

BILDMANIPULERING



Rune Pettersson

RAPPORT 181

BILDMANIPULERING

Rune Pettersson

Styrelsen för 
PSYKOLOGISKT FÖRSVAR

Utgiven av Styrelsen för psykologiskt försvar
ISSN 1401 2383
Stockholm 2001

Där inte annat anges har författaren svarat för teckningar och foton.
Omslagsbild: Teckning, Brita Ellström, 1912.

INNEHÅLL

SPFs förord	5
Författarens förord	6
Inledning	7
Fotografiet	10
Bilder och datorer	14
Bildmorfologi	14
Bildpunkter	16
Synsinnet	18
Analog och digital kodning	21
Typen av datorbilder	23
Datorgenererade bilder	23
Datorbearbetade bilder	25
Datoranalyserade bilder	26
Datordistribuerade bilder	26
Urval	28
Nyhetsmedier	29
Dagstidningar	33
Nyheter i tv	36
Böcker	37
Flera beslut	38
Kriterier för bildval	39
Reklam	41
Informationsmaterial	43
Internet	44
Bildredigering	46
Bildrättigheter	46
Etiska regler	48
Leveransvillkor	50
Fotografier	50
Teckningar	51
Bildtexter	52
Positiva bildtexter	53
Negativa bildtexter	54
Beskärning	54
Bildstorlek	54
Presentation	54
Produktion	58
Ändring av innehållet	58

Fiffel	63
Enkla grepp.....	64
Vilseledande beskärning.....	65
Vilseledande urval.....	65
Vilseledande rubriker.....	68
Vilseledande bildtexter.....	69
Vilseledande retuscherings.....	70
Att dölja identitet.....	71
Vilseledande marknadsföring.....	72
Fotomontage.....	74
Manuella montage.....	74
Digitala montage.....	74
Uppfattningar	80
Definitioner.....	80
Medier.....	80
Förekomst.....	81
Åsikter.....	81
Syns det?.....	81
Avslutning	82
Sammanfattning	83
Picture Manipulation. A Summary	86
Referenser	89
Bilaga. Urval	94
SPFs senaste rapporter	97
SPFs senaste meddelanden	98

SPFs FÖRORD

Vi får ständigt många visuella intryck. Vi ser bilder i offentliga miljöer, på bio och teve, i böcker, i tidningar och i tidskrifter, samt på förpackningar av olika slag. Sannolikt har vi aldrig tidigare blivit exponerade för så många bilder som fallet är idag. Talesätt som "en bild säger mer än tusen ord", "en bild ljuger aldrig" är välbekanta – men är de verkligen sanna? Med dagens datateknik kan bilden istället fungera som åsiktsmanipulerare och den verklighet eller det skeende den till synes återger kan i själva verket mycket väl vara ett tillrättat falsarium med syftet att påverka eller vilseleda betraktaren. Frågor som rör påverkan och vilseledning är självklart centrala i konceptet psykologiskt försvar och i den forskningsverksamhet som Styrelsen för psykologiskt försvar (SPF) bedriver och som här får förnyad uppmärksamhet.

SPF har ägnat ett återkommande intresse åt bilden som informationsbärare och som kanal för påverkan. I SPFs projekt kring bl a mediernas rapportering om Gulfkriget, *Bilden av ett krig* (1992), och i det så kallade *Estoniaprojektet* (1996) ägnas bilden ett betydande intresse. Andra SPF-studier som fokuserar bilden är t ex *Påverkan genom bilder* (1986), *Falsa kort – Bilden i dataåldern* (1993), *Från löpsedel till web* (1999), *Nyhetsbilder-etik-påverkan* (2000) samt *Trovärdiga bilder* (2001).

I den här studien belyser och diskuterar professor Rune Pettersson begreppet bildmanipulering. I takt med den snabba utvecklingen riskerar bilder, särskilt fotografier, att mista sin traditionella trovärdighet. Det går många gånger inte att se på en bild om den är manipulerad eller om den är äkta. Kort sagt – kan vi lita på de bilder som gör anspråk på att spegla verkliga händelser och skeenden? Hur kan publicerade bilder förvanskas och läggas tillrätta för att passa vissa ändamål? På vilka sätt kan bilder vara manipulerade? Inte bara bilden i sig utan även andra omständigheter, t ex urvalet av bilder, bildredigeringen, bilden i sin kontext, är väsentliga faktorer att beakta i det här sammanhanget.

Detta är några av de frågor som författaren till denna studie belyser och diskuterar. Studien bör kunna bidra till den viktiga diskussionen, specifikt inom funktionen psykologiskt försvar, men även generellt i dagens informations- och mediesamhälle, om bilders roll som påverkare av människors sinnen och tankar och därmed medverka till att öka medvetenheten om problemet.

Göran Stütz
Forskningschef, SPF

FÖRFATTARENS FÖRORD

Det finns bilder nästan överallt. Vare sig vi vill det eller ej så får vi ständigt många visuella intryck. Vi ser bilder i offentliga miljöer, på tv, på bio, i böcker, i tidningar, i tidskrifter, på förpackningar av olika slag och även i många andra sammanhang. Aldrig tidigare har vi haft tillgång till och blivit exponerade, eller utsatta, för så många bilder som nu. Det är uppenbart, och kanske bra, att alla bilder inte kan göra sig gällande vid varje enskilt tillfälle. Många bilder drunknar faktiskt i det allmänna mediebruset.

Ett skäl till att bilder och bildmedier har så stor betydelse inom reklam och propaganda är att de talar till vårt känsloliv på ett omedelbart sätt. Bilder blir sällan föremål för kritisk analys på det sätt som texter ofta blir. Dagens stora bildflöde medför emellertid lätt att vi "stänger av", avgränsar oss och till slut helt enkelt inte ser eller bryr oss om många av bilderna. Det betyder givetvis att vi går miste om en del information som vi hade velat ta del av.

