

Pojken som förändrade världen

En kvalitativ innehållsanalys av bilderna på Alan Kurdi

Författare:

Frida Bergstedt

Patricia Higson

Kajsa Kalméus

Handledare:

Orla Vigsø

Journalistprogrammet VT 2016



UNIVERSITY OF GOTHENBURG
DEPT OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

Abstract

- Title:** Pojken som förändrade världen - en kvalitativ innehållsanalys av bilderna på Alan Kurdi
- Authors:** Frida Bergstedt, Patricia Higson and Kajsa Kalméus
- Subject:** Undergraduate research paper in journalism studies, Dept. of journalism, media and communication, (JMG) Gothenburg University
- Term:** Spring 2016
- Supervisor:** Orla Vigsø
- Purpose:** Our main purpose was to understand what makes the photos of Alan Kurdi stand out and to investigate why Swedish newspapers published the photos. We wanted to understand how the photos were presented in Swedish newspapers and how the presentation affected the interpretation of them.
- Method:** Qualitative text analysis with a semiotic and rhetoric approach
- Procedure:** We analysed articles with photos of Alan Kurdi that were published in Swedish newspapers between the 3rd and 4th of September 2015. Using theories about semiotics, rhetorics, newsworthiness and framing we analysed the material. The analysis was done in three steps: first we analysed the photos, then the text and lastly the text and photos combined.
- Results:** We found that the photos of Alan Kurdi stand out because of many reasons. They contain a lot of pathos and they probably generate similar emotions independent of the viewer's background or cultural belonging. The framing of the photos in the newspapers strengthens their status and affects the way they are perceived. The framing gives them an iconic status and makes them metonymic. The photos represent something bigger than themselves, in this case the refugee crisis. We also found that the reason why newspapers chose to publish the photos despite the ethical dilemma of doing so might have been because of the public interest. Another reason to publish the photos was that the photos themselves are the news. It is the photos and the reaction to them that is the news in this case, not the event that led to Alan Kurdis death.
- Key words:** Alan Kurdi, bildjournalistik, nyhetsvärdering, appell, flyktingkris, ikon, bildanalys, kvalitativ text analysis, metonymi, pressetik

INNEHÅLL

Del 1 Introduktion	Sida
1. Inledning	5
2. Bakgrund.....	5
2.1 Krig i mellanöstern	5
2.2 Alan Kurdi.....	5
3. Syfte och frågeställningar.....	6
3.1 Syfte	6
3.2 Frågeställningar.....	6
 Del 2 Tidigare forskning och teoretiskt ramverk	
4. Tidigare forskning	7
4.1 Nyhetsbilder.....	7
4.2 Bilder med ikonisk status	7
4.3 Bilders påverkan.....	8
5. Teoretiskt ramverk.....	9
5.1 Semiotik	9
5.1.1 Saussures betydelsemodell.....	10
5.1.2 Denotation och konnotation	10
5.1.3 Förankring och avbyte	11
5.1.4 Kroppens semiotik	11
5.1.5 Bildperspektiv	11
5.2 Bildretorik.....	12
5.3 Nyhetsvärdering.....	13
5.3.1 Pressetiska regler	14
5.4 Framing	14
6. Inomvetenskaplig problematisering.....	15
7. Utomvetenskaplig problematisering	15
 Del 3 Metod och urval	
8. Metod.....	16
8.1 Kvalitativ innehållsanalys	16
8.1.1 Semiotisk bildanalys.....	16
8.1.2 Retorisk bildanalys	17
8.2 Material och urval.....	17
8.3 Validitet och reliabilitet	18
 Del 4 Resultat	
9. Resultat	20
9.1 Innehållsanalys av bilderna.....	20

9.1.1 Bild 1	20
9.1.2 Bild 2	21
9.1.3 Bild 3	22
9.1.4 Sammanfattning av bildanalysen	23
9.2 Innehållsanalys av texterna.....	23
9.2.1 Nyhetstexterna	24
9.2.2 Opinionstexterna	25
9.2.3 Generella drag i samtliga texter.....	26
9.3 Innehållsanalys av bilderna i kombination med texten	27
9.3.1 Nyhetstexter i kombination med bilder	27
9.3.2 Opinionstexter i kombination med bilder	31
9.4 Bildernas funktioner	31
9.4.1 Funktion 1	32
9.4.2 Funktion 2	32
9.4.3 Funktion 3	32
9.4.4 Funktion 4	32
9.4.5 Funktion 5	33
9.4.6 Sammanfattning av bildernas funktioner.....	33
9.5 Reflektioner kring resultatet.....	33

Del 5 Diskussion och slutsats

10. Diskussion	34
10.1 Vad är det bilderna förmedlar?	34
10.2 Vad är relationen mellan bilderna och texterna?.....	36
10.3 Vad är det i bilderna som kan ha gjort att tidningarna publicerade dem?... 37	
10.4 Slutsats	40
10.5 Förslag till vidare forskning	41
11. Referenser	42

DEL 1

INTRODUKTION

1. Inledning

Europa är just nu i vad EU kallar den värsta flyktingkrisen sedan andra världskriget (AFP, 2015, 14 augusti). Under 2015 ökade flyktingströmmen från mellanöstern dramatiskt och fler än en miljon människor tog sig över Medelhavet till Europa. I samband med detta drunknade en syrisk pojke och bilder på honom spreds över hela världen. Vi upplever att denna händelse ledde till att media ökade rapporteringen om flyktingkrisen. Från den dagen blev svenska folket mer aktiva i flyktingfrågan och troligtvis spelade svenska medier en stor roll i det ökade engagemanget.

Vad är det i bilderna på den lille pojken Alan Kurdi som gör dem så utmärkande? Varför fick bilderna så stort genomslag? Vad förmedlar de för känslor? Och vad var det som gjorde att svenska tidningar valde att publicera dem? Detta avser vi undersöka i vår studie.

Medierna påverkar vår uppfattning av verkligheten (Strömbäck, 2009). Därför är det intressant att se hur svenska tidningar använde sig av bilderna på Alan Kurdi och vilka tolkningar man kunde göra utifrån rapporteringen. Det är också intressant att se vad det är i bilderna som påverkar oss. Detta anser vi vara relevant att undersöka för att öka medvetenheten hos allmänheten om mediers genomslagskraft och gestaltningssmakt. Vårt syfte med studien är inte att generalisera men vi hoppas kunna bidra till en ökad förståelse kring hur bilder kan användas i nyhetsrapportering för att påverka läsaren.

2. Bakgrund

2.1 Krig i mellanöstern

Flyktingkrisen är en konsekvens av krig som pågått under lång tid i mellanöstern. Konflikterna är komplicerade och inget vi ska förklara i sin helhet. Under 2011 inleddes den arabiska våren vilket utmynnade i protester och uppror i flera arabiska länder med krav på bland annat regimbyten och demokratiska reformer. Samma år startade ett inbördeskrig i Syrien som ännu pågår. Enligt FN:s flyktingorgan UNHCR (2016, 1 mars) har kriget hittills tvingat över 6,5 miljoner syrier att lämna sina hem. Under 2015 flydde många från Syrien över Medelhavet för att ta sig till Europa. Det är en farlig flykt som har lett till att många mist livet på havet.

2.2 Alan Kurdi

Den 2 september 2015 drunknade den treårige pojken Alan Kurdi då han och hans familj försökte fly från Kobane i Syrien. Familjen hade försökt ta sig över Medelhavet till Grekland i en överfull båt som kapsejsade. Alan, hans bror och hans mamma dog på havet. Pappan var den enda i familjen som överlevde. Alans kropp flöt iland på en strand utanför Bodrum i Turkiet och det är från denna strand bilderna på honom är tagna. Turkiska medier var först med att publicera fotografier på pojken. Samma kväll svensk tid spreds bilderna på sociala medier världen över. I Sverige var

nöjesprofilen Henrik Schyffert en av dem som delade en av bilderna på Facebook. Han fick strax över 11 300 gillamarkeringar och bilden delades över 26 000 gånger. Fotografierna på Alan och berättelsen om hans familj på flykt undan kriget spred sig snabbt och publicerades även i traditionella medier såsom papperstidningar, radio och tv under de följande dagarna. Bilderna väckte bestörtning världen över och trycket ökade på de europeiska ledarna att agera.

3. Syfte och frågeställningar

3.1 Syfte

Vi vill undersöka vad det är som utmärker bilderna på Alan Kurdi och försöka förstå varför så många tidningar valde att publicera bilderna. Vi vill undersöka hur bilderna presenteras i svenska tidningar och hur presentationen påverkar tolkningen av innehållet.

3.2 Frågeställningar

1. Vad är det bilderna förmedlar?

Vad är det som är så utmärkande med bilderna? Vad innehåller de för olika typer av appell?

2. Vad är relationen mellan bilderna och texterna?

Hur ramas materialet in? Hur presenteras bilderna? Hur kan gestaltningen av materialet tolkas?

3. Vad är det i bilderna som kan ha gjort att tidningarna publicerade dem?

Vad är det tidningarna vill förmedla till läsaren med hjälp av bilderna? Vilka etiska problem finns med publiceringen?

DEL 2

TIDIGARE FORSKNING OCH TEORETISKT RAMVERK

4. Tidigare forskning

Vår studie faller inom fältet för bildjournalistik. I det ämnet finns mycket forskning sedan tidigare. Vi har valt ut de studier inom fältet som är mest relevanta för vår undersökning vilket är studier om nyhetsvärdering, bilders påverkan, bilder med ikonisk status och bilders förhållande till text. Med hjälp av den tidigare forskningen kan vi hitta ett hål i forskningsfältet och således motivera vår egen studie.

4.1 Nyhetsbilder

Ghersetti (2000) undersöker i en studie två fall där nyheterna fått extremt mycket uppmärksamhet, nämligen prinsessan Dianas död 1997 och kidnappningen av tre svenska biståndsarbetare i Angola 1987. Syftet är att undersöka om det finns likheter mellan de två nyheterna i sättet att rapportera med text och bild i både tv, radio och press. Hon kommer fram till att de båda händelserna hade tydliga personer i centrum, snarare än en mer abstrakt händelse, vilket i sin tur avspeglades i nyhetsbilderna. Människor i allmänhet utgör mer intressanta motiv än miljöer och en stor utmaning inom bildjournalistiken är att bilda sätta händelser och skeenden som är abstrakta, såsom politiska förhandlingar eller räntehöjningar. I sin forskning säger Ghersetti också att ett fotografi kan uppfattas som ett slags bevis på att något faktiskt inträffat. Hon hänvisar till bildpedagogikprofessorn Nordström (1986:28) som skiljer på två typer av nyhetsbilder. Det finns en typ av bild vars uppgift är att illustrera innehållet i en text. Då tillkommer bilden ofta i efterhand, efter att texten producerats. Bilden blir då ett komplement till nyhetstexten för att illustrera vad den handlar om. Den andra bildtypen ”äger” nyheten, det vill säga att fotografen varit på rätt tillfälle vid rätt tidpunkt, precis när något inträffat. Här blir själva bilden nyhetsbärande och då får texten en stödjande funktion och en underordnad roll (Ghersetti, 2000:7).

4.2 Bilder med ikonisk status

Ordet ikon kan stå för flera olika saker. Inom semiotiken används ordet ikon för bilder som stämmer så bra överens med verkligheten att vi enkelt kan se vad de föreställer. Det handlar alltså om likhet mellan bild och objekt (Fiske, 1998:71). I detta stycke får ordet ikon en annan betydelse. Det handlar om bilder med en ikonisk status, det vill säga bilder som är betydelsefulla genom historien och står för någonting större. Andén-Papadopoulos (2008) har närmare undersökt fenomenet med ikoniska nyhetsbilder. Hennes studier syftar till att analysera och förstå ikoniska bilder också ur ett bredare kulturellt perspektiv. Hon menar att inga nyhetsbilder blir ikoniska automatiskt. Det är snarare politiker, journalister eller andra elitpersoner som väljer ut och tillskriver bilderna en ikonisk status. Att ikoniska bilder är relevanta för historiska händelser är också något som tillskrivs bilden. Ofta har valet av bilder, och vilken bild av den historiska händelsen man vill visa upp, ett ideologiskt syfte. Andén-Papadopoulos har analyserat en bild från terrordåden i New York den 11 september 2001, som fått enormt stor spridning och betydelse i USA. För att avgöra

om bilden räknas som ikonisk och vad det är som gör den ikonisk tar hon hjälp av Perlmutter (1998) definierade kännetecken för en ikonisk nyhetsbild. Det Perlmutter främst tagit fram som kännetecken är att ikonerna (bilderna) är så pass berömda att nästan alla människor känner till dem, att de väcker starka känslor samt att de fungerar som metonymier, det vill säga att de blir en symbol för en större händelse eller förlopp. Ikoniska bilder har enligt Perlmutter oftast också en enkel disposition som är skapad eller redigerad utan för många detaljer för att lyfta fram huvudmotivet. Det Andén-Papadopoulos kommer fram till är att hennes bild från 11 september i allra högsta grad är ikonisk, den uppfyller en lång rad av de kriterier Perlmutter satt upp. Men studien visar också att bilden kan få olika innebörd beroende på i vilka sociala och kulturella sammanhang den visas upp. Bilden ger en tydlig tolkningsram för hur vi ska förstå 11 september och har hjälpt många amerikaner att greppa den traumatiska upplevelsen. Ändå är bilden fri att tolka, den kan betyda en sak för någon och en helt annan sak för någon annan.

4.3 Bilders påverkan

Då en stor del av vår studie handlar om att undersöka just bilder och hur de tolkas är det intressant att titta på vilken forskning som finns på bilders påverkan på publiken och den politiska opinionen.

I en studie från University of Oklahoma skriven av Cope et al. (2006) undersöks hur bilder från Irakkriget påverkar individens engagemang, känslor och attityd inför kriget. De kommer bland annat fram till att bilder som får stå ensamma utan text har större påverkan på engagemangsnivån än en bild med text eller text utan bild. Detta tros bero på att bilden talar till den emotionella delen av individen medan texter tenderar att tala till den kognitiva delen av individen. På så sätt balanserar texten ut de starka känslor som bilden framkallar i och med att den förklarar skeendet på bilden. Studiens slutsats är att fotografier har en oerhörd påverkan på människors känslor, engagemang och attityd. De menar att media i och med detta har stor nytta av bilderna, då de får ett kraftfullt verktyg i att forma den allmänna opinionen.

I en annan studie, gjord av Sontag (2004), diskuteras huruvida bilder från krig och katastrofer har någon påverkan på den som ser dem, och vilken. Hon ifrågasätter poängen med att visa sådana bilder och skriver att de eventuellt kan resultera i avtrubbnings. Sontag nämner också betydelsen av geografisk närhet när det kommer till hur påverkad publiken blir av en bild. Ju längre bort motivet är desto större är sannolikheten att bilderna som publiceras visar döende och döda framifrån och mer detaljerat. När den fotograferade händelsen däremot är geografiskt nära är de publicerade bilderna ofta mer diskreta och anonyma (Sontag, 2004:63).

