

Södertörns högskola | Institutionen för kommunikation,
medier och it | Magisteruppsats 15 hp | Journalistik |
Vårterminen 2011

Parti(ska) bilder

En kvantitativ studie av pressens bilder
på partiledarna under valrörelsen 2010



Av: Linnea Heppling
Handledare: Gunnar Nygren

ABSTRAKT

I den här kvantitativa undersökningen söker jag svar på frågorna: "Hur framställs eller gestaltas de olika partiledarna i bilder publicerade i Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under valrörelsen från den 19 augusti 2010 till den 19 september 2010?" och "Finns det skillnader mellan hur de olika tidningarna framställer eller gestaltar de olika partiledarna och hur ser dessa skillnader i sådana fall ut?" Med hjälp av teorier kring nyhetsvärdering och gestaltning försöker jag förklara varför bildrapporteringen ser ut som den gör. Genom att analysera 891 bilder med hjälp av ett fyrtiotal variabler har jag till exempel kunnat se att Sahlin och Reinfeldt är de som får mest utrymme i alla kategorier, att Åkesson behandlas annorlunda än de andra och att Expressen är partisk i sin rapportering till fördel för Reinfeldt och till nackdel för Sahlin. Jag har också sett att kvällstidningarna och dagstidningarna till viss del arbetar efter olika medielogiker- även när det gäller bildrapportering.

Nyckelord: bildanalys, bildrapportering, gestaltning, nyhetsvärdering, partiledare.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING OCH SYFTE.....	sid. 2
FORSKNINGSFRÅGOR OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	sid. 5
TEORETISKA PERSPEKTIV OCH TIDIGARE FORSKNING	
- Nyhetsvärdering.....	sid. 6
- Gestaltning.....	sid. 8
- Tidigare forskning.....	sid. 10
MATERIAL OCH METOD	
- Material.....	sid. 13
- Metod.....	sid. 14
RESULTAT	
- Hur ofta förekommer partiledarna på bild?.....	sid. 19
- Vem är dominerande ledare på bilderna och i vilken utsträckning?.....	sid. 21
- Vilka storlekar på bild förekommer de olika partiledarna på och i vilken utsträckning?.....	sid. 22
- I vilken utsträckning förekommer partiledarna på framsidan eller insidan av tidningen?.....	sid. 23
- I vilket perspektiv eller ur vilken synvinkel är bilderna tagna och i vilken utsträckning?.....	sid. 25
- I vilken miljö befinner sig partiledarna på bilderna och i vilken utsträckning?.....	sid. 26
- På vilken typ av bilder förekommer partiledarna och i vilken utsträckning?.....	sid. 28
- Vad ger bilderna ensamma för känsla?.....	sid. 29
- Vad ger bilderna tillsammans med rubrik och underrubrik för känsla?.....	sid. 31
- Vad har partiledarna för ansiktsuttryck på bilderna och i vilken utsträckning?.....	sid. 32
ANALYS	
- Nyhetsvärdering.....	sid. 34
- Gestaltning.....	sid. 39
SAMMANFATTNING OCH SLUTDISKUSSION.....	sid. 42
LITTERATURLISTA	sid. 49
BILAGOR	

INLEDNING OCH SYFTE

Kan man ana någon partiskhet i tidningarnas bildrapportering av partiledare? Finns det i alla de bilder vi dagligen exponeras för under en valrörelse skillnader i hur de olika partiledarna gestaltas, som i sin tur kan påverka läsarens intryck av bilden och partiledaren? Dessa frågor ställde jag mig under valrörelsen år 2010 och det är bland annat dessa frågor som föranlett den här studien.

År 2010 upplevde vi ett historiskt val på flera sätt. För första gången på väldigt länge fick ett borgerligt parti sitta kvar vid makten och för första gången sedan nittiotalet kom ett främlingsfientligt parti in i riksdagen. Stora förändringar skedde också i förberedelserna för detta val- bland annat så bestämde sig Miljöpartiet, Vänsterpartiet och Socialdemokraterna för att bilda ett valsamarbete som kallas De Rödgröna. Det var alltså även första gången som Sverige hade ett blockval.

En stor anledning till att jag ville göra den här studien är att jag personligen upplevde att rapporteringen och bildsättningen från den här valrörelsen var orättvis, eller snarare partisk åt det ena hållet samt att en partiledare mer än de andra drabbades av negativ publicitet. Att tidningarna kan visa sina färger på debatt- och ledarsidor är inget nytt, men jag tyckte mig se en partiskhet även på nyhetsplats, som den här undersökningen kom att handla om. Däremot var jag osäker på om det verkligen förhöll sig så eller om det var mina personliga åsikter och sympatier som gjorde att jag reagerade. Jag hade ju knappast läst alla tidningar eller sett alla publicerade bilder utan framförallt exponerats av löpsedlar och förstasidor. De tidningar som jag själv nästan dagligen är i kontakt med på ett eller annat sätt är Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Expressen och Aftonbladet. Det är också de tidningar som är med i min undersökning. Jesper Strömbäck, vars bok *Makt, medier och samhälle* jag använt mig av mycket i den här studien, verkar övertygad om att medierna, med något enstaka undantag, är opartiska när det gäller just de olika partierna. Han kallar de känslor av orättvisa jag upplevt för *hostile media effect*, vilket innebär att jag skulle uppleva att medierna är partiska till förmån för andra partier eller åsikter än de jag själv har eller sympatiserar med (Strömbäck 2009:193). Jag vet att åtminstone några de tidningar jag undersökt tidigare varit mer vinklade åt det ena eller andra hållet och att det för många år sedan fanns en utpräglad partipress. Men lever

något av detta kvar idag, och kan det i så fall anas i hur tidningarna framställer partiledarna på bild?

Jag ville undersöka närmare hur rapporteringen såg ut och tacksamt nog kunde jag delvis samarbeta med två andra forskare som sökte någon som ville göra en databas över alla bilder från valrörelsen 2010. Ett antal av de variabler som jag undersökt har på grund av vårt samarbete varit skapade av och för de andra forskarna, varför jag inte har använt mig av hela databasen när jag skrivit min uppsats. Men de variabler jag har skapat och använt handlar till stor del om att få fram hur de olika tidningarna framställer och gestaltar de olika partiledarna. I slutändan har jag så avgjort om jag anser en bild vara positiv, neutral eller negativ- för partiledaren. Jag har försökt ta hänsyn till alla de variabler jag tror kan spela in när man gör en bedömning av en bild och jag har också varit fullkomligt medveten om att mina egna åsikter och sympatier riskerar att påverka resultatet, men jag har vidtagit alla åtgärder jag kan för att så inte ska ske. Jag har aldrig arbetat med bildanalyser förut och att få göra det för första gången med ett så här pass stort material har varit en tuff men utvecklande utmaning.

SYFTE

Syftet med den här studien är alltså att ta reda på om det finns skillnader i hur partiledarna gestaltades i bild under valrörelsen 2010. Jag vill också ta reda på om det finns några märkbara skillnader i hur de olika tidningarna framställer partiledarna. I slutet av min undersökning hoppas jag också kunna komma fram till om tidningarna visar tecken på att vara partiska i sin rapportering. Men främst handlar det alltså om gestaltning och framställning av partiledarna.

DISPOSITION

Uppsatsen är uppbyggt på följande sätt: efter den här *inledningen* där jag också förklarar mitt *syfte* kommer ett avsnitt där jag presenterar mina övergripande *forskningsfrågor* och tillhörande *frågeställningar*. Efter det kommer jag att presentera den *teori* och de

begrepp jag kommer att använda i analysen av mitt resultat, samt några rader om *tidigare forskning* på området. Kapitlet efter det består av en noggrann genomgång av den *metod* jag använt samt det *material* min undersökning är baserad på. Därefter kommer huvuddelen av uppsatsen indelat i två olika kapitel. Först ett *resultatkapitel* där jag presenterar mina resultat i form av tabeller och korta beskrivningar av desamma. Sedan ett *analyskapitel* där jag med hjälp av den valda teorin analyserar och försöker förklara de resultat jag redovisat. Slutligen försöker jag knyta ihop alla trådar och resultat i en *avslutande sammanfattning*. Efter avslutningen kommer på sedvanligt sätt en litteraturlista och diverse bilagor.

FORSKNINGSFRÅGOR OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Mina övergripande forskningsfrågor är:

- Hur framställs eller gestaltas de olika partiledarna i bilder publicerade i Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under valrörelsen från den 19 augusti 2010 till den 19 september 2010?
- Finns det skillnader mellan hur de olika tidningarna framställer eller gestaltar de olika partiledarna och hur ser dessa skillnader i sådana fall ut?

För att kunna svara på dessa har jag brutit ner de två forskningsfrågorna i mindre frågeställningar, observera att alla frågor utgår från samma tidningar och tidsperiod som ovan:

- Hur ofta förekommer partiledarna på bild?
- Vem är dominerande ledare på bilderna och i vilken utsträckning?
- Vilka storlekar på bild förekommer de olika partiledarna på och i vilken utsträckning?
- I vilken utsträckning förekommer partiledarna på framsidan eller insidan av tidningen?
- I vilket perspektiv eller ur vilken synvinkel är bilderna tagna och i vilken utsträckning?
- I vilken miljö befinner sig partiledarna på bilderna och i vilken utsträckning?
- På vilken typ av bilder förekommer partiledarna och i vilken utsträckning?
- Vad ger bilderna ensamma för känsla?
- Vad ger bilderna tillsammans med rubrik och underrubrik för känsla?
- Vad har partiledarna för ansiktsuttryck på bilderna och i vilken utsträckning?

TEORETISKA PERSPEKTIV & TIDIGARE FORSKNING

I det här kapitlet presenterar jag mina teoretiska perspektiv och tidigare forskning som har inspirerat mig under arbetet med den här undersökningen. Jag har använt mig av två olika begrepp och teorier för att kunna förklara mitt resultat; *nyhetsvärdering* och *gestaltningsteori*. Till stor del har jag lutat mig mot professor Jesper Strömbäck och hans bok *Makt, medier och samhälle*. Strömbäck har i den boken samlat en mängd begrepp och teorier inom politisk kommunikation som han redovisar på ett lättbegripligt sätt. Han har så att säga sammanställt vad olika forskare, både nationellt och internationellt, har att säga om till exempel nyhetsvärdering och redovisar deras åsikter samtidigt som han själv kommenterar innehållet ur sin egen erfarenhet.

NYHETSVÄRDERING

Nyhetsvärdering handlar om hur en nyhet värderas och varför. Begreppet ska inte blandas ihop med nyhetsurval, som handlar om vad som i slutändan faktiskt hamnar i tidningen. Man måste skilja begreppen åt därför att, trots att man kan se samband, det inte är säkert att en nyhet publiceras bara för att den har högt nyhetsvärde. Det är inte heller omöjligt att nyheter som värderats ganska lågt ändå får komma med. Det finns ju fler processer än bara nyhetsvärdering som styr vad som publiceras. Om man låter Strömbäck sammanfatta vad forskningen kommit överens om styr mediernas nyhetsurval kan man dra följande slutsatser:

- ”Ju viktigare och ju mer relevant en möjlig nyhet upplevs vara, desto större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den.”
- ”Ju större publikens intresse för, eller ju viktigare och mer relevant en möjlig nyhet antas vara, ju större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den.”
- ”Ju mer än möjlig nyhet handlar om känsla, statusfyllda eller mäktiga personer eller nationer, desto större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den.”

- ”Ju mer en möjlig nyhet kan rapporteras med hjälp av berättartekniker som tillspetsning, förenkling, polarisering, konkretisering, personifiering, intensifiering och stereotypisering, desto större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den.”
- ”Ju mer en källa har subventionerat en möjlig nyhet så att den är billig att bevaka och så att den passar medielogiken och mediernas format, desto större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den.”
- ”Ju mer exklusiv en möjlig nyhet är, desto större är möjligheten att medierna ska uppmärksamma och rapportera om den.”
- ”Ju större krav en möjlig nyhet ställer på publikens intresse och förkunskaper, desto mindre är sannolikheten att medierna ska rapportera om den.”
- ”Ju större resurser i form av arbetstid, personal eller pengar det kostar att bevaka, följa upp eller granska en möjlig nyhet, desto mindre är sannolikheten att det blir en nyhet.
- ”Ju mer kommersiella medierna är och ju större behov de har av att fånga en masspublik, desto större är sannolikheten att underhållningskriterier blir styrande för nyhetsurvalet och utformningen, och desto mindre är sannolikheten att relevans och saklighet blir styrande.”

Hela listan är tagen från Strömbäcks *Makt medier och samhälle* (2009:173). Den visar inte bara faktorer för hur ett nyhetsurval går till utan visar ju också tydligt hur en nyhet kan värderas.

Generellt sätt kan man säga att nyhetsvärderingen styrs av tre centrala aspekter; vikt, intresse och mediernas egna format och behov. Vikt innebär att medierna anser att en nyhet är så viktig att allmänheten bör ta del av den, intresse innebär att medierna tror att många är väldigt intresserade av en sak och därför rapporterar man om den (Strömbäck 2009: 170).

GESTALTNING

Begreppet gestaltning eller gestaltningsteori är en försvenskning och utveckling av det engelska begreppet framing. Teorier kring framing och därmed också gestaltningsteorin har rötter i sociologin, där begreppet har att göra med organiseringen av erfarenheter. Det handlar då om hur man tolkar, organiserar och skapar mening ur sina erfarenheter. Vissa forskare använder ordet gestaltning synonymt med begrepp som schema, alltså något vi använder för att sortera upp vår verklighet (Entman 2004:26). Från början hade alltså begreppet ingenting med medier att göra, utan handlade om hur människor använde sig av olika typer av ramar för att sortera alla intryck som vi ständigt utsätts för. Gestaltning är inte bara en svensk översättning av ordet framing utan innebär också att man koncentrerar sig på den kommunikativa delen av begreppet, och då handlar det om hur vi gestaltar saker för varandra. Gestaltningsprocesser går inte att komma ifrån eftersom människan alltid strävar efter att skapa mening i sin tillvaro. Varje gång vi pratar med någon, berättar något eller kommunicerar så gestaltar vi verkligheten på ett visst sätt (Strömbäck 2009: 119). Detta gäller både människor som du och jag, politiker och- viktigast i det här fallet- journalisterna. Anledningen till att jag valt att använda Strömbäcks bok även för det här begreppet istället för att till exempel söka inom sociologisk eller etnologisk forskning är just att han använder begreppet anpassat till medier och journalistik. När man tänker på journalistik och det journalistiska uppdraget går tankarna lätt till att deras uppdrag är att ge en objektiv bild till läsarna och tittarna, en spegelbild av verkligheten om man så vill. Att så många människor förlitar sig på att medierna ger en sann och rättvisande bild beror delvis på att diskursen kring den sanningsenliga och objektiva journalistiken hela tiden cementeras av medierna och journalisterna själva. Samtidigt är det en omöjlighet att spegla verkligheten på ett riktigt sätt, om inte på grund av något annat så bara för att formatet i en tidning är begränsat medan världen är obegränsad (Strömbäck 2009:120). Sanningen är att journalistiken och det redaktionella arbetet till stor del handlar om att göra val som påverkar hur nyheten ser ut, eller gestaltas. Val av ämne, val av perspektiv eller vinkel och val av bild med flera. Vissa av valen är medvetna medan många andra så att säga finns i de redaktionella rutinerna eller "sitter i väggarna".

I stället för att se nyheter som speglingar av verkligheten bör man se dem som (re)konstruktioner eller gestaltningar av verkligheten (Strömbäck 2009:120). Det finns olika definitioner av gestaltningsteorin men gemensamt för de flesta är att; ”gestaltningar är uttryck för specifika sätt att medvetet eller omedvetet organisera information, och gestaltningar formas genom val av ord, fakta, perspektiv, källor och betoningar” (Strömbäck 2009:121). Enligt Entman är en standarddefinition av gestaltningsbegreppet att man väljer att framhäva vissa aspekter på ett sätt som främjar vissa specifika orsaksförklaringar, tolkningar, bedömningar och/eller sätt att lösa problem (2004:5).

