av berättande och informativa bilder, till exempel serier och illustrationer till text.
- Fotografering (och filmande) samt redigering i datorprogram.
- Verktyg för fotografering och digital bildbehandling och hur dessa benämns.
- Reklam- och nyhetsbilder, hur de är utformade och förmedlar budskap.
- Ord och begrepp för att kunna läsa, skriva och samtala om bilders utformning och budskap.

Svenska åk 4–6

- Att argumentera i olika samtalsituationer och beslutsprocesser.
- Texter som kombinerar ord, bild och ljud, till exempel webbtexter, interaktiva spel och tv-program.
- Hur man jämför källor och prövar deras tillförlitlighet med ett källkritiskt förhållningssätt.

Samhällskunskap åk 7–9

- Mediernas roll som informationsspridare och opinionsbildare.
- Nyhetsvärdering och hur den kan påverka människors bilder av omvärlden. Hur individer och grupper framställs.
- Möjligheter och risker förknippade med internet och kommunikation via elektroniska medier.
- Etiska och demokratiska dilemman som hänger samman med demokratiska rättigheter och skyldigheter.
- Aktuella samhällsfrågor, hotbilder och konflikter i Sverige och världen.
- Individers och gruppers möjligheter att påverka beslut och samhällsutveckling.

Bild åk 7–9

- Kombinationer av bild, ljud och text i eget bildskapande.
- Digital bearbetning av fotografier och andra typer av bilder.
- Presentationer av eget bildskapande.
- Yttrandefrihet och integritet i medier och övriga sammanhang.
- Ord och begrepp för att kunna läsa, skriva och samtala om bilders utformning och budskap.
- 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.

Svenska åk 7–9

- Texter som kombinerar ord, bild och ljud, och deras språkliga och dramaturgiska komponenter. Hur uttrycken kan samspela med varandra.

Mål för gymnasiet

Samhällskunskap

- Maktfördelning och påverkansmöjligheter i olika system och på olika nivåer utifrån den digitala teknikens möjligheter.
- Mediers innehåll och nyhetsvärdering i samband med frågor om demokrati och politik.
- Metoder för att kritiskt bearbeta information, till exempel källkritik.

Svenska

- Grunderna i den retoriska arbetsprocessen.

Historia

- Hur individer och grupper använt historia i samband med aktuella konflikter och samarbetssträvanden.

Vad är No Hate Speech Movement?

Propaganda och bilders makt har tagits fram inom ramen för kampanjen No Hate Speech Movement. Statens medieråd har i uppdrag av regeringen att genomföra kampanjen No Hate Speech Movement i Sverige. Kampanjens syfte är förebygga främlingsfientlighet, rasism, sexism och liknande former av intolerans samt värna demokratin mot våldsbejakande extremism genom att stärka barn- och ungas medie- och informationskunnighet. För mer information, gå till:



www.statensmedierad.se/nohate.

Vad är Statens medieråd?

Statens medieråd är en myndighet med uppdrag att verka för att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare och skydda dem från skadlig mediepåverkan. Genom att öka barn och ungas medie- och informationskunnighet, MIK, ger vi dem verktyg att hantera sin medievardag och förstå meders roll i samhället, att kunna finna, analysera och kritiskt värdera information, uttrycka sig och själva skapa innehåll i olika medier. För mer information, gå till:



Lär om medier: www.statensmedierad.se/larommedier

Myndighetens webbplats: www.statensmederad.se

Referenser

[Ne.se](#) (hämtat 161015)

www.propaganda.mediaeducationlab.com (hämtat 161001)