Bilderna på Alan Kurdi är så pass nya att det inte gjorts så mycket forskning kring just dem. Dock har ett antal kandidat- och masteruppsatser handlat om bilderna. Bland annat undersöker Svensson (2015) i sin kandidatuppsats hur bilder från krissituationer får stor genomslagskraft och påverkar den politiska opinionen. Hon utför bildanalyser på tre separata bilder: bilden på Kim Phuc som naken flyr från en napalmattack under Vietnamkriget, den svältande flickan i Sudan samt bilden på Alan Kurdi då han ligger i vattenbrynet. Dessa tre bilder kategoriserar hon som ikoniska bilder enligt semiotiken och kommer fram till att de har många likheter. En av de mest slående likheterna är att de tre bilderna innehåller en gemensam nämnare: barn.

Hon kommer fram till att detta är en anledning till varför bilderna fått så stort genomslag. Då barn finns med i bilderna berörs vi som läsare mer och vi har lättare att identifiera oss med barnet. Det blir därmed lättare för oss att sätta oss in i situationen och känna medlidande. Svensson menar att det är för tidigt att säga hur bilden på Alan Kurdi kommer att kategoriseras i framtiden men anser att den just nu symboliserar den pågående flyktingkrisen.

I en masteruppsats från Malmö universitet undersöker van Schaik (2015) hur förstasidor på europeiska tidningar bidrar till förståelsen av syriska flyktingar. Han gör detta genom att fråga sig hur flyktingar som kommit till Europa visas upp visuellt, hur uppmärksamheten skiljer sig mellan länder och tidningar samt hur dessa skillnader kan förklaras. Författaren tar upp just fallet med Alan Kurdi och bilderna på honom. Han menar att det inte bara finns en känd bild på Alan Kurdi, utan flera och olika medier valde att publicera olika bilder. Därför bör man inte prata om en bild med ikonisk status utan flera. Det faktum att det finns fler bilder bidrar också till bildernas trovärdighet. van Schaik menar att en förklaring till att bilderna blev så populära beror på att det är ett ensamt barn som avbildas. Hade det varit en hel grupp med människor hade vi antagligen inte reagerat lika starkt. Vi har dessutom lättare att sympatisera med ett barn än en vuxen då vi kan ifrågasätta en vuxen persons motiv, men vi har betydligt svårare att rättfärdiga att ett barn dör. En annan förklaring till bildernas genomslag är deras enkelhet i och med deras avsaknad av en genomtänkt komposition. Det gör att vi känner att det är en ögonblicksbild och därmed lättare kan påverkas av motivet.

5. Teoretiskt ramverk

För att undersöka hur bilderna på Alan Kurdi används, vilken funktion de fyller samt hur de kan tolkas kommer vi att använda oss av teorierna semiotik, retorik, nyhetsvärdering och framing. Dessa teorier anser vi vara bäst lämpade för vår undersöknings syfte. Med hjälp av semiotik kan vi förklara hur bilderna och kringliggande text kan tolkas och således förstå vad de förmedlar. Retoriken hjälper oss att förstå vilka appeller i tidningarna som talar till läsarna. Med hjälp av nyhetsvärdering kan vi försöka förklara hur det kommer sig att dagspressen valde att publicera bilderna på Alan Kurdi och genom teorin om framing kan vi förklara hur bilderna gestaltas i sin kontext samt vad den gestaltningen innebär för intrycket.

5.1 Semiotik

Semiotik är läran om tecken. Enligt denna teori är allt som går att observera tecken och varje tecken står för någonting annat än sig självt. Tecken är alltså meningsbärande. Exempelvis kan vi tolka en blåttir som att någon har blivit slagen. Tecken får sin betydelse genom att skilja sig från andra tecken och de ordnas i ett större teckensystem (Vigsø, 2010:235). För att förstå tecken krävs koder. Koder kan jämföras med regler eller normer. Med hjälp av semiotiken kan man studera texter för att kunna urskilja dess tecken. I denna bemärkelse är texter ett vidare begrepp och här ingår både verbalspråkliga texter i skrift och tal samt även bilder då dessa är meningsbärande teckensystem. I semiotiken studeras tre huvudområden; tecknet i sig, de olika koder och system som tecken organiseras inom samt de kulturer som koder och tecken arbetar inom (Fiske, 1998:61). Inom semiotiken benämns tolkaren av texten hellre som läsare än som mottagare, oavsett om det är en skriftlig text, ett tal

eller en bild som åsyftas. Anledningen till detta är att läsaren anses ha en aktiv roll i tolkningen av meddelandets innehåll, samt att läsning är något vi lär oss utföra. Genom detta synsätt anses läsarens tidigare erfarenheter och dennes känslor spela en stor roll i tolkningen och därmed även påverkar den (Fiske, 1998:61).

5.1.1 Saussures betydelsemodell

Den schweiziske lingvisten Saussure ses som en av förgrundsgestalterna inom semiotiken. Saussure utvecklade betydelsemodeller för att förklara hur tecken betecknar, det vill säga vad tecknen betyder. Han ansåg att tecknet spelar en central roll i förståelsen av semiotiken (Fiske, 1998:62). Saussure ansåg att tecknet förutom sin fysiska form dessutom består av en mental föreställning. Genom användarens föreställningar kan tecknet hänvisas till verkligheten och endast därigenom kan det förstås. Som exempel på hur Saussures betydelsemodell fungerar använder Fiske (1998:63) färg:

“Min fru och jag diskuterar till exempel ofta huruvida något är blått eller grönt. Vi använder samma språk, vi tittar på samma bit av den externa verkligheten: skillnaden ligger i de föreställningar (blått eller grönt) som sammanbinder våra ord med verkligheten” (Fiske, 1998:63).

Saussure kallade denna indelning av tecknet för det *betecknande* och det *betecknade*. Det betecknande är ett teckens utseende så som vi ser det, exempelvis nedskrivna noteringar på ett papper. Det betecknade är den mentala föreställningen som tecknet hänvisar till, det vill säga bokstäverna som noteringarna föreställer. Inom en kultur är den mentala föreställningen i stort sett samma för dess medlemmar som använder samma språk. Det är dock viktigt att komma ihåg att både det betecknande och det betecknade påverkas av den kultur som tolkar tecknet. Även mentala föreställningar kan skilja sig åt mellan kulturer och det kan finnas flera föreställningar inom en och samma kultur (Fiske, 1998:67). De två delarna ses dock som ett tecken och kopplingen mellan det betecknande och det betecknade sker automatiskt och ses inte som två skilda delar.

5.1.2 Denotation och konnotation

Saussures efterföljare Barthes utgick från Saussures modell och utvecklade den vidare. Enligt Barthes teori finns två ordningar av beteckning. Dessa ordningar kallar Barthes för *denotation* och *konnotation*. Saussures modell utgör den första nivån av Barthes modell, det vill säga denotation. Förenklat kan vi säga att denotation är den uppenbara tolkningen av det vi ser och konnotation är de tolkningar och kulturella associationer som uppstår när vi ser tecknet (Fiske, 1998:118). Barthes menade alltså att en läsare har en mer aktiv roll i tolkningsprocessen. Förutom att göra en denotativ läsning fortsätter läsaren vidare till den andra nivån där konnotativa tolkningar utförs. De tolkningar och kulturella associationer som vi gör på det konnotativa planet grundar sig i betraktarens tidigare erfarenheter och kulturella bakgrund (Vigsø, 2010:235). Vi kan exemplifiera detta med en grå duva. När vi ser den denoterar vi en fågel. Men våra konnotationer kan skilja sig åt beroende på vilken kultur vi är del av och vilka erfarenheter vi har. Till exempel kan vi konnotera saker som smuts, frihet eller Brunnsparken i Göteborg. Däremot är det skillnad på konnotation och privata

associationer. Konnotationer grundar sig i kulturella tillhörigheter medan privata associationer syftar på en persons egna erfarenheter. De privata associationerna är helt individuella och kan skilja sig åt även om den kulturella tillhörigheten är densamma (Nordström, 1986:115).

5.1.3 Förankring och avbyte

Barthes skrev den klassiska artikeln "Bildens retorik" (1976) där han förklarade relationen mellan bild och verbalspråklig text. Artikeln nämns ofta som en av bildsemiotikens centraltexter och visar att retorik och semiotik hänger ihop. I artikeln förklarade han denna relation med hjälp av termerna *förankring* och *avbyte*. Termen förankring använder Barthes för att beskriva den funktion där ord används som en förklarande text till bilder. Med andra ord innebär förankring att en verbalspråklig text kan hjälpa oss att identifiera vad det är som avbildas på en bild, exempelvis på ett fotografi. Det betyder att den verbalspråkliga texten på så vis minskar varje bilds *polysemi*, det vill säga dess mångtydighet. Förankringen kan alltså påverka och styra läsarens konnotativa tolkning av bilden med hjälp av texten. Avbyte förekommer mer sällan när det gäller stillbilder. De stillbilder som innehåller avbyte är ofta tecknade serier, där text i form av tal tillsammans med bilden driver handlingen framåt genom att dessa står i ett komplementärt förhållande till varandra (Barthes, 1976).

I sin avhandling utvecklar Johansen (1999, refererad i Vigsø 2004) Barthes uppdelning av förankring och avbyte till fyra funktioner. Avbyte får stå kvar som Barthes formulerade det, men Johansen menar att förankring ska delas upp i två steg. Ett där texten styr identifikationen av bilden på en denotativ nivå, och ett där texten styr interpretationen av bilden på en konnotativ nivå. Hon lägger även till en fjärde funktion som hon kallar tillförande av information (Vigsø, 2004:77-78).

5.1.4 Kroppens semiotik

Då vi i vår undersökning kommer att analysera bilder på människor är det relevant att titta närmare på kroppens semiotik. Martinec delar in kroppsspråket i fyra delar som han kallar för *modalitet*, *emotion*, *kroppsvinkel* och *kroppsavstånd* (Martinec, 2001). Modalitet genomsyrar hela kroppen och syftar till hur säker eller osäker en person är till att göra något samt hur ovillig eller villig personen är att slutföra det. Det kan exempelvis vara en handling. Tanken är att modalitet syns på kroppsspråket. Villigheten/ovilligheten syns på om personen är framåtlutad eller inte och säkerheten/osäkerheten syns på om personens muskler slappnar av eller är spända. Emotion syftar främst till ansiktets rörelser men även andra delar av kroppen såsom händer, armar och axlar kan hjälpa oss i att tolka kroppsspråket. Martinec nämner att det finns kulturella skillnader mellan hur vi uttrycker känslor och hur vi tolkar dem men han menar att fyra av dem är universella och kallas för primära emotioner. Dessa är vrede, rädsla, glädje och sorg. De två kategorierna kroppsvinkel och kroppsavstånd utgår från en interaktion mellan två individer och handlar om engagemang mellan dessa.

5.1.5 Bildperspektiv

Även hur en bild är tagen kan påverka hur man ser på den. I boken "Reading Images" förklarar van Leeuwen och Kress (2008) att bilders perspektiv skapar olika typer av maktförhållanden mellan betraktaren och det som avbildas. Avbildas personen

uppifrån med ett fågelperspektiv ger det makt åt betraktaren. Avbildas personen underifrån med ett grodperspektiv ges istället makt åt den avbildade. Om det avbildade är på samma nivå som betraktaren är också maktperspektivet jämnt mellan dem.

5.2 Bildretorik

Begreppet retorik förknippas traditionellt med det talade ordet (Mral & Olinder, 2011:7). När retorik genom historien definierats har många retoriker lagt vikt på att det handlar om en *"intentionell handling som syftar till att åstadkomma en bestämd reaktion"* (Vigsø, 2004:88). Retorik skulle rent teoretiskt kunna översättas till *"konsten att övertyga"*. Och i en sådan definition kan bilder vara lika retoriskt effektiva som talade ord.

En av de första som utvecklade de tre mest grundläggande begreppen inom retorik var Aristoteles. Han döpte elementen till *ethos*, *logos* och *pathos*. Dessa tre element kan även benämnas som *appell*, det vill säga tilltalsformer. Aristoteles menade att man som retoriker övertygade bäst genom att ha en trovärdighet i sig och stark karaktär (*ethos*), genom förnuftsmässiga argument och förklaringar (*logos*) och till sist genom att väcka känslor hos de som lyssnar (*pathos*). Lyckas man med detta blir tillförlitligheten till talaren och budskapet större. Detta gäller även för bildskapare och fotografer (Mral & Olinder, 2011:16).

Ett annat begrepp inom retoriken är *doxa*, som härstammar från grekiskan och betyder antagande, mening, tro eller åsikt. Med detta begrepp vill man ringa in allt vi människor vet och tror om världen, det vi antar och de fördomar vi har. En *doxa* kan vara kulturellt bunden men också ha andra sammanhang såsom identiteter och grupptillhörigheter. Till exempel har journalisten en viss yrkesidentitet där hen förhåller sig till normer och regler. Samma person kan sedan vara förälder vilket i sin tur innebär andra värderingar, normer, regler och preferenser. Slutligen kan personen ha en politisk tillhörighet som ger hen en viss ideologi och syn på omvärlden. Alla dessa faktorer bidrar till personens *doxa* och avgör hur hen tolkar och reagerar på olika situationer (Mral & Olinder, 2011:17).

Ytterligare ett begrepp vi kommer att använda i vår analys är *metonymi*. Begreppet bygger på närhet mellan bild och objekt och sammanfattar ett helhetsbudskap. En bild av någonting får belysa någonting annat. Till exempel kan man använda Barack Obama som en metonymi för den amerikanska ledningen. Men det är inte bara personer som kan vara metonymier. Inom bildspråket kan man använda andra motiv för att symbolisera något som kan vara stort och svårt att greppa. Till exempel kan ett foto av ett lugnt och tomt hav symbolisera passagerarfartyget Estonia som förliste 1994. Havet blir då en metonymi för den tragiska katastrofen (Mral & Olinder, 2011:26-27). Ett närliggande begrepp som används inom bildretoriken är *synekdoke*. En synekdokebild får symbolisera delen av en helhet. Genom att visa en del av en befintlig helhet ger man iakttagaren möjlighet att själv måla upp vad som finns utanför bildens ramar (Bergström, 2016). Till exempel kan en bild av ett träd representera en hel skog.

5.3 Nyhetsvärdering

I det journalistiska arbetet sker hela tiden ett urval av vad som ska rapporteras. Endast en bråkdel av alla tips och allt material som kommer in rapporteras sedan vidare från nyhetsbyråerna och de andra mediekanalerna. Det görs en *nyhetsvärdering* på redaktionerna, där man bedömer vad som faktiskt ska komma med i rapporteringen. Det finns i forskningen många olika benämningar på vilka som är de avgörande faktorerna för att en händelse ska bli en nyhet. Prakke (1969, refererad i Wadbring & Weibull, 2014) gjorde en modell för nyhetsvärdering som innefattar tre olika avstånd – tid, kultur och rum. Ju närmre man kommer i de tre olika kategorierna desto mer troligt är det att informationen blir en nyhet.