Jag skulle också vilja lägga till bilder som ett val som påverkar gestaltningen. Enligt Entman, Matthes och Pellicano sker gestaltningsprocesser på fyra olika nivåer: i vår kultur, hos samhällets elit och professionella politiska kommunikatörer, i journalistiken och hos varje enskild människa (2009:176). Enligt samma författare är så kallad framing eller gestaltning något som sker över tid. En gestaltning är en slags ram som förekommer flera gånger på samma sätt och på så sätt befäster sig. För att något ska klassas som en egen gestaltning ska man använda precis samma ord eller synonyma ord, symboler och bilder i en rapportering som är koncentrerad över en viss tid. Det ska dessutom locka fram redan existerande bilder, tolkningar och bedömningar som lagrats hos oss läsare och tittare förut, genom liknande gestaltningar. Dock ser samma författartrio journalistisk gestaltning som något speciellt; ”a schema or heuristic, a knowledge structure that is activated by some stimulus and is then employed by a journalist throughout story construction” (Entman, Matthes & Pellicano 2009:179). Alltså en slags mall byggd av tidigare kunskap som aktiveras vid vissa typer av information och som sedan styr hur journalisten skriver sin nyhet.

Även om få undersökningar kunnat bevisa precis i vilken utsträckning det sker, så är det helt klart att det som skrivs i medierna, och hur det skrivs i medierna, påverkar vad mediekonsumenterna tycker och tänker. ”Genom att aktivera vissa idéer, känslor och värderingar snarare än andra, uppmuntrar nyheterna vissa specifika sätt att tänka kring politiska fenomen, och genom detta leder nyheterna publiken till mer eller mindre förutsägbara slutsatser” (Strömbäck 2009: 122).

TIDIGARE FORSKNING

Jag har inte hittat så mycket tidigare forskning som behandlar just bildanalyser av politiker i den omfattning som min undersökning gör. Men Kent Asp, professor i journalistik, gör efter varje val undersökningar av valrörelsens textrapportering i samarbete med JMG. I den senaste, från valet 2010, kom han bland annat fram till att de olika blocken fått lika mycket uppmärksamhet, men att det har förekommit fler negativt vinklade artiklar om Mona Sahlin och de rödgröna partierna än det har om Fredrik Reinfeldt och Alliansen. Han kom också fram till att Expressen utmärkte sig genom att vara den tidning som hade mest negativ rapportering om Sahlin, med tre av fyra artiklar (Asp 2010). Det ska bli intressant att se om liknande resultat går att finna i de publicerade bilderna.

Vad jag förstår är det inte så vanligt att man gör bildanalyser på ett väldigt stort material utan att man snarare gör kvalitativa analyser av några få bilder. Jag har hittat några sådana undersökningar som gör kvalitativa djupanalyser av enstaka fotografier från samma valrörelse som jag har undersökt. Men jag har inte hittat någon annan undersökning som är helt inriktad på bara bildrapporteringen från en valrörelse i Sverige. Jag har därför låtit mig inspireras av andra forskare som gjort stora kvantitativa bildanalyser precis som jag, men om andra ämnen. Ett exempel på detta är avhandlingen *Kameran i krig*- den fotografiska iscensättningen av Vietnamkriget i svensk press, skriven av Kari Andén-Papadopoulos.

Kameran i krig är en kvantitativ undersökning och analys av fotografier i svensk press som handlar om Vietnamkriget, åren 1965 till 1972. Andén-Papadopoulos tittar på vad pressbilderna förmedlar om framförallt tankemönster och värderingar i vår kultur, snarare än kriget självt. Hon tittade främst på hur bilderna framställer skillnader när det gäller ras, etnicitet och genus. Hon går också in på bildrapporteringens makt när hon diskuterar möjligheten att bildrapporteringen var det som till slut vände opinionen mot Vietnamkriget. Andén-Papadopoulos undersökte samma fyra tidningar som jag har gjort och hennes kvantitativa analys (hon hade även en kvalitativ) utgick från frågan om vad som fanns på bilderna, vad de föreställer. Detta för att få ett mått på ur vilket perspektiv kriget skildrades.

Jag har tittat på Andén-Papadopoulos avhandling främst för att få inspiration och hjälp med hur jag skulle lägga upp mitt kodschema. Hon, liksom senare jag, har delat in sin undersökning i olika delar, till exempel *Kriget som militär operation* och *Krigets konsekvenser*. Efter det har hon gjort flera små tabeller som visar en variabel var, med varierande antal variabelvärden. Jag valde att arbeta på ett liknande sätt. Jag tyckte också att hennes avhandling blev mycket mer levande med alla de exempelbilder hon har med och jag har också valt att ha med bilder vid sidan av min resultatredovisning. Att redovisa kvantitativa resultat, framförallt i tabellform kan annars bli lite torrt och tråkigt. Jag hade, likt Andén-Papadopoulos också tänkt göra en djupare analys av utvalda bilder då jag tyckte att det lyfte hennes avhandling avsevärt, men på grund av tidsbrist blev det tyvärr inte så.

Eftersom det här var min första studie av typen bildanalys har jag även slukat en hel del böcker om just bildanalys och visuell retorik. Detta har öppnat mina ögon för att se saker i bilderna som jag annars kanske inte hade sett. Med hjälp av till exempel boken *Bild och Föreställning* av Waern, Pettersson & Svensson har jag fått en större förståelse av bilden som uttrycksmedel och vad den kan betyda både för mottagaren och sändaren, eller som i det här fallet läsaren och tidningen. De introducerade mig till det annars textretoriska begreppet Patos vilket är det retoriktilltal som berör oss känslomässigt och som många menar är det sätt som bilder kan tala och påverka oss (2004:60). Att bilder kan påverka oss genom vilka känslor de frammanar hos betraktaren har jag tagit fasta på i den här undersökningen, med två variabler som handlar just om detta. Jag har också tagit del av delar av Terje Hillesunds bok *Står det noe nytt? Innføring i analyse av aviser og nyheter*. Hillesund skriver bland annat att man måste komma ihåg att bilden inte kan visa en sann bild av verkligheten. Hur objektet eller motivet på bilden framställs påverkas av flera olika faktorer som till exempel kameravinkel och beskärning. Vad bilden sedan visar eller betyder har till stor del med att göra hur den används (1994:71). Vidare skriver Hillesund att pressen använder bilder på olika sätt, dels som dokumentation av något som händer, men också som en illustration av något man berättar i text. Oftast är det texten som ges störst betydelse i en artikel medan bilden finns där för att förstärka det skriva budskapet. Texten ger också i sin tur en anvisning om hur bilden ska förstås, står det i texten att Maud Olofsson är arg så är vi till exempel

antagligen mer benägna att se just ilska i hennes uttryck på bilden. Enligt Hillesund bör analysen av en pressbild ske på flera nivåer. Den denotativa nivån handlar om vad bilden föreställer. Vem eller vilka finns med på bilden, vad ser vi i förgrunden och i bakgrunden (1994:72). Kompositionsnivån handlar om hur bilden är komponerad, alltså tittar man på saker som färger, skuggor, linjer, perspektiv och om det är en närbild eller en bild tagen på avstånd. Den konnotativa nivån handlar likt begreppet patos om vilka associationer, tankar och känslor vi får av bilden. Slutligen fastslår Hillesund att man också måste se bilden i den kontext den är satt i, alltså i förhållande till bland annat rubriker, layout och så vidare (1994: 75-76). De här olika nivåerna av bildanalys hjälpte mig att konstruera ett kodschema som var relevant för den här studien.

MATERIAL OCH METOD

I det här kapitlet presenterar jag hur mitt material ser ut varför jag har valt just det materialet, samt vilken metod jag använt för att analysera det och få fram mitt resultat. Jag försöker också reflektera över realiteten och validiteten hos materialet och metoden.

MATERIAL

Mitt material består av 891 bilder på partiledare som nu sitter i Riksdagen som publicerats på nyhetsplats i tidningarna Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet från och med den 19 augusti 2010 till och med den 19 september 2011.

Att den här uppsatsen blev till, med just det här ämnet och materialet är mycket tack vare mitt samarbete med två forskare som gör en bredare studie av tidningarnas rapportering kring valrörelsen. De kunde erbjuda mig ett redan inskannat material som jag direkt kunde börja arbeta med. I gengäld kodar jag bilderna inte bara på ett sätt som passar för min uppsats, utan även med variabler som forskarna är intresserade av. Detta samarbete är alltså den främsta anledningen till att materialet ser ut som det gör- det kom till mig i en viss form. Tidningarna har jag alltså inte valt själv, men hade jag haft möjlighet att göra det hade de sannolikt blivit desamma ändå. Det är fyra av Sveriges största dagstidningar som når en väldigt bred publik och det är två dagstidningar och två kvällstidningar.

När jag fick materialet fanns det bilder från ytterligare några dagar i augusti samt från den 20 september, men jag valde att begränsa mig till exakt en månads rapportering. Detta gjorde jag till stor del för att jag från början visste att kodningen av bilderna skulle ta lång tid och jag ansåg att en månad skulle räcka.

I det material jag fick var hela sidor inskannade, framsidan för alla dagar och sedan alla sidor där bilder som hade med valet var publicerade. Detta inkluderade en massa bilder

på ministrar och andra politiker, men jag valde att fokusera min undersökning på de partiledare som sedan kom att bli invalda i riksdagen. Alltså finns i det material jag har använt alla bilder på Mona Sahlin, Maria Wetterstrand, Peter Eriksson, Lars Ohly, Fredrik Reinfeldt, Maud Olofsson, Göran Hägglund, Jan Björklund och Jimmie Åkesson. Åkesson skiljer sig från de andra genom att han är den enda i den här undersökningen som inte redan var riksdagsman och det kan möjligen ha påverkat resultaten. En del av de bilder som ingick i det material jag fick fanns på debattsidor eller liknande. Men jag har bara använd och analysera bilder på nyhetsplats, eftersom det är på nyhetsplats man som läsare förväntar sig att få den mest korrekta och objektiva rapporteringen.

En uppenbar risk med att ta emot ett färdigt material som någon annan har letat fram och skannat in är ju att jag inte med säkerhet vet huruvida alla bilder som bör vara med är det. Det kan hända att de personer som gjort det arbetet råkat bläddra förbi någon sida eller missat att ta med en bild eller flera på något sätt. Detta är ett faktum som jag valt att acceptera, då det skulle ha varit en omöjlighet för mig att hinna gå igenom alla papperstidningar själv för att dubbelkolla. Jag hoppas att ett eventuellt bortfall av bilder är så pass litet så att det inte påverkat mitt resultat. Det enda jag kan garantera är att alla bilder på mina nio partiledare som jag har fått på hårddisk, finns med i den här undersökningen.

METOD

Den metod jag har använt för att i mitt material hitta svaret på mina forskningsfrågor vill jag kalla för kvantitativ bildanalys. Jag har valt en kvantitativ metod eftersom mitt material är så stort och på grund av att jag ämnar komma fram till ett resultat som kan sägas representera bildrapporteringen av de här tidningarna som helhet. Hade jag gjort en kvalitativ analys hade materialet fått bli ett fåtal bilder som jag analyserade djupare, men då hade jag inte fått ett resultat som kan visa på generella mönster. Mitt mål var från början att kunna göra både och- att först göra en kvantitativ undersökning där alla bilder ingick för att sedan välja ut ett par stycken som var representativa eller stack ut för att med dessa göra en djupare, kvalitativ bildanalys. Tyvärr räckte inte tiden till för detta. Jag har alltså genom att göra en variabelstyrd bildanalys av varje enskild bild

skapat en mindre databas på 891 bilder, där jag ställt inte mindre än 57 separata frågor till varje bild. En del av dessa frågor eller variabler som det heter har jag inte haft någon användning för i min uppsats, exakt vilka variabler jag skulle komma att använda visste jag inte förrän kodningen var klar.

Kodningen har varit uppdelad i fyra olika delar av kategorier; Basfakta, Estetik, Motiv och Gestaltning. I dessa kategorier finns olika variabler med varierande antal variabelvärden till varje. Mitt fullständiga kodschema finns som bilaga. Innan jag genomförde kodningen började jag med att provkoda ett tjugotal bilder och efter det kunde jag lägga till ytterligare några värden. En av variablerna kom till först när jag redan hade kodat ungefär hälften av bilderna, jag fick då gå tillbaka och koda om dem och sedan fortsätta arbetet där jag inkluderade den nya variabeln. Kodningen har alltså gått till på följande sätt: jag har kodat en tidning i taget och gått i datumordning med start den 19 augusti. Jag har tagit fram bilden och ställt de frågor som ingår i mitt kodschema till den, en i taget. Vilka svar som är möjliga (variabelvärden) står också i mitt kodschema. Jag har efter hand fyllt i svaren i min databas i Excel.

Själva resultaten har jag fått fram genom att korsa flera olika variabler på olika sätt och sedan göra tabeller av dem. Under tiden som jag gjort tabeller har det ibland avslöjat fel i min databas. Vid något tillfälle hade jag till exempel fyllt i på fel rad. Varje gång något fel upptäcktes gick jag tillbaka till bilderna och databasen och letade reda på felet för att sedan åtgärda det. Jag kan dock inte garantera att databasen är helt felfri.

Kodningen har på många sätt varit ett tungt och tidskrävande arbete som inte heller var särskilt spännande i längden. Det var först efter många, många timmars kodning som jag kunde börja ana vissa mönster och då blev det plötsligt intressant igen. Men vad jag till slut fick för resultat såg jag inte ordentligt förrän jag omvandlat min databas till tabeller som visar vad de olika variablerna gett. Efter en lektion i programmet Excel, som jag använt för skapandet av både själva databasen och sedan tabellerna, hos SVT:s databasexpert Helena Bengtsson kunde jag till slut få alla siffror i databasen att betyda någonting.

Att koda bilder på det sätt jag har gjort kan vara vanskligt. De allra flesta variablerna är så att säga raka variabler där det inte finns någon tvekan om vad variabelvärdet blir.

Men vissa av de variabler jag använt är av mer tolkande natur och därför är det extra viktigt att veta exakt hur jag har bedömt de värdena. Här följer en kort genomgång av variablerna av tolkande natur, all annan information om hur kodningen har gått till kan man läsa i bilagan kodschemat.

- *Vem är dominerande ledare på bilden?* På de bilder där bara en partiledare är med är denna fråga lätt att svara på, men i många fall förekommer gruppbilder på till exempel hela Alliansen. Jag har då försökt bedöma om det finns en partiledare i bilden som är mer dominerande än de andra. I många fall har jag ansett att de är likvärdiga och då blir värdet på den variabeln Ingen (...dominerande partiledare). Men ibland har det dykt upp bilder där till exempel Reinfeldt står närmast kameran i bild och resten av Alliansen är i bakgrunden- då har jag kodat det som att Reinfeldt är dominant. Det kan också vara så att en partiledare har skärpa medan de andra är suddiga- det är då den skarpa partiledaren som är dominerande.
- *Vilket ansiktsuttryck har partiledaren?* Det kan låta som en enkel fråga men visade sig vara besvärlig ibland eftersom det finns mycket som spelar in i hur jag tolkar deras ansikten. De variabelvärden som fanns var: vanlig, ler, skrattar, allvarlig, arg, grimas, rygg (rygg innebar helt enkelt att jag inte kunde se deras ansikten) och för liten (bilden var så liten så det inte gick att urskilja ansiktsuttrycken). De värden som kan vara kluriga är framförallt vanlig och allvarlig. Hur en människa ser ut när den är "vanlig" skiljer ju sig från person till person. Dessutom kan min tolkning bero på hur ofta jag har sett de här personerna på bild eller i TV-inslag. För att ha en uppfattning om hur de ser ut när de är vanliga måste jag ju ha sett dem när de inte är det. Som exempel kan vi ta Reinfeldt. Han kan se lite allvarlig ut även i alldagliga situationer och människor från ett annat land som inte är vana vid att se honom kanske skulle koda en bild på honom som allvarlig, när jag kodar den som vanlig. Samma sak gäller då när partiledarna ska anses vara just allvarliga. För mig är det självklart när jag tycker att de ser allvarliga ut, men för någon annan kanske de snarare ser arga eller vanliga ut. Det är därför viktigt när

man läser den här uppsatsen att man kommer ihåg att det är jag, en enskild individ med egna värderingar och erfarenheter, som har kodat alla bilder.

