

**RÖDA KORSETS**

**HANDBOK**

**FÖR BILDER**

## Innehåll

Innehåll.....	2
Inledning.....	3
Att välja rätt bild – vad ska jag tänka på?.....	4
Så väljer du bild .....	4
Undvik stereotyper.....	4
Bildexempel.....	5
Här hittar du bilder - Mediabanken .....	8
Här hittar du Mediabanken.....	8
Hur hittar jag bilder? .....	8
Hur får jag använda bilderna? .....	8
Finns det filmer?.....	8
Hur laddar jag upp nya bilder i Mediabanken? .....	8
Har du förslag på bilder som saknas?.....	8
Bilder för våra webbar (rodakorset.se och Rednet).....	9
Spara bilder i rätt storlek och filformat.....	9
Optimering - sökmotorer .....	9
Sammanfattning.....	9
Checklista när du fotograferar/filmar själv eller beställer bild/film.....	10
Innan.....	10
Vid fotografering .....	10
Efteråt.....	10
GDPR och rutiner kring personuppgifter för bilder.....	11
Berättigat intresse .....	11
Vad gäller när jag fotograferar och filmar? .....	11
Ansvar samt information om hur material raderas.....	11
Undantag från berättigat intresse - samtyckesblankett .....	11
Vad gäller vid användning av material från internationella rödakors- och halvmånerörelsen?.....	12

## Inledning

Bilden är en hörnsten i Röda Korsets kommunikation. Bilder väcker känslor, ger ett ansikte till katastrofer och skapar identifikation hos mottagaren. En bild säger mer än vad ord kan och bidrar till helhetsbilden av vad Röda Korset står för.

Det här är en handbok för dig som använder bilder i ditt uppdrag för Röda Korset. Den syftar primärt till att hjälpa dig när du ska välja ut bilder i vår Mediabank eller beställa bilder eller filmer externt.

Varje bild vi förmedlar står för vår människosyn och ska visa respekt för den enskilda människan. Det är viktigt att tänka på när du väljer bilder för olika sammanhang. Är du osäker? Be en vän eller kollega om hjälp och hör vad deras tolkning är.

Handboken kan också komma till hjälp när du själv fotograferar eller filmar. Här är det viktigt att alltid informera människor som ska porträtteras om vad bilderna ska användas till. I särskilt känsliga situationer kan det behövas skriftligt samtycke. Hur detta går till och mycket annat får du veta i handboken.

Lycka till!

## Att välja rätt bild – vad ska jag tänka på?

Vi vill att våra bilder ska väcka känslor. Det ökar chansen för att mottagaren reagerar och vill agera genom att till exempel engagera sig som volontär, skänka pengar eller på annat sätt sympatisera med vår verksamhet.

### Så väljer du bild

1. Tänk igenom hur bild, text och kanal samverkar och vilket budskap det ger. Vad vill du att bilden ska förmedla och varför? Är syftet att informera, skapa engagemang eller för insamling? I vilken kanal ska den användas och vilken är din målgrupp?
2. Försök välja en bild som förmedlar hopp och värme. Det är viktigt att visa utsatta människors verklighet, men sträva alltid efter att också visa att det finns hopp och en lösning.
3. Bilden ska visa respekt för den som porträtteras. När du använder porträtt på människor som befinner sig i utsatthet, till exempel ensamkommande unga, var mån om att de enbart används i sammanhang som rör deras specifika situation. Särskild hänsyn ska tas till barn i utsatta situationer, där vi alltid strävar efter att barnet inte ska visas ensam i sin utsatthet (se bild-exempel på nästa sida).
4. Välj gärna aktuella bilder, inte gamla.
5. Vi strävar efter att alla som porträtteras ska namnges.
6. Ange alltid fotografens namn vid publicering.