Det finns generella drag som återkommer inom forskningen om nyhetsvärdering. Det är till exempel att nyheten ska vara enkel, väcka känslor, vara aktuell och innehålla elitpersoner. Medieforskaren Hvitfelt (1985:18) har utifrån sina empiriska studier sammanfattat de faktorer som gör att en händelse blir en nyhet. Han menar att sannolikheten för att en nyhetsartikel blir huvudartikel och hamnar på förstasidan ökar ju mer den innehåller inslag av följande:

1. *politik, ekonomi samt brott och olyckor och*
2. *om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd till*
3. *händelser och förhållanden som*
4. *är sensationella och överraskande,*
5. *handlar om enskilda elitpersoner och*
6. *beskrivs tillräckligt enkelt men*
7. *är viktiga och relevanta,*
8. *utspelas under kort tid men som en del av ett tema*
9. *samt har negativa inslag*
10. *och har elitpersoner som källor*

Ett relevant begrepp när det gäller urvalet av vad som blir nyheter är *gatekeeping*. Begreppet myntades av en amerikansk psykolog vid namn Lewin och man kan se det som att en händelse passerar ett antal grindar och gallras innan den når publiken. Varje grind gör det svårare och svårare för nyheten att ta sig igenom, riskerna ökar hela tiden för att nyheten ska omarbetas, förkortas eller kasseras. En viss kritik mot uttrycket gatekeeper är att den kan föra tanken till individuellt agerande. Detta har dock visat sig inte vara fallet utan det finns oftast andra parter och faktorer än just den individuella, som avgör vad som kommer in genom grindarna. Det kan vara de ekonomiska resurserna hos nyhetsföretaget, nyhetsproducenterna som levererar materialet till nyhetsföretaget, abonnenterna som materialet förmedlas till och den redaktionella miljön på nyhetsföretaget. Dessutom kan redaktionens egen nyhetspolicy vara med och avgöra. På olika redaktioner kan man ha olika policys och riktlinjer om vad som är publicerbart och inte. I och med internets utveckling har dock gatekeepingfunktionerna tappat sin avgörande roll i nyhetsprocessen. Tack vare internet kan nyheter förmedlas direkt till mottagaren utan att gå via de traditionella medierna. Antalet grindar är vanligtvis färre och man kommer som mottagare närmare källan. En annan del i internets utveckling är att mottagaren inte behöver vänta tills nyheten presenteras i ett nyhetsprogram eller i en tidning. Mottagaren kan istället få information om händelsen i ett tidigare stadium, något som utnyttjas vid stora händelser som till exempel terrorattentat eller naturkatastrofer (Wadbring & Weibull, 2014:316-323).

5.3.1 Pressetiska regler

Då vi är intresserade av att förstå vad det var som gjorde att svenska tidningar valde att publicera bilderna på Alan Kurdi måste vi också vara medvetna om de regler som tidningarna har att förhålla sig till i Sverige. Förutom grundlagarna kring yttrandefrihet och tryckfrihet har press, tv och radio sammanställt etiska regler att ta hänsyn till i sitt arbete. De finns samlade i skriften "Spelregler för press, radio och tv" och är till för att skydda enskilda personer från lidande i samband med publicering men också för att hindra politiker från att inskränka på tryckfriheten. Reglerna är inte lagstadgade utan något som medierna har kommit fram till själva. Om man bryter mot någon av dessa regler som rör publicering kan man dock bli anmäld till Pressombudsmannen (PO) och Pressens opinionsnämnd (PON). Den som ansvarat för publiceringen kan då ställas inför rätta och straffas (Häger, 2014:346).

De pressetiska reglerna har sammanställts av Pressens Samarbetsnämnd (2010). Reglerna lyder:

- *Ge korrekta nyheter*
- *Var generös med bemötanden*
- *Respektera den personliga integriteten*
- *Var varsam med bilder*
- *Hör bådas sidor*
- *Var försiktigt med namn*

Vi frågar oss varför flera tidningar valde en bildpublicering som kan ifrågasättas utifrån de pressetiska reglerna kommer vi att återvända till dem när vi diskuterar vårt resultat.

5.4 Framing

Från början handlade framing theory, eller gestaltningsteorin som det brukar kallas på svenska, inte om medier. Grundare av teorin var Goffman som pratade om hur man begripliggör och tolkar gestaltningar ur sina egna erfarenheter (Strömbäck, 2009:119).

Idag används gestaltningsteorin mer i mediasammanhang och handlar om hur mediernas gestaltning av verkligheten påverkar människors uppfattning av verkligheten. Mediernas innehåll och gestaltning av verkligheten påverkas i sin tur av en mängd val, både medvetna och omedvetna som gör att nyhetsrapporteringen inte blir en direkt spegelbild av verkligheten. Gestaltningsteorin bygger på detta antagande, att medier rekonstruerar och gestaltar verkligheten snarare än beskriver den som den är. Teorin bygger också på att människor är mer eller mindre beroende av medier för information och att människors bild av verkligheten är den bild nyheterna förmedlar (Strömbäck, 2009:120-122).

Det finns en hel del forskning på journalistikens gestaltningsmakt. En är gjord av Iyengar (1991:14) som undersökte tv-journalistik i USA. Hans forskning skiljer på händelseorienterade- och tematiska gestaltningar. De händelseorienterade gestaltningarna fokuserar på enstaka händelser eller personer för att illustrera ett större problem. Här reagerar tittarna med att lägga skulden för problemet på

individnivå snarare än samhällsnivå. De tematiska gestaltningarna fokuserar mer på det generella och bakgrunder och här brukar tittarna snarare lägga skulden på samhällsnivån.

Det Iyengars forskning och andra liknande studier visar är att medierna kan ha en mycket stor gestaltningsmakt över medborgarna vilket i förlängningen kan leda till konsekvenser för demokratin (Strömbäck, 2009:118-129).

6. Inomvetenskaplig problematisering

Det är mindre än ett år sedan händelsen med Alan Kurdis död inträffade och bilder på honom spreds över världen. Bara några dagar efter publiceringen tillskrev tidningarna bilderna en ikonisk status. Då det inträffade så pass nyligen finns ingen omfattande forskning kring hur bilderna på Alan Kurdi presenterades i svensk tryckt press. Med vår studie vill vi bidra till att förklara vad det är i bilderna som gör dem så starka och hur de kunnat få så stor spridning i tidningarna. Vår studie kretsar kring bildjournalistik, vilket är ett innehållsrikt och mångfacetterat forskningsfält. Flera forskare har tidigare undersökt hur bilder påverkar, både i kombination med text och för sig självt. Vår studie blir härmed ett komplement till detta forskningsfält och bidrar till en bredare förståelse av bilders genomslagskraft.

7. Utomvetenskaplig problematisering

När bilderna på Alan Kurdi dök upp den 2 september 2015 fick de en enorm uppmärksamhet och det uppstod ett stort engagemang världen över, inte minst hos Sveriges befolkning. Detta är intressant ur flera aspekter. Barn har dött i krig under många år. Det är inget nytt. Men trots att Alan Kurdi bara var ett av många barn som blev offer för flyktingkatastrofen var det just bilderna på honom som uppmärksammades och fick världen att vakna. Flyktingkrisen var på agendan i Sverige redan innan bilderna på Alan Kurdi publicerades men rapporteringen tycktes bli ännu mer intensiv efter att bilderna publicerats. Bilderna gick inte att undvika då de syntes överallt, både i sociala medier och i svenska nyhetskanaler.

Vår studie är intressant ur ett samhällsperspektiv av två aspekter. Dels för att förstå vad det är i bilderna som gör dem så starka och vad som triggat igång olika känslor hos publiken. Dels för att förstå vad mediernas olika gestaltningar och presentationer av bilderna förmedlar. Detta kan ge oss en ökad förståelse för mediernas genomslagskraft. Idag lever vi i ett informationssamhälle där vi hela tiden har tillgång till medier och information. Medierna spelar en stor roll i våra liv och bestämmer vad vi ska prata om genom att de sätter agendan (McCombs & Shaw, 1972). Studien är bra för att allmänheten ska öka sin medvetenhet om hur medierna påverkar dem.

DEL 3

METOD OCH URVAL

8. Metod

8.1 Kvalitativ innehållsanalys

I vår studie vill vi undersöka vad det är som utmärker bilderna på Alan Kurdi och förstå varför så många valde att publicera dem i svensk press. Då vi vill få en djupgående förståelse för våra analysobjekt anser vi att den kvalitativa innehållsanalysen med avstamp i semiotik och retorik är bäst lämpad för vår undersökning. Det är således den metod vi kommer att använda oss av. Kvalitativ innehållsanalys handlar om att genom noggrann läsning av en text ta fram det väsentliga innehållet. En text inom denna metod kan vara både skriftlig text och bilder. Metoden används när det man letar efter i texten inte är direkt tydligt, utan ligger dolt under ytan. För att hitta det väsentliga läser man texten aktivt, ställer frågor till texten och undersöker om man själv eller texten kan besvara dessa frågor (Esaïasson et al., 2012:210). En annan eventuell metod skulle kunna vara en kvantitativ innehållsanalys. En sådan analys används ofta vid en större mängd analysobjekt och för att hitta mönster och statistiska generaliseringar (Esaïasson et al., 2012:210). Men eftersom vi vill göra en mer djupgående analys av ett mindre material är den kvalitativa innehållsanalysen ett bättre alternativ.

Vigsø (2004:73) argumenterar i sin avhandling för att en kombination mellan en semiotisk och en retorisk grundsyn är möjlig och relevant. Denna kombination är också det bästa sättet att analysera en *multimodal* text, det vill säga ett material som innehåller både skriftlig text och bilder. Även om retorik traditionellt kopplas ihop med tal kan man med fördel även koppla ihop den retoriska teorin med den semiotiska när man ska analysera texter i samspel med bilder. Vi får då en möjlighet att se hur de språkliga och icke-språkliga delarna samverkar för att uppnå ett retoriskt syfte (Vigsø, 2010).

Då vårt material är multimodalt anser vi att vår valda metod är mest lämpad för vår studie. Metoden har även använts i många andra studier, bland annat i forskning kring reklam- och valaffischer. Den får därmed anses vara en beprövad metod.

8.1.1 Semiotisk bildanalys

Vi kommer att använda oss av en semiotisk metod för att undersöka vad det är bilderna föreställer genom att studera dess tecken och teckensystem. För att förstå vad bilderna betyder bryter man i den semiotiska bildanalysen ner dem och undersöker bilderna på detaljnivå. Först analyseras materialet på en uppenbar denotativ nivå för att sedan gå över till att undersöka den konnotativa nivån, det vill säga de underliggande betydelserna eller de kulturella associationerna vi kan utläsa av bilderna. Fogde (2010) beskriver bildanalys på följande sätt:

“Att göra en bildanalys handlar således om att bryta ned de olika betydelsebärande elementen i en text, sedan också foga samman dessa. Detta är ett grundläggande led i tolkningsprocessen och en viktig del av det analytiska arbetet” (Fogde, 2010:183).

Genom att titta på inramningen av text och bild kan man undersöka hur materialet presenteras. Då undersöks hur texternas och bildernas semiotiska resurser förhåller sig till varandra, det vill säga texternas och bildernas olika beståndsdelar. För vår del är beståndsdelarna exempelvis faktarutor, bilder och vinjetter. Genom att undersöka dessa semiotiska resurser kan vi svara på frågan om det är möjligt att förstå bilderna utan texterna och vice versa (Fogde, 2010). En annan del som studeras i semiotisk bildanalys är bildernas komposition, det vill säga hur fotografierna är tagna. Kompositionen påverkar läsarens tolkning beroende på om bilderna är tagna ovanifrån, underifrån eller på en jämlik nivå mellan fotograf och det som avbildas. Även den avbildade personens kroppsspråk studeras för att förstå hur kroppshållningen kan tolkas och vad den betyder för läsarens tolkning av bilden (Fogde, 2010). Vi kommer att titta närmare på hur kroppsspråket kan tolkas hos Alan Kurdi och den polis/de poliser som finns med på bilderna samt hur bildens perspektiv kan tolkas.

8.1.2 Retorisk analys

Retorik som analysmetod handlar om att göra sig medveten om hur andra vill att deras budskap ska påverka oss. Här utgår man från att det som ska undersökas är en helhet av sändare, budskap, situation och publik. Med hjälp av att ställa frågor vill man reda ut vilka av appellerna logos, ethos och pathos som tilltalar mottagaren (Mral & Olinder, 2011:13-15).

Med hjälp av de retoriska teorierna vill vi se vad i bilderna och texterna som tilltalar oss, och om det är känslor, trovärdighet eller fakta som är mest signifikant för bilderna. Vi kommer att göra en retorisk analys av bilder, texter, bildtexter och rubriker för att kunna dra någon slutsats kring hur bilderna och texterna tilltalar mottagaren.

8.2 Material och urval

Vi har valt att enbart analysera tryckt svensk press av flera orsaker. Eftersom bilderna på Alan Kurdi är huvudobjektet för vår undersökning valde vi av naturliga skäl bort tv och radio då dessa medier inte visar stillbilder på samma sätt. Vi valde också bort nätpubliceringar då dessa går att justera i efterhand. En tredje faktor som påverkade vårt urval var vår tidsram, att undersöka alla mediekanaler och publiceringar under en längre period hade inte varit möjligt. I vårt urval ingår tidningar som kategoriseras som kvällspress och morgontidningar. När vi härnäst nämner ordet kvällspress syftar vi på tidningarna Aftonbladet och Expressen. Med morgontidningar menar vi alla tidningar i vårt material förutom Aftonbladet och Expressen. Dagspress använder vi för att benämna allt material vi analyserat.

För att hitta vårt material gjorde vi en sökning i databasen mediearkivet Retriever. Vi använde sökorden "Aylan Kurdi" samt "Alan Kurdi". I början av rapporteringen rådde det nämligen en osäkerhet över vilken stavning av pojken namn som var korrekt och för att få fram alla tidningar som publicerat bilderna på pojken behövde vi alltså söka på båda varianterna. I sökningen fick vi enbart fram artiklar från dagspress och nyhetsbyråer. Bilderna började spridas på sociala medier 2 september så vi valde att söka på tidningsartiklar de kommande två dagarna, det vill säga 3-4 september 2015. Vi valde att begränsa oss till dessa datum för att vi ville ha med de

första publiceringarna av bilderna, men också för att det var då händelsen och bilderna var en nyhet. Därför var sannolikheten störst att tidningarna valde att ha med bilderna just under dessa dagar. Sökningen gav 143 träffar varav en bild på Alan Kurdi förekom i 43 av träffarna. Resterande var artiklar utan bild, de allra flesta TT-telegram. När man gör en sökning i Retriever hittar sökfunktionen de texter där sökorden förekommer. Eftersom det på flera av tidningssidorna fanns mer än en artikel som innehöll Alan Kurdis namn dök således dessa sidor upp flera gånger i sökningen.