- *Vad ger bilden för känsla, med eller utan rubriker?* Här har vi två olika variabler som ska bedöma vilken känsla bilden ger, är den neutral, positiv eller negativ för den eller de partiledare som är motiv? När jag har tittat på vad bilden ger för känsla utan rubriker så värdet ofta styrts av deras ansiktsuttryck. En partiledare som ler eller skrattar ger ofta ett positivt värde medan en partiledare som gör en grimas kan ge ett negativt värde. Neutralt har det ofta blivit när bilden inte ger någon speciellt känsla, allt som oftast när partiledaren ser vanlig ut. När det gäller känsla med rubrik handlar det snarast om vad rubriken innebär för personen på bilden och alltså samtidigt om huruvida just den här rapporteringen är positiv eller negativ. Negativa rubriker kan till exempel vara "Rekordraset" (negativ rapportering för partiledaren på bild som raset gäller) eller "Sahlins miljardmisstag". Bilder som har fått positiva värden kan ha rubriker som "Alliansen får egen majoritet" (om någon från alliansen är på bilden, är Sahlins på bilden blir värdet negativt) "knapp ledning för rödgröna" (om bilden föreställer någon av de rödgröna). För den här variabeln finns också värdet Vet ej. Det innebär att jag inte kan avgöra om rubriken är positiv eller negativ och fortfarande vara objektiv. Till exempel kan det handla om en rubrik som berättar att Alliansen vill sänka skatterna igen- det kan jag inte koda utan att lägga in en egen värdering så då blir värdet Vet ej. Samma sak gäller i en rubrik som är "Så bra var Mona igår" och en bild på henne under en tv-intervju. Själva rubriken säger ingenting om huruvida hon var bra eller dålig så den får också värdet Vet ej.

Kort sagt kan man säga att jag har gjort allt som står i min makt för att mina egna värderingar, åsikter och erfarenheter ska påverka resultatet så lite som möjligt. Och om de ändå har gjort det på något sätt så hoppas jag att jag nu har gett en insikt i hur det i så fall kan ha gått till och vid vilka resultat man ska komma ihåg att variabeln är av tolkande natur. Samtidigt vill jag inte underminera mina resultat utan påstå att jag genomfört den här undersökningen på ett sådant sätt så att resultaten är riktiga- oavsett vilka politiska åsikter jag själv har. För att försäkra mig om att mitt kodschema skapat tillräckligt hög reabilitet så har jag låtit en annan person med andra politiska sympatier

än jag koda 30 bilder. Efter en noggrann genomgång av hur kodschemat fungerar fick vi precis samma resultat med undantag av en bild på Reinfeldt där jag kodat hans ansiktsuttryck som *vanlig* men som han kodade som *allvarlig*. Det visar dels att det kan finnas mindre brister i just de tolkande variablerna, men det visar också på en väldigt liten felmarginal med bara ett värde som differerade.

RESULTAT

I detta kapitel presenteras resultaten av min undersökning i form av tabeller. Först kommer en rubrik som sammanfattar vad tabellen handlar om, sedan kommer själva tabellen. Efter det följer en presentation av just den tabellen samt de resultat jag anser är extra viktiga att lyfta fram. Min förhoppning är dock att man som läsare av denna uppsats på egen hand ögnar igenom alla tabeller själv och inte förlitar sig på mina beskrivningar för att få en fullständig bild av resultatet. Innehållet i samtliga tabeller är presenterat i bokstavsordning.

HUR OFTA FÖREKOMMER PARTILEDARNA PÅ BILD?

MOTIV										
Partiledare	AB	AB %	DN	DN %	EXP	EXP %	SvD	SvD %	Totalt	Total %
Björklund	40	12%	16	17%	30	10%	30	21%	116	13%
Eriksson	13	4%	10	11%	13	4%	13	9%	49	5%
Hägglund	35	10%	17	18%	25	8%	22	15%	99	11%
Ohly	40	12%	16	17%	35	11%	32	22%	123	14%
Olofsson	44	13%	17	18%	36	12%	35	24%	132	15%
Reinfeldt	104	30%	26	27%	85	28%	35	24%	250	28%
Sahlin	108	31%	34	36%	96	31%	53	37%	291	33%
Wetterstrand	41	12%	5	5%	39	13%	26	18%	111	12%
Åkesson	10	3%	2	2%	28	9%	6	4%	46	5%

Tabell 1- baserad på samtliga 891 bilder.

Tabellen Motiv visar hur ofta de olika partiledarna förekommer på bild i de olika tidningarna samt procenttalen för detsamma. Genom att titta på vilka partiledare som förekommer ofta på bilder kan man till exempel se hur tidningarna värderar de olika ledarna. Man kan också se, kanske framförallt i kvällspressen, vilka partiledare som anses sälja bäst. Eftersom den här tabellen utgår från alla bilder så är cirka ett hundratal bilder där fler än en partiledare är med.

Ur denna tabell kan följande utläsas: Mona Sahlin är den partiledare som förekommer på flest bilder, 291 stycken för att vara exakt, både i de enskilda tidningarna och

sammantaget. Med en total på 33 procent ligger hon högst i listan, över till exempel Fredrik Reinfeldt som förekommer på 28 procent av bilderna. Att det är just de två som är med på flest bilder är ingen överraskning då man kan säga att de var huvudpersoner under det här valet, som ledare för de två störta partierna.

Tabellen visar också, framförallt på Sahlins siffror men även på flera andras, att de två dagstidningarna samt de två kvällstidningarna ligger närmre varandra i procentresultaten än de gör de tidningar som kommer ut en annan tid på dygnet. Om vi fortsätter med Sahlin som exempel förekommer hon i 31 procent av bilderna både hos *Aftonbladet* och i *Expressen* som ju båda är kvällstidningar. I dagstidningarna förekommer hon 36 procent respektive 37 procent. De båda dagstidningarna har alltså dryga fem procent fler bilder på Sahlin än vad kvällspressen har. Ett liknande mönster går att se hos flera av de andra partiledarna. Detta förstärker den redan vedertagna bilden av att dags- och kvällspress skiljer sig åt, när det gäller till exempel nyhetsvärdering.

Man skulle enligt denna tabell kunna dela in partiledarna i tre olika grupper beroende på deras förekomst i bildrapporteringen. Denna indelning förstärks även i flera av de kommande tabellerna.

- I grupp nummer ett finns Mona Sahlin och Fredrik Reinfeldt som är i en klass för sig med ca 30 procent var.
- I grupp två placeras Maud Olofsson, Lars Ohly, Jan Björklund, Maria Wetterstrand och Göran Hägglund på mellan 15- och 11 procent.
- I grupp tre hittar vi Peter Eriksson och Jimmie Åkesson på fem procent var. På Erikssons siffror kan man också se tydliga likheter och skillnader för kvälls- och dagspress. I *Aftonbladet* och *Expressen* förekommer han på endast fyra procent av bilderna medan hans procentsats är drygt den dubbla hos de båda dagstidningarna. Generellt är bildrapporteringen av Jimmie Åkesson låg men som tabellen visar så sticker *Expressen* ut genom att ha 28 av de 46 bilder där Åkesson förekommer. Det motsvarar nio procent av *Expressens* egen bevakning (hos de andra tidningarna är det procenttalet ungefär hälften så stort) och mer än 60 procent av de fyra tidningarnas gemensamma bildbevakning av honom.

VEM ÄR DOMINERANDE LEDARE PÅ BILDEN?

DOM LEDARE	AB	AB %	DN	DN %	EXP	EXP %	SvD	SvD%	Totalt	Total %
Björklund	28	8%	7	7%	17	6%	12	8%	64	7%
Eriksson	3	1%	6	6%	7	2%	2	1%	18	2%
Hägglund	25	7%	7	7%	15	5%	6	4%	53	6%
Ingen	31	9%	15	16%	35	11%	31	21%	112	13%
Ohly	27	8%	7	7%	19	6%	13	9%	66	7%
Olofsson	28	8%	7	7%	21	7%	16	11%	72	8%
Reinfeldt	85	25%	17	18%	68	22%	16	11%	186	21%
Sahlin	87	25%	27	28%	74	24%	34	23%	222	25%
Wetterstrand	20	6%	0	0%	22	7%	10	7%	52	6%
Åkesson	10	3%	2	2%	29	9%	5	3%	46	5%
Totalt	344	100%	95	100%	307	100%	145	100%	891	100%

Tabell två- baserad på samtliga 891 bilder.

Tabellen Dominerande ledare visar just vem som dominerar bilden. Inledningsvis var tanken med den här tabellen att få fram om det finns någon eller några partiledare som görs viktigare, mer framträdande eller dominerande på bilder där flera är med. Det blev slutligen, förutom det, även ett bra material att räkna med när jag skulle ta fram de andra tabellerna. Medräknade i tabellen finns alltså både de bilder som visar en ensam partiledare samt de bilder där flera är med. När dominerande ledare står som Ingen så innebär det helt enkelt att ingen dominerande ledare funnits på en bild med flera partiledare. Observera att totalen som är räknad på här alltså är inklusive de bilder där ingen dominerande ledare finns.

Denna tabell står som grund för flera andra tabeller som förekommer i den här undersökningen, men då utan de bilder som inte har någon dominerande ledare. Den här tabellen går att använda som bas för andra på grund av att den visar samma mönster som den föregående tabellen Motiv och därför är representativ för alla bilder.

Det första vi kan se i den här tabellen är antalet bilder som finns i den här undersökningen samt hur de fördelas på de olika tidningarna. *Aftonbladet* har 344 bilder på partiledare under den givna månaden, *Dagens Nyheter* har 95, *Expressen* 307 och *Svenska Dagbladet* 145. Sammanlagt blir detta 891 bilder. Den största skillnaden mellan

tidningarna som den här tabellen visar är just antal publicerade bilder då vi kan se att DN har publicerat mycket färre bilder än de andra tidningarna. DN sticker ut på flera sätt då de inte heller har en enda bild där Maria Wetterstrand är dominerande ledare, vilket också innebär att de inte ha en enda bild på bara henne. Annars är deras bilder ganska jämt fördelade över de olika partiledarna med undantag för Sahlin och Reinfeldt, Sahlin är dominerande ledare på hela 28 procent av *Dagens Nyheters* bilder, jämfört med Reinfeldts 18 procent. De övriga tidningarna följer mönstret med Sahlin och Reinfeldt i topp på ganska lika nivåer.

VILKA STORLEKAR PÅ BILD FÖREKOMMER DE OLIKA PARTILEDARNA PÅ OCH I VILKEN UTSTRÄCKNING

BILDSTORLEK	Helu	%	Halvu	%	Hel	%	Halv	%	Mellan	%	Liten	%	Totalt
Reinfeldt			24	13%	4	2%	23	12%	78	42%	57	31%	186
AB			16	19%	1	1%	9	11%	40	47%	19	22%	85
DN					1	6%	3	18%	3	18%	10	59%	17
EXP			8	12%	2	3%	10	15%	26	38%	22	32%	68
SvD							1	6%	9	56%	6	38%	16
Sahlin	1	0%	22	10%	10	5%	33	15%	89	40%	67	30%	222
AB			14	16%	3	3%	10	11%	33	38%	27	31%	87
DN			1	4%	1	4%	4	15%	6	22%	15	56%	27
EXP	1	1%	7	9%	5	7%	12	16%	32	43%	17	23%	74
SvD					1	3%	7	21%	18	53%	8	24%	34
Total alla bilder	1	0%	66	8%	32	4%	94	12%	314	40%	277	36%	779

Tabell tre- baserad på tabell två; Dominerande ledare.

Tabellen Bildstorlek (för fullständig tabell se bilaga, tabell 14)) visar hur ofta partiledarna förekommer i olika bildstorlekar. "Total alla bilder" innebär att den totalen är räknad på alla bilder från tabellen Dominerande ledare. Även i den här tabellen kan man se tecken på hur partiledarna värderas av tidningarna, då en större bild till exempel i regel har större genomslag. Jag har delat upp bilderna i sex storlekar (för mer information om variabler och variabelvärden se avsnitt om kodschema). Förkortningarna i tabellens variabler betyder följande: Helu i tabellen står för Heluppslag, Halvu står för Halvuppslag, Hel står för Helsida och Halv står för Halvsida.

I den här tabellen kan vi se att den sammantaget vanligaste storleken på bild är Mellan, med 40 procent. Tätt efter på 36 procent kommer bilder i storleken Liten. Detta kan förklaras med att det publicerats ganska många små porträttbilder, ibland flera på varje sida för att till exempel illustrera var partiledarna står i olika frågor.

Den som tycks ha dragit det kortaste strået när det gäller faktiskt utrymme är Peter Eriksson, men hela 67 procent av sina bilder i storleken Liten. Men det mest intressanta i den här tabellen är skillnaderna mellan Mona Sahlin och Fredrik Reinfeldt, varför just deras siffror presenteras i tabellen ovan. Om man tittar på de större storlekarna på bilder, som jag räknar med har större genomslag, så har Sahlin fler än Reinfeldt med tio mot fyra bilder i storlek helsida och 33 mot 23 bilder i storlek halvsida. Ju större bild desto större är sannolikheten att bilden och resten av artikeln får genomslag. Detta kan förstärka både positiv men också negativ rapportering.

I vilken utsträckning förekommer partiledarna på framsidan eller insidan av tidningen?

PLACERING TIDNINGAR	Framsida	Framsida %	Insida	Insida %	Totalt
Aftonbladet	23	7%	290	93%	313
Dagens Nyheter	16	20%	64	80%	80
Expressen	35	13%	237	87%	272
Svenska Dagbladet	7	6%	107	94%	114
Totalt	81	10%	698	90%	779

Tabell fyra- baserad på Tabell 15; Placering

Tabellen Placering tidningar visar vart bilderna är placerade i de olika tidningarna- på framsidan eller på insidan. Att hamna på framsidan på en tidning innebär ju att man har ett högt nyhetsvärde, samt att många av de som inte köper och läser tidningen ändå ser bilden.

Man kan se att kvällstidningarna är de som har högst antal bilder på framsidan. Men något överraskande är det *Dagens Nyheter* och alltså en morgontidning som har högst procent bilder på framsidan. *DN* är ju också den tidning som har absolut lägst antal

bilder publicerade. Möjligtvis kan man tänka sig att de inte rapporterar lika ofta, men slår på lite större när de väl gör det.

Tabellen Placering som finns med som bilaga (nr 15) är en fullständig tabell som visar vart alla olika partiledare placeras i alla tidningar. Även i den här tabellen så ligger Sahlin på sätt och vis i topp med 28 bilder på framsidan, jämfört till exempel med Reinfeldts 21. Men den som procentuellt sett har syntts oftast på framsidan är Lars Ohly, bland annat på grund av tacksamma uttalanden som att män kan amma med bröstpump och att han friade till sin sambo i direktsändning. De andra partiledarna verkar inte vara lika bra förstasidostoff, med mellan två och sex bilder på första sidan.

PLACERING BLOCKEN	Framsida	Framsida %	Inside	Inside %	Totalt
Alliansen	30	8%	345	92%	375
Aftonbladet	9	5%	157	95%	166
Dagens Nyheter	6	16%	32	84%	38
Expressen	11	9%	110	91%	121
Svenska Dagbladet	4	8%	46	92%	50
Rödgröna	46	13%	312	87%	358
Aftonbladet	14	10%	123	90%	137
Dagens Nyheter	10	25%	30	75%	40
Expressen	19	16%	103	84%	122
Svenska Dagbladet	3	5%	56	95%	59
Totalt	76	10%	657	90%	733

Tabell fem- baserad på tabell 15; Placering- men utan bilder på Åkesson

Tabellen Placering blocken visar hur de sammanlagda bilderna inom de två blocken fördelat sig på framsida och insida. Bilder på Jimmie Åkesson finns inte med eftersom han inte är med i något partiöverskridande samarbete.

Den här tabellen visar att de Rödgröna får mer utrymme på framsidan än vad Alliansen får. Det är *Aftonbladet*, *Dagens Nyheter* och framförallt *Expressen* som bidrar till detta, *SvD* har i stort sätt samma låga antal bilder på framsidan för båda blocken. Det kan vara så att det här resultatet har med någon form av nyhetsvärdering att göra, alltså att man bedömer att partiledare från det rödgröna samarbetet drar fler läsare från framsidan.

Alternativt har de Rödgröna hittat på fler saker som passar för en framsida. Hur som helst så kan det spela en viss roll för hur man uppfattar partiledarna, eftersom man i många fall bara behöver gå förbi en affär för att exponeras för bilderna och rubrikerna på tidningarnas förstasidor.

I vilket perspektiv eller ur vilken synvinkel är bilderna tagna och i vilken utsträckning?