### Undvik stereotyper

Vi vill undvika att sprida stereotyper om t ex kön, etnisk tillhörighet, religion, funktionsvariation, sexuell identitet och ålder. Därför är det viktigt att vara medveten om de stereotyper som det är lätt att fastna i när vi väljer bilder. Det kan handla om kön/genus – hur ”normala” kvinnor och män anses se ut, vad som är passande klädval, livsval, känslor och beteenden baserat på könstillhörighet. Det kan handla om normer - vad som anses vara en ”normal” familj, hudfärg, kropp och sexuell läggning, vem som förväntas kunna bli chef och vem som förväntas städa.

#### *Några vanliga stereotyper:*

- Katastrofarbete skildras genom att en ljushyad person hjälper en mörkhyad person.
- En familj skildras genom att ett heterosexuellt par med barn, med samma etniska bakgrund, visas.
- Volontärskap i Sverige visas genom att en äldre kvinna porträtteras.

*Välj bilder som inkluderar.* Låt vem som helst representera människan/volontären, i vilket sammanhang som helst. Exempel:

- människor iklädda religiösa attribut uttalar sig och figurerar i sammanhang som inte alls har med religion, invandring eller etnisk bakgrund att göra.
- ett religiöst attribut, ett ”könsöverskridande” klädesplagg, en synlig funktionsvariation eller en oväntad ålder är en obetydlig och okommenterad detalj i bilderna.
- ett samkönat par illustrerar texter som inte har något med deras sexuella identitet att göra.

## Bildexempel

Här följer ett urval av exempel på bilder som fungerar bra/mindre bra för att skildra Röda Korsets verksamhet.

### Do



Foto: Bassam Khabieh

### Don't



Foto: Danska Röda Korset

*Hopp vs hopplöshet* – Visa att även i en kris finns det hopp. Visa särskild hänsyn till barn där vi alltid strävar efter att också visa hjälpen – att barnet inte är helt ensam i sin utsatthet. Vi visar aldrig nakna eller döende människor.



Foto: Catherine Gearing/IFRC



Foto: Catherine Gearing/IFRC

*Ögonkontakt vs rygg* - Bilderna är väldigt lika varandra, men på den vänstra kommer åskådaren närmare och får kontakt med pojken i den bruna tröjan. Det gör bilden mer personlig.



**Do**



Foto: Marie Sparréus/Röda Korset

**Don't**

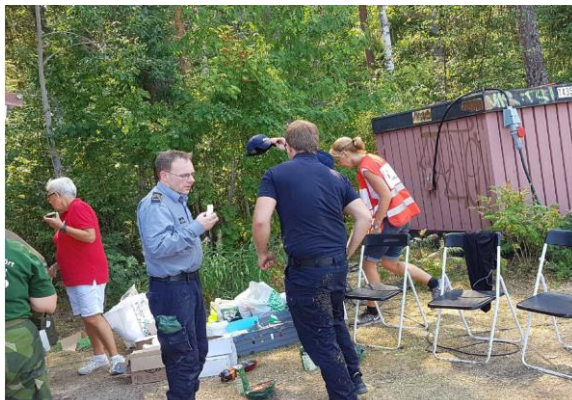


Foto: Röda Korset

**Handlingskraftig vs passiv** – Båda bilderna är från insatser vid skogsbränder i Sverige sommaren 2018. Den vänstra bilden visar, till skillnad mot den högra, på handlingskraft, drivkraft och företagsamhet. I den här fotografen klivit närmare och fått kontakt med personen i bilden.



Foto: Joacim Gustafson/Röda Korset



Foto: Christopher Jahn/IFRC

**Nära vs långt ifrån** – Genom att kliva närmare ges åskådaren en starkare och mer personlig kontakt, fler detaljer och gemenskap med det som händer istället för att vara en åskådare långt bort.



Foto: Tomas Gunnarsson  
Källa: Gävle kommuns bildhandbok 2016



Foto: Annakarin Björkström  
Källa: Gävle kommuns bildhandbok 2016

**Medvetet bildval vs stereotyper** - Vinkel, kroppsspråk och närhet skiljer bilderna åt. Till vänster utmanas stereotypbilden av kvinnor som leende, ursäktande, fotograferade uppifrån. Här signaleras istället styrka och stolthet.