För att säkerställa att inte missa de tidningar som eventuellt publicerat bilderna utan att nämna Alan Kurdi så gick vi manuellt igenom de tidningar som inte fanns representerade i den första sökningen. Vi hittade inga tidningar där bilderna fanns med utan att nämna pojkens namn men däremot hittade vi ett fåtal artiklar som av någon anledning fallit bort från den första sökningen. Vi är medvetna om risken att vi kan ha missat några artiklar vid genomgången trots att vi varit noggranna och gjort sökningarna tillsammans.

På de tidningssidor där bilderna på Alan är huvudbild, det vill säga störst på sidan, har vi valt att analysera alla texter som har med flyktingkrisen att göra. På de sidor där bilden bara är en sidobild analyserar vi endast den texten som hör till bilderna. Vi har även valt att stryka de sidor som är likadana, eller innehåller exakt samma material och redigering, som någon annan tidning. Allt detta resulterade i ett material som innefattar 65 artiklar och 36 bilder fördelade över 30 tidningar.

Vi kommer att tolka bilderna och texterna separat och dessutom se om vi finner några samband mellan text och bild. Bilderna analyseras också i kombination med artiklarna för att se vilka olika funktioner bilderna har.

8.3 Validitet och reliabilitet

En god begreppsvaliditet innebär att det inte förekommer några systematiska fel såsom felaktiga mätinstrument eller att mätförhållandena ändras under arbetets gång. Det handlar om att vi ställer rätt frågor och undersöker det vi sagt att vi ska undersöka. Översättningen från teoretiska begrepp till operationella indikatorer måste vara korrekt för att man inte ska göra upprepade systematiska fel under arbetets gång (Esaiasson et al., 2012:57-58). Det som stärker vår studies begreppsvaliditet är att våra frågeställningar konstruerats utifrån befintliga och vedertagna teorier som använts i flera liknande studier tidigare. Detta gör att det är mer troligt att vi mäter det vi avser att mäta (Esaiasson et al., 2012:220). Något annat som stärker vår undersöknings validitet är att vi har samlat in relevant data för att kunna besvara våra frågeställningar. Vi har valt att analysera samtliga artiklar med tillhörande bild på Alan Kurdi som publicerades i svensk dagspress under våra utvalda dagar. Något som däremot kan sänka vår begreppsvaliditet är att vårt urval endast baseras på två dagar vilket gör att vi riskerar missa liknande publiceringar av bilder på Alan Kurdi i ett senare skede.

De tolkningar vi gör av innehållet grundar sig i våra utvalda teorier semiotik, retorik, framing och nyhetsvärdering. Då dessa teorier är väl beprövade inom liknande undersökningar blir våra tolkningar bättre underbyggda och sannolikt mer rimliga. Vid kvalitativ innehållsanalys finns det däremot alltid en risk att påverkas av våra

egna kulturella associationer och privata erfarenheter. Tolkningsarbetet i en textanalys är problematiskt just för att forskare med olika erfarenheter kan läsa en och samma text på olika sätt (Esaïasson et al., 2009:251). Metoden medför därmed en risk för att våra tolkningar blir subjektiva. För att balansera och minimera den risken har vi i presentationen av vårt resultat försökt vara så transparenta som möjligt. Vi har strävat efter att med tydliga exempel redovisa och förklara hur våra tolkningar har skett.

Reliabilitet handlar om frånvaron av osystematiska och slumpmässiga fel. Det kan vara faktorer som missförstånd mellan forskarna, anteckningar som är svåra att tyda samt slarv och stress (Esaïasson et al., 2012:63). Eftersom vi är tre forskare som genomför studien har vi kunnat minimera den risken då vi kunnat diskutera våra tolkningar sinsemellan. Vi har dessutom arbetat tillsammans i varje moment av undersökningen. Något som kan sänka vår reliabilitet är att vi under arbetets gång har utvecklat nya sätt att kartlägga våra analyser. Vi hade till exempel ingen färdig mall för genomförandet av analysen utan vi utvecklade en under tiden. Vi har dessutom tagit fram vissa definitioner av begrepp efter att arbetsprocessen startat. Vi hade kunnat vara ännu noggrannare i vår planering innan själva analysarbetet inleddes. Vi vill med vår studie inte försöka generalisera resultatet utan vi vill snarare undersöka just bilderna på Alan Kurdi i vårt utvalda sammanhang. För att nå en god resultatvaliditet krävs en god begreppsvaliditet och en hög reliabilitet (Esaïasson et al., 2012:57). Trots några få brister i begreppsvaliditet och reliabilitet anser vi ändå att vår studies resultatvaliditet är så pass god att resultatet är tillförlitligt.

DEL 4

RESULTAT

9. Resultat

Vi har delat in vårt resultat i tre delar. I den första delen tittar vi närmare på bilderna för att undersöka vad de innehåller och hur de kan tolkas. I den andra delen har vi läst texterna och kategoriserat dem efter innehåll. I den tredje delen tittar vi på bilderna och texterna tillsammans och undersöker hur de samspelar. Dessutom har vi undersökt bildernas olika funktioner på sidorna. När vi genomfört analyserna har vi tillsammans diskuterat våra tolkningar och funderingar och kommit fram till gemensamma resultat. De slutsatser som dragits i resultatet av studien är sannolika. De är grundade utifrån tillgänglig information, kunskap, sammanhang och beteende. Denna typ av slutsatser handlar inte om logik utan om sannolikhet och är byggd på erfarenhet.

9.1 Innehållsanalys av bilderna

Vi började med att analysera bilderna i tur och ordning utifrån semiotiken. Därefter gjorde vi samma sak men med en retorisk utgångspunkt. Nedan presenterar vi vår samlade analys för varje bild. För att underlätta läsningen har vi inte gjort en specifik uppdelning av tolkningar på denotativ och konnotativ nivå. Istället har vi låtit de två nivåerna framträda parallellt i texten. Vi tycker det blir lättare att förstå vilka konnotativa tolkningar som kan göras om de står i direkt anslutning till det denotativa.

9.1.1 Bild 1

På denna bild ser man att ett barn ligger på stranden. Baserat på frisyr och klädsel drar vi slutsatsen att det är en pojke. Han ligger nedåtvänd i vattenlinjen med huvudet ut mot vattnet. Han blundar och man ser halva ansiktet, den andra halvan är vänd ner i sanden. Hans ställning ser obekvämt ut, vi tolkar det som att han själv inte valt ställningen.



Bild 9.1

Hans kroppshållning visar på att någonting är fel, men vi kan inte till hundra procent veta att han är död. Däremot är det ganska lätt att gissa. Kombinationen mellan hans position i vattnet och ingen ser ut att ha bråttom gör att vi tolkar det som att "det är för sent".

I bilden ser vi två officiella personer. Vi förstår att de är officiella på grund av deras mössor och de uniformsliknande kläderna. Men vi kan inte veta exakt vad personerna har för titel. Det står någonting på den ene personens rygg men kan man inte turkiska kan man inte förstå vad det står. I och med att texten inte står på svenska kan vi förstå att bilden inte är tagen i Sverige. Männen har militärgröna baskerliknande mössor och

röd-blå västar över kakifärgade skjortor med ett märke på ärmarna. De har dessutom rejäla kängor på sig, som signalerar att de är någon form av poliser eller militärer. I fortsättningen kallar vi personerna för "poliser" för enkelhetens skull.

Polisen till höger har en kamera i händerna och vad som ser ut att vara en kameraväska på ena axeln. Han tittar in i sin kameras display vilket signalerar att han har fotograferat någonting, antagligen pojken i sanden. Den andre polisen står med ryggen mot fotografen och tittar ner på pojken. Han ser ut att ha någon form av skrivblock i handen. I bakgrunden ser vi två civila män, den ena av männen tittar mot poliserna. De står bredvid en stol och ett fiskespö. Vi tolkar det som att männen är där för att fiska. Det ger en känsla av vardaglighet, det är en vanlig dag på stranden. Detta kan upplevas som en krock mellan det vardagliga livet och ett barns död.

Poliserna ser inte ut att ha bråttom. Det är ingen som springer och det är inga hastiga rörelser i bilden. I denna bild finns ingen rörelse där pojken bärs bort från havet, så som i de två andra bilderna. Däremot finns det en rörelse hos den ene polisen då han går upp mot land. Dessutom finns en rörelse i vågorna som sköljer in, man kan gissa sig till att pojken är uppspolad på stranden.

Det är ljus, vilket tyder på att solen är uppe och att det är dag. Vi vet dock inte vilken tid på dygnet det är. Vi ser vatten och sand, vilket gör att vi förstår att de är på en strand. Vi ser att vattnet drar sig tillbaka i en vågrörelse. Detta hjälper oss att förstå att det är ett hav och inte en sjö det handlar om.

Bilden är tagen så att vi som betraktare befinner oss på samma nivå som polisen. Däremot får vi ett fågelperspektiv i förhållande till pojken. Det är många som valt att beskära denna bild så att man bara ser polisen närmast pojken. Detta ger en mer enslig känsla då de ser ensamma ut på stranden. Även de vardagliga intrycken från fiskarna försvinner. Vi får mindre ledtrådar om vad som har hänt i den beskurna bilden vilket innebär att man som läsare får fylla i luckorna själv. Denna variant av bilden är också starkare på ett sätt med tanke på att polisen och pojken är ensamma. Det blir ett större fokus på pojken i denna bild. Han hamnar mer centrerat och blir mer framträdande. Blicken dras inte till saker runtomkring. Att polisen står vänd mot pojken ökar också fokus på pojken. Det finns ingen bild i materialet som är beskuren så att bara pojken syns. En anledning till det kan vara att en bild som är beskuren på det sättet kan vara svårare att tolka och förstå då den innehåller mindre information om vad det är vi ser.

I bilden kan vi inte se några faktaargument, den måste förklaras. Vi kan gissa att pojken har drunknat men vi kan inte se det. Därför saknar bilden både ethos och logos. Däremot innehåller bilden många känslargument, det vill säga pathos. Till exempel är en livlös pojke med ansiktet nervänt i sanden ingenting vi är vana vid att se. Därför väcks mycket känslor hos publiken.

9.1.2 Bild 2

Även denna bild saknar faktaargument men är fylld av pathos. Pojken ser livlös ut och är nära vatten och bärs iväg av en polis, vilket får oss att förstå att något hemskt har hänt.

Precis som den beskurna versionen av bild 1 känns stranden ödslig och pojken upplevs vara helt ensam med den hjälpande polismannen. Männen som fiskar, samt den andre polismannen, syns inte i bild. Polisen som syns på bild har samma attribut som vi beskrev för bild 1. Dessutom ser vi att han har ett par vita, till synes tunna handskar på sig vilket signalerar sanitet, att han vill skydda sig från till exempel smitta.



Bild 9.2

Eftersom vi inte ser ansiktet på barnet kan vi egentligen inte med blotta ögat avgöra om det är en pojke eller flicka. Barnet ser väldigt litet ut. Även om vi ser att hen är lealös, kan vi inte veta att hen är död. Vi förstår att någonting har hänt men vi vet inte vad. Vi ser en rörelse i bilden när mannen bär bort barnet från havet och in mot land, vilket i samband med barnets lealöshet signalerar att det som hänt har med havet att göra. Man kan ana att barnet inte är vid medvetande, eftersom hens armar hänger lealöst ner mot marken. Hade hen varit vaken kan man tänka sig att hen försökt klamra sig fast vid polisen. Barnets byxor och ben är smutsiga vilket får oss att förstå att hen vistats på ett smutsigt ställe. Barnet har en röd t-shirt, blå kortbyxor och svarta gym-paskor, en klädsel som många andra barn i världen skulle kunna ha. Både mannen och barnet har ljus hy och man kan tänka sig att mannen härstammar från Medelhavsområdet.

Vi tolkar polisens kroppsspråk som skyddande eftersom han böjer sig ihop över barnet. Det signalerar också en typ av engagemang och omhändertagande. Det är tydligt att han bär barnet försiktigt. Vi tolkar det som tecken på någon typ av ömhet, sorgsenhet och sympati. Polisen ser sammanbiten och seriös ut, som att han har ett viktigt jobb att utföra. Han ser dessutom ut att ta korta steg vilket signalerar att han går långsamt och således inte har bråttom. Vi tolkar det som en form av vördnad och försiktighet. Det signalerar också att "det redan är för sent", att barnet redan är dött.

Bildens komposition ger en känsla av att vattnet är det otrygga och hemska medan marken är det trygga och säkra. Mannen för barnet från det otrygga till det trygga. Hade fotografen stått i vattnet och bara fått med torra land hade intrycken blivit annorlunda. Bilden är tagen från samma plats som bild 1. Skillnaden är att på bild 2 har betraktaren samma perspektiv till de bägge avbildade personerna, betraktaren och personerna på bilderna är på samma nivå.

9.1.3 Bild 3

Denna bild är i princip samma bild som nummer 2, men polismannen ser ut att ha tagit ytterligare ett steg upp på stranden. Här ser man dessutom barnet tydligare eftersom vi ser en del av barnets ansikte och båda armarna. Men man kan fortfarande inte avgöra om det är en pojke eller flicka. Man kan inte heller avgöra om hen är död eller medvetlös. Det är ännu tydligare i denna bild att barnet inte är vid medvetande,

eftersom de lealösa armarna syns tydligare och huvudet ser ut att hänga tungt bakåt. I och med att man ser mer av barnet blir bilden mer utelämnande och stark än bild 2.



Bild 9.3

9.1.4 Sammanfattning av bildanalysen

Tabell 9.1 Sammanfattning av bildanalysen

BILD 1	BILD 2 OCH 3
Detta är den starkaste bilden. Här ligger pojken ensam i sanden och man ser mer av hans ansikte och hela hans kropp. Vuxna personer syns i bilden men de ser inte ut att göra någonting för att hjälpa pojken. Den version av bild 1 som inte är beskuren är lättare att tolka då den innehåller mer information.	På dessa bilder vet man inte att pojken legat i sanden, bara att han bärs bort från vattnet. Därför blir dessa bilder inte lika starka. Alan Kurdi blir buren och omhändertagen av polisen och upplevs därför inte lika utsatt som på bild 1.
SAMMANFATTNING	
Den gemensamma nämnaren för de tre bilderna är pathos. Alla bilder spelar mycket på känslor. Bilderna är avskalade och odramatiska, även om händelsen i sig är tragisk och chockerande.	

Kommentar: Här sammanfattar vi de mest framträdande attributen i de olika bilderna.

9.2 Innehållsanalys av texterna

Vi gjorde en övergripande innehållsanalys av texterna. När vi genomförde analysen började vi med att läsa igenom alla artiklar och sedan dela upp dem i kategorier baserat på vilken typ av text det rörde sig om. Det vi utkristalliserade var tre olika kategorier: nyhetstexter, opinionstexter och notiser. Därefter tittade vi på de olika kategorierna och delade in dem efter ämne. Nedan presenterar vi först nyhetstexterna och opinionstexterna för sig. Därefter presenterar vi några generella drag som vi hittat i texterna. Notiserna är så få och då de inte tillför någon relevant information till vår analys har vi valt att inte presentera dem.