I takt med den mycket snabba utvecklingen när det gäller datorer och datorprogram riskerar bilder, särskilt fotografier, att mista sin traditionella trovärdighet eftersom det är allt lättare att manipulera bilder och manipulera vår uppfattning om innehållet i bilderna. Det går många gånger inte att se på en bild om den är manipulerad eller om den är äkta. Den här studien diskuterar olika aspekter av begreppet *bildmanipulering*. Vad innebär det att manipulera och att vara manipulerad? Vad innebär manipulation? Kan vi lita på de bilder som gör anspråk på att spegla verkliga händelser och skeenden? Är publicerade bilder förvanskade och tillrättalagda för att passa vissa ändamål? På vilka sätt kan bilder vara manipulerade?

En viktig aspekt av bildmanipulering är urvalet bland alla de olika bilder som skildrar en viss händelse. Vad hände före respektive efter det skeende eller den situation som bilden vill skildra? Vad hände runt omkring? På vilket sätt är händelser och skeenden beskrivna i bildtexterna? Vilka etiska regler och vilka leveransvillkor gäller när vi vill använda bilder? Hur vanligt tror man att det är med manipulerade bilder? I vilka medier förekommer dem?

Jag vill varmt tacka Göran Stütz, Martin Bennulf och Vendela Dobson vid SPF, samt lärare och studenter vid Mälardalens högskola för värdefull hjälp i arbetet med den här studien.

Rune Pettersson

INLEDNING

Termen *manipulering* förekommer numera ganska ofta i olika nyhetssammanhang och i diskussioner om våra massmedier. Det händer att konsumenter känner att de blir manipulerade att köpa fler och dyrare varor och tjänster än de i själva verket har råd med. Ibland är det väljare som anses vara, eller själva känner sig vara, manipulerade av det politiska systemet. Diskussionen i medierna handlar numera ofta om att vår mat är (gen)manipulerad och vad detta eventuellt kan få för konsekvenser för folkhälsan. Vid en del tillfällen anser en del personer att nyhetsmedierna medvetet manipulerar nyhetsförmedlingen och inte speglar verkligheten på ett "rättvisande" sätt. Detta kan bland annat ske genom manipulering av bilder.

När man lyssnar på radio, ser på tv och läser dagstidningar kan man lätt få uppfattningen att olika personer använder termen manipulering på olika sätt och med olika innebörd. Det verkar som att det förekommer en utbredd osäkerhet om vad termen (manipulering) egentligen står för. Det är troligt att många människor är osäkra om vilket begrepp som termen (manipulering) egentligen refererar till. Vad står det i ordboken om orden manipulera, manipulering och manipulation?

Svensk Ordbok (Allén, 1986, s. 736) definierar substantivet *manipulation* på följande sätt: "1. känslig hantering av apparat e.d. 2. smart men otillbörligt agerande." Verbet *manipulera* är definierat på följande sätt: "1. känsligt hantera apparat e.d. 2. otillbörligt styra (människor) med hjälp av diskreta knep."

Nationalencyklopedins Ordbok. (Allén, 1996, band 2, s. 350-351) har i grunden samma definitioner som *Svensk Ordbok*. Substantivet *manipulation* är definierat som: "1. känslig hantering av apparat e.d. 2. smart men otillbörligt agerande vanligen i det tysta." Betydelsen är inte ny, den här betydelsen finns i vårt språk ända sedan 1840. Verbet *manipulera* är definierat på följande sätt: "1. känsligt hantera apparat e.d. 2. otillbörligt styra (människor) med hjälp av diskreta knep." Den här betydelsen finns i Sverige sedan 1960-talet. Som substantiv anger den här ordboken *manipulerande*, *manipulering* och *manipulation*.

Alla läser inte ordböcker. Dessutom förändras språket successivt och ofta samtidigt i olika riktningar, vilket lätt leder till osäkerhet i kommunikationen. Catharina Grünbaum, som är språkvårdare vid Dagens Nyheter, beskriver ofta aktuella förändringar i språket. När det gäller vad termen *manipulering* egentligen står för i modern svenska skriver hon följande i boken *Språkbladet* (1997, s. 14):

Manipulering (manipulation) är ett värdeladdat ord. Det för tankarna till fiffel och till smart men otillbörligt styrande och försåtligt agerande. **Genmanipulering** är ett ord som används av motståndarna till genteknik.

Forskningsföretagen har valt ordet **genmodifiering**. Det är också den term som används i gentekniklagen och av våra myndigheter, till exempel Livsmedelsverket. Förebilden finns inom EU:s lagstiftning, där termen är **gene modification**.

Men **genmodifiering** är inte heller utan värdeladdning. Modifiering innebär anpassning, underförstått till det bättre.

Genteknik är ett forsknings- och tillämpningsområde på gott och ont. Med orden **genmanipulering** och **genmodifiering** tar vi ställning varje gång vi behandlar ämnet.

En mer neutral term är genförändring. Den har dock den nackdelen att den inte visar om förändringen skett spontant eller genom ingrepp. **Genändring**, eller **genändrade organismer**, säger däremot tydligare att det rör sig om det senare, och allra tydligast är **genetiska förändringar**.

Vi kan föra en motsvarande diskussion när det gäller *bildmanipulering* och då tala om *modifierade bilder* respektive *förändrade bilder*. Styrelsen för psykologiskt försvar publicerade 1993 studien *Falska kort? Bilden i dataåldern* som är skriven av Bitte Alling-Ode och Eino Tubin. De båda författarna konstaterar att en grundläggande förutsättning för att man skall kunna tala om försök till vilseledning med bild är att det finns ett syfte att lura betraktaren, att få honom eller henne att tro att en bild visar verkligheten fast att den inte gör det. Alling-Ode och Tubin (1993, s. 32) definierar begreppet *manipulerad bild* på följande sätt:

Som en manipulerad bild definieras en på fotografisk eller elektronisk väg registrerad bild, där innebörden ändrats genom att betydelsebärande bildelement tillförts eller avlägsnats efter den ursprungliga registreringen.