### Do



Foto: Ibrahim Malla

### Don't



Foto: Röda Korset

*Insamlingsbild 1/Lojalitetsbilder - Visar hur Röda Korset har kunnat göra skillnad tack vare en persons gåva eller volontärskap. Här visar vår erfarenhet att det fungerar bäst med stark ögonkontakt, positiva känslor och gärna barn i bilden liksom att Röda Korsets stöd syns på något sätt.*



Foto: OPU, Mahmud Hossain



Foto: Till Mayer

*Insamlingsbild 2/Konverterande bilder – Används när vi ber människor att hjälpa oss. Här kan en kombination av bilder användas. Närbilder, som respektfullt visar att behovet av stöd för enskilda individer och översiktsbilder där vidden av en naturkatastrof t ex syns. För identifikation hos mottagaren, sträva efter att alla personer presenteras med namn och att det finns ögonkontakt.*

## Här hittar du bilder - Mediabanken

I Mediabanken finner du ett stort urval av främst bilder men även generiska filmer, annonser och Röda Korsets logotyp. Filer som ligger här ska främst vara sådana som är fria att använda i vår kommunikation och hålla en hög kvalitet.

### Här hittar du Mediabanken

Nu när du tänkt igenom vad du vill att bilden ska förmedla, är det dags att leta efter rätt bild. Då kan du logga in i Mediabanken. Hur du gör det [kan du läsa mer om här](#).

**Tips** – Mediabanken fungerar bäst i webbläsaren Chrome!

### Hur hittar jag bilder?

På första sidan, som visas när du loggar in, kan du skriva direkt i sökrutan vad du söker efter.

För att underlätta ditt sökande har förstasidan också ett antal kollektioner. I *Aktuellt* visas ett urval av lite nyare bilder. *Bilden av oss* samlar olika bilder som ska fånga Röda Korset-andan samt vår logotyp. I kollektionerna *Kris & Katastrof*, *Hälsa & Vård* samt *Folkrätt & Skydd* visas ett förvalt urval utifrån vår verksamhetspaketeringen.

### Hur får jag använda bilderna?

De flesta bilderna i Mediabanken har rättigheten *Fri användning* angiven. Det innebär att bilden får användas i alla Röda Korsets kanaler för att informera om Röda Korsets verksamheter. Gäller något annat så finns det angivet i bildinformationen.

Är du osäker, skicka ett mejl till [mediabank@redcross.se](mailto:mediabank@redcross.se).

### Finns det filmer?

Ja. Film är ett bra sätt att informera och väcka intresse. I Mediabanken finns generiska filmer för nedladdning.

### Hur laddar jag upp nya bilder i Mediabanken?

Om du har redaktörsinloggning till Mediabanken kan du göra det själv. Annars kan du höra av dig till [mediabank@redcross.se](mailto:mediabank@redcross.se) för att få mer information om vem du ska vända dig till.

### Har du förslag på bilder som saknas?

Har du förslag på någon typ av bilder som du tycker saknas? Då kan du höra av dig till [mediabank@redcross.se](mailto:mediabank@redcross.se).



## Bilder för våra webbar (rodakorset.se och Rednet)

Bilder för rodakorset.se och Rednet ska främst vara i liggande format. Låt huvudmotivet ligga till höger i bilden då text på bilden ofta placeras till vänster.

### Spara bilder i rätt storlek och filformat

- Använd filformat *.jpg* för bilder och foton.
- Använd filformat *.png* för enkel grafik med fåtal färger (ofta logotyper) eller om det behövs transparens i bilden.

Nu behöver du endast ladda upp bilden i *ett format* (de tidigare anpassningarna för puff- och header-bilder behövs inte längre). I Mediabanken finns ett förvalt spar-alternativ anpassat för bla Rednet och rodakorset.se.