Tabell 9.2 Textindelning (antal texter)

Nyhetstexter	48
Opinionstexter	12
Notiser	5
Totalt	65

Kommentar: Textindelning av de 65 texter från de svenska tidningar vi analyserat, från datumen 3-4 september 2015.

Tabell 9.3 Ämnesindelning (antal texter)

Bilden	28
Flyktingpolitik	18
Engagemang	10
Händelse och bakgrund	7
Flyktingkrisen	2
Totalt	65

Kommentar: Ämnesindelning av de 65 texter från de svenska tidningar vi analyserat, från datumen 3-4 september 2015.

Totalt analyserades 65 texter. 28 av dem handlar i huvudsak om bilden, 19 om flyktingpolitik, 10 om engagemang, 7 om händelsen och bakgrund samt 2 om flyktingkrisen. När vi fortsättningsvis nämner *“händelsen”* syftar vi på Alan Kurdis död. När vi pratar om *“bakgrund”* menar vi bakgrundsinformation om Alan Kurdi, hans familj och deras flykt. När vi hänvisar till att texten handlar om *“bilden”* menar vi att bild 1 på Alan Kurdi har blivit en nyhet och att den har väckt reaktioner.

9.2.1 Nyhetstexterna

Många nyhetstexter handlar om **bilden** (20 stycken).

“Den hjärtskärande bilden på pojken som flöt i land på stranden i den turkiska badorten Bodrum har fått enorm spridning.” – VLT, sida 14, 2015-09-04.

Nyhetstexterna som handlar om bilden handlar även om reaktioner på den.

“– Jag vill använda sorgen och frustrationen till handlingskraft” – Stefan Löfven i Folkbladet, sida 13, 2015-09-04.

De som kommer till tals i artiklarna är framför allt elitpersoner såsom forskare, experter, kändisar och politiker. I vissa nyhetstexter diskuteras även själva publiceringen av bilderna. Tidningarna argumenterar för varför de har valt att använda sig av en bild som kan ifrågasättas på ett etiskt plan. Generellt brukar tidningar vara restriktiva med att publicera bilder på döda människor och då särskilt döda barn.

“Det ska väldigt mycket till för att publicera bilder på döda barn. Den här gången är det motiverat givet den fruktansvärda flyktingkatastrofen på Medelhavet och den enorma genomslagskraft som bilderna på treårige Aylan Kurdi har gett.” – Landskrona-Posten, sida 7, 2015-09-04.

I nyhetstexter som handlar om bilden ligger information om händelsen och bakgrund generellt inte i brödtexten utan i faktarutor bredvid.

De nyhetstexter som handlar om **flyktingpolitik** (15 stycken) handlar främst om EU, Ungern och Sverige. Man skriver om flyktingkvoter och gränspolitik. Ingen av texterna nämner någonting om händelsen med Alan. Språket är sakligt och känsloladdade ord används sällan.

“Ungerns premiärminister Victor Orbán gör en kovändning och säger att landet kan tänka sig att stödja ett kvotsystem.” – Hallands Nyheter, sida 41, 2015-09-04.

“ – Från svensk sida är det väldigt viktigt att de mått och steg som vidtas står i relation till internationell lag och folkrätt.” – Peter Hultqvist i Norrbottens-Kuriren, sida 20, 2015-09-04.

De flesta av texterna som handlar om **engagemang** (9 stycken) uppmanar ofta läsaren till att hjälpa i flyktingkrisen. Ord som “hjälp” och “vädja” är vanligt förekommande. Man berättar om olika sätt att bidra och hur folk redan nu hjälper till. Texterna om engagemang handlar sällan specifikt om Alan Kurdi utan snarare om flyktingkrisen i stort.

“Flyktingkrisen väcker många vilja att hjälpa till. Just nu forsar miljoner in till en nystartad privat insamling.” – Bohusläningen, sida 40, 2015-09-04.

“– Man kan skänka pengar eller tid. Man får inte tänka att ett bidrag inte gör skillnad.” – Malin Barnö från Röda Korset i Östgöta Correspondenten, sida 4, 2015-09-04.

De nyhetsartiklar som handlar om **händelse och bakgrund** (4 stycken) är tidningarnas egna producerade material. Generellt är texterna känslopräglade och innehåller laddade ord.

“Treåriga Aylan Kurdi från Syrien fick aldrig uppleva Europa. Hans livlösa kropp spolades upp på stranden i turkiska Bodrum - efter ett kortvarigt liv fyllt av krig och katastrofer.” – Aftonbladet, sida 9, 2015-09-04.

Texterna fokuserar mer på de drabbade personerna, exempelvis används starka citat från Alans pappa.

“– Jag vill bara se mina barn för sista gången.” – Abdullah Kurdi i Expressen, sida 12-13, 2015-09-03.

9.2.2 Opinionstexterna

Alla opinionstexter förmedlar samma sak. Det som hänt är hemskt, bilderna är fruktansvärda.

“Jag vill bara gråta när jag ser den livlösa lilla kroppen, men gråt löser inga problem.” – Peter Franke i Värmlands Folkblad, sida 2, 2015-09-04.

Många texter inleds med en beskrivning av bild 1 och den lille pojken. Överlag är texterna politiska, det handlar mycket om att vi ska ta emot fler flyktingar och att vi ska öppna våra gränser.

“Nu är tiden inne för politikerna att inse att det inte kan fortsätta så här. Att det är hög tid att ta ansvar och formulera en politik där EU-länderna tar ett gemensamt ansvar för människor som söker sig till vår världsdel för att överleva. Endast genom en övergripande förändring av Europas flyktingmottagande kan någonting ske.” – Oisín Cantwell, Aftonbladet, sida 11, 2015-09-04.

I opinionstexterna jämförs Alan flera gånger med skribenternas egna barn eller barnbarn. Många av opinionstexterna tar ställning, uppmanar till aktion och förmedlar att nu är det dags att agera i flyktingfrågan. Det finns också många som drar paralleller med bilden på Kim Phuc, napalmflickan från Vietnamkriget.

“Bilden på nioåriga Kim Phuc från Vietnamkriget sägs ha betydelse för att Vietnamkriget fick en vändpunkt. Bilden på den döda pojken Aylan Kuri [sic] kan få samma effekt.” – Jessica Rosengren, Norrländska Socialdemokraten, sida 10, 2015-09-04.

Skribenterna använder sig av ett målande språk och känsliga detaljer.

“Pojkens små händer i sanden. Ansiktet halvt i vattnet. Det svarta håret som mammahänderna inte längre kan smeka över.” – Jessica Rosengren, Norrländska Socialdemokraten, sida 10, 2015-09-04.

Precis som i vissa av nyhetstexterna om bilden försvarar även många opinionstexter publiceringen av bilderna. Det förekommer till och med i högre grad bland opinionstexterna. Flera texter spelar på skuld, att skribenterna känner skam för att själva ha det så bra medan flyktingar dör.

“De flesta av oss skäms över ett Europa som säger stopp, som inte tar emot, som låter människor dö på sin väg emot friheten. Allvarligt talat. Det är dags att agera nu.” – Hanna Sjöberg i Hallandsposten, sida 7, 2015-09-04.

“De drunknar i sina föräldrars armar, eller ännu värre, drunknar helt ensamma. För att omvärlden, för att vi, tittar bort. Människor i tusental dör på grund av vår oförmåga att agera.” – Eva Burman i Eskilstuna-Kuriren, sida 1 2015-09-04.

I Eskilstuna-Kuriren gör man även reklam för tidningens egna initiativ för att engagera sig. De använder sig av en kampanj som heter “Vi ställer upp”.

9.2.3 Generella drag i samtliga texter

Nästan alla texter förutsätter att läsaren har sett bild 1 på Alan Kurdi. Detta framgår då många tidningar nämner “bilden” och syftar på bild 1 men illustrerar med bild 2 eller 3 utan att förklara att det är olika bilder. Även om bilderna är lika varandra är det bild 1 som blivit en nyhet. Exempelvis som i Norrbottens-Kuriren som i sin ingress beskriver bild 1 men valt att publicera bild 2.

“Fotot på treåriga Aylan Kurdi, liggandes livlös på stranden, får politiska ledare att reagera.” – Norrbottens-Kuriren, sida 20, 2015-09-04.

Den klart enskilt största kategorin av artiklarna handlar om bilden och reaktioner på den (28 av 65). Med reaktioner menas till exempel att politiker uttalar sig.

“Den europeiska gemenskapen bygger på värderingar. Det är dags att vi samlas kring dem och tar ansvar för att stoppa det mänskliga lidandet.” – Stefan Löfven i Nerikes Allehanda, sida 16, 2015-09-04.

I dessa texter ligger inte lika mycket fokus på händelsen eller bakgrunden. Texterna i Aftonbladet och Expressen är mer fokuserade på individen Alan Kurdi vilket gör det

naturligt för dem att skriva mer om själva händelsen och bakgrunden. Detta är inte särskilt förvånande då Aftonbladet och Expressen kategoriseras som kvällspress, och generellt har ett annat uttryck i sitt material som är mer person- och känslolinriktat (Hadenius, Weibull & Wadbring, 2011:79). Det som däremot är anmärkningsvärt är att det finns ett antal morgontidningar som även de har valt en känslös inriktning. Ett exempel på detta är Eskilstuna-Kuriren:

“Pojken på bilden från stranden i Bodrum är död. Han blev tre år gammal. Han hette Aylan Kurdi.” – Eskilstuna-Kuriren, sida 4, 2015-09-04.

Flera av artiklarna innefattar förklaringar till varför man valt att publicera bilderna i papperstidningen. Man jämför också med andra starka bilder som tidigare påverkat opinionen och läsarna.

Många har valt att använda artiklar producerade av TT. Detta kan bero på att de varit lättillgänglig för alla och att redaktionerna själva inte haft tid eller möjlighet att utveckla något eget material. De flesta tidningarna använder samma TT-text. Denna text handlar framför allt om bilden.

9.3 Innehållsanalys av bilderna i kombination med texterna

I det här avsnittet presenterar vi resultatet av vår analys av bilderna i kombination med texterna. När vi gjorde analysen började vi med att titta på tidningssidorna i turordning och analyserade hur vi uppfattade deras inramning. Vi tittade bland annat på bildval, storlek på bild, rubriksättning och bildtext. Nedan börjar vi med att redogöra för det vi kom fram till gällande nyhetstexterna. Där har vi hittat två olika inriktningar i materialet som vi redovisar med hjälp av två utförliga exempel. Därefter redogör vi för opinionstexterna.

Generellt för alla tidningssidor är att bilderna har svårt att stå för sig själva då de inte innehåller tillräckligt mycket information för att man ska förstå vad som hänt och vad det är man ser. Däremot är bildtexterna väldigt informativa vilket gör att bilderna tillsammans med endast bildtexterna räcker för att man ska förstå situationen:

“En turkisk polis tar hand om den döde pojken från stranden nära den turkiska turistorten Bodrum. Pojken är en av minst tolv syrier som drunknade när två båtar förliste under försöket att nå den grekiska ön Kos.” – bildtext Blekinge Läns Tidning, sida 20-21, 2015-09-04.

9.3.1 Nyhetstexter i kombination med bilder

Vi ser två tydliga inriktningar i hur nyhetstexterna presenteras. En inriktning är att man använder sig av en rent nyhetsmässig ingång, det vill säga en klassisk inramning där artiklarna har sakliga rubriker och sparsamt med känsloladdade ord. Här informerar man på ett sakligt sätt om bilderna och andra händelser som har med flyktingkrisen eller flyktingpolitik att göra. En annan inriktning i hur man presenterar nyhetstexterna är att anspela mer på känslor. Känslologestaltningen fokuserar mer på händelsen, bakgrunden och livsöden. Generellt kan vi se att Aftonbladet och Expressen valt en mer känslomässig inriktning i sina artiklar, medan övrig press är

mer nyhetsmässig. Dock finns det undantag där även morgontidningar valt en känslomässig vinkel. Även opinionstexterna i alla typer av tidningar är väldigt känslostyrda.

Vi har tagit fram två exempel för att förtydliga indelningen i nyhetsmässig och känslomässig presentation. Piteå-Tidningen får illustrera ett exempel av en mer nyhetsmässig inramning och Expressen får illustrera ett exempel på en känslomässig inramning.

Exempel Piteå-Tidningen

Bild 1 är placerad i mitten av sidan och är ganska liten. Tidningen använder vinjetten *“Flyktingkrisen”* för hela sidan. Bild 1 omges av tre artiklar varav en handlar om bilden och två handlar om någonting annat än bilden. Den text som är placerad överst på sidan och som har störst rubrik handlar om Ungern och flyktingpolitik. Den har rubriken *“Ungern vänder helt”*. Eftersom denna artikel har störst rubrik och ligger överst kan läsaren tro att bilden som ligger i mitten hör till den artikeln. På grund av bildens placering kan man således tolka det som att Ungern har ändrat sig i flyktingpolitiken efter att de har sett bilden på Alan Kurdi, trots att det inte står någonting om detta i texten.

Till vänster om bilden finns en kort artikel om flyktingsmuggling med rubriken *“Militär EU-insats närmar sig”*. Bildens placering i mitten på sidan gör att den även får illustrera artikeln om flyktingsmuggling trots att artikeln inte har en direkt koppling till bilden. Till höger på sidan ligger en spalt. I spalten finns tre notiser men eftersom de är avgränsade med ett streck tolkar vi det som att de är avskilda från övriga artiklar på sidan och handlar om någonting annat. Notiserna ligger heller inte under vinjetten *“Flyktingkrisen”*. Under bilden på Alan Kurdi finns en artikel som handlar om bilden. Här är det tydligt att bilden illustrerar det texten handlar om. Till höger om bilden finns en faktaruta som förklarar bakgrunden till Alan Kurdis död. Rubriken till artikeln under bilden lyder *“Treårige Aylans död påverkar”*. Rubrikens samspel med artikeln, som handlar om bilden, gör att vi förväntar oss att bilden finns med på sidan. Hade det bara handlat om händelsen och att Alan Kurdi dött så hade vi kanske inte förväntat oss en bild på den döde pojken. Men eftersom artikeln handlar om en bild och reaktioner på den förväntar vi oss att bilden finns med på sidan. Istället för själva händelsen med Alan Kurdis död är det bildens existens och genomslag som är nyheten.

I Piteå-Tidningen får bilden på Alan Kurdi illustrera ett flertal artiklar. Den får till exempel illustrera flyktingkatastrofen och politiska beslut men också pojkens faktiska



Bild 9.4

död. Bilden blir på så sätt en “genrebild” för hela flyktingkrisen, en symbolisk bild för ett stort och komplicerat ämne.

Den här inramningen där en av bilderna på Alan Kurdi får illustrera flera olika artiklar kopplade till flyktingkrisen är vanlig i många av tidningarna vi analyserat. Inramningen används närmare bestämt i 13 av de 30 analyserade tidningarna.