Nyckelorden i den här definitionen är "innebörden" samt "betydelsebärande bildelement". Att fylla i eller ta bort dammfläckar, eller att göra andra tekniska justeringar beroende på ofullständig teknik syftar normalt inte till att ändra på innebörden eller att ändra på budskapet i en bild.

I boken *Bildhantering* diskuterar Thunqvist

och Teste (1995, s. 83) begreppet *manipulering av bild* på följande sätt:

Manipulering har blivit ett ord som nästan uteslutande sättes i förbindelse med de elektroniska förändringar av bilder som kan ske genom databehandling. Förändring av bilder och deras innehåll har dock sedan mycket länge skett genom andra metoder. Därvid har ibland uppnåtts tekniskt bra resultat. Det har dock skett efter ett mödosamt arbete av skickliga bildhanterare. Oftast har förfalskningen av bilden varit lätt att genomskåda. Datatekniken har nu gett möjligheter att med förhållandevis billig och lättillgänglig utrustning göra närmast osynliga manipulationer av bilder.

Många människor känner till att det går att manipulera bilder. Vi vet kanske inte hur vanligt det är, eller på vilka olika sätt det går att manipulera bilder. För att få en uppfattning om hur människor uppfattar frågeställningar som har med bildmanipulering att göra medverkade studenter vid Avdelningen för Informationsdesign inom Mälardalens Högskola i en enkätundersökning under våren 2000. Undersökningen visade att det finns en stor (och omfattande) spridning i uppfattningar om hur studenterna ser på begreppet *bildmanipulering*. De allra flesta uppfattningarna handlar om att sändaren, i kommunikationsprocessen, på något sätt *ändrar i bilden*. De mest frekventa verben är att *ändra*, att *förändra*, att *lägga till*, att *ta bort* och att *förvränga*. Övriga svar beskriver sändarens *förmodade syften* med att genomföra bildmanipulering. Dessa senare beskrivningar representerar alltså ett annat perspektiv på begreppet bildmanipulering än den första gruppen. (Se vidare avsnittet "*Uppfattningar*".)

Med utgångspunkt ifrån denna enkätundersökning och ifrån de ovan citerade definitionerna i *Svensk Ordbok* och i *Nationalencyklopedins Ordbok* av termerna manipulera, mani-

pulering och manipulation kan man säga att *bildmanipulering innebär att otillbörligt styra människors uppfattning om en viss verklighet med hjälp av bilder.*

Svensk Ordbok (Allén, 1986, s. 876) definierar adjektivet *otillbörlig* på följande sätt: "oacceptabel med hänsyn till rimliga (sociala eller moraliska) normer". Med *otillbörligt* menar jag i det här sammanhanget att sändaren medvetet och selektivt begränsar och styr mottagarens möjligheter att uppfatta verkligheten i syfte att nå någon egen fördel. Mottagaren har då inte längre någon möjlighet att själv bilda sig en uppfattning om vad som gäller i en viss situation. Vi kan konstatera att en sådan otillbörlig styrning med hjälp av bilder kan ske på olika sätt:

1. Utan att förändra några bildelement. Genom ett väl genomtänkt urval av bilder, genom noggrann beskärning och genom att skriva bildtexter kan man påverka och styra människors uppfattning av verkligheten i önskad riktning. (Se vidare de båda avsnitten "*Urval*" respektive "*Bildredigering*".)
2. Genom att förändra vissa bildelement. Genom att bearbeta, ta bort eller lägga till enskilda bildelement kan man förändra bildens innehåll och därmed påverka människors uppfattning om den verklighet som bilden till synes skildrar. (Se vidare avsnitten "*Fotografiet*" respektive "*Fiffel*".)

I den här studien använder jag alltså en vidare definition av begreppet bildmanipulering

än Alling-Ode och Tubin respektive Thunqvist och Teste. För mig innebär bildmanipulering att otillbörligt styra människors uppfattning av en viss verklighet med hjälp av bilder. Detta tar sig olika uttryck i skilda situationer. En manipulerad bild kan förstas uppfattas som lika trovärdig, eller som mera trovärdig, än en bild som inte är manipulerad.

Det första kapitlet, *Fotografiet*, berör kortfattat hur vi är vana vid att betrakta fotografier som "frusna ögonblick" och "rättvisa avbildningar" av skilda situationer och olika skeenden. Vi är vana vid att "tro" på fotografiet.

Det andra kapitlet, *Bilder och datorer*, berör kortfattat hur bilder byggs upp av bildpunkter i skilda medier samt hur och när det är möjligt att förändra dessa i olika typer av datorbilder.

Det tredje kapitlet, *Urval*, visar hur lätt det är att olika människors subjektiva uppfattningar påverkar vilka bilder som verkligen blir publicerade i dagstidningar, tv och andra medier och därmed når fram till läsare och tittare. Det finns flera skilda kriterier för bildval.

Det fjärde kapitlet, *Bildredigering*, visar hur lätt det är att förändra uppfattningen om innehållet i bilder med hjälp av bildtexter, beskärningar och bearbetning av bildelement. Såväl etiska regler som leveransvillkor tar avstånd från bildmanipulering av både fotografier och teckningar.

Det femte kapitlet, *Fiffel*, ger en rad exempel på hur producenten kan vilseleda mottagarna genom vilseledande urval, rubriker, bildtexter, retuscher och marknadsföring. Det går även att göra montage av olika slag.

FOTOGRAFIET

I journalistiska och dokumentära sammanhang är vi vana vid att betrakta fotografier som "frusna ögonblick" och "rättvisa avbildningar" av skilda situationer och olika skeenden. Vi är vana vid att betrakta fotografier som trovärdiga dokument. I studien *Trovärdiga bilder* (Pettersson, 2001) gjorde försökspersoner totalt 736 värderingar av trovärdigheten hos skilda bildtyper, fotografier och teckningar i färg och i svart-vitt. Försökspersonerna såg fotografier som signifikant mera trovärdiga än teckningar. Det var däremot inte någon signifikant skillnad vad gäller upplevd trovärdighet mellan bilder i färg och bilder i svart-vitt.