- Välj alternativet *Beskärning* och alternativet *Beskär webb (2100 x 1400)*. Bilden visas med en fast beskärningsruta som är låst för att skalan ska bli rätt. Flytta/klickdra den för att välja beskärning. Välj att ladda ner och spara bilden i alternativet *Webb*. Glöm inte att ge bilden ett beskrivande namn (se längre ned under *Optimering - sökmotorer*).

Steg-för-steg-instruktioner om hur du laddar ner bilder korrekt hittar du i Kunskapsbanken i *Så använder du Mediabanken - Användare.pdf* och *Så använder du Mediabanken - Redaktörer.pdf*.

Om du använder en bild som du *inte* laddar ner från Mediabanken gäller:

- Bildens proportion ska vara 2100 x 1400 pixlar (gäller oavsett tidigare hero och puff).
- Filstorleken ska vara max 5 MB. Obs – bilden ska inte komprimeras för hårt. Hellre att bildens storlek är 4 MB än 100 KB.
- spara som *.jpg*

Om du använder Röda Korsets logotyp, välj filformat *.png* (filformat *.eps* är till för trycksaker).

### Optimering - sökmotorer

Sökmotorer försöker förstå vad din bild föreställer med hjälp av texten kring bilden. Därför är det viktigt, både ur läsarperspektiv och sökperspektiv, att hålla bildtexterna relevanta.

*Filnamn:* Skriv ett beskrivande filnamn, *kaffekopp.jpg* är mer beskrivande än *bild004568.jpg*

*Beskrivning:* Även kallad alt-text. Används av sökmotorerna och de som ser dåligt. Beskriv kort och enkelt vad bilden innehåller (t ex *svart kaffekopp med vit blomma*).

*Titel:* Kort beskrivande rubrik (kan vara samma som filnamnet).

### Sammanfattning

- Välj bilder som anknyter till texten.
- Välj ett relevant filnamn.
- Ladda upp bilderna i rätt format och storlek.
- Optimera beskrivande text (alt-texten).

## Checklista när du fotograferar/filmar själv eller beställer bild/film

### Innan

- Tänk igenom vad du vill att materialet ska förmedla och i vilken kanal det ska användas.
- Om bilder t ex ska användas på [rodakorset.se](http://rodakorset.se) ska de vara i liggande format med fokus till höger (för att text ska kunna läggas på bilden till vänster).
- Informera de du vill porträttera om vad materialet ska användas till och respektera om människor inte vill vara med. Läs mer under [GDPR - Rutiner vid personuppgifter för bilder](#).
- Om du beställer från fotograf, informera om syfte, kanal och vad du vill att bilderna ska förmedla.
- Be att få all relevant information i bildens metadata.
- Om du filmar en intervju – tänk på att ljudet blir bra och utan störningar. Testa innan. Om du inte har en mikrofon, stå nära den som intervjuas.
- Röda Korsets kommunikationsavdelning har avtal med ett antal frilansfotografer/filmare. Är du intresserad att få kontakt med några av dessa mejla [mediabank@redcross.se](mailto:mediabank@redcross.se).

### Vid fotografering

- Se gärna till att vårt emblem, Röda Korsets logotyp, syns någonstans i bild på ett naturligt sätt.
- Våga gå nära den som ska porträtteras och få ögonkontakt.
- Se till att få material i både liggande och stående format.
- Be om namn på personerna som fotograferas eller filmas och notera var och när ni är.
- Ta gärna med ett citat från någon som är med på bild så blir materialet än mer användbart.

### Efteråt

- Välj ut de bilder som är bäst och kontrollera att information om var, när, vem, fotograf och ev citat ligger i bildernas metadata.
- Ladda upp ett urval av bilderna i Mediabanken. Om du har redaktörsinloggning till Mediabanken kan du göra det själv. Annars kan du höra av dig till [mediabank@redcross.se](mailto:mediabank@redcross.se).
- Generiska, färdiga filmer som är tänkta att återanvändas ska också laddas upp i Mediabanken.
- Se till att fotografens namn läggs in, det är särskilt viktigt när vi anlitar externa fotografer. Skriv "Namn Namnson/Röda Korset".