Exempel Expressen

Den känslomässiga inramningen är mindre vanlig för de analyserade nyhetstexterna. Den förekommer bara i 5 av de 30 tidningarna. I exemplet Expressen finns både en förstasida och ett uppslag med en känslomässig inramning att analysera. Båda tillhör tidningen som kom ut 3 september 2015, det vill säga en dag tidigare än alla andra tidningar vi analyserat. Expressen var den enda tidningen som publicerade en bild på Alan Kurdi redan den 3 september, de var således först ut med publiceringen i svensk dagspress.

Förstasidan

Bild 1 fyller hela förstasidan, väldigt lite annat redaktionellt material syns. Direkt under bilden finns en bildtext som förklarar vad som hänt med Alan Kurdi. Bildtexten lyder *“Bilden av katastrofen. Treåriga Aylan Kurdi hittades död på en strand i Bodrum i Turkiet. Hans familj flydde från den krigsdrabbade staden Kobane i Syrien”*. Nästan allt redaktionellt material som finns på förstasidan berör flyktingkrisen. Längst ner finns två små puffar för innehåll i tidningen som båda knyter an till flyktingkrisen. Puffarnas rubriker är *“Eric Erfors: EU får inte glömma bort Ukraina”* och *“Lars Lindström: Flyktingkrisen saknar motstycke”*. Ovanför puffarna finns en liten ruta med loggor från fem välgörenhetsorganisationer och rubriken *“Så kan du hjälpa”*. Bilden på Alan Kurdi är beskuren så man bara ser pojken och en av poliserna så att Alan hamnar i fokus och blir ganska stor. Rubriken ligger i bilden på vänster sida, strax ovanför Alan, och lyder *“Europa räddade inte Aylan, 3”*. Hela sidan inramas av vinjetten *“Flyktingkatastrofen”*.



Bild 9.5

Eftersom bilden är så stor och rubriken är så tydlig och skuldbeläggande blir intrycket av förstasidan väldigt starkt. Sidan känns medvetet avskalad för att ge plats åt mycket känslor. Förstasidan på Expressen brukar i vanliga fall innehålla mycket information, många rubriker och mer ledtrådar om innehållet i tidningen. Därför hajar man till på förstasidan med Alan Kurdi då den är avskalad och innehåller lite information. Om man inte läser bildtexten får man ingen information förutom att Aylan inte blivit

räddad av Europa. Detta gör läsaren intresserad. Läser man däremot bildtexten får man en tydligare förklaring till vad som hänt.

Eftersom bilden tar upp hela sidan förstår man som läsare att nyheten måste vara väldigt viktig, annars hade den inte fått ta så stor plats. Generellt väljer tidningar att ha sina största nyheter på förstasidan. Att nyheten om Alan Kurdi är på förstasidan gör därmed att vi som läsare tolkar det som att det är den viktigaste nyheten för dagen. Däremot är det anmärkningsvärt att de bara har en nyhet på förstasidan och att bilden får ta så stor plats. Vi tror att om man känner till Expressen är man medveten om att de gör speciella förstasidor, som går utanför sin vanliga mall, när något extraordinärt har hänt. Om läsaren regelbundet ser förstasidor från Expressen tror vi att man kan avgöra att förstasidan med Alan Kurdi är en sådan speciell förstasida och att något extraordinärt har hänt.

Bildens funktion på Expressens förstasida är att illustrera händelsen snarare än vara en övergripande bild för ett större tema till skillnad från exemplet med Piteå-Tidningen. Bilden fungerar också som en reklampelare för välgörenhetsorganisationerna då det längst ner på sidan finns information om hur man kan hjälpa genom att skänka pengar till välgörenhetsorganisationer.

Uppslaget

Bild 1 är utdragen över nästan hela uppslaget med undantag för en tvåspaltig text till vänster. Ovanför artikeln finns en liten bild som föreställer Alan och hans bror när de skrattar och har en nallebjörn emellan sig. Längst till höger på uppslaget finns en stor faktaruta placerad på bilden. Faktarutan har rubriken *“Så här kan du hjälpa krisoffren”* och hänvisar till fem olika välgörenhetsorganisationer.



Bild 9.6

Under den finns också en kommentar av chefredaktören Thomas Mattsson där han motiverar publiceringen av bilden. Över hela uppslaget sträcker sig både en vinjett och en rubrik. Vinjetten är *“Flyktingkrisen”* och rubriken är *“Vi räddade inte Aylan”*.

Storleken på bilden, den slagfärdiga och skuldbeläggande rubriken samt kontrasten mellan de två olika bilderna på Alan gör att uppslaget spelar enormt mycket på känslor. Rubriken lägger tydlig skuld i formuleringen *“Vi räddade inte Aylan”*. Har man sett förstasidan med rubriken *“Europa räddade inte Aylan, 3”* är det troligt att man tolkat vi:et som Europa. Har man inte sett förstasidan finns fler tolkningsmöjligheter. Vi som genomfört analysen tolkar vi:et som västvärlden eller Europa, således känner vi oss inkluderade i rubrikens *“vi”*. Rubriken skuldbelägger oss som ett kollektiv, den pekar inte ut en enskild person. Rubriken i kombination med bilden på döde Alan Kurdi gör att det är större sannolikhet att läsaren känner skuld. När vi ser en bild på en död pojke och en rubrik som säger att vi inte räddade

honom är det inte konstigt att vi reagerar. Det är dessutom effektfyllt att Alan finns med på två bilder på samma sida – en där han skrattar och en där han är död.

Till huvudartikeln fungerar bilden som en illustration av händelsen och är direkt kopplad till textens innehåll. Både artikeln och bilderna fokuserar på personen Alan snarare än händelsen eller flyktingkrisen. Texten är värderande och säger att vi har misslyckats då vi inte kunnat rädda Alan. Till faktarutan på höger sida får bilden illustrera ett exempel på ett krisoffer för att skapa känslor och engagemang. Läsaren kan se det som att “jag kan inte rädda Alan men jag kan rädda någon annan”.

En anledning till att Expressens material handlar om händelsen och inte innehåller så många kommentarer från elitpersoner kan vara att de var först med att publicera bilden i svensk tryckt press. En annan möjlig förklaring kan vara tidsbrist på redaktionen. Det kan också vara ett medvetet val från redaktionen sida att inte vilja ta in för många kommentarer utan istället lägga fokus på händelsen.

9.3.2 Opinionstexter i kombination med bilder

Alla opinionstexter anspelar på känslor. I en del opinionstexter används utöver en bild på Alan Kurdi också andra starka bilder från historien. Vanligast förekommande är bilden på Kim Phuc från Vietnamkriget. Anmärkningsvärt är att två opinionstexter låter de andra bilderna ta större eller lika stor plats som bilden på Alan Kurdi. Rubrikerna till dessa opinionstexter stärker betydelsen hos bilden på Alan Kurdi. Exempelvis på Aftonbladets ledarsida skriver Oisín Cantwell en opinionstext om bildens betydelse, som illustreras av sex lika stora bilder däribland bild 1 på Alan Kurdi. Bilden på Alan Kurdi har placerats i det nedre högra hörnet. De andra fem bilderna är starka bilder från katastrofer och krig som fått stor uppmärksamhet och som ändrat opinionen genom historien. Överst på sidan finns



Bild 9.7

vinjetten “Flyktingkatastrofen” som snabbt får oss att förstå vad det är texten och bilderna handlar om och hur de bör tolkas. Betydelsen av bilden på Alan Kurdi förstärks ytterligare av rubriken som lyder “Bilden på treårige Aylan kan bli en av de som ändrar historien.” Det gör att intrycket blir starkt och känslomässigt.

9.4 Bildernas funktioner

Vi har identifierat fem olika funktioner som bilderna kan fylla. Bilderna behöver inte bara ha en funktion till en text, utan de kan ha flera funktioner beroende på hur materialet gestaltas och presenteras.

9.4.1 Funktion 1

En av funktionerna är att bilderna i sig är nyheten och det man vill rapportera om. Ofta brukar bilder i nyhetsartiklar vara underordnad texten men i det här fallet är det snarare bildernas existens och de reaktioner de väckt som är själva nyheten i många av artiklarna. Texterna blir här underordnad bilderna. Ett exempel på denna funktion kan vi se i Skaraborgs Läns Tidning på sida 12. Där ser vi bild 1 på Alan Kurdi och nyhetsartikeln som hör till har rubriken *“Bilderna av vår tids fasa”*. Textens huvudsakliga fokus är att bilder på Alan Kurdi har spridits och att politiker reagerar på dem. Bilderna har här publicerats för att de “äger” nyheten.

9.4.2 Funktion 2

En annan funktion är att bilderna får illustrera texterna. Vi förväntar oss att en bild är med, då det vore ologiskt att skriva en text om en bild och sedan inte ha med bilden i fråga. Även detta kan exemplifieras med ovan nämnda artikel. Inte minst rubriken, som får oss att ställa frågan “vilken bild menar de?”, gör att vi förväntar oss att se en bild. Det kan liknas vid att när vi läser en artikel om till exempel Glenn Hysén så vill vi också se en bild på Glenn Hysén. I förhållande till denna funktion är det anmärkningsvärt att så många väljer att använda en annan bild än den bild texten faktiskt handlar om. 28 artiklar handlar om bilden som nyhet och i 14 av de artiklarna används en annan bild än den som omskrivs. Den bild man refererar till i texterna är bild 1 då det var den som först spreds på nätet och skapade reaktioner. Flera tidningar valde alltså istället att använda bild 2 eller 3 som illustrationer till sina texter utan att förklara att det är en annan bild som åsyftas. I många artiklar får man en känsla av att det tas för givet att man som läsare redan har sett bild 1.

“Röd tröja, blå shorts och mjukt fuktigt hår i nacken. Alldeles lealös ligger han där när vågorna obevekligt sveper in över stranden.” – Hallandsposten, sida 7, 2015-09-04.

I exemplet ovan beskriver artikeln bilden där pojken ligger i sanden (bild 1), men illustrerar med en bild där pojken bärs av en polis (bild 3). Detta känns lite oklart då man som läsare väntar sig att se den bilden som texten refererar till.

9.4.3 Funktion 3

Ytterligare en funktion som bilderna fyller är att vara en symbol för något större. Bilderna på Alan Kurdi används ofta för att illustrera artiklar som inte handlar om bilderna i sig utan illustrerar istället flyktingsituationen i allmänhet. Detta förekommer i 24 av 65 artiklar. Ett exempel på detta syns i avsnittet om bildernas kombination med texterna där vi analyserar sida 12 i Piteå-Tidningen. Där får bild 1 på Alan Kurdi illustrera artiklar som handlar om flyktingpolitik i Ungern samt EU-beslut om flyktingsmugglare. Det gör att vi tolkar bilden som en symbol för flyktingkrisen.

9.4.4 Funktion 4

Många tidningar jämför bilderna med andra starka bilder från historien. Den vanligaste jämförelsen som görs är med bilden på Kim Phuc från Vietnamkriget. Bilden på flickan anses ha ändrat opinionen kring Vietnamkriget och ses nu som en bidragande orsak till att kriget tog slut. I två av de undersökta tidningarna placeras

bilder på Kim Phuc och Alan Kurdi bredvid varandra för att jämföra dem med varandra och därmed ge bilderna på Alan Kurdi större tyngd. Att kombinera bilderna på Alan med tidigare bilder med ikonisk status gör att läsaren tolkar bilderna på Alan som mer betydelsefull än vad man kanske skulle göra annars.

9.4.5 Funktion 5

En sista funktion är att bilderna får fungera som en “igångtriggare” för sympati och viljan att hjälpa. Bilderna förekommer ofta i samband med texter om välgörenhetsorganisationer och hur man kan hjälpa till i flyktingkatastrofen. Texterna blir starkare i kombination med bilderna då Alan får vara ett exempel på ett krigsoffer som drabbats. Läsarna kan då dra parallellen att om man skänker pengar till hjälporganisationer hjälper man barn som Alan. Ett exempel på detta är Expressen, sida 9, där en spalt med information om hur man kan bidra ligger i direkt anslutning till bilderna på Alan Kurdi.

9.4.6 Sammanfattning av bildernas funktioner

Som vi tidigare nämnt kan bilderna fylla flera funktioner till texterna. För de 65 artiklar vi undersökte såg fördelningen av bildernas funktioner i förhållande till artiklarna ut såhär:

Tabell 9.4 Kombination av funktioner hos bilderna

Antal artiklar	Funktion 1	Funktion 2	Funktion 3	Funktion 4	Funktion 5
20			x		
14	x	x			
10	x	x		x	
5		x			
5	x	x			x
4					x
4			x		x
2		x			x
1	x	x		x	x
TOTALT: 65					

Kommentar: Här redovisas hur de olika funktionerna hos bilderna kombineras i de 65 artiklarna.

9.5 Reflektioner kring resultatet

Vi har gjort våra analyser grundligt och genomgående och varit tydliga och transparenta i vår presentation av resultatet. Vi har ifrågasatt oss själva och varandra och hela tiden återkopplat till våra frågeställningar för att hålla oss på rätt spår. Vi har gått in i arbetet med ett öppet sinne för att fånga upp så många detaljer som möjligt och inte missa något viktigt. Vi anser därför att våra resultat håller en hög kvalitet.

DEL 5

DISKUSSION OCH SLUTSATS

10. Diskussion

I detta avsnitt presenterar vi de slutsatser och resultat som vi kommit fram till i vår studie. Här besvarar vi vårt syfte och våra frågeställningar. Vi kommer att ta avstamp i vårt resultat och vår analys och stötta våra resonemang med teorierna semiotik, retorik, nyhetsvärdering och framing. Dessutom kommer vi knyta an till den tidigare forskning vi presenterat. Som vi tidigare nämnt påverkas tolkningarna i en kvalitativ innehållsanalys alltid av forskarens tidigare erfarenheter och kulturella bakgrund (Esaïasson et al., 2009:251). Vi är medvetna om att våra tolkningar av resultatet riskerar att bli subjektiva. Därför har vi försökt vara så transparenta som möjligt i vår diskussion.

10.1 Vad är det bilderna förmedlar?

Vad är det som är så utmärkande med bilderna? Vad innehåller de för olika typer av appell?

Genom vår analys har vi kommit fram till att alla bilder innehåller element som kan upplevas som starka. Den gemensamma nämnaren för de tre bilderna är att de spelar mycket på känslor. Bilderna är avskalade och odramatiska, även om händelsen i sig är tragisk och chockerande. Vi har i resultatet kommit fram till att bilderna har svårt att stå för sig själva och att man som läsare behöver ytterligare information för att förstå vad som hänt och vad det är vi ser. Bilderna saknar således ethos- och logosargument. Pathos däremot är något som genomsyrar alla tre bilder.