Vi är ännu inte vana vid att fotografier kan vara manipulerade i syfte att vilseleda oss. Vi har ännu inte ett tillräckligt kritiskt förhållningssätt till hur man använder fotografier i våra nyhetsmedier. Vi bör kanske fråga oss vad ett fotografi egentligen är och hur det förhåller sig till verkligheten? Det finns flera svar på sådana frågor.

Sonesson (1992) definierar ett fotografi som en *indexikalisk ikon*. Fotografiet är ett index därför att det är ett indirekt avtryck av motivet, förmedlat av fotonerna (en ström av ljuspartiklar) och lagrat i filmens struktur. Det fotografiska tecknets ikoniska karaktär är överordnat. Fotografiet liknar det som det avbildar. Fotografiet är en *ikon*.

Freedberg (1989) menar att det kan vara svårt för människor att förstå skillnaden mellan bild och verklighet. Liksom andra bilder är ett fotografi endast en representation av en viss

del av verkligheten (Pettersson, 1989). Men vi vet inte om representationen är tillförlitlig, om den är sann eller falsk. Det är kanske lätt för en del personer att tro att alla fotografier i någon mening är sanna avbildningar av verkligheten. Ingemann (1997) anser emellertid att ett fotografi inte kan återge verkligheten (s. 6):

Fotografiet kan ikke gengive virkeligheden. Fotografen kan kun sætte spor på negativet. Det er ikke virkeligheden der sætter disse spor – det gør fotografen gennem de valg han foretager og i de valg finder han sine egne mentale billeder. Men hans mentale billeder er ikke udelukkende private. Han spejler de mentale billeder der findes i kulturen. Men disse billeder er ikke en afspejling af en kultur men af mange delkulturer som er knyttet til en række forskellige sociale grupper.

... Fotografen kan kun handle som agent i kulturen. Det er kulturen der gennem ham sætter sit spor i billedet.

Flera andra forskare framför liknande synpunkter. Ett exempel är McDougall (1990, s. ix), som hävdar att pressbilder skall spegla verkligheten utan några som helst förvrängningar. Enligt McDougall är trovärdigheten den viktigaste egenskapen hos en publicerad bild. Man bör därför inte publicera falska bilder. Sogstad (1997) konstaterar att en journalistisk bild aldrig kan berätta hela sanningen. Han menar därför att bilden alltid ljuger på ett eller annat sätt. Ritchin (1990) påpekade att fotografiets förhållande till verkligheten är lika tvivelaktigt som andra representationer. Han skriver (s.1):

Vi är vana att betrakta fotot – särskilt i journalistiska eller dokumentära sammanhang – som en stark indikator, så lätt att förstå att den varken bedrar eller avser att bedra oss. Andå är fotografin trots sin skenbara enkelhet ett rikt och varierat språk, som liksom andra språk kan vara subtilt, tvetydigt, avslöjande och förvrängande.

Det vanliga felet är att man förväxlar avbildningen (som verkar så realistisk) med själva föremålet, det frusna ögonblicket, utsnittet ur verkligheten med det mer flytande sammanvävda liv som bilden bara hänvisar till.

Digitalt manipulerade fotografier började dyka upp i dagspressen i mitten av 1980-talet. Ritchin (1990) samt Alling-Ode och Tubin (1993) ger ett antal exempel på hur digital bearbetning har förändrat innehållet i publicerade bilder. Becker (1996, s. 184) menade att introduktionen av digitala bilder och elektronisk överföring av bilder har haft en genomgripande effekt, dels på hur man hanterar bilder i de olika produktionsleden, dels på hur läsarna uppfattar de publicerade bilderna.

Vi kan konstatera att den tekniska utvecklingen nu i grunden har förändrat förutsättningarna för trovärdigheten hos fotografier. Fotografier behöver inte längre ha en naturlig förankring i filmbaserade original. I princip kan man göra ändringar i en bild när som helst, från ögonblicket för själva fotograferingen ända fram till det att bilden är publicerad. Läsaren har i praktiken knappast någon möjlighet att upptäcka om en bild är manipulerad eller inte.

I *Stora fotoboken* beskriver John Hedgecoe (1994, 1995) en rad möjligheter som fotografer har för att manipulera en bild. Introduktionen till kapitlet "Bildmanipulation" lyder på följande sätt (1995, s. 214):

Ett brett register av fotografiska tekniker kan användas för att skapa fotografier med specialeffekter, som är helt annorlunda än normala bilder. Det här avsnittet visar effekter som kan

åstadkommas genom användning av specialfilmer, genom mörkrumsmanipulationer av både färgoriginal och svartvita original och genom att kombinera traditionell fotokemi med moderna datorers trollkonster.

De flesta av dessa metoder avser att skapa dramatiska kompositioner, estetiska effekter, förvrängda perspektiv, spektakulära form- och färgupplevelser och helt nya typer av bilder. Nya generationer av datorer, med stora minnen och snabba processer, har öppnat nya möjligheter att arbeta kreativt och surrealistiskt med olika typer av elektroniska filter som förvränger och modifierar – manipulerar – de enskilda bildpunkterna i bilden.

I slutet av 1980-talet var diskussionen om digital bildbehandling som mest intensiv. Hans Paul, pressfotograf vid *Hufvudstaadsbladet* i Helsingfors, har varit en av de ledande personerna i debatten om pressbildens etik. Enligt Paul (2000, s. 13) gällde diskussionen frågor som:

Vem skulle ta hand om de digitala verktygen? Skulle fotografen bara bli en knappare och skulle andra utföra den digitala bildbehandlingen? Hur skulle det gå med moraliskt ansvar och upphovsrätt? Skulle traditionen med redaktionssekreterarens långa, auktoritativa sax, bli en digital sax? Skulle bildstöld bli en guldgruva för businessmän som tog mitt arbete och ändrade på det i datorn så att jag inte känner igen det?