## GDPR och rutiner kring personuppgifter för bilder

I syfte att följa den nya dataskyddsförordning som trädde i kraft 2018 (GDPR) ska alla inom Röda Korset följa nedanstående rutiner vid fotografering/filmning och publicering av foto och video.

### Berättigat intresse

Vi stödjer oss på det som kallas berättigat intresse. Det innebär att Röda Korsets intresse av att visa bild och video på vår verksamhet, exempelvis i syfte att väcka människors engagemang och sprida information, väger tyngre än den enskilda individens intresse av skydd. Vissa undantag görs, bland annat vid särskild skyddsvärd verksamhet, se nedan.

### Vad gäller när jag fotograferar och filmar?

Vid fotografering i vår regi av verksamhet eller egna events, liksom vid fotografering av anställda, informerar vi medverkande om syftet med fotograferingen samt hur bild/video kommer att användas. Personer som ej vill medverka uppmanas meddela detta och dessa porträtteras då inte. Vi ber om namn på de som avbildas. Om det rör en grupp på 4 personer eller fler i en bild/sekvens är detta inte nödvändigt.

Om Röda Korset har anlitat en fotograf/filmare regleras åtaganden genom avtal, där ovanstående tillvägagångssätt framgår.

### Ansvar samt information om hur material raderas

Det är upp till varje medarbetare att för varje tillfälle säkerställa att de bilder och video som de själva producerar används på ett riktigt sätt. Om någon som avbildats hör av sig och inte längre vill vara med på bild eller video vidtar vi alla rimliga åtgärder för att ta bort aktuella bilder/videos och undvika ny användning.

### Undantag från berättigat intresse - samtyckesblankett

När vi skildrar verksamhet som anses särskild skyddsvärd, och där den personliga integriteten för den enskilda individen väger tyngre än vårt intresse, inhämtar vi samtycke från medverkande. Det kan exempelvis röra verksamhet på Röda Korsets behandlingscenter för krigs- och tortyrskadade eller andra sammanhang i Sverige där porträttering av individer i utsatta situationer kan påverka deras personliga integritet. För samtycke finns en särskild blankett, [du hittar den här](#).

*Var och en tar ansvar för att samtyckesblanketter som samlas in arkiveras.* Scanna eller fota samtyckesblanketten och döp dokumentet till personen i frågas namn med datum (Efternamn\_Förnamn\_ÅÅMMDD). Dokumentet ska sparas i PDF-format. Ladda sen upp det i [Sharepoint](#). Om du inte kommer åt mappen kan du mejla den inscannade samtyckesblanketten (korrekt namngiven) till [mediabank@redcross.se](mailto:mediabank@redcross.se).

Vid foto/videouppdrag utomlands inhämtar vi medverkandes samtycke i situationer som anses vara särskilt skyddsvärda i den mån det är möjligt. Verksamhetens art och intresset av att skildra vissa situationer, exempelvis i krigs- och katastrofdrabbade områden, väger däremot ofta mycket tungt.

När det gäller barn under 18 år ber vi om muntligt alternativt skriftligt samtycke från vårdnadshavare/god man eller motsvarande. Rör det barn i utsatt position/skyddsvärd verksamhet ber vi om skriftligt samtycke från förälder/god man eller motsvarande. Den enskilde som givit samtycke, vars namn och bild har publicerats, har rätt att göra invändningar mot en publicering och då ska vi vidta samma åtgärder som ovan för att ta bort publicerat material.

### **Vad gäller vid användning av material från internationella rödakors- och halvmånerörelsen?**

När vi använder material vi inte producerat själva förlitar vi oss på att våra kollegor i rörelsen följer samma rutiner som vi gör. Vi följer den rätt till användning som följer av aktuellt avtal eller information i t ex Mediabanken.