En av förklaringarna till att bilderna förmedlar så starka känslor är att alla föreställer ett barn. När något hemskt har hänt med barn reagerar vi i regel starkt (Mral & Olinder, 2011:55). Känslor som sorg, ilska, hopplöshet, förtvivlan och tomhet dyker upp när vi ser bilderna på Alan Kurdi. Detta stöds av van Schaiks (2015) resonemang om att ett ensamt barn som avbildas påverkar oss i högre grad än om det hade varit en hel grupp med människor som avbildats. Det faktum att det är ett barn på bilderna gör det lättare för oss att sympatisera med det än om det hade varit en vuxen. När det gäller vuxna är vi mer benägna att ifrågasätta om de är "skyldiga" eller inte. Vi har mycket svårare att rättfärdiga att barn far illa då de anses vara oskyldiga individer (van Schaik, 2015). Av de tre bilderna anser vi att bild 1 är den starkaste. På den bilden är Alan Kurdi mer utsatt, då han ligger ensam med ansiktet ner i sanden. På bild 1 syns också flera vuxna personer som inte ser ut att hjälpa pojken vilket bidrar till känslan av hopplöshet.

En annan förklaring till att bilderna förmedlar starka tror vi är att de är odramatiska och stillsamma. Bilderna är chockerande men de är inte våldsamma vilket kan vara något som bidrar till deras genomslagskraft. Alan är inte blodig eller uppenbart skadad. Det ser ut som att han skulle kunna ligga och sova om man bortser från den miljö han befinner sig i. I många av artiklarna jämförs Alan med skribenternas egna barn eller barnbarn. Eftersom svenska barn inte lever i ett krigshärjat samhälle tror vi

att avsaknaden av våld i bilderna gör att vi jämför våra barn med Alan och ser honom som en bror eller en son som drunknat. Därför är det troligt att det blir lättare för oss att acceptera bilderna, att möta dem och ta dem till oss. Vi tror att de därmed blir mer effektfulla.

Bilderna som vi har undersökt uppfyller flera av de kriterier som enligt Perlmutter definierar en bild med ikonisk status (Andén-Papadopoulos, 2008). Några av de kriterier Perlmutter nämner är att bilden ska vara så pass berömd att nästan alla känner till den, den ska väcka starka känslor och fungera som en metonymi för en större händelse. Ofta har bilder med ikonisk status en enkel disposition för att huvudmotivet ska bli tydligt. Bilderna på Alan Kurdi uppfyller dessa kriterier och därför anser vi att de alla tre har en ikonisk status. Det finns alltså inte endast en bild med ikonisk status från händelsen, utan flera. Detta är något som även van Schaik (2015) kommit fram till i sin forskning.

Andén-Papadopoulos (2008) säger att en bilds ikoniska status tillskrivs av elitpersoner. En bild är alltså inte ikonisk från början utan det är en status som den får. Bildens relevans för historiska händelser är också någonting som tillskrivs bilden, inte sällan med ett ideologiskt syfte. I fallet med bilderna på Alan Kurdi är den ideologiska agendan tydlig, man vill att betraktarna ska reagera starkt och agera i flyktingfrågan genom att till exempel skänka pengar. Detta blir extra tydligt i tidningarnas opinionstexter där skribenterna själva uttrycker sina åsikter om bilderna och sin inställning till flyktingfrågan. I dessa texter är det vanligt att skribenterna jämför bilderna på Alan Kurdi med andra bilder med ikonisk status, vilket bidrar till att stärka statusen hos bilderna på Alan Kurdi.

Enligt semiotiken grundas våra associationer och tolkningar som vi gör i vår kulturella bakgrund och tidigare erfarenheter (Vigsø, 2010:235). Även i retoriken har man utvecklat ett liknande tankesätt. Mral och Olinder (2011:17) förklarar att människors världsbild bestäms av en mängd olika faktorer. Det kan vara yrkesidentiteter, kulturella sammanhang, sociala tillhörigheter och mycket mer. Varje sådan faktor kan benämnas som en doxa. Till exempel yrkesidentiteten som journalist bygger på formella och informella regler och värderingar som inte behöver diskuteras. Alla som tittar på bilderna på Alan Kurdi har olika bakgrund och tillhörigheter, det vill säga olika doxor. Därför vore det rimligt att anta bilderna borde tolkas på olika sätt av betraktarna. Intressant med bilderna på Alan Kurdi är att de troligtvis tolkas på samma sätt oavsett vilken kulturell tillhörighet betraktaren har. Det spelar ingen roll vilket yrke, etnisk bakgrund eller social situation man befinner sig i, man tolkar sannolikt bilderna på liknande vis vem man än är: ett barn har dött och det är fruktansvärt. Vi tror att en anledning till att bilderna kan leda till en gränsöverskridande och samstämmig tolkning är för att de är så avskalade från information (Andén-Papadopoulos, 2008). För de flesta går det inte att avgöra vilket land bilderna är tagna i, vilken etnicitet personerna har och man kan inte utläsa historien bakom händelsen. En annan anledning till varför många kan känna sig träffade av bilderna är Alan Kurdis klädsel. Hans röda tröja, blåa byxor och svarta skor skulle kunna bäras av vilken treåring i världen som helst.

Kroppsspråket hos människor som avbildas påverkar hur vi tolkar bilder (Martinec, 2001). Polisen som bär Alan på bild 2 och 3 är lätt framåtlutad över pojken. Ju mer framåtlutad en person är, desto mer villig uppfattas den (Martinec, 2001). Vi tolkar därför polisen som villig att hjälpa till. Vi uppfattar honom som beskyddande och

trygg i sitt omhändertagande av Alan. På grund av fotografens position då bilderna togs upplever vi Alan Kurdi som mindre än om fotografen varit i höjd med honom. Han ser liten och hjälplös ut, i synnerhet på bild 1 vilket väcker sympati hos betraktaren (van Leeuwen & Kress, 2008). Polisen befinner sig på samma nivå som betraktaren medan pojken ligger ner i sanden. Känslan hade blivit en annan om fotografen höll kameran i samma nivå som Alan. På bild 2 och 3 upplevs Alan inte som lika hjälplös då han blir omhändertagen och buren av polismannen. Bildernas enkelhet i kombination med att det finns flera bilder från samma stund gör att bilderna känns som ögonblicksbilder. Människorna känns inte uppställda och bilderna upplevs inte som riggade, vilket ökar deras trovärdighet i enlighet med van Schaiks (2015) resonemang. Kroppsspråket hos polisen, hjälplösheten hos pojken och trovärdigheten i bilderna bidrar till att bilderna väcker starka känslor.

10.2 Vad är relationen mellan bilderna och texterna?

Hur ramas materialet in? Hur presenteras bilderna? Hur kan gestaltningen av materialet tolkas?

Medierna väljer själva hur de vill gestalta och presentera bilderna i kombination med texterna. Denna gestaltning påverkar i sin tur hur vi som läsare uppfattar situationen (Strömbäck, 2009). I materialet vi analyserat har tidningarna använt sig av olika typer av gestaltning. Som framgår av resultatet har vi delat upp materialet i två inriktningar, en nyhetsmässig inramning och en känslomässig inramning.

Som resultatet visar är det inte bara kvällspressen som använder sig av en känslös inramning av sitt material. Även några morgontidningar gör detta. Ett tydligt exempel på detta är Eskilstuna-Kuriren vars sidor i tidningen anspelar mycket på känslor i deras bildval, rubriksättning och layout. De har också valt att ägna hela förstasidan åt en bild på Alan Kurdi. Eskilstuna-Kuriren har dessutom en kampanj som de kallar "vi ställer upp" för att visa sin ställning i flyktingfrågan. Detta blir anmärkningsvärt då man som läsare inte förväntar sig den typen av journalistik från en lokaltidning. Vi upplever att kampanjer och känslomässiga inramningar är mer vanliga i kvällspress. Ett exempel på en känslomässig inramning i kvällspress är Expressens förstasida, där bild 1 tar upp hela sidan och ytterst lite text finns med. Detta stöds av resonemanget från Cope et al. (2006) om att bilder talar till den emotionella delen av en individ. Den strategin är troligtvis noga utvald av Expressen som vill anspela på mycket känslor i sin publicering genom att använda en stor bild och sparsamt med text.

Den nyhetsmässiga inramningen präglas av appellerna ethos och logos, snarare än pathos. Det vill säga att inramningen signalerar trovärdighet och seriositet. I vårt material använder sig morgontidningar av denna typ av inramning i större utsträckning än kvällspress. Den känslomässiga inramningen, som kvällspressen är mer bekanta med, anspelar mer på pathos. Ett exempel på hur vi styrs av inramningen kan vi se i Expressen som valt rubriken "*Vi räddade inte Aylan*". Vi tolkar bilden som att det är vi som dödat Alan eftersom rubriken säger så och vi känner skuld.

Bilderna i sig innehåller lite information om vad det är som har hänt och vad det är vi ser. De har svårt att stå för sig själva och det finns alltså ingen självklar tolkning utan man kan tolka bilderna på olika sätt. Texten har en förankrande funktion till bilderna vilket betyder att de styr vår tolkning av bilderna. Detta sker genom inramning i form

av rubriksättning, bildtexter och brödtexter. Enligt semiotiken innebär textens förankrande funktion att bildernas polysemi minskar, det vill säga att deras mångtydighet minskar (Barthes, 1976). Förankringen sker i två steg, ett denotativt och ett konnotativt (Johansen, 1999, refererad i Vigsø 2004). Texterna kring bilderna med Alan Kurdi är både denotativt och konnotativt förankrande. Det gör att man som läsare vägleds i hur bilderna ska tolkas. Till exempel kan texten på ett denotativt plan säga vad det är vi uppenbart ser, i det här fallet en död pojke. På ett konnotativt plan talar texten om vad vi ska känna inför det. Till exempel att det är hemskt, att det är vårt fel och att någonting måste göras.

Ett fotografi som inte visar själva händelsen utan dess orsak eller konsekvens kan vara en metonymi. Det kan vara svårt att förstå en stor tragedi eller kris men när vi möter en enda drabbad person, som vi dessutom kan identifiera oss med, kan vi förstå allvaret och bli berörda (Mral & Olinder, 2011:26). Utifrån detta resonemang kan vi se att bilderna på Alan Kurdi blir metonymiska i tidningarnas inramning. I flera tidningar används en av bilderna för att illustrera flera artiklar som handlar om flyktingkrisen. Bilderna fungerar som genrebilder, alltså övergripande bilder för ett ämne. Inramningen av bilderna på Alan Kurdi gör således att bilderna blir metonymier för flyktingkrisen. Bilderna visar en specifik händelse medan de kringliggande texterna handlar om flyktingsituationen i stort. Inom bildjournalistiken är det svårt att bilda abstrakta händelser, till exempel flyktingkrisen eller politiska förhandlingar. Vid dessa fall är det mer givande att ha en bild på en människa än en bild på en miljö (Ghersetti, 2000). Därför blir bilderna på Alan Kurdi effektiva för att illustrera flyktingkrisen.

Ett närliggande begrepp till metonymi är synekdoke. Synekdokebilden är ett substitut som påvisar helheten. Genom att visa en del av helheten får tittaren i sitt eget medvetande måla upp bilden av en helhet och ett sammanhang. Flyktingkrisen är ett stort ämne som är svårt att förstå. Alan Kurdis kropp besjalar flyktingkrisen och gör den någorlunda begriplig (Bergström, 2016:165, 207). Bilderna kan därför också ses som synekdokiska då de får symbolisera delen av en helhet. Alan Kurdis död får därmed representera alla andra flyktingars död.

10.3 Vad är det i bilderna som kan ha gjort att tidningarna publicerade dem?

Vad är det tidningen vill skapa hos läsaren med hjälp av bilderna? Vilka etiska problem finns med publiceringen?

Som Nordström (1986) tidigare kommit fram till finns det två typer av nyhetsbilder. Den ena har till uppgift att illustrera innehållet i en text och den andra äger nyheten och är därmed nyhetsbärande. I det senare fallet får texten en stödjande funktion och en sekundär roll till bilderna som är det primära. I vår analys har vi kommit fram till att bilderna på Alan Kurdi äger nyheten. Många av nyhetstexterna vi analyserat (20 av 48 texter) handlar inte om Alan Kurdis död utan snarare om bilderna, deras spridning och deras effekter. Bilderna visar alltså inte nyheten, bilderna *är* nyheten. Detta anser vi vara en utveckling av Nordströms (1986) resonemang om att bilden äger nyheten. Att bilderna *är* nyheten tror vi beror på att bilderna fått sådan otrolig spridning i sociala medier och skapat så mycket reaktioner. Att bilderna *är* nyheten tror vi kan vara en anledning till att tidningarna har valt att publicera dem.

Tidningarna tycker det är viktigare att skriva om spridningen av bilderna än det som har hänt. Chansen är stor att om det inte funnits en bild på pojken så hade man inte rapporterat om händelsen med den drunknade pojken alls i svenska medier. En annan möjlig förklaring till att bilderna är nyheten i det materialet vi analyserat kan vara att man kunde läsa om händelsen på nätet tidigare. Då den nyheten redan var publicerad fanns det ingen anledning till att även publicera den i tryckt press.

Låt oss titta närmare på vad som kan ha gjort att tidningarna valde att publicera bilderna. I följande stycke diskuterar vi spridningen av **bilderna som nyhet**. När vi skriver nyheten syftar vi alltså på spridningen av bilderna. Med hjälp av teorierna kring nyhetsvärdering kan vi kartlägga vilka faktorer i nyheten som gör att tidningarna valt att publicera den. De nyhetsvärderande kriterier nyheten uppfyller är att händelsen är överraskande, den har kort geografiskt avstånd, utspelas under kort tid som en del av ett tema och har elitpersoner som källor (Hvitfelt, 1985). Händelsen är överraskande för att en bild sällan får så pass stor och snabb spridning. Med geografiskt avstånd menar vi att spridningen blev stor även i Sverige. Spridningen utspelades också under kort tid, efter en dag hade nog de flesta sett en bild av Alan Kurdi på nätet. Temat som nyheten är en del av kan anses vara flyktingkrisen och dess engagemang. Nyheten spreds och kommenterades även av många elitpersoner såsom kändisar och politiker, exempelvis Henrik Schyffert. Vår analys visar alltså att bilderna som nyhet uppfyller flera av kriterierna för nyhetsvärdering.

I följande stycke diskuterar vi **händelsen som nyhet**. När vi skriver nyheten syftar vi alltså på händelsen med Alan Kurdis död. Om vi tittar på nyhetsvärderingen av händelsen som nyhet så kan vi se att det är väldigt få kriterier som uppfylls. Den innehåller inga elitpersoner, händelsen är både geografiskt och kulturellt långt bort och den är inte särskilt sensationell eller överraskande (Hvitfelt, 1985). Vi vet om att barn dör i krig och att många dör på flykt över Medelhavet. Därför är det intressant att nyheten ändå publiceras. En möjlig förklaring till det är att när tidningarna plockade upp nyheten var den redan stor, den hade spridits på internet och det var uppenbart att människor tyckte nyheten var intressant. En annan förklaring kan vara att bilderna blev en nyhet i sig, som vi argumenterar för ovan, och därför ville tidningarna också skriva om händelsen bakom bilderna. Det vore konstigt att prata om en bild som blivit stor utan att förklara bakgrunden till det bilden visar. Vår analys visar att händelsen som nyhet uppfyller få kriterier inom nyhetsvärderingen och att den således inte borde blivit en nyhet.