Det fanns en allmänt utbredd stor entusiasm över de nya tekniska möjligheterna. Stora internationella tidningar blev fällda för fusk med digitala bilder. Bildforskaren Karin Becker (1996) konstaterade att tvisterna om digital bildbehandling i stor utsträckning har handlat om *makten över bilden*. Är det fotografer, bildredaktörer eller den tekniska personalen som bestämmer över bilderna? Debatten har berört frågor om pressfotografiets trovärdighet, om journalistikens trovärdighet och om

faran i okontrollerad användning av ny teknik. I förordet till den svenska upplagan av Fred Ritchins bok om bildens förändrade värld och den kommande revolutionen när det gäller fotografiska bilder skriver filmfotografen Lasse Svanberg (Ritchin, 1991; s. ix):

Skulle någon fråga mig om vad jag anser vara den viktigaste förändringen när det gäller *bild* under de senaste tjugo åren skulle jag tveklöst svara: fotografins förlust av sin roll som sanningsvittne. Min generation är nämligen uppfostrad med en stor tilltro till den fotografiska sanningen, med att "kameran inte ljuger". En fotografisk bild skall vara ett oantastligt verklighetsdokument. Och därmed basta. Har man fuskat tidigare (och det har man) så har det märkts på något sätt – klantiga klistringar, repro, retuscheringar med synliga skarvar. Nu fuskar man på digital väg utan att skarvarna syns.

Smith (1998) citerade Scherer (1975), som hävdade att det finns minst sex kriterier som vi skall kunna besvara innan vi tolkar ett foto som äkta och trovärdigt. Dessa kriterier är: (1) Vem är fotografen? (2) När togs bilden? (3) Varför togs bilden? (4) Vilket syfte och vilket motiv hade fotografen för att ta bilden? (5) Vilken typ av fotografisk utrustning användes för att ta bilden? och (6) Vilka känslor hade de avbildade personerna gentemot att bli fotograferade?

Vi bör vara medvetna om att varken stillbilder eller rörliga bilder alltid skildrar det som faktiskt finns framför kameran. I filmproduktioner använder man ofta *specialeffekter*, som man åstadkommer med en blandning av många olika tekniker. Fetveit (1997) menar att vår tilltro till filmens bilder i framtiden kommer att vara ett resultat av "institutionella garantier" snarare än blind tilltro till fotografiets klassiskt dokumentära värde. Till viss del kommer trovärdigheten att flyttas från den klassiska fotografiska tekniken till institutio-

nerna och till de filmer, tv-program, tidningar, böcker och andra medier där man använder bilderna. När människor ser på filmer med många specialeffekter, som *Jurassic Park*, *Independence Day*, *Terminator* och *Titanic* så tror de förstås inte alls att detta är sanna bilder och sanna historier utan påhittat. Här är ju syftet inte att informera utan att underhålla och roa oss. Avsikten är alltså inte att framställa en representation av den "verkliga världen". Avsikten är istället att presentera en representation av en "tänkt värld", en fantasi eller en dröm. I sådana situationer kan en manipulerad bild mycket väl ha hög trovärdighet.

I studien *Trovärdiga bilder* (Pettersson, 2001) var det möjligt att sammanfatta och väga ihop synpunkter om trovärdiga bilder till följande två beskrivningar av (1) en bild som har hög trovärdighet, respektive (2) en bild som har låg trovärdighet.

1. Hög trovärdighet. En bild med *hög* trovärdighet har en tydlig, välkänd och trovärdig sändare. Det är inte en reklambild. Mottagaren har lätt att förstå och tolka bilden. Bilden har ett konkret, naturligt, tydligt och verklighetstroget motiv, ofta med människor som mottagaren lätt kan relatera till och identifiera sig med. Den är tydlig, har bra skärpa och har god teknisk kvalitet. Bilden är inte manipulerad. Den är publicerad i ett seriöst medium med hög trovärdighet. Bilden har en förklarande bildtext och är använd i ett trovärdigt sammanhang. Den trovärdiga bilden är vanligen ett foto i färg eller i svart-vitt. När bilden är i färg får det gärna vara ljusa och naturliga färger.

2. Låg trovärdighet. En bild med *låg* trovärdighet är en reklambild eller en arrangerad bild. Den har en sändare med låg eller tveksam trovärdighet. Mottagaren kan ha svårt att förstå och tolka innehållet. Bilden har ett onaturligt motiv. Det kan gälla överdrivet vackra miljöer och människor. Bilden är ofta manipulerad på ett eller annat sätt. Den har dålig teknisk kvalitet. Bilden är suddig och otydlig, och har ofta onaturliga färger. Perspektivet kan

vara överdrivet eller förvrängt. Bilden är använd i ett sammanhang där den inte passar in, kontexten stämmer inte. Den saknar en förklarande bildtext. Bilden är publicerad i ett oseriöst eller tvivelaktigt medium.

De här ovan redovisade synpunkterna för hur

en bild med hög trovärdighet, respektive en bild med låg trovärdighet, kan vara utformad stämmer alltså ganska väl med vad vi redan tidigare vet om hur människor uppfattar en allmänt "bra bild" respektive en allmänt "dålig bild" (Pettersson, 1989, 1993).

BILDER OCH DATORER

Numera är det vanligt att bilder som är publicerade i massmedierna förekommer i digital form, det vill säga representerade av ettor och nollor i en dator, i en eller i flera faser under produktionen. En del bilder är till och med skapade direkt i en dator med hjälp av något ritprogram. Här fungerar datorutrustningen som ett ritverktyg, ungefär som en pensel eller en penna. Ett fotografi kan vara fotograferat med en digital kamera. Man kan föra över bilden från den digitala kameran direkt till datorn, eventuellt förändra bilden i denna, för att senare kanske skriva ut den på papper.