PERSPEKTIV URVAL	Fågel	Fågel %	Grod	Grod %	Normal	Normal %	Totalt
Reinfeldt	5	3%	12	6%	169	91%	186
Aftonbladet	3	4%	3	4%	79	93%	85
Dagens Nyheter			5	29%	12	71%	17
Expressen	2	3%	3	4%	63	93%	68
Svenska Dagbladet			1	6%	15	94%	16
Sahlin	8	4%	19	9%	195	88%	222
Aftonbladet			5	6%	82	94%	87
Dagens Nyheter	1	4%	5	19%	21	78%	27
Expressen	5	7%	4	5%	65	88%	74
Svenska Dagbladet	2	6%	5	15%	27	79%	34
Åkesson			7	15%	39	85%	46
Aftonbladet					10	100%	10
Dagens Nyheter			1	50%	1	50%	2
Expressen			4	14%	25	86%	29
Svenska Dagbladet			2	40%	3	60%	5
Totalsumma	24	3%	58	7%	697	89%	779

Tabell sex- delar av tabellen16; Perspektiv

Tabellen Perspektiv urval visar huruvida bilden är tagen uppifrån, nerifrån eller framifrån (för fullständig tabell se bilaga tabell 16)). Enligt semiotiska teorier kan perspektivet i en bild betyda mycket för hur betraktaren tolkar den. En person som blir fotad underifrån ser ofta större och mer respektingivande ut, medan en person som fotas ovanifrån kan se liten och rädd ut, men detta kräver i regel också passande ansiktsuttryck och kroppsspråk för full effekt. I den här rapporteringen kanske det snarare handlar om att få fram bra bilder tagna i lite annorlunda och intressanta vinklar. Det kan också vara mer eller mindre smickrande för olika personer att fotograferas i olika vinklar, vilket medierna kan utnyttja om de vill.

Om man ser till alla bilder på samtliga partiledare är endast tio procent av bilderna tagna ur något annat än ett normalt perspektiv. Några är tagna ur en viss vinkel av en

slump, till exempel har man hållit upp kameran ovanför en folkmassa för att få en bild. Andra är tagna ur en viss vinkel som en del av en genomtänkt bild med ett speciellt syfte. Peter Eriksson, som har förhållandevis låg procent i flera tabeller, är den enda som bara har fotats i normal vinkel. Detta skulle kunna tyda på att han inte är tillräckligt intressant eller värderas tillräckligt högt nyhetsmässigt för att göra intressantare bilder på. Återigen har Mona Sahlin flest bilder, den här gången flest bilder tagna ur ett grodperspektiv med nitton stycken. Eftersom den siffran sticker ut i jämförelse med de andra partiledarna kan man fråga sig om det finns någonting med Mona Sahlin som gör just grodperspektivet extra intressant. I övrigt kan man se att Jimmie Åkesson har högst procent på grodperspektivet med sina 15 procent.

I VILKEN MILJÖ BEFINNER SIG PARTILEDARNA PÅ BILDEN OCH I VILKEN UTSTRÄCKNING?

MILJÖ URVAL	Turné	Turné %	Tv	Tv%	Totalt
Reinfeldt	26	14%	23	12%	186
AB	10	12%	12	14%	85
DN	5	29%	0	0%	17
EXP	8	12%	10	15%	68
SvD	3	19%	1	6%	16
Sahlin	57	26%	12	5%	222
AB	16	18%	8	9%	87
DN	11	41%	0	0%	27
EXP	16	22%	4	5%	74
SvD	14	41%	0	0%	34
Totalt alla bilder	117	15%	97	12%	779

Tabell sju- delar av tabell 17 och 18; Miljö

Tabellen Miljö som tabellen ovan är baserad på visar vilka partiledare som tidningarna har valt att följa lite noggrannare under valrörelsen, det är de som har bilder i många olika miljöer. Man kan samtidigt se, återigen, vilka partiledare som anses mindre intressanta. Här kan man även fundera på om den miljö partiledarna befinner sig i kan påverka hur man som läsare uppfattar bilden. En bild tagen i hemmiljö kanske ger en annan känsla än en bild från ett internt partimöte? Förkortningarna i den fullständiga tabellen betyder följande: Mont står för Montage, Press står för Presskonferens, Arbete står för Arbetsplatsbesök, Partimiljö står för Intern partimiljö och Hem står för hemmamiljö. Även denna tabell är baserad på tabellen om dominerande ledare. På

grund av antalet variabler får inte antalet bilder och procenttalet plats i samma tabell, varför de visas i två separata tabeller, se bilaga.

Tabellen ovan visar den mest markanta skillnaden i den fullständiga tabellen, nämligen att Reinfeldt förekommer oftare på bilder i TV-miljö medan Sahlin förekommer oftare på bilder i turné-miljö. Det är en markant skillnad för de båda partiledarna och man kan fundera på varför. Kan det vara så att Sahlin haft mer bevakning på sin turné? Troligtvis har de varit på turné ungefär lika mycket och gissningsvis har inte Reinfeldt fått så mycket mer tv-tid än Sahlin.

Den fullständiga tabellen Miljö visar att det i majoriteten av bilderna, eller närmare bestämt 42 procent, inte går att avgöra vilken miljö partiledarna befinner sig i. Det kan då handla om till exempel porträttbilder eller bilder tagna på så nära håll så att det inte går att se miljön i bakgrunden. Näst högst procent har variabelvärdet Övrigt, vilket i stort sätt innebär alla miljöer som inte finns representerade som ett eget värde i tabellen (för mer information om variabler och variabelvärden se avsnittet om kodschemat). Efter de två mindre intressanta posterna kommer Turné på 15 procent tätt följt av Tv på 12 procent. Tabellen indikerar att Reinfeldt och återigen främst Sahlin är de två som har varit flitigast i turnésammanhang, i alla fall på bild. Olofsson, Wetterstrand och Eriksson är annars de som fotats minst på turné, istället har man antingen lånat bilder från tv-kanaler på dem eller varit på plats och fotat under tv-sändningar. *Dagens Nyheter* tycks vara den tidning som föredrar bilder från turnéer mest, förutom när det gäller Åkesson, och Wetterstrand som fortfarande inte finns med i tabellen på grund av att *DN* inte har henne som dominerande ledare på någon bild. Ännu en gång sticker Eriksson ut, den här gången för att han den som har absolut minst antal bilder där det går att se vart han befinner sig. Det kan tyckas ointressant men hur en bild uppfattas handlar ju delvis om viken miljö den utspelar sig i. Dessutom ger avsaknaden av bilder från valturnéer känslan av att Eriksson kanske inte varit delaktig på samma sätt som de andra partiledarna.

PÅ VILKEN TYP AV BILDER FÖREKOMMER PARTILEDARNA OCH I VILKEN UTSTRÄCKNING?

TYP AV BILD URVAL	Rep	Rep %	Porträtt	Porträtt %	Totalt
Åkesson	27	59%	10	22%	46
AB	5	50%	3	30%	10
DN	0	0%	1	50%	2
EXP	18	62%	6	21%	29
SvD	4	80%	0	0%	5
Totalt alla bilder	263	34%	264	34%	779

Tabell åtta- del av tabell 19 och 20; Typ av bild

Tabellen Typ av bild urval visar alltså två typer av bilder som Jimmie Åkesson är med på. Fullständig tabell med alla partiledare och samtliga miljöer finns, se bilaga. Tabellen ovan illustrerar alltså det mest intressanta ur tabellen Typ av bild. Det är framförallt Åkesson som sticker ut då han nästan bara förekommer i reportage- eller porträttbilder. Detta beror som man kan se till stor del på *Expressen*, som antagligen haft en eller flera reportrar som följt Åkesson. Avsaknaden av bilder från till exempel presskonferenser och intervjusituationer kan förklaras med att få tidningar gjorde några intervjuer med Åkesson eller närvarade vid eventuella presskonferenser han gav.

En typisk bild på Åkesson är ofta tagen ur ett grodperspektiv, vilket möjligen kan göra att han ger ett lite mer skrämmande intryck. Ofta är det som sagt en reportagebild där han är ute och gör någonting uppseendeväckande, som när han presenterade den så kallade Våldtäktsrapporten. Man kan tänka sig att Åkesson gör sådana här utspel som han vet kommer att få uppmärksamhet delvis för att få utrymme i pressen, de verkar ju annars ha varit ganska ense om att inte rapportera så mycket om honom och Sverigedemokraterna.

I den fullständiga tabellen Typ av bild kan man se vilka partiledare som varit värda att följa med för tidningarna. Förkortningarna betyder följande: Rep står för reportage, Arr står för arrangerat, Mont står för montage och Press står för presskonferens. På grund av antalet variabler får inte antalet bilder och procenttalen plats i samma tabell utan de presenteras i två skilda tabeller, se bilaga. Den vanligaste typen av bild som används är Reportage och Porträtt med sina 34 procent. Porträttbilder används flitigt i flera olika

sammanhang, till exempel när man vill berätta något som hänt en partiledare men inte varit på plats, när man gör en liten artikel eller som en del av grafiken. Porträttbilderna är ofta små men inte utan betydelse eftersom de förekommer så ofta. Efter Jimmie Åkesson med 59 procent är Maria Wetterstrand den som syns oftast i porträttform med 56 procent av sina bilder. Faktum är att alla partiledare har sin största andel bilder som porträtt, undantaget Mona Sahlin och Fredrik Reinfeldt. Sahlin har 43 procent reportagebilder och Reinfeldt 37 procent. Detta visar återigen att de två var de viktigaste partiledarna i det här valet, eftersom tidningarna valt att följa dem mest. Man kan också se att det är Reinfeldt och Sahlin som får vara mer på flest olika typer av bilder. Till exempel Eriksson förekommer bara i tre olika varianter av bilder. Sammantaget är 14 procent av bilderna tagna vid en intervju, det procenttalet dras ner något av Åkessons fyra procent. Det förstärker bilden som redan kommit att förknippas med den här valrörelsen, nämligen att medierna till stor del undvikit att möta Jimmie Åkesson.

VAD GER BILDERNA MED ELLER UTAN RUBRIK FÖR KÄNSLA?

KÄNSLA BARA BILD URVAL	Negativ	Neg %	Neutral	Neu %	Positiv	Pos %	Totalt
Reinfeldt	10	5%	80	43%	96	52%	186
Aftonbladet	7	8%	34	40%	44	52%	85
Dagens Nyheter	0	0	6	35%	11	65%	17
Expressen	3	4%	33	49%	32	47%	68
Svenska Dagbladet	0	0	7	44%	9	56%	16
Sahlin	16	7%	108	49%	98	44%	222
Aftonbladet	10	11%	36	41%	41	47%	87
Dagens Nyheter	0	0	5	19%	22	81%	27
Expressen	5	7%	46	62%	23	31%	74
Svenska Dagbladet	1	3%	21	62%	12	35%	34
Ohly	1	2%	25	38%	40	61%	66
Aftonbladet	1	4%	7	26%	19	70%	27
Dagens Nyheter	0	0	1	14%	6	86%	7
Expressen	0	0	12	63%	7	37%	19
Svenska Dagbladet	0	0	5	38%	8	62%	13
Totalt alla bilder	44	6%	358	46%	377	48%	779

Tabell nio- delar av tabell 21;Känsla bara bild

Tabellen Känsla bara bild urval innehåller det mest intressanta i den fullständiga tabellen Känsla bara bild (se bilaga). Resultatet visar att det är Lars Ohly som har högst andel bilder som ger en positiv känsla, med 61 procent. Man kan också se en skillnad

mellan Fredrik Reinfeldt och Mona Sahlin där Sahlin har tio procent mindre positiva bilder och något högre andel negativa bilder. I den fullständiga versionen av den här tabellen kan man se att det är främst kvällstidningarna som publicerat bilder med en negativ känsla.

Generellt sett så kan man säga att jag har upplevt bilderna som positiva om partiledaren ler eller skrattar. Men det kan också bero på andra saker; ibland kan en bild på Reinfeldt fått värdet positivt inte så mycket på grund av hans uttryck utan till exempel för att Filippa Reinfeldt är med och ger ett så glatt och trevligt intryck. Eftersom de två är gifta så smittar liksom Filippas energi av sig på Fredrik och bilden i allmänhet.

Tabellen Känsla bara bild som är en fullständig version av tabellen ovan visar vilken känsla bilden ger, om man inte tittar på rubrik och övrig layout utan bara på bilden. I många fall kan det handla om något så enkelt som om personen på bilden ler eller inte. Jag tror att den här känslan kan vara viktig för hur man bör förstå tidningarnas gestaltning av partiledarna. Även om det till stor del är layoutens helhet som har möjlighet att ge olika intryck till läsaren så ska man inte underskatta bildens makt. Den här tabellen ger också en möjlighet att göra en jämförelse med nästa tabell som visar vilken känsla bilden ger med rubrik och underrubrik. Gestaltas rubriken och underrubrikens värdeladdning i bilden, alltså ger bilden ensam en negativ "känsla" i de artiklar som har negativa rubriker och underrubriker? Eller är rubriker och bilder frikopplade från varandra? Observera att resultatet i tabellen främst representerar min upplevelse av bilden. För mer information om hur jag har värderat bilderna, se avsnitt om kodschemat.

Förkortningarna i tabellen Känsla bara bild betyder följande: Neg står för Negativ, Neu står för Neutral och Pos står för Positiv. Den här tabellen visar förutom det som presenteras i tabellen ovan att den som har lägst procent positiva bilder är Jimmie Åkesson, föga förvånande. En sådan kontroversiell partiledare kanske man aktar sig extra för att framställa positivt. Generellt sätt har de andra partiledarna flest positiva bilder, undantaget Björklund och Sahlin.

KÄNSLA MED LAYOUT URVAL	Negativ	Neg%	Neutral	Neu%	Positiv	Pos%	Vet ej	Vet ej%	Totalt
Reinfeldt	18	10%	89	48%	32	17%	47	25%	186
Aftonbladet	9	11%	51	60%	5	6%	20	24%	85
Dagens Nyheter			7	41%	2	12%	8	47%	17
Expressen	8	12%	21	31%	24	35%	15	22%	68
Svenska Dagbladet	1	6%	10	63%	1	6%	4	25%	16
Sahlin	56	25%	87	39%	33	15%	46	21%	222
Aftonbladet	16	18%	37	43%	19	22%	15	17%	87
Dagens Nyheter			10	37%	4	15%	13	48%	27
Expressen	36	49%	17	23%	7	9%	14	19%	74
Svenska Dagbladet	4	12%	23	68%	3	9%	4	12%	34
Totalt alla bilder	141	18%	322	41%	106	14%	210	27%	779

Tabell tio- delar av tabell 22; Känsla med layout.

Tabellen Känsla med layout urval visar vilken känsla bilden, rubriken och underrubriken ger tillsammans för Mona Sahlin och Fredrik Reinfeldt. I den fullständiga tabellen kan man se om tidningarna generellt rapporterar positivt, neutralt eller negativt samt hur siffrorna ser ut för de övriga partiledare (se bilaga). Även denna tabell grundar sig på mina bedömningar av rubriker och underrubriken. För mer information om hur bedömningarna gått till se avsnittet om kodschema.

I den fullständiga versionen kan man snabbt och inte så förvånande konstatera att Jimmie Åkesson är föremål för den största andelen negativ rapportering. Men efter honom kommer Mona Sahlin med 25 procent negativa rubriker, vilket illustreras i tabellen ovan. Vid jämförelse med Reinfeldts siffror på 10 procent är det ganska anmärkningsvärt. Man kan också se att det främst är *Expressen* som rapporterar negativt om Sahlin, medan *Dagens Nyheter* inte har en enda negativ rubrik om någon. Man kan samtidigt se att *Expressen* har en positiv rapportering om Fredrik Reinfeldt på 35 procent men bara 9 procent för Sahlin, vilket oundvikligen visar på en tidning som är öppet partisk. Man skulle kunna tänka sig att det helt enkelt är så att Sahlin har gjort fler saker som förtjänar negativ uppmärksamhet. Men då ska man komma ihåg att alla tidningar följer samma flöde av händelser och man väljer att rapportera om olika saker, eller rapportera om samma sak på olika sätt. Att skriva negativa rubriker är ett aktivt val som man uppenbarligen- se på *DN*- kan klara sig utan om man vill. Överlag är *Expressen* också den tidning som har mest negativ rapportering sammanlagt.

Vid en första anblick av den fullständiga tabellen Känsla med layout och i jämförelse med den fullständiga tabellen Känsla bara bild så kan man konstatera att bilderna och rubrikerna inte alls måste ge samma känsla, då resultaten av tabellerna skiljer sig till stor del. Föregående tabell som visade vilken känsla endast bilden gav visade siffror, sammanlagda från alla tidningar, som 48 procent positiva, 46 procent neutrala och 6 procent negativa. I den här tabellen där layouten har störst betydelse ser siffrorna helt annorlunda ut. Endast 14 procent positiva, 41 procent neutrala och 18 procent negativa. Det innebär att det inte måste finnas något naturligt samband när det gäller positiva och negativa känslor hos bilden och rubriken.