För att en nyhet ska publiceras måste den klara sig igenom en omfattande gallringsprocess. Detta kallas för gatekeeping och är en del av teorierna kring nyhetsvärdering (Wadbring & Weibull, 2014:316-323). Något som är intressant med händelsen som nyhet är att trots att den inte uppfyller så många kriterier enligt nyhetsvärderingen har den ändå klarat sig igenom gallringsprocessen. En anledning till det kan vara att gallringen påverkas av internet. Internet gör att det är lättare för en nyhet att kringgå gallringsprocessen hos traditionella medier och istället direkt förmedlas till mottagaren (Wadbring & Weibull, 2014:316-323). En förklaring till att Alan Kurdis öde blev känt i svensk press kan vara att spridningen av bilder på Alan Kurdi var så stor på nätet. Händelsen som nyhet kunde således undkomma delar av gallringsprocessen.

Om vi tar ett steg tillbaka från nyhetsvärderingen är det intressant att titta på bildpubliceringen utifrån ett etiskt perspektiv. Enligt de pressetiska reglerna ska man

respektera den personliga integriteten, visa största möjliga hänsyn till olycksoffer och noga pröva sin publicering med hänsyn till offren och deras anhöriga (Pressens Samarbetsnämnd, 2010). Publiceringen av bilderna på Alan Kurdi kan således ifrågasättas. Däremot säger de pressetiska reglerna att känsligt innehåll kan publiceras om allmänintresset är tillräckligt stort (Pressens Samarbetsnämnd, 2010). Det är just allmänintresset tidningarna hänvisar till när de motiverar sin publicering. De menar att publiken borde ta del av dessa bilder. En anledning till att man väljer att ha med en motivering kan vara för att undvika en eventuell anmälan till Pressombudsmannen. De pressetiska reglerna tar också upp riktlinjer kring namnpubliceringar som innebär att man noga ska överväga konsekvenserna som en namnpublicering kan få. Även här kan allmänintresset vara en orsak till beslutet att ange pojkens namn. Anmärkningsvärt är att inga tidningar i de sökningar vi gjort, oavsett om de publicerat bilden eller inte, har tagit ställning och argumenterat mot en publicering av bilden.

Någonting som påverkar en bildpublicering är det geografiska avståndet. När katastrofen eller händelsen är geografiskt långt ifrån oss har bilderna därifrån en benägenhet att vara mer detaljerade och ozensurerade. Handlar det däremot om en händelse som har hänt nära oss är bilderna ofta mer anonyma och diskreta (Sontag, 2004:63). Det kan vara en orsak till att svenska tidningar valt att publicera både bild och namn på Alan Kurdi. Hade samma bilder tagits i Sverige är det troligt att bilderna censurerats eller inte använts alls och att namnet hållits hemligt åtminstone till en början. Tidningarna hade troligtvis visat mer hänsyn till offret och dess närstående.

Som vi tidigare presenterat i resultatet har många tidningar valt att publicera bild 2 eller 3 istället för bild 1. Detta tror vi beror på olika saker. En anledning kan vara etiska ställningstaganden. Bild 1 kan ha bedömts vara starkare än bild 2 och 3 och kan i en högre grad anses gå emot de pressetiska reglerna om att visa hänsyn till offret och offrets familj (Pressens Samarbetsnämnd, 2010). Att man upplever bild 1 som starkare kan till exempel bero på att man ser hela pojken i en extremt utsatt situation. Pojken är därmed mer utlämnad på bild 1 än på bild 2 och 3 där han inte syns lika tydligt och dessutom tas om hand av en vuxen. Att många valt att använda sig av bild 2 eller 3 kan också bero på att man vill publicera en annan bild än bild 1, att man tror att läsarna är "mätta" på att se bild 1 och därmed vill variera sig med en bild från samma händelse som är liknande men ändå inte exakt samma. Det skulle också kunna vara så att tidningar valt att publicera bild 1 på webben som når ut snabbare än tidningen, och sen valt att använda sig av en annan bild i den tryckta tidningen. Det är dock omöjligt för oss att veta.

I de undersökta tidningarna är det tydligt vilken tanke som finns med bildpubliceringen. Förutom att det har ett nyhetsvärde i sig tyder inramningen av materialet på att de tar ställning för hur Sverige bör agera i flyktingfrågan. Tidningarna förmedlar att det är dags att agera och göra någonting åt situationen. Detta är extra tydligt i opinionstexterna. Tidningarna har en samstämmig doxa som säger att Alan Kurdis död, och därmed också flyktingkrisen, är hemsk. En anledning till att de publicerar bilden kan vara att de förväntar sig att publiken har samma doxa och kommer reagera på samma sätt. Även människor som har en annan inställning till flyktingkrisen och flyktingar tycker troligen att en bild på ett dött barn är hemsk.

Som vi tidigare diskuterat har tidningarnas gestaltning, framing, en stor inverkan på hur människor uppfattar verkligheten (Strömbäck, 2009). Enligt Cope et al. (2006)

utnyttjar media detta som ett kraftfullt verktyg för att påverka opinionen. I fallet med Alan Kurdi är det tydligt vilken ställning tidningarna tar och att de vill påverka sin publik. I vissa tidningar framträder detta mer tydligt när man i klarspråk uppmanar allmänheten hur den ska agera. Ett exempel på detta är följande citat från en opinionstext i Hallandsposten:

“De flesta av oss skäms över ett Europa som säger stopp, som inte tar emot, som låter människor dö på sin väg emot friheten. Allvarligt talat. Det är dags att agera nu.” – Hanna Sjöberg i Hallandsposten, sida 7, 2015-09-04.

I andra tidningar är det inte riktigt lika tydligt vilken ställning tidningarna tar men frånvaron av motsatta åsikter hos de som får komma till tals visar ändå vad tidningarna tycker. Hur tidningarna väljer att gestalta informationen kan enligt Strömbäck (2009) påverka opinionen och därmed även demokratin. Vi tror att en av anledningarna till att tidningarna valt att publicera bilderna med ett så tydligt ställningstagande är just för att de vill påverka opinionen och demokratin. Bland annat använder man bilderna som “igångtriggare” för sympati och viljan att hjälpa, det syns exempelvis i inramningen av engagemangstexterna. Denna typ av ideologiskt syfte diskuterar även Andén-Papadopoulos (2008) i sin forskning om bilder med ikonisk status. Hon menar att elitpersoner såsom journalister tillskriver bilder ikonisk status utifrån ett ideologiskt syfte. Tidningarnas redaktioner består av journalister som i sin tur anses vara elitpersoner. I fallet med Alan Kurdi är tidningarnas ställningstagande inför flyktingfrågan en orsak till att de lyfter fram bilderna som de gör, det vill säga att de ger dem en ikonisk status.

Något man bör ha i åtanke är att de tidningar vi analyserat måste tjäna pengar. Inte minst kvällstidningarna som endast säljer lösnummer. Tidningarna hade troligtvis inte publicerat bilderna och skrivit om händelsen så som de gjorde om de inte trott att det var intressant för publiken och att det på så sätt genererade pengar.

10.4 Slutsats

Vi kan med hjälp av vår studie dra slutsatser kring vad som är utmärkande med bilderna på Alan Kurdi, vilka känslor de förmedlar och vilka känslor de olika inramningarna förmedlar. Eftersom vi inte intervjuat tidningsredaktionerna om varför de valde att publicera bilderna kan vi inte dra definitiva slutsatser kring detta. Däremot kan vi dra sannolika slutsatser kring vad det är i bilderna som gör att svenska tidningar ville publicera dem.

Bilderna på Alan Kurdi är utmärkande av flera orsaker. Först och främst innehåller de mycket pathos, det vill säga starka känslor. Kombinationen dött barn, hjälplöshet och avsaknaden av dramatik gör att vi reagerar starkt på bilderna. En annan orsak till att bilderna är utmärkande är att de antagligen framkallar liknande känslor hos betraktarna oavsett vilken kulturell och geografisk bakgrund man har. Det sätt många tidningar valt att presentera bilderna på stärker bildernas betydelse och påverkar hur de tolkas av betraktaren. Bilderna presenteras som att de har en ikonisk status och uppfattas därför just så. Tidningarnas presentationer gör dessutom bilderna metonymiska och synekdochiska, de får stå för någonting annat än sig själva.

Vi anser att en stor orsak till att så många tidningar valde att publicera bilderna på Alan Kurdi är att de redan fått en så stor spridning på internet. Detta är ingenting vi

kan bevisa med vår studie, men med hjälp av våra analyser i nyhetsvärdering är det troligt att så är fallet. I och med att allmänintresset var så pass stort hade tidningarna troligtvis lättare att rättfärdiga sin publicering och kringgå den etiska problematiken med att publicera så pass starka bilder. Sist men inte minst tror vi att förklaringen till att så många valde att publicera bilderna är för att bilderna äger nyheten. Det är själva bilderna och deras spridning som är det man rapporterar om, snarare än händelsen. Bilderna är det primära och det man vill visa. Fenomenet med att bilder äger en nyhet är känt sedan tidigare, enligt Nordström (1986). Däremot ser vi en skillnad i texterna om bilden på Alan Kurdi. Texterna förmedlar att bilderna inte bara äger nyheten utan att bilderna *är* nyheten, det vill säga att texterna inte handlar om händelsen utan om att bilder har spridits på sociala medier och fått starka reaktioner. Detta fenomen är inget vi har stött på i tidigare forskning. Dock ser vi i våra privata iakttagelser en trend i nyhetsrapportering att det blir mer och mer vanligt att göra på detta sätt. Det är en spännande utveckling inom journalistiken och nyhetsvärderingen.

10.5 Förslag till vidare forskning

Vår studie har enbart riktat in sig på svenska tidningar. Det hade varit intressant att se om man hade kommit fram till liknande resultat om man gjort samma analys med tidningar från andra länder. Rapporterar man om bilderna som nyhet i lika hög utsträckning eller rapporterar man mer om händelsen? Något annat som hade varit intressant att undersöka är hur bilderna används i svenska tidningar ännu längre fram än bara dagarna efter att bilderna började spridas. Får de andra funktioner? Blir de ännu mer metonymiska i presentationen? Till sist hade det varit intressant att se hur rapporteringen kring Alan Kurdi skiljer sig mellan tidningar och andra medier såsom tv och webbaserade nyhetskanaler. Det hade också varit intressant att titta på utvecklingen av att göra spridning av innehåll i sociala medier till en nyhet.

11. Referenser

- AFP. (2015, 14 augusti). EU says world facing 'worst refugee crisis' since WWII. *Business Insider*. Hämtad 2016-05-05 från <http://www.businessinsider.com/afp-eu-says-world-facing-worst-refugee-crisis-since-wwii-2015-8?IR=T>
- Andén-Papadopoulos, K. (2008). Den ikoniska bilden. I P. Aspers, P. Feuhrer & Å. Sverrisson (Red.), *Bild och samhälle* (s. 97-118). Lund: Studentlitteratur.
- Barthes, R. (1976). Bildens retorik. I K. Aspelin, & B. A. Lundberg (Red.), *Tecken och tydning* (s. 114-130). Stockholm: Bokförlaget PAN/Norstedts.
- Bergström, B. (2016). *Effektiv visuell kommunikation: om nyheter, reklam, information och profilering i vår visuella kultur*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Cope, J., Fifrick, A., Holl, D., Martin, M., Nunnally, D., Preston, D., ... Tedesco, A. (2006) Image Impact in Print Media: A Study of How Pictures Influence News Consumers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(1).
Från <http://www.ou.edu/deptcomm/dodjcc/groups/05B/paper.pdf>
- Esaiasson, P., Giljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2009). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik
- Esaiasson, P., Giljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik
- Fiske, J. (1998). *Kommunikationsteorier: En introduktion*. Borås: Wahlström & Widstrand.
- Fogde, M. (2010). Bildanalys. I M. Ekström, & L. Larsson (Red), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s. 179-191). Lund: Studentlitteratur.
- Ghersetti, M. (2000). *Sensationella berättelser: En studie av nyheter från Angola 1987 och om prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV*. (Doktorsavhandling, Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation).
- Hadenius, S., Wadbring, I., & Weibull, L. (2011). *Massmedier: Nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*. Helsingborg: Ekerlids Förlag.
- Hvitfelt, H. (1985). *På första sidan: En studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.
- Häger, B. (2014). *Reporter: En grundbok i journalistik*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago, IL: University of Chicago Press

- Martinec, R. (2001). Interpersonal resources in action. *Semiotica*, 2001(135), 117-145. doi: [10.1515/semi.2001.056](https://doi.org/10.1515/semi.2001.056)
- McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Mral, B. & Olinder, H. (2011). *Bildens retorik i journalistiken*. Stockholm: Norstedts.
- Nordström, G. Z. (1986). *Påverkan genom bilder: En studie av olika bildtypers påverkningseffekter*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Sontag, S. (2003). *Regarding the Pain of Others*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Strömbäck, J. (2009). *Makt, medier och samhälle*. Stockholm: SNS Förlag.
- Svensson, N. (2015). *Visuell påverkan: En teoriprövande jämförande fallstudie om opinionsbildning genom bilder*. (Kandidatuppsats, Linnéuniversitetet, Institutionen för statsvetenskap). Från <http://lnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:893979/FULLTEXT01.pdf>
- Perlmutter, D.D. (1998). *Photojournalism and Foreign Policy. Icons of Outrage in International Crises*. Westport, Connecticut: Praeger.
- Pressens Samarbetsnämnd, (2010). *Spelregler för press, tv, radio*. Stockholm: TU Service AB
- UNHCR. (2016). *Refugees/Migrants Emergency Response – Mediterranean*, hämtad 1 mars, 2016, från UNHCR, http://data.unhcr.org/mediterranean/regional.php#_ga=1.254725184.998495429.1456319842
- van Leeuwen, T. & Kress, G. (2008). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- van Schaik, R. W. (2015). *Visual Representations of (Syrian) Refugees in European Newspapers*. (Masteruppsats, Malmö universitet, Institutionen för kultur och samhälle). Från <https://dspace.mah.se/bitstream/handle/2043/20321/vanSchaik-RW-DP16-v2.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Vigsø, O. (2010). Retorisk analys. I M. Ekström, & L. Larsson (Red), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s. 215-241). Lund: Studentlitteratur.
- Vigsø, O. (2004). *Valretorik i text och bild: En studie i 2002 års svenska valaffischer*. (Doktorsavhandling, Uppsala universitet, Institutionen för nordiska språk).
- Wadbring, I. & Weibull, L. (2014). *Massmedier: Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Helsingborg: Ekerlids Förlag.