Traditionella fotografiska kopior kan, liksom teckningar, bli avlästa med hjälp av en *scanner* (även kallad *skanner* och *bildläsare*). Detta är en, ibland föga kostsam, utrustning för att *digitalisera* bilder, antingen som *heltonsbilder* eller som *halvtonsbilder*. En heltonsbild är uppbyggd av punkter, linjer och areor utan några maskinellt skapade rasterpunkter. En halvtonsbild är uppdelad i små punkter med maskinellt skapade rasterpunkter. Vilket man väljer beror dels på typen av bild, dels på typen av produkt där bilden senare skall bli publicerad. Distribution av datorbilder kan ske med hjälp av magnetiska och optiska medier, eller som signaler via telenätet. Ljudband, videoband och flexskivor är exempel på magnetiska medier. CD-skivor av olika slag är exempel på optiska medier.

Digitalisering innebär att bildens analoga värden blir omvandlade till digitala värden. Analoga värden avser representationer av *kontinuerligt* föränderliga fysiska storheter,

som till exempel en gråskala utan några tydliga avbrott, eller som marken i en sluttande jordhög. Digitala värden är istället lagrade som serier av 1-or och 0-or. Datorerna arbetar sedan med dessa 1-or och 0-or. En gråskala blir digitalt representerad av distinkta grånivåer, ungefär som de olika trappstegen i en trappa.

Bland folk i allmänhet finns det uppenbarligen många förutfattade meningar såväl om bilder som om datorer. Man träffar då och då på personer som är övertygade om att bilder är "manipulerade" och "förfalskade" så fort de har varit i närheten av en dator, eller ännu värre om de på något sätt är "bearbetade" med hjälp av en dator eller "hanterade" i en dator. Det är viktigt att redan här tydligt konstatera att det normalt sett inte i sig är någonting etiskt tveksamt eller någonting "skumt" med att bilder förekommer i digital form och att de är bearbetade och hanterade i ett eller flera datorsystem vid något eller vid några tillfällen under produktionsprocessen.

Bildmorfologi

Var och en kan se sin egen spegelbild i en spegel. Det går emellertid inte att direkt fånga upp, "läsa in", och bevara denna (flyktiga) bild, eller andra virtuella bilder, på en bildskärm. En virtuell bild existerar bara i nuet. Liksom våra inre mentala bilder, som fantasi- och minnesbilder, saknar virtuella bilder fysisk form. En virtuell bild, eller skenbild, befinner sig i en punkt från vilken ett divergent strålnippe förefaller att gå ut åt olika håll efter att ha passerat det optiska systemet.

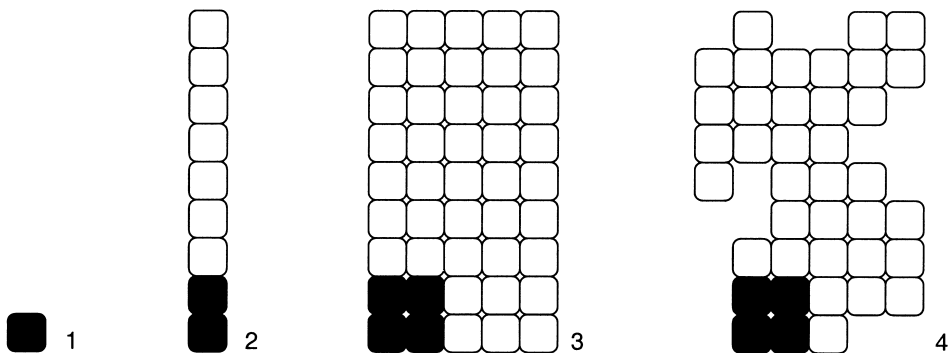
Andra typer av bilder har en mycket påtaglig fysisk form under den tid som vi kan betrakta dem. Vi kan inte utan vidare se de signaler som förmedlar en tv-bild. Vi kan inte heller se de magnetiska förändringarna, i ytskiktet av ett videoband, som representerar en inspelad och lagrad tv-bild. Utan speciella hjälpmedel går det inte heller att se de digitala tecken, serier av 1-or och 0-or, som representerar en datorbild inne i ett datorminne. Men i alla de här tre fallen går det att göra bilderna synliga med hjälp av lämpliga tekniska utrustningar. Då ger vi bilderna en fysisk form.

Vi kan fotografera vår egen spegelbild med en vanlig kamera; framkalla filmen; göra en papperskopia; avläsa kopian med en scanner och lagra bilden i digital form i en dator. Vi kan fotografera vår egen spegelbild med en digital kamera och direkt föra över bilden i digital form till en dator.

En konstnär som gör en bild kan använda blyerts, kritor, bläck, olika typer av färg, papper, väv och många andra material i en mängd skilda kombinationer. Med utgångspunkt i de specifika egenskaperna hos varje motiv bygger konstnären på ett medvetet sätt successivt upp bilden med kombinationer av enkla *grafiska grundelement*, dvs punkter, linjer och areor.

Grafiska grundelement som punkter, linjer, areor och volymer är ibland betydelsebärande och ibland inte. Ibland förmedlar ett grundelement ett budskap. I en enkel teckning kan en liten punkt ensam representera ett öga och ett litet streck kan föreställa en mun. I andra bilder har en likadan punkt eller ett likadant streck ingen egen betydelse. Ofta ingår grundelementen som små delar som tillsammans förmedlar ett budskap. En *punkt* kan ha olika form, färg, sammanhang, läge, storlek, struktur och valör. En *linje* kan variera med hänsyn till startpunkt, form, färg, jämnhet, sammanhang, krökning/buktning, ljushet, längd, orientering, förändringspunkter, riktning, struktur, tjocklek, tryck, valör och slutpunkt. En *area* kan variera med hänsyn till form, färg, färgkombinationer, gråskala, sammanhang, ljushet, läge, skuggning, storlek, struktur, textur, "tomhet" och valör. Tredimensionella bilder har även *volym*.