VAD HAR PARTILEDARNA FÖR ANSIKTSUTTRYCK OCH I VILKEN UTSTRÄCKNING?

Sahlin	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Skrattar	%	Grimas	%	Rygg	%	Totalt
AB	37	34%	45	42%	13	12%	4	4%	6	6%	4	4%	108
EXP	40	42%	30	31%	14	15%	3	3%	6	6%	2	2%	96
DN	13	38%	17	50%	0	0%	3	9%	0	0%	1	3%	34
SvD	19	36%	20	38%	1	2%	1	2%	3	6%	9	17%	53
Totalt	109	37%	112	38%	28	10%	11	4%	15	5%	16	5%	291

Tabell elva- baserad på alla 891 bilder

Tabellen Sahlin visar hur Mona Sahlin ser ut på bilden eller snarare vad hon har för ansiktsuttryck. Vilket uttryck motivet har spelar förstås en avgörande roll för hur man uppfattar bilden och personen på bilden. Nedan följer också en sådan här tabell för Reinfeldt och Olofsson som får svara för exemplen den här gången. Motsvarande tabeller för övriga partiledare finns som bilaga (se tabell 23-26). I de här tabellerna är alla 891 bilder medräknade, alltså även de bilder där fler än en partiledare finns med.

I den här tabellen som handlar om Mona Sahlin kan man se att hon i nästan 80 procent av bilderna ler eller ser vanlig ut. I tio procent av bilderna ser hon allvarlig ut och i fyra procent skrattar hon. På 15 av bilderna, motsvarande fem procent, gör hon en grimas. *Dagens Nyheter* sticker ut lite grann med tanke på att de inte har en enda bild där hon gör en grimas eller ser allvarlig ut, samt att de har störst andel bilder där Sahlin ler, 50 procent. Dessa siffror kan verka intetsägande, men det är i jämförelse med de andra partiledarna som de här tabellerna säger någonting om huruvida tidningarna gestaltar partiledarna olika.

Reinfeldt	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Skrattar	%	Grimas	%	Rygg	%	Totalt
AB	39	38%	41	39%	15	14%	1	1%	4	4%	4	4%	104
EXP	30	35%	32	38%	14	16%	8	9%	1	1%	0	0%	85
DN	10	38%	12	46%	1	4%	1	4%	1	4%	1	4%	26
SvD	11	31%	11	31%	1	3%	5	14%	0	0%	7	20%	35
Totalt	90	36%	96	38%	31	12%	15	6%	6	2%	12	5%	250

Tabell tolv- baserad på alla 891 bilder.

Tabellen Reinfeldt visar liknande siffror som de för Sahlin. Här kan man dock se att det är kvällspressen som främst har bilder där Reinfeldt är allvarlig och att SvD har högst andel bilder där han skrattar. Annars är det inga stora skillnader på Sahlin och Reinfeldt. Detta förstärker resultatet från de föregående tabellerna Känsla bara bild och Känsla med layout – att det framförallt är rubrikerna som skapar den negativa känslan.

Olofsson	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Skrattar	%	Grimas	%	Rygg	%	Totalt
AB	16	36%	14	32%	7	16%	4	9%	2	5%	1	2%	44
EXP	14	40%	9	26%	5	14%	6	17%	1	3%	0	0%	35
DN	5	28%	8	44%	0	0%	5	28%	0	0%	0	0%	18
SvD	8	23%	13	37%	0	0%	8	23%	2	6%	4	11%	35
Totalt	43	33%	44	33%	12	9%	23	17%	5	4%	6	5%	132

Tabell tretton- baserad på alla 891 bilder.

Tabellen Olofsson får vara med här för att det är hon som får skratta överlägset mest på bild med sina 17 procent. Hon har också en högre procent bilder där hon är allvarlig om man jämför de andra småpartiernas ledare. På grund av den höga andelen bilder där hon skrattar, blir procentsatsen för bilder där hon ler eller ser vanlig ut lägre. Varför Olofsson så ofta skrattar är svårt att säga. Antingen passar det bra in i den "roll" som media vill ge henne, eller så är hon helt enkelt en person som har nära till skratt. Troligt är väl att det är en kombination av båda.

Tittar man på de här tabellerna för samtliga partiledare så kan man se att det inte är här de stora skillnaderna i rapporteringen ligger. Åkesson sticker ut lite grann för att han inte har lika många bilder där han ler eller skrattar som de andra, men om man bortser från den skrattande Olofsson är det annars inga betydande skillnader när det gäller ansiktsuttrycken.

ANALYS

För att försöka förklara och analysera varför bildrapporteringen såg ut som den gjorde och vad som kan ha styrt och påverkat tidningarnas gestaltning av partiledarna under valrörelsen 2010 har jag valt att använda mig av de teoretiska begreppen nyhetsvärdering och gestaltning. Denna analysdel av uppsatsen är indelad efter de teoretiska begrepp jag använder snarare än resultaten jag presenterat ovan, för att undvika upprepning.

NYHETSVÄRDERING

I nästan samtliga tabeller som presenterades under föregående kapitel sticker Mona Sahlin och Fredrik Reinfeldt ut bland de andra partiledarna. De har varit med på flest bilder, störst bilder, flest framsidor, fått mest varierande bildvinklar och så vidare. Sammantaget visar tabellerna tydligt att Sahlin och Reinfeldt varit i centrum för rapporteringen. De var under valrörelsen båda partiledare för det största partiet i sitt partisamarbete och både medier och allmänhet räknade nog med att det som vanligt skulle stå mellan Socialdemokraterna och Moderaterna. Men trots att de i många avseenden är lika så finns det skillnader i rapporteringen kring dem, till exempel så har det publicerats fler bilder på Mona Sahlin. Jesper Strömbäck skriver att viss mediekommunikation har som främsta syfte att vinna uppmärksamhet (2009:22). För medieföretag som är vinstdrivande är uppmärksamheten en förutsättning för att vinna annonsörer på den hårda annonsmarknaden. Det skulle kunna vara så att Mona Sahlin väcker mer uppmärksamhet än Fredrik Reinfeldt och att hon därför förekommer på fler bilder. Uppmärksamhet ger fler läsare vilket i sin tur ger fler annonsörer. Man kan dock fundera på vad det är med Sahlin som väcker större uppmärksamhet än Reinfeldt, samt huruvida den uppmärksamheten är positiv eller negativ för henne och Socialdemokraterna

Att väcka uppmärksamhet får antas vara sammankopplat med ett visst nyhetsvärde vilket kan vara en till anledning till fördelningen bland partiledarna i bildrapporteringen. De fyra tidningarna i den här undersökningen, och många andra

med dem, styrs till stor del av rådande nyhetsvärdering på just deras redaktion. Varje dag inträffar miljontals olika händelser i hundra olika länder och varje dag är det mediernas uppgift att sortera bland den information de får och välja vad som ska publiceras. Olika medier har en tendens att uppmärksamma ungefär samma händelser eller frågor (Strömbäck 2009: 167) och månaden innan valet står politikerna självklart högt upp på listan över vad som är nyheter. När det gäller den typ av rapportering som jag har undersökt är det rimligt att tro att nyhetsvärderingen på sätt och vis sträcker sig över en längre tid på ett annat sätt än vad den annars gör. Det innebär att man kanske inte värderar nyheter om Reinfeldt och Sahlin mot varandra dagligen utan att man som tidning har Sahlin som högst värderad under hela valrörelsen. Som jag nämnde tidigare kan man enligt Strömbäck ofta se att medier tenderar att göra ungefär samma nyhetsvärdering och därför uppmärksamma samma saker. Att de olika tidningarna värderar de olika partiledarna ganska likvärdigt i bildrapporteringen under denna valrörelse stärks av min undersökning.

Valet 2010 stod som sagt främst mellan Reinfeldt och Sahlin vilket med all säkerhet är den främsta anledningen till att de förekommer på flest bilder. Det finns en mängd studier som visar vilka olika kriterier som är mer eller mindre viktiga för att en nyhet ska ta sig igenom nyhetsurvalet och hamna i tidningen. Men Strömbäck skriver att det på en övergripande nivå handlar om två saker; att de är viktiga eller intressanta (2009: 169). Det intressanta handlar då om vad man tänker sig att publiken vill ha, alltså vad det är intresserade av. Här kan man säga att marknaden styr och efterfrågan står i centrum och att man tänker sig att medierna ska tillhandahålla sådana nyheter som läsarna är intresserade av. De viktiga nyheterna handlar om vad man tänker sig att publiken borde ta del av, alltså vad tidningarna tycker är viktigt för läsarna att veta. En kombination av dessa två nivåer kan vara en hållbar förklaring till varför bildrapporteringen sett ut som den gjort. Eftersom Sahlin och Reinfeldt har störst chans att vinna valet är det de som både är viktigast att granska för medierna och de som är intressantast för publiken att få veta mer om. Den stora andel Socialdemokrater som finns i Sverige vill se nyheter om sin partiledare Mona Sahlin och nyheter om hennes största konkurrent Fredrik Reinfeldt och vice versa.

Jag skulle vilja påstå att Reinfeldt och Sahlin antagligen ansågs vara ungefär lika viktiga i den här valrörelsen och att en stor del av rapporteringen styrts av det. De andra

partiledarnas fördelning skulle jag dock vilja hänvisa mer till ett nyhetsurval på grund av publikens intresse, med undantag för Åkesson. Det är till exempel tydligt att de flesta tidningarna, dock inte *Dagens Nyheter*, valt Maria Wetterstrand framför Peter Eriksson som symbol för Miljöpartiet. Trots att de har samma befattning inom partiet så förekommer Wetterstrand på mer än dubbelt så många bilder som Eriksson. Detta är antagligen ett resultat av vad allmänheten vill ha, alltså nyhetsurval på grund av intresse. Många undersökningar har visat att Wetterstrand ligger över Eriksson i popularitet bland väljarna. Här kan man också se en skillnad mellan dags- och kvällspress. Generellt sätt så kan man säga att kvällspressen utgår mer från intresse och dagspressen vid en jämförelse utgår mer från vikt. Detta för att de delvis söker sig till olika målgrupper men kanske framförallt för att kvällstidningarna får en stor del av sin inkomst via sålda lösnummer.

Teorierna om nyhetsurval via vikt eller intresse tror jag också kan förklara en del av gestaltningen av partiledarna. Vilken typ av bilder som publiceras anpassas antagligen, i alla fall till viss del, av vad publiken vill titta på (eller köper). Precis som slagfärdiga rubriker drar in en läsare kan också en bild som sticker ut göra detsamma. Medierna anpassar sig också till viss del efter den allmänna opinionen (Strömbäck 2009:54) vilket framförallt tycks ha påverkat rapporteringen av Jimmie Åkesson. En majoritet av den svenska befolkningen ville inte ha in Sverigedemokraterna i riksdagen, vilket också speglas i hur tillexempel Åkesson gestaltas. Han har överlägset lägst antal bilder där han ler, säkert ett resultat av att de flesta inte skulle uppskatta att han framställs som en svärmorsdröm med vitt leende och glimten i ögat.

I övrigt när det gäller rapporteringen av Jimmie Åkesson så verkar speciella regler gälla även här. Medierna tycks själva ha fattat något slags beslut om att Sverigedemokraterna inte är viktigt eller intressant för publiken att läsa om, eller kanske ett beslut om att bojkotta SD och därför inte ge dem så mycket plats? Enligt Strömbäck så reproducerar medierna den rådande hegemonin i samhället och allt för avvikande åsikter bör därför enligt många inte få den legitimitet som publiciteten kan ge dem. På så sätt kan man säga att medierna i sin rapportering om till exempel Sverigedemokraterna fungerar som "moralens väktare i samhället" (2009: 192). I den undersökning jag har gjort kan man se att *Expressen* avviker genom att ha många fler bilder på Jimmie Åkesson än de andra tidningarna. Troligtvis är detta ingen slump utan ett medvetet beslut taget av

redaktionsledningen. Kanske anser Expressen att man inte ska bojkotta partier, eller så har de sett en chans att vara den enda tidning som rapporterar om ett parti som en växande del av Sveriges befolkning är intresserade av vilket ger en möjlighet att sälja fler lösnummer.

Min undersökning visar att kvällspressen och dagspressen till viss del skiljer sig åt i rapporteringen. Det visar även andra undersökningar som till exempel Hot på agendanundersökningen, en innehållsanalys på 7000 nyhetsinslag och förstasideartiklar som genomfördes år 2007. Där kunde man se att morgontidningarna hade 10 % fler artiklar om ekonomi, politik och administration jämfört med kvällstidningarna. I kvällspressen handlade runt 38 % av artiklarna om underhållning, förströelse och sport, till skillnad från ca 20 % respektive 16 % i *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* (Strömbäck 2009:174). Under den valrörelse som den här uppsatsen grundar sig på har dock kvällstidningarna stått för den störta andelen publicerade bilder på partiledarna. Men som min, ovanstående och flera andra undersökningar visar så har kvällstidningarna ett speciellt sätt att rapportera nyheter, som passar deras format och målgrupp. Under valrörelsen blir på sätt och viss politikerna och deras företeelser underhållning,

Som exempel från min undersökning kan nämnas att kvällspressen har haft betydligt fler partiledare på framsidan, att de har haft med fler bilder som gett en negativ känsla både med och utan layout samt att de valt att publicera fler bilder på Åkesson. Detta kan bero på den medielogik som gäller för de olika tidningarna. Enligt teorin om medielogik styrs en tidnings innehåll främst av vad som passar dess format, normer, interna arbetsvillkor, dess organisation och dess behov av uppmärksamhet (Strömbäck 2009: 171). Det innebär alltså att medierna själva och deras behov snarare än verkligheten styr vad de rapporterar. Förutsättningar som styr kan till exempel vara beroende av den teknik man har, organisatoriska och institutionella faktorer, publiken som just den tidningen har, konkurrensen med andra tidningar och samspelet med politiska och ekonomiska aktörer. Man skulle kunna säga att det till viss del handlar om att medierna försöker hitta nyheter som passar den egna tidningen och alla villkor som gäller för just den. För att hantera att det finns så mycket information och så lite uppmärksamhet och utrymme har medierna utvecklat olika berättartekniker som är mer konkreta uttryck av medielogiken. Bland dessa hittar vi förenkling, stereotypisering, tillspetsning, förenkling, intensifiering med flera (Strömbäck 2009: 172), och flera av dessa begrepp

känner vi igen både från dagspress men kanske framförallt från kvällspressen. Sammanfattningsvis kan man därför säga att nyhetsvärderingen och nyhetsurvalet sker med hjälp av tre riktningar; intresse, vikt och mediernas egna format och behov.

Enligt Strömbäck kan man sammanfatta forskningen kring nyhetsvärdering i en rad slutsatser, som till viss del kan förklara bildrapporteringen som presenterats i denna uppsats. Jag har valt ut några att diskutera närmre som kan relateras till mina resultat.

- Ju större publikens intresse för, eller ju viktigare och mer relevant en möjlig nyhet antas vara, ju större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den (2009:173)

Detta kan som jag redan konstaterat förklara fördelningen av bilder på de olika partiledarna. Tillexempel är det nog snarast brist på intresse hos läsarna och inte vikt som gör att tidningarna föredrar Wetterstrand framför Eriksson

- Ju mer en nyhet handlar om kända, statusfyllda eller mäktiga personer, desto större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den (2009:173).

Återigen en förklaring till varför just Sahlin och Reinfeldt får mest plats i rapporteringen, de var troligen de mest kända och mäktigaste personerna under den här valrörelsen.

- Ju mer en möjlig nyhet kan rapporteras med hjälp av berättartekniker, desto större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den (2009:173).

I bildrapporteringens värld kan berättartekniker också handla om vilken vinkel man använder, eller att förstärka sitt budskap i texten med hjälp av bilden. Det är också tacksamt att få annorlunda bilder, som till exempel på en badande Maud Olofsson som publicerades i Aftonbladet.

- ”Ju mer en möjlig nyhet passar mediernas format, desto större är sannolikheten att medierna ska rapportera om den.” (2009:173).

Här kan det till exempel handla om att kvällspressen, som till större del än dagspressen använder sig av bilder som uttrycksmedel, till viss del anpassar sina nyheter efter var de har fått bra bilder. Kvällspressen arbetar ju också, enligt den här undersökningen, mer med negativ bildrapportering och rubriksättning, vilket innebär att de är på jakt efter nyheter och bilder som kan vinklas på ett negativt sätt.