Den konstnärliga bilden är uppbyggd av material och pigment som kan vara helt separata eller gradvis blandade med varandra. Detta syns särskilt tydligt i många målningar av flera impressionister som arbetade med oblandade färger i många nyanser och synliga, korta, distinkta penseldrag. När vi betrak-



Grafiska grundelement. En punkt (1) kan ha olika storlek. En linje (2) kan vi definiera som en punkt som är utdragen så att den motsvarar längden av minst två, men vanligen fler punkter. En area (3) kan vi definiera som en linje som är utdragen så att den motsvarar arean av minst fyra, men vanligen flera punkter. Arean kan anta många olika former (4).

tar en tavla av till exempel Vincent van Gogh på tillräckligt stort avstånd sker en optisk färgblandning i våra ögon. Färgerna smälter ihop till en total upplevelse av motivet. En bild består vanligen av ett stort antal skilda grafiska grundelement. Men det finns faktiskt bilder som enbart har några enstaka grafiska grundelement. En cirkel kan till exempel representera solen, en stor badboll, en fotboll, en tennisboll, en bordtennisboll, eller en liten ärtä. I de här fem fallen kan bilden faktiskt bestå av endast ett enda grafiskt grundelement.

Ett exempel på ovanliga grafiska grundelement är *intarsia*, dvs dekorativa inläggningsarbeten i trä. Varje inskärning blir ett grafiskt grundelement. Alla är olika till form, färg, läge och storlek. På *emaljskyltar*, som var vanliga i slutet av 1800-talet och i början av 1900-talet, var man av tekniska skäl tvingade till en långt driven stilisering av bilderna. För att det skulle vara möjligt att skära ut schabloner som höll för att borsta bort överflödigt färg kunde bilderna inte ha fina detaljer och nyanser. Detta resulterade i en pregnans och en skärpa som vi än idag kan beundra på de gamla skyltar som ännu finns kvar.

När vi använder bilder för att kommunicera med varandra är det alltid nödvändigt att anpassa såväl det sätt vi arbetar på som det sätt vi uttrycker oss på efter de förutsättningar och de processer som gäller. Ingen kommer väl idag på idén att presentera en text i ett tv-program med teckensnittet Times i sju punkters teckengrad, vilket emellertid kan vara lämpligt såväl i vissa tidningar som i vissa typer av böcker.

Bildpunkter

Jämfört med en konstnär som arbetar med en penna eller pensel och successivt bygger upp en bild, registrerar tekniska system, som en vanlig kamera, hela bildmotivet "samtidigt", under en mycket begränsad tid. En tv-kamera

läser av och registrerar motivet linjärt. Oberoende av hur motivet ser ut blir bilden uppdelad i många små enskilda delar. Dessa delar kallas för *bildpunkter*, *bildelement* eller *pixlar* (efter "pixels" på engelska). Den enskilda bildpunkten är normalt icke betydelsebärande och det behövs vanligen flera bildpunkter för att bygga upp ett bildspråkligt grundelement, som en punkt, en linje eller en area.

Vi tänker oss vanligen att ett fotografi är en tvådimensionell representation av ett utsnitt ur verkligheten. Fotot har en viss höjd och en viss bredd. Men egentligen har det vanliga fotografiet tre dimensioner. Förutom en vertikal (y-led) och en horisontell (x-led) eller uppdelning i bildpunkter, har bilden dessutom en variation på djupet (z-led). I x- och y-led kan varje enskild bildpunkt variera med hänsyn till form, storlek, läge, valör och kornighet. När det gäller z-led kan varje enskild bildpunkt variera med hänsyn till färg- och gråskala. I digitala system representeras varje bildpunkt av ett antal nollor och ettor. Det är dessa nollor och ettor som bestämmer bildpunktens form, storlek, läge, valör, kornighet, färg- och gråskala.

Bildpunkter i tekniska system kan alltså ha många olika former. De är ofta kvadratiska, rektangulära, runda eller ovala men de kan även vara oregelbundet formade. Vanligtvis är bildpunkter mycket små. Vid normala läsavstånd kan man knappast urskilja enskilda bildpunkter, varken i bilder som är tryckta i böcker, i bilder som visas på datorskärmar eller i tv-apparater och ännu mindre i diabilder som är projicerade på en projektionsduk. För att en bild skall ha "god kvalitet" måste den faktiskt ha en upplösning, det vill säga grad av detaljskärpa, som är bättre än vad vårt synsinne klarar av. Om man skall titta på en bild på nära håll, i en bok eller i en tidning, så måste bilden alltså vara uppdelad i många små punkter. Om man däremot skall se bilden

på långt avstånd, på en affisch, så räcker det med färre och större bildpunkter. Några konkreta exempel får belysa dessa förhållanden.

Vid OS i Moskva 1980 höll cirka 3 000 sovjetiska soldater upp fyrkantiga tygbitar i olika färger. Varje soldat med sin uppsättning av tygbitar motsvarade en bildpunkt. Soldaterna kunde på så vis åstadkomma ett antal bilder med en grad av detaljskärpa som faktiskt är väsentligt bättre än upplösningen i t ex text-TV och videotex, en tidig variant av ett tvåvägssystem för överföring av information från databaser till tv-apparater med inbyggda dekodertillsatser. Bilden av Mischa, den ryska björnen, var den gången symbolen för de olympiska spelen. Här var varje bildpunkt ungefär 1/4 kvadratmeter och hela bilden var cirka 750 kvadratmeter stor. Med sina färgade tygbitar bildade soldaterna ett (mänskligt) tekniskt system för att framställa bilder, där varje bildpunkt (varje soldat med sin uppsättning av tygbitar), liksom på en datorskärm, kunde variera i färg. På tillräckligt långt avstånd kunde betraktaren inte särskilja de enskilda bildpunkterna från varandra. De smälte ihop till en sammansatt upplevelse av bildmotivet.