- ”Ju mer kommersiella medierna är och ju större behov de har av att fånga en masspublik, desto större är sannolikheten att underhållningskriterier blir styrande för nyhetsurvalet och utformningen, och desto mindre är sannolikheten att relevans och saklighet blir styrande.” (2009:173).

Återigen en anledning till varför till exempel Expressen har så stor andel negativa bilder, med layout. Deras målgrupp tycker sannolikt att det är mer underhållande med negativ rapportering och bilder som inte alltid är så smickrande för motivet. Att det ska vara underhållande har också gjort att tyngre ämnen, som politik, gestaltas på ett annat sätt. Man kan till exempel ofta se att politisk journalistik gestaltat som sport och spel snarare än sakfrågor. Då handlar det om att gestalta politikerna som vinnare och förlorare i den politiska kampen om makt. Bra exempel på detta kan man se i några av de bildmontage och arrangerade bilder som tidningarna publicerat. Generellt sett är morgontidningarna mest benägna att gestalta politik som sak, medan kvällstidningarna är mer benägna att gestalta politik som spel. I min undersökning är det dock främst *Svenska Dagbladet* som använt sig av bildmontage.

GESTALTNING

Det finns enligt Strömbäck relativt lite forskning kring vad som påverkar och styr mediernas gestaltningar, men han antar att de påverkas av till exempel rådande nyhetsvärderingar, redaktionella rutiner, nyhetsideologi och uppfattningar om vad som är kommersiellt gångbart. Om man ska kunna undersöka förekomsten av olika gestaltningar är det viktigt att de så att säga är undersökningsbara, med särskilda karaktäristika som går att särskilja från andra (2009:126). Man skulle kunna se min undersökning som en liten databas som just har undersökt vilka typiska gestaltningar

som funnits i bildrapporteringen i samband med valrörelsen 2010. I det föregående kapitlet redovisade jag resultatet av denna undersökning och där kunde man också se vilka variabler jag använt och som i vissa fall kan ses som en typ av gestaltning. För att ta ett exempel är den generella gestaltningen av Jimmie Åkesson att inte gestalta honom med ett leende. För Maud Olofsson däremot är det populärt att gestalta henne skrattandes, vilket i förlängningen gör att man som läsare kanske ser på henne som en gladare person än till exempel Åkesson. Att Peter Eriksson inte fick lika stort utrymme som de andra partiledarna, varken i antal eller i till exempel storleken på bilder- tolv av hans arton bilder låg i kategorin Liten, visar genom den sortens gestaltning att han inte är lika intressant som många andra.

Egentligen kan man säga att allt tidningarna skriver är gestaltningar, av verkligheten. Även om det vore så att tidningarna hade som mål att spegla verkligheten är det omöjligt att göra det på rättvisande sätt. Dels finns det inte varken tid eller utrymme att berätta om allting som händer precis som det händer och dels skulle inte en tidning som inte redan är anpassad efter vår efterfrågan sälja speciellt bra. All kommunikation består av gestaltningar. När tidningarna kommunicerar med läsarna väljer de på många olika sätt, medvetet och omedvetet, hur verkligheten ska beskrivas och gestaltas.

Frågan är varför tidningarna gestaltar som de gör. Är det på grund av efterfrågan- att läsarna köper fler tidningar om nyheterna och bilderna är gestaltade på ett visst sätt? Eller är det bekvämlighet som gör att man ofta berättar om samma sak eller fotar samma person på samma sätt? Eller finns det någon del i gestaltningen som är medveten för att påverka läsarna åt ett visst håll? Enligt Entman, Matthes & Pellicano finns journalistiska gestaltungsramar på två nivåer: hos den enskilda journalisten och på redaktionen, då samma gestaltningar delas av alla journalister på plats. De menar också att det framförallt vid upprepad rapportering, som varje dag under en valrörelse, lätt kan bli så att journalister faller in i den gemensamma ram som finns (2009:180). På grund av detta är det troligare att en tidning fortsätter att rapportera på samma sätt under en längre tid. För den här undersökningen skulle det kunna vara en förklaring till varför tidningarna publicerat de bilder de har gjort. De kanske helt enkelt följer de ramar som funnits på redaktionen länge?

Intressant är också hur de olika partiledarna fått just sina gestaltningsramar. Partiledarna gestaltas ju på olika sätt, som i olika roller. Olofsson är den skrattande kvinnan i färgglada kläder, Åkesson är det skrämmande hotet mot det Sverige som vi har idag, Eriksson är en ointressant bakgrundsfigur och Sahlin kämpar ständigt i motvind och har en del misstag i ryggsäcken. Så skulle man kunna se på gestaltningen av dem. Frågan är när dessa gestaltningar i så fall fastställdes. Var det 2010 eller har partiledarnas roller i mediernas politiska spel formats under längre tid?

I min undersökning tittade jag också på vad bilderna utan och tillsammans med layouten gav för intryck och känsla. Resultatet visade att bilderna ensamma inte har samma förmåga att gestalta som de har tillsammans med rubriker och underrubriker. Det visade också att bilder som jag först satt värdet Neutral på, tillsammans med rubriken fick värdet Negativ istället. Det tyder på att de skrivna orden har större inflytande på hur jag tolkar en nyhet än vad bilden har. Man skulle kunna se tabellen Känsla med layout som en redovisning av den enklaste formen av gestaltning. Jag menar alltså att när tidningarna genom bilder och rubriker upprepade gånger skapar samma känsla, neutral, negativ eller positiv, hos läsaren så är det en form av gestaltning (Entman, Matthes & Pellicano 2009:179). Genom att återkommande repetera och förmedla samma känsla av de olika partiledarna förespråkar tidningarna vissa sätt att uppfatta verkligheten.

Exakt varför tidningarna gestaltat partiledarna som de gjort kan jag inte svara på, och gissningsvis kan inte heller journalisterna och fotograferna det. Motiven bakom gestaltningen är nog väldigt olika men till stor del tror jag att det handlar om en blandning av vad man tror läsarna vill ha och de gestaltningsramar som så att säga sitter i redaktionens väggar.

Sammanfattning och slutdiskussion

I det här sista kapitlet gör jag ett försök att mer konkret och sammanfattande svara på de övergripande forskningsfrågor jag presenterade i början av den här uppsatsen. Alla de olika variabler jag har tittat på- allt från hur stor bilden är, i vilket perspektiv den är tagen och vilken miljö ledarna befinner sig i till om partiledarna ler eller är arga på bilden- har betydelse för hur en bedömning görs när det gäller hur partiledarna gestaltas och framställs. Alla dessa komponenter tillsammans avgör om bilden ger en positiv, neutral eller negativ känsla och därmed också om partiledaren ger ett positivt, neutralt eller negativt intryck, vilket kan sägas vara kärnan i vad jag har undersökt.

Min första forskningsfråga lyder:

- Hur framställs eller gestaltas de olika partiledarna i bilder publicerade i Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet under valrörelsen från den 19 augusti 2010 till den 19 september 2010?

Om vi börjar med den här frågan så kan man konstatera att partiledarna framställs och gestaltas på ett ganska likvärdigt sätt på ett övergripande plan. Med hjälp av de resultat jag presenterat kan man dela in partiledarna i tre olika grupper. I grupp ett har vi Mona Sahlin och Fredrik Reinfeldt som var valrörelsens hetaste villebråd och deras resultat sticker därför ut i de flesta av tabellerna. Allra populärast och mest speciella resultat har Mona Sahlin fått, av lite oklar anledning. Jag har dragit slutsatsen att hon är den partiledare som värderats högst nyhetsmässigt och den som tidningarna har uppfattat att läsarna är mest intresserade av.

När det gäller vad de har för ansiktsuttryck och det intryck som bilderna och därmed partiledarna ger så är resultatet till viss del överraskande. Dels har jag visat att det inte är några större skillnader på vad Reinfeldt och Sahlin har för ansiktsuttryck på bilderna. Det vanligaste är att de ler eller ser vanliga ut, i ungefär lika stora delar. Inga större, uppseendeväckande skillnader här alltså, annat än att man kanske tänker sig att det skulle vara fler bilder med grimaser eller något annat mindre smickrande och/eller mer roligt att titta på. Dels har jag kunnat konstatera att bilderna många gånger inte ger samma känsla som rubrikerna, alltså att de inte naturligt förstärker varandra. Utan

rubrikerna ger en stor majoritet av bilderna en neutral eller positiv känsla. De positiva värdena är till stor del ett resultat av något så enkelt som ett leende. Man kan i de här resultaten redan ana en lutning åt vad nästa tabell skulle komma att visa. Sahlin var nämligen den som, utan hänsyn till övrig layout, hade flest bilder med negativt värde. Detta speglades och förstärktes när jag tittade på hur bilderna upplevdes med rubrik och underrubrik då Mona Sahlin stack ut ordentligt. Värt att påpeka extra är att hon hade mer än dubbelt så hög andel bilder med negativt värde som Reinfeldt- den som hon under de flesta andra frågorna haft mest gemensamt med.

De övriga partiledarna kan man dela in i två grupper. En mellangrupp, eller grupp två, där alla har likvärdiga eller nästan likvärdiga resultat i de flesta tabeller. I den gruppen ingår Olofsson, Björklund, Hägglund, Wetterstrand och Ohly. De är alltså i tidningarnas nyhetsvärdering mindre intressanta och mer av bakgrundsfigurer i sina allianser. Det finns inga större, betydande skillnader i hur de gestaltas. De delar det faktum att de på sätt och vis står i skuggan av sina största partiets ledare, vilket också visar sig tydligt i de resultat jag presenterat. När man tittar på de övergripande resultaten för vad de har för ansiktsuttryck, vilket spelar stor roll för den känsla bilden ger, har den här gruppen generellt något större andel bilden där de ler jämfört med Sahlin och Reinfeldt. Den som sticker ut mest vid en jämförelse är Maud Olofsson som skrattar på en betydligt större andel bilder än någon annan. Man kan fundera på om hon är en gladare person än de andra eller om det är en form av priming- alltså att medierna vill skapa och upprätthålla en viss bild av Olofsson som de tycker fungerar och därför publicerar extra många bilder på henne där hon ler. Förutom Olofssons skrattande och kanske det faktum att Ohly ler mer än de andra, finns inte heller här några spektakulära eller ens speciellt intressanta skillnader. Inga större skillnader finns heller när det gäller vilken känsla bilden utan rubriker ger. Den enda skillnaden som kan vara värd att nämna är att de två kvinnorna, Olofsson och Wetterstrand har dragit på sig några procent fler bilder som ger negativ känsla. Jag tror dock att denna skillnad kan hänvisas till en rad bilder som publicerades på samma sida, då Olofsson och Wetterstrand hade någon form av gräl framför fotografens blixtar. De bilder där partiledarna ser arga ut eller där det till exempel förekommer bråk, har under kodningen i regel gett ett negativt värde. Tittar man på vilken känsla bilderna ger med rubriker så är det Lars Ohly som sticker ut med högst andel negativa bilder med rubrik i den här gruppen. Detta beror nog delvis på att han

och hans partis politik fortfarande sticker ut lite i vissa frågor i jämförelse med de andra partierna, samt att Alliansen vid flera tillfällen under den här valrörelsen kallat honom för kommunist och jämställt honom med Jimmie Åkesson när frågan var vem som är värst för svensk politik.

I den sista gruppen, grupp tre, med partiledare hittar vi något förvånande Peter Eriksson tillsammans med Jimmie Åkesson. Eriksson har i den här valrörelsen hamnat i skymundan, vilket kan avläsas i flera av tabellerna. Detta trots att han har samma position i sitt parti som oftare förekommande Maria Wetterstrand. Eriksson har förekommit i sammanlagt 49 bilder, de flesta tillsammans med andra från de Rödgröna. Åkesson har varit med på 46. Alla de andra partiledarna har minst ca hundra bilder. Att Jimmie Åkesson fått särbehandling i rapporteringen kan som jag tidigare diskuterat bero på flera saker, bland annat en allmän bojkott eller att tidningarna agerar som en moralens väktare. Men när det gäller Eriksson är det antagligen i brist på intresse, och vikt som han publicerats så lite och så enformigt. Både allmänheten och pressen tycks tycka att Maria Wetterstrand är mer intressant och viktig. När det gäller vilka ansiktsuttryck de här två partiledarna får ha på bild kan man i alla fall se en viss skillnad. Återigen blir Jimmie Åkesson föremål för särbehandling med en jämförelsevis låg andel bilder där han ler. Han får istället se vanlig ut på majoriteten av sina bilder. Åkesson är också den som har störst andel bilder där han framställs negativt, framförallt i kombination med rubrikerna. Detta tyder på att tidningarna varit extra kritiska eller hårda mot Åkesson och Sverigedemokraterna, vilket stärker tanken på att medier dels förmedlar vad den allmänna opinionen känner, dels står som någon form av moralisk väktare.

Den andra forskningsfrågan jag har sökt svar på är:

- Finns det skillnader mellan hur de olika tidningarna framställer eller gestaltar de olika partiledarna och hur ser dessa skillnader i sådana fall ut?

Svaret är ja, det finns större eller mindre skillnader i de flesta frågorna jag ställt till materialet. För det första kan man snabbt göra en indelning i dagstidningar och kvällstidningar. Till exempel har kvällspressen tillsammans publicerat mer än dubbelt så

många bilder som dagspressen, och de har också mer än dubbelt så många framsidor som SvD och DN. Dagens Nyheter är den tidning som publicerat minst antal bilder och den sticker dessutom ut när det gäller fler saker. De har inte en enda bild där dominerande eller ensam partiledare är Maria Wetterstrand. Hon finns med på fem bilder men alltså aldrig ensam. Jag skulle snarare se på detta som en slump än som ett medvetet beslut. På grund av att DN inte har publicerat ett så stort antal bilder- endast sammanlagt 95- så är det svårt att dra allt för stora slutsatser av deras material. Men det är trots allt något som skiljer DN från de andra tidningarna. I övrigt hittar man de mest intressanta skillnaderna i resultaten från tabellerna Känsla bara bild och Känsla med layout. Ser man bara till bilderna- utan rubriker- har Dagens Nyheter endast publicerat en negativ bild, som föreställde Göran Hägglund. Också med rubriker hade de en mer neutral eller positiv rapportering än de andra tidningarna. Detta beror till stor del på att partiledarna oftare på en större andel bilder log i Dagens Nyheter.

Svenska Dagbladet var den tidning som hade näst minst antal bilder med 145 stycken, ändå betydligt fler än Dagens Nyheter. SvD kan illustrera ännu en olikhet mellan dags- och kvällstidningar då min undersökning visar en tydlig skillnad i vad de använder för bildstorlekar. Dagstidningarna föredrar bilder i storleken Mellan eller Liten medan kvällstidningarna oftare använder sig av större bilder. SvD är annars den tidning som placerat minst bilder, både till antal och procentuellt, på framsidan. Det tyder på att man helt enkelt gjort andra prioriteringar i nyhetsvärderingen. När det gäller partiledarnas ansiktsuttryck kan man se en märkbar skillnad i att Reinfeldt får skratta oftare i SvD än vad Sahlin får. Annars finns det inget speciellt att lyfta fram där. Man kan se att SvD, liksom DN, haft många neutrala bilder när bedömningen gjorts utan rubriker. Med rubriker finns egentligen inte heller något anmärkningsvärt, Sahlin har visserligen dubbelt så stor andel negativa bilder, men tittar man på antalet så behöver det inte betyda någonting alls.

Kvällspressen har som sagt visat upp ett lite annat resultat än dagspressen, på det stora hela. Aftonbladet har publicerat allra flest bilder med 344 mot Expressens 307.

Kvällstidningarna har också använt fler bilder som är tagna under tv-sändningar än dagstidningarna. Tittar man på vilka som förekommer på bilderna så är Aftonbladets

resultat ett utmärkt exempel på hur de tre grupperna delats in. I Aftonbladet har nämligen partiledarna extremt likt antal bilder som de andra i sin grupp. Det finns inte mycket i rapporteringen som är speciellt bara för Aftonbladet utan ofta går de hand i hand med Expressen, exempelvis är det de tidningarna som har publicerat flest bilder på Jimmie Åkesson. Ska man ändå påpeka någon liten skillnad så kan man titta på att Aftonbladet är den tidning som har flest bilder där partiledaren gör en grimas. Annars är deras rapportering som sagt väldigt lik Expressens, som är den tidning som mest sticker ut ur mängden.