Vid Tsukuba Expo '85 i Japan hade det välkända elektronikföretaget Sony byggt världens största videoskärm, *Jumbotronen*. Denna videoskärm var 25x40 meter, lika stor som ett ganska normalt tio våningshus. Jumbotronbilden, som fler än 50 000 människor kunde se samtidigt, bestod av 150 000 bildelement. Varje bildelement utgjordes av en 8x4,5 centimeter stor TRINI-LITE-cell med en blå, en grön och en röd del (36 kvadratcentimeter). Sonys tekniker använde ett avancerat datorsystem för att hela tiden ha individuell kontroll över alla de 150 000 bildelementen, som tillsammans skapade 30 tv-bilder per sekund enligt NTSC-standarden. Numera finns det flera betydligt mindre varianter av stora videoskrmar på

många ställen. Sådana Jumbotronskrmar är vanliga på idrottsarenor.

I flera tusen år har konstnärer gjort mosaiker som dekorationer på golv, väggar och tak i palats, i kyrkor och en del andra byggnader. En mosaik består av tusentals små bitar (ungefär 1/4 till 1 kvadratcentimeter i storlek), vanligen av glas eller marmor, i olika färger. Varje bit trycks varsamt ner i ett mjukt underlag som sedan stelnar. De stora mosaikerna i *St Peterskatedralen* i Rom ser ut som målningar. Man måste faktiskt gå ganska nära för att tydligt kunna urskilja de enskilda glasbitarna. I en mosaik är de enskilda mosaikbitarna vanligen icke betydelsebärande grafiska grundelement. Vid en jämförelse med ett tekniskt system, som en datorskärm, kan vi betrakta de grafiska grundelementen som stationära bildpunkter. Det är ju inte särskilt lätt att ändra i en färdig mosaik.

I skilda bildmotiv representerar de enskilda bildpunkterna mycket olika delar av verkligheten. Den första amerikanska *Landsat-satelliten* skickades upp i sin bana 1972. Landsat-1 registrerade gröna och röda frekvenser, samt två frekvenser nära det infraröda området. De här bilderna avbildar 185x185 kilometer av jordens yta. Varje bildpunkt i en Landsat-1-bild representerar 80x80 meter nere på marken, dvs 6 400 kvadratmeter. Landsat-1 blev en stor framgång och följdes av Landsat-2 i januari 1975 och av Landsat-3 i mars 1978. Sedan 1982 producerar Landsat-satelliterna bilder med en upplösning av 30x30 meter på marken. Det område som varje bildpunkt täcker har alltså minskats från 6 400 till 900 kvadratmeter. Dessa bilder är bra underlag för att göra kartor av stora områden, som kommuner, län och hela länder.

I februari 1986, sändes den europeiska *SPOT-satelliten* upp i sin bana. SPOT-satelliten levererar bilder med en upplösning av 20x20 meter i färg och 10x10 meter i svart-vitt. Nu

blev det område som var representerat av en enda bildpunkt reducerat till 400 respektive 100 kvadratmeter. Vanligtvis avbildar en SPOT-bild 60x60 kilometer av jordytan, dvs 3 600 kvadratkilometer. Dessa bilder är bra underlag för att göra kartor av mer begränsade områden, som delar av en kommun, en stad eller en mindre tätort. Sådana svart-vita "scener" har 6 000 linjer med 6 000 bildpunkter vardera, dvs totalt 36 miljoner bildpunkter. När en SPOT-bild och ett fotografiskt porträtt av en person trycks med samma upplösning som helsidor i en normalstor bok så visar en bildpunkt i SPOT-bilden en del ur verkligheten som är en miljon gånger större än det område som en bildpunkt i porträttet representerar.

Vid Esrange, Svenska Rymdbolagets anläggning i Kiruna, tar man emot en kvarts miljon SPOT-bilder varje år. Med dessa bilder kan man producera många olika typer av kartor som man behöver för en rad uppgifter inom till exempel jordbruk, skogsbruk och lantmäteri. Vissa militära satelliter, så kallade spion-satelliter, har så god upplösning att varje enskild bildpunkt motsvarar endast några få kvadratdecimeter nere på marken. Då är det möjligt att kunna urskilja enskilda personer som till exempel befinner sig ombord på ett fartyg. Snabb utveckling av civila fotosatelliter gör det numera möjligt för vem som helst att köpa satellitbilder där man kan se bilar, bussar och lastbilar. Den första civila högupplösande fotosatelliten, *Ikonos*, blev uppskjuten och placerad i sin bana i september 1999. *Ikonos* befinner sig 680 kilometer över jordytan. För svartvita bilder är upplösningen 1x1 meter och för färgbilder 4x4 meter. Det har alltså varit en dramatisk utveckling när det gäller satelliter och satellitbilder under de senaste decennierna. Vi kan troligen räkna med en fortsatt teknisk utveckling som leder till allt bättre prestanda. Så småningom når vi kanske fram till tekniskt perfekta system med allt fler

och allt mindre bildpunkter. Till slut kanske man kan hålla reda på var enskilda personer befinner sig och leta reda på till exempel krigsförbrytare och terrorister med hjälp av en vanlig dator som står i förbindelse med en satellit.

Synsinnet

Ur rent teknisk synpunkt är emellertid våra ögon och vårt synsinne inte på något sätt "perfekta" om vi utgår ifrån kraven på ett optiskt instrument. Här finns det flera begränsningar. Ögat har en viss tröghet och det tar en viss tid för oss att läsa en bild. Ur biologisk synpunkt fungerar däremot vårt synsinne på ett mycket bra sätt. De tekniska svagheterna blir biologiska fördelar.

Det är nämligen ögats inneboende tröghet som gör att vi uppfattar filmer och tv-program som kontinuerligt rörliga bilder. Biograffilm använder vanligen 24 och PAL-TV 25 bilder per sekund. Detta är strax under den så kallade *flimmertröskeln*, som ligger vid 27–28 bilder per sekund. Vid högre bildfrekvens hinner inte ögat längre med att se de enskilda bilderna. Högre bildfrekvens, som NTSC med 30 bilder per sekund, ger därför en rörlig bild som vi uppfattar som mer stabil och mer verklighetsnära.

Vårt synsinne kan urskilja en