Expressen skiljer sig på flera sätt från de andra tidningarna, och framförallt på ett kraftigare sätt. Sammantaget visar deras rapportering på att deras journalistik är mer sensationsinriktad. De har tillexempel flest bilder på framsidan och de har överlägset flest bilder på Jimmie Åkesson. Tydligt är att de måste ha gjort en annan bedömning när det gäller att rapportera kring Åkesson, eller i alla fall när det gäller att publicera bilder på honom. Man kan i alla fall konstatera att Åkesson fått främst negativ rapportering i Expressen, precis som i de andra tidningarna. Men det som sticker ut mest när det gäller Expressen är den väldigt stora skillnad i negativ bildrapportering, med rubrik, som vi hittar mellan Sahlin och Reinfeldt. Nästintill hälften av Expressens rapportering om Sahlin är negativ, jämfört med ca en tiondel för Reinfeldt. Jämför man samtidigt den positiva rapporteringen så blir resultatet än mer slående; Reinfeldt har 35 % positiva bilder, med rubrik, i Expressen medan Sahlin har betydligt lägre 9 %.

Något jag har funderat på under den här studiens gång är förstås hur mediernas bildrapportering påverkar läsarna/ väljarna. Till exempel tänker jag mig att det faktum att Sahlin och Reinfeldt får så mycket mer plats än de andra kanske kan skapa en känsla av uppgivenhet hos läsarna, en känsla av att det kanske är mindre lönt att rösta på något av småpartierna för att det ändå står mellan Mona Sahlin och Fredrik Reinfeldt. Självklart bär jag också på funderingar kring om den bildrapportering jag visat på påverkade läsarna och därmed väljarna år 2010. Kunde man teoretiskt sett fått ett annat valresultat om bildrapportering sett helt annorlunda ut?

Detta leder mig tillbaka till den tes som gjorde att jag ville göra den här undersökningen. Jag hade en känsla av att rapporteringen, både i bild och text, under den här valrörelsen var fördelaktig för Alliansen. Jesper Strömbäck kallade det hostile media effect, men jag

anser nu mig ha bevisat att det inte bara var frågan om att jag personligen tyckte att rapporteringen verkade vinklad, utan att den faktiskt var det. Enligt min undersökning hade de Rödgröna 61 procent bilder med negativt värde mot Alliansens 48 procent. Störst skillnad är det mellan de största partiernas ledare som i det mesta annat har fått väldigt lika resultat. Mona Sahlin är den partiledare som drabbats av mest negativ rapportering med 25 procent mot Fredrik Reinfeldts 10 procent. Den tidning som till stor del ansvarar för denna fördelning är Expressen då näst intill hälften av deras bilder på Sahlin tillsammans med rubriker gav ett negativt värde.

Expressens rapportering får mig också att fundera på, om jag ska ta i, huruvida partipressen verkligen är död och om jag och andra med mig borde lägga så stor tillit till att medierna gör sitt bästa för att rapportera objektivt. Jag har ju bara tittat på fyra tidningar och om en av de fyra tidningarna är partisk eller inte objektiv så kan man ju undra hur det ser ut i resten av medievärlden. Många forskare menar dock att jag inte bör vara alltför orolig, då det är att tjäna pengar tidningarnas ägare främst vill- inte påverka det politiska läget. Man menar att journalistiken inte är partisk när det gäller olika partier, utan snarare partisk till förmån för de gestaltningar och nyhetsberättelser som passar mediernas format, berättartekniker och nyhetsvärderingar. Det får mig ändå att undra varför Sahlin då är roligare och bättre och mer kommersiellt lönsam att gestalta negativt än tillexempel Reinfeldt som ju har liknande förutsättningar i övrigt.

Samtidigt har Kent Asp, som gjort undersökningar av valrörelsens rapportering i medier under de senaste nio valåren, konstaterat att: "...den bild medierna ger av partierna och valrörelsen spelar en viktig roll för partiernas valresultat- både partiernas framgångar och deras motgångar. Under samtliga nio undersökta valrörelser finns det klara samband mellan den bild som ges av partierna och deras valfrågor och partiernas valresultat." Asp pekar alltså åt ett annat håll och just nu verkar man inte komma så mycket längre inom forskningen än att man vet att mediernas gestaltningar påverkar läsarna, men man vet inte exakt hur eller hur mycket och vad det innebär för deras vardagliga liv och val.

Litteraturlista

Andén-Papadopoulos, Kari (2000). *Kameran i krig- den fotografiska iscensättningen av Vietnamkriget i svensk press*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.

Entman, Matthes & Pellicano (2009). Nature, Sources, and Effects of News Framing. I Wahl-Jorgensen, Karin & Hanitzsch (Red). *The handbook of journalism studies*. New York: Routledge.

Strömbäck, Jesper (2009). *Makt, medier och samhälle. En introduktion till politisk kommunikation*. Kristianstad: Författaren och SNS Förlag.

Entman, Robert M (2004). *Projections of Power- Framing News, Public Opinion, and U.S Foreign Policy*. Chicago: University of Chigago press.

Waern, Petterson & Svensson (2004). *Bild och föreställning- om visuell retorik*. Danmark: Narayana Press.

Hillesund, Terje (1994). *Står det noe nytt? Innføring i analyse av aviser og nyheter*. Norge: Institutet for journalistik.

Asp, Kent (2010). "Stark negativ rapportering om Mona Sahlin i Expressen". Dagens Nyheter 18 sept. www.dn.se (hämtad den 6/5 2011)

Bilagor

KODSCHEMA (endast över de variabler som använts i uppsatsen)

Basfakta:

1. Bildnummer
2. Datum
3. Tidning
4. Fotograf
5. Placering
 - Framsida
 - insida
6. Rubrik
7. Rubrik förstärker
 - Ja
 - Nej
 - Ingen rubrik
8. Underrubrik förstärker
 - Ja
 - Nej
 - Ingen underrubrik

Estetik

9. Bildstorlek
 - heluppslag (*bilden tar upp hela uppslaget, bara utrymme för rubrik och bildtext*)
 - halvuppslag (bild på halva uppslaget, på övre eller nedre delen)
 - helsida (bild som täcker i stort sätt en hel sida)
 - halvsida (bild som täcker i stort sätt en halvsida)
 - mellan (bild som är mindre än halvsida men större än ca sex gånger sex cm)
 - liten (’’cm-’’cm)
10. Perspektiv
 - fågel (bild tagen ovanifrån)
 - grod (bild tagen underifrån)
 - normal (bild tagen mer rakt framifrån)

Motiv

11. Mona Sahlin

- ja
- nej

12. – 19. Samma för övriga partiledare

20. Miljö där bilden är tagen (här får variabler växa fram under kodningen)

- presskonferens
- arbetsplatsbesök
- hemma (i hemmamiljö hos partiledaren)
- intern partimiljö
- montage
- radio
- tv
- turné (bilder där partiledarna är ute och möter väljare, torgmöten, tågresor osv).
- övrig (alla miljöer som inte har ett eget alternativ)
- framgår ej (bilder där det int går att avgöra vilken miljö bilden är tagen i.

21. Typ av bild

- reportage (där partiledaren gör någonting, tex pratar med väljare)
- porträtt (bild på bara ansikte eller överdelen av kroppen, ofta liten bild)
- montage
- arrangerat (fototillfälle)
- intervju (bild tagen under en pågående intervju)
- privat (bild där partiledaren är privat, tex omedveten om fotografen)
- arrangerad
- debatt (bild tagen under pågående debatt)
- presskonferens

22. Kön

- kvinna
- man
- båda

23. Dominerande partiledare

- (namn)
- ingen (dominerande kan urskiljas)

Gestaltning

24. Sahlin uttryck (osv för alla partiledare)

- ler
- skrattar
- arg
- allvarlig
- vanlig
- grimas

25. Känsla bara bilden

- positiv
- negativ
- neutral

26. Känsla med rubriker

Tabell 14- baserad på tabellen Dominerande ledare.

BILDSTORLEK	Helu	%	Halvu	%	Hel	%	Halv	%	Mellan	%	Liten	%	Totalt
Björklund			2	3%	1	2%	6	9%	25	39%	30	47%	64
AB			1	4%	1	4%	2	7%	8	29%	16	57%	28
DN							3		4				7
EXP			1	6%					4	24%	12	71%	17
SvD							1	8%	9	75%	2	17%	12
Eriksson			2	11%	1	6%	1	6%	2	11%	12	67%	18
AB									1	33%	2	67%	3
DN					1	17%			1	17%	4		6
EXP			2	29%							5		7
SvD							1	50%			1	50%	2
Hägglund			1	2%	2	4%	8	15%	15	28%	27	51%	53
AB			1	4%	1	4%	5	20%	9	36%	9	36%	25
DN					1	14%	1	14%	2	29%	3	43%	7
EXP							1	7%	2	13%	12	80%	15
SvD							1	17%	2	33%	3	50%	6
Ohly			1	2%	1	2%	6	9%	35	53%	23	35%	66
AB			1	4%	1	4%	1	4%	14	52%	10	37%	27
DN							1	14%	5	71%	1	14%	7
EXP							3	16%	7	37%	9	47%	19
SvD							1	8%	9	69%	3	23%	13
Olofsson			3	4%	2	3%	11	15%	27	38%	29	40%	72
AB			1	4%	1	4%	4	14%	11	39%	11	39%	28
DN			1	14%			1	14%	3	43%	2	29%	7
EXP			1	5%			1	5%	9	43%	10	48%	21
SvD					1	6%	5	31%	4	25%	6	38%	16
Reinfeldt			24	13%	4	2%	23	12%	78	42%	57	31%	186
AB			16	19%	1	1%	9	11%	40	47%	19	22%	85
DN					1	6%	3	18%	3	18%	10	59%	17
EXP			8	12%	2	3%	10	15%	26	38%	22	32%	68
SvD							1	6%	9	56%	6	38%	16
Sahlin	1	0%	22	10%	10	5%	33	15%	89	40%	67	30%	222
AB			14	16%	3	3%	10	11%	33	38%	27	31%	87
DN			1	4%	1	4%	4	15%	6	22%	15	56%	27
EXP	1	1%	7	9%	5	7%	12	16%	32	43%	17	23%	74
SvD					1	3%	7	21%	18	53%	8	24%	34
Wetterstrand			4	8%	2	4%	1	2%	21	40%	24	46%	52
AB			1	5%	2	10%			8	40%	9	45%	20
EXP			3	14%					8	36%	11	50%	22
SvD							1	10%	5	50%	4	40%	10
Åkesson			7	15%	4	9%	5	11%	22	48%	8	17%	46
AB			3	30%	1	10%	1	10%	3	30%	2	20%	10
DN					1	50%					1	50%	2
EXP			4	14%	2	7%	3	10%	16	55%	4		29
SvD							1	20%	3	60%	1	20%	5
Totalt	1	0%	66	8%	32	4%	94	12%	314	40%	277	36%	779

Tabell 15- baserad på tabellen Dominerande ledare

PLACERING	Framsida	Framsida %	Insida	Insida %	Totalt
Björklund	2	3%	62	97%	64
Aftonbladet			28	100%	28
Dagens Nyheter	2	29%	5	71%	7
Expressen			17	100%	17
Svenska Dagbladet			12	100%	12
Eriksson	2	11%	16	89%	18
Aftonbladet			3	100%	3
Dagens Nyheter	2	33%	4	67%	6
Expressen			7	100%	7
Svenska Dagbladet			2	100%	2
Hägglund	2	4%	51	96%	53
Aftonbladet			25	100%	25
Dagens Nyheter	1	14%	6	86%	7
Expressen	1	7%	14	93%	15
Svenska Dagbladet			6	100%	6
Ohly	10	15%	56	85%	66
Aftonbladet	3	11%	24	89%	27
Dagens Nyheter	4	57%	3	43%	7
Expressen	2	11%	17	89%	19
Svenska Dagbladet	1	8%	12	92%	13
Olofsson	5	7%	67	93%	72
Aftonbladet			28	100%	28
Dagens Nyheter	1	14%	6	86%	7
Expressen	1	5%	20	95%	21
Svenska Dagbladet	3	19%	13	81%	16
Reinfeldt	21	11%	165	89%	186
Aftonbladet	9	11%	76	89%	85
Dagens Nyheter	2	12%	15	88%	17
Expressen	9	13%	59	87%	68
Svenska Dagbladet	1	6%	15	94%	16
Sahlin	28	13%	194	87%	222
Aftonbladet	9	10%	78	90%	87
Dagens Nyheter	4	15%	23	85%	27
Expressen	14	19%	60	81%	74
Svenska Dagbladet	1	3%	33	97%	34
Wetterstrand	6	12%	46	88%	52
Aftonbladet	2	10%	18	90%	20
Expressen	3	14%	19	86%	22
Svenska Dagbladet	1	10%	9	90%	10
Åkesson	5	11%	41	89%	46
Aftonbladet			10	100%	10
Dagens Nyheter			2	100%	2
Expressen	5	17%	24	83%	29
Svenska Dagbladet			5	100%	5
Totalsumma	81	10%	698	90%	779

Tabell 16- baserad på tabellen dominerande bilder

PERSPEKTIV	Fågel	Fågel %	Grod	Grod %	Normal	Normal %	Totalt
Björklund	1	2%	4	6%	59	92%	64
Aftonbladet	1	4%			27	96%	28
Dagens Nyheter			1	14%	6	86%	7
Expressen			1	6%	16	94%	17
Svenska Dagbladet			2	17%	10	83%	12
Eriksson					18	100%	18
Aftonbladet					3	100%	3
Dagens Nyheter					6	100%	6
Expressen					7	100%	7
Svenska Dagbladet					2	100%	2
Hägglund	2	4%	3	6%	48	91%	53
Aftonbladet	2	8%	1	4%	22	88%	25
Dagens Nyheter			1	14%	6	86%	7
Expressen					15	100%	15
Svenska Dagbladet			1	17%	5	83%	6
Ohly			6	9%	60	91%	66
Aftonbladet			1	4%	26	96%	27
Dagens Nyheter			3	43%	4	57%	7
Expressen			1	5%	18	95%	19
Svenska Dagbladet			1	8%	12	92%	13
Olofsson	3	4%	5	7%	64	89%	72
Aftonbladet	1	4%	2	7%	25	89%	28
Dagens Nyheter	1	14%	2	29%	4	57%	7
Expressen					21	100%	21
Svenska Dagbladet	1	6%	1	6%	14	88%	16
Reinfeldt	5	3%	12	6%	169	91%	186
Aftonbladet	3	4%	3	4%	79	93%	85
Dagens Nyheter			5	29%	12	71%	17
Expressen	2	3%	3	4%	63	93%	68
Svenska Dagbladet			1	6%	15	94%	16
Sahlin	8	4%	19	9%	195	88%	222
Aftonbladet			5	6%	82	94%	87
Dagens Nyheter	1	4%	5	19%	21	78%	27
Expressen	5	7%	4	5%	65	88%	74
Svenska Dagbladet	2	6%	5	15%	27	79%	34
Wetterstrand	5	10%	2	4%	45	87%	52
Aftonbladet	3	15%	1	5%	16	80%	20
Expressen	2	9%	1	5%	19	86%	22
Svenska Dagbladet					10	100%	10
Åkesson			7	15%	39	85%	46
Aftonbladet					10	100%	10
Dagens Nyheter			1	50%	1	50%	2
Expressen			4	14%	25	86%	29
Svenska Dagbladet			2	40%	3	60%	5
Totalsumma	24	3%	58	7%	697	89%	779

Tabell 17- baserad på tabellen dominerande ledare

MILJÖ	Turné	Tv	Mont	Press	Arbete	Partimiljö	Hem	Radio	Syns ej	Övrig	Totalt
Björklund	8	13	1		1	1			27	13	64
AB		10							10	8	28
DN	2								5		7
EXP		3							10	4	17
SvD	6		1		1	1			2	1	12
Eriksson	1	3				1			10	3	18
AB									3		3
DN						1			4	1	6
EXP	1	3							2	1	7
SvD									1	1	2
Hägglund	6	11	1						26	9	53
AB	3	8							7	7	25
DN	2								5		7
EXP		3							11	1	15
SvD	1		1						3	1	6
Ohly	5	16	1		1		1		27	15	66
AB		10					1		10	6	27
DN	2								4	1	7
EXP		6							9	4	19
SvD	3		1		1				4	4	13
Olofsson	3	9	1		2		3		33	21	72
AB	1	4					3		13	7	28
DN	1								4	2	7
EXP		5							11	5	21
SvD	1		1		2				5	7	16
Reinfeldt	26	23	6	4	5	2		1	69	50	186
AB	10	12	1	2	3	1			31	25	85
DN	5		1	1	1				7	2	17
EXP	8	10	1				1	1	27	20	68
SvD	3	1	3	1	1				4	3	16
Sahlin	57	12	3	6	3	3	1	1	88	48	222
AB	16	8		3			1		42	17	87
DN	11			1					9	6	27
EXP	16	4		1					31	22	74
SvD	14		3	1	3	3		1	6	3	34
Wetterstrand	2	8	1						34	7	52
AB	1	2							14	3	20
EXP	1	5							13	3	22
SvD		1	1						7	1	10
Åkesson	9	2	1			2			15	17	46
AB	2						1		5	2	10
DN									1	1	2
EXP	4	2					1		8	14	29
SvD	3		1						1		5
Totalsumma	117	97	15	10	12	9	5	2	329	183	779

Tabell 18- baserad på tabellen dominerande ledare

MILJÖ %	Turne	Tv	Mont	Press	Arbete	Partimiljö	Hem	Radio	Syns ej	Övrig
Björklund	13%	20%	2%		2%	2%			42%	20%
AB		36%							36%	29%
DN	29%								71%	
EXP		18%							59%	24%
SvD	50%		8%		8%	8%			17%	8%
Eriksson	6%	17%				6%			56%	17%
AB									100%	
DN						17%			67%	17%
EXP	14%	43%							29%	14%
SvD									50%	50%
Hägglund	11%	21%							49%	17%
AB	12%	32%							28%	28%
DN	29%								71%	
EXP		20%							73%	7%
SvD	17%		17%						50%	17%
Ohly	8%	24%	2%		2%		2%		41%	23%
AB		37%					4%		37%	22%
DN	29%								57%	14%
EXP		32%							47%	21%
SvD	23%		8%		8%				31%	31%
Olofsson	4%	13%	1%		3%		4%		46%	29%
AB	4%	14%					11%		46%	25%
DN	14%								57%	29%
EXP		24%							52%	24%
SvD	6%		6%		13%				31%	44%
Reinfeldt	14%	12%	3%	2%	3%	1%		1%	37%	27%
AB	12%	14%	1%	2%	4%	1%			36%	29%
DN	29%		6%	6%	6%				41%	12%
EXP	12%	15%	1%			1%		1%	40%	29%
SvD	19%	6%	19%	6%	6%				25%	19%
Sahlin	26%	5%	1%	3%	1%	1%	0%	0%	40%	22%
AB	18%	9%		3%			1%		48%	20%
DN	41%			4%					33%	22%
EXP	22%	5%		1%					42%	30%
SvD	41%		9%	3%	9%	9%		3%	18%	9%
Wetterstrand	4%	15%	2%						65%	13%
AB	5%	10%							70%	15%
EXP	5%	23%							59%	14%
SvD		10%	10%						70%	10%
Åkesson	20%	4%	2%			4%			33%	37%
AB	20%					10%			50%	20%
DN									50%	50%
EXP	14%	7%				3%			28%	48%
SvD	60%		20%						20%	
Totalt	15%	12%	2%	1%	2%	1%	1%	0%	42%	23%

Tabell 19- baserad på tabellen dominerande ledare

TYP AV BILD	Rep	Porträtt	Intervju	Privat	Arr	Mont	Debatt	Press	Totalt
Björklund	15	27	13	4	3	1	1		64
AB	4	11	9	2	2				28
DN	2	5							7
EXP	2	9	4		1		1		17
SvD	7	2		2		1			12
Eriksson	8	8	2						18
AB	1	2							3
DN	3	3							6
EXP	3	2	2						7
SvD	1	1							2
Hägglund	9	25	11	3	4	1			53
AB	5	6	8	2	4				25
DN	2	5							7
EXP		11	3	1					15
SvD	2	3				1			6
Ohly	13	22	15	12	2	1	1		66
AB	4	7	9	5	2				27
DN	2	4		1					7
EXP	4	7	6	1			1		19
SvD	3	4		5		1			13
Olofsson	17	31	12	8	3	1			72
AB	4	11	6	5	2				28
DN	2	4		1					7
EXP	5	11	5						21
SvD	6	5	1	2	1	1			16
Reinfeldt	69	50	24	28	4	6	1	4	186
AB	31	20	13	15	3	1		2	85
DN	7	6		2		1		1	17
EXP	25	22	9	9	1	1	1		68
SvD	6	2	2	2		3		1	16
Sahlin	95	62	23	24	9	3		6	222
AB	31	26	9	14	4			3	87
DN	15	7		2	2			1	27
EXP	32	25	12	2	2			1	74
SvD	17	4	2	6	1	3		1	34
Wetterstrand	10	29	9	2	1	1			52
AB	4	11	2	2	1				20
EXP	4	12	6						22
SvD	2	6	1			1			10
Åkesson	27	10	2	1	3	1	2		46
AB	5	3	1		1				10
DN		1		1					2
EXP	18	6	1		2		2		29
SvD	4					1			5
Totalsumma	263	264	111	82	29	15	5	10	779

Tabell 20- baserad på tabellen dominerande ledare

TYP AV BILD %	Rep	Porträtt	Intervju	Privat	Arr	Mont	Debatt	Press	Totalt
Björklund	23%	42%	20%	6%	5%	2%	2%		64
AB	14%	39%	32%	7%	7%				28
DN	29%	71%							7
EXP	12%	53%	24%		6%		6%		17
SvD	58%	17%		17%		8%			12
Eriksson	44%	44%	11%						18
AB	33%	67%							3
DN	50%	50%							6
EXP	43%	29%	29%						7
SvD	50%	50%							2
Hägglund	17%	47%	21%	6%	8%	2%			53
AB	20%	24%	32%	8%	16%				25
DN	29%	71%							7
EXP		73%	20%	7%					15
SvD	33%	50%				17%			6
Ohly	20%	33%	23%	18%	3%	2%	2%		66
AB	15%	26%	33%	19%	7%				27
DN	29%	57%		14%					7
EXP	21%	37%	32%	5%			5%		19
SvD	23%	31%		38%		8%			13
Olofsson	24%	43%	17%	11%	4%	1%			72
AB	14%	39%	21%	18%	7%				28
DN	29%	57%		14%					7
EXP	24%	52%	24%						21
SvD	38%	31%	6%	13%	6%	6%			16
Reinfeldt	37%	27%	13%	15%	2%	3%	1%	2%	186
AB	36%	24%	15%	18%	4%	1%		2%	85
DN	41%	35%		12%		6%		6%	17
EXP	37%	32%	13%	13%	1%	1%	1%		68
SvD	38%	13%	13%	13%		19%		6%	16
Sahlin	43%	28%	10%	11%	4%	1%		3%	222
AB	36%	30%	10%	16%	5%			3%	87
DN	56%	26%		7%	7%			4%	27
EXP	43%	34%	16%	3%	3%			1%	74
SvD	50%	12%	6%	18%	3%	9%		3%	34
Wetterstrand	19%	56%	17%	4%	2%	2%			52
AB	20%	55%	10%	10%	5%				20
EXP	18%	55%	27%						22
SvD	20%	60%	10%			10%			10
Åkesson	59%	22%	4%	2%	7%	2%	4%		46
AB	50%	30%	10%		10%				10
DN		50%		50%					2
EXP	62%	21%	3%		7%		7%		29
SvD	80%					20%			5
Totalsumma	34%	34%	14%	11%	4%	2%	1%	1%	779

Tabell 21- baserad på tabellen dominerande ledare

KÄNSLA BARA BILD	Negativ	Neg %	Neutral	Neu %	Positiv	Pos %	Totalt
Björklund			34	53%	30	47%	64
Aftonbladet			12	43%	16	57%	28
Dagens Nyheter			4	57%	3	43%	7
Expressen			11	65%	6	35%	17
Svenska Dagbladet			7	58%	5	42%	12
Eriksson	1	6%	7	39%	10	56%	18
Aftonbladet	1	33%			2	67%	3
Dagens Nyheter			1	17%	5	83%	6
Expressen			5	71%	2	29%	7
Svenska Dagbladet			1	50%	1	50%	2
Hägglund	3	6%	22	42%	28	53%	53
Aftonbladet	2	8%	11	44%	12	48%	25
Dagens Nyheter	1	14%	3	43%	3	43%	7
Expressen			6	40%	9	60%	15
Svenska Dagbladet			2	33%	4	67%	6
Ohly	1	2%	25	38%	40	61%	66
Aftonbladet	1	4%	7	26%	19	70%	27
Dagens Nyheter			1	14%	6	86%	7
Expressen			12	63%	7	37%	19
Svenska Dagbladet			5	38%	8	62%	13
Olofsson	5	7%	29	40%	38	53%	72
Aftonbladet	2	7%	11	39%	15	54%	28
Dagens Nyheter			3	43%	4	57%	7
Expressen	2	10%	11	52%	8	38%	21
Svenska Dagbladet	1	6%	4	25%	11	69%	16
Reinfeldt	10	5%	80	43%	96	52%	186
Aftonbladet	7	8%	34	40%	44	52%	85
Dagens Nyheter			6	35%	11	65%	17
Expressen	3	4%	33	49%	32	47%	68
Svenska Dagbladet			7	44%	9	56%	16
Sahlin	16	7%	108	49%	98	44%	222
Aftonbladet	10	11%	36	41%	41	47%	87
Dagens Nyheter			5	19%	22	81%	27
Expressen	5	7%	46	62%	23	31%	74
Svenska Dagbladet	1	3%	21	62%	12	35%	34
Wetterstrand	5	10%	21	40%	26	50%	52
Aftonbladet			6	30%	14	70%	20
Expressen	4	18%	9	41%	9	41%	22
Svenska Dagbladet	1	10%	6	60%	3	30%	10
Åkesson	3	7%	32	70%	11	24%	46
Aftonbladet	2	20%	4	40%	4	40%	10
Dagens Nyheter			1	50%	1	50%	2
Expressen	1	3%	23	79%	5	17%	29
Svenska Dagbladet			4	80%	1	20%	5
Totalsumma	44	6%	358	46%	377	48%	779

Tabell 22- baserad på tabellen dominerande ledare

KÄNSLA MED LAYOUT	Negativ	Neg%	Neutral	Neu%	Positiv	Pos%	Vet ej	Vet ej%	Totalt
Björklund	6	9%	31	48%	5	8%	22	34%	64
Aftonbladet	1	4%	19	68%	2	7%	6	21%	28
Dagens Nyheter			2	29%	1	14%	4	57%	7
Expressen	4	24%	6	35%	2	12%	5	29%	17
Svenska Dagbladet	1	8%	4	33%			7	58%	12
Eriksson	2	11%	10	56%	1	6%	5	28%	18
Aftonbladet			2	67%	1	33%			3
Dagens Nyheter	1	17%	4	67%			1	17%	6
Expressen	1	14%	4	57%			2	29%	7
Svenska Dagbladet							2	100%	2
Hägglund	8	15%	21	40%	7	13%	17	32%	53
Aftonbladet	4	16%	14	56%	2	8%	5	20%	25
Dagens Nyheter			2	29%			5	71%	7
Expressen	2	13%	4	27%	2	13%	7	47%	15
Svenska Dagbladet	2	33%	1	17%	3	50%			6
Ohly	13	20%	24	36%	12	18%	17	26%	66
Aftonbladet	2	7%	15	56%	5	19%	5	19%	27
Dagens Nyheter	1	14%	1	14%	4	57%	1	14%	7
Expressen	7	37%	6	32%	3	16%	3	16%	19
Svenska Dagbladet	3	23%	2	15%			8	62%	13
Olofsson	10	14%	28	39%	5	7%	29	40%	72
Aftonbladet	1	4%	16	57%	3	11%	8	29%	28
Dagens Nyheter	1	14%	2	29%	1	14%	3	43%	7
Expressen	7	33%	4	19%	1	5%	9	43%	21
Svenska Dagbladet	1	6%	6	38%			9	56%	16
Reinfeldt	18	10%	89	48%	32	17%	47	25%	186
Aftonbladet	9	11%	51	60%	5	6%	20	24%	85
Dagens Nyheter			7	41%	2	12%	8	47%	17
Expressen	8	12%	21	31%	24	35%	15	22%	68
Svenska Dagbladet	1	6%	10	63%	1	6%	4	25%	16
Sahlin	56	25%	87	39%	33	15%	46	21%	222
Aftonbladet	16	18%	37	43%	19	22%	15	17%	87
Dagens Nyheter			10	37%	4	15%	13	48%	27
Expressen	36	49%	17	23%	7	9%	14	19%	74
Svenska Dagbladet	4	12%	23	68%	3	9%	4	12%	34
Wetterstrand	8	15%	21	40%	10	19%	13	25%	52
Aftonbladet	1	5%	9	45%	5	25%	5	25%	20
Expressen	6	27%	4	18%	4	18%	8	36%	22
Svenska Dagbladet	1	10%	8	80%	1	10%			10
Åkesson	20	43%	11	24%	1	2%	14	30%	46
Aftonbladet	4	40%	1	10%			5	50%	10
Dagens Nyheter			1	50%			1	50%	2
Expressen	14	48%	8	28%	1	3%	6	21%	29
Svenska Dagbladet	2	40%	1	20%			2	40%	5
Totalsumma	141	18%	322	41%	106	14%	210	27%	779

Tabell 23- baserad på alla 891 bilder

Björklund	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Skrattar	%	Grimas	%	Rygg	%	Total
AB	13	33%	20	50%	3	8%	2	5%	0	0%	2	5%	40
EXP	14	48%	12	41%	0	0%	1	3%	0	0%	2	7%	29
DN	4	24%	10	59%	0	0%	0	0%	1	6%	2	12%	17
SvD	12	40%	8	27%	0	0%	5	17%	0	0%	5	17%	30
Totalt	43	37%	50	43%	3	3%	8	7%	1	1%	11	9%	116

Tabell 24-baserad på alla 891 bilder

Eriksson	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Grimas	%	Skrattar	%	Rygg	%	Totalt
AB	1	8%	8	62%	2	15%	1	8%	0	0%	1	8%	13
EXP	6	46%	4	31%	1	8%	0	0%	2	15%	0	0%	13
DN	6	60%	4	40%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10
SvD	6	46%	5	38%	0	0%	0	0%	0	0%	2	15%	13
Totalt	19	39%	21	43%	3	6%	1	2%	2	4%	3	6%	49

Tabell 25- baserad på alla 891 bilder

Hägglund	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Skrattar	%	Grimas	%	Rygg	%	Totalt
AB	12	34%	15	43%	5	14%	0	0%	3	9%	0	0%	35
EXP	9	36%	14	56%	0	0%	1	4%	1	4%	0	0%	25
DN	7	41%	9	53%	0	0%	1	6%	0	0%	0	0%	17
SvD	6	27%	8	36%	0	0%	3	14%	0	0%	5	23%	22
Totalt	34	34%	46	46%	5	5%	5	5%	4	4%	5	5%	99

Tabell 26- baserad på alla 891 bilder

Ohly	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Skrattar	%	Grimas	%	Rygg	%	Totalt
AB	13	33%	20	50%	2	5%	3	8%	0	0%	2	5%	40
EXP	15	43%	17	49%	2	6%	1	3%	0	0%	0	0%	35
DN	8	50%	6	38%	0	0%	1	6%	0	0%	1	6%	16
SvD	14	44%	15	47%	0	0%	0	0%	1	3%	2	6%	32
Totalt	50	41%	58	47%	4	3%	5	4%	1	1%	5	4%	123

Tabell 27- baserad på alla 891 bilder

Wetterstrand	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Skrattar	%	Grimas	%	Rygg	%	Totalt
AB	7	17%	24	59%	4	10%	5	12%	0	0%	1	2%	41
EXP	14	36%	15	38%	1	3%	1	3%	7	18%	1	3%	39
DN	3	60%	1	20%	0	0%	1	20%	0	0%	0	0%	5
SvD	6	23%	14	54%	0	0%	0	0%	1	4%	5	19%	26
Totalt	30	27%	54	49%	5	5%	7	6%	8	7%	7	6%	111

Tabell 28- baserad på alla 891 bilder

Åkesson	Vanlig	%	Ler	%	Allvarlig	%	Skrattar	%	Grimas	%	Totalt
AB	2	20%	3	30%	3	30%	1	10%	1	10%	10
EXP	19	68%	3	11%	1	4%	2	7%	3	11%	28
DN	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2
SvD	4	67%	2	33%	0	0%	0	0%	0	0%	6
Totalt	25	54%	10	22%	4	9%	3	7%	4	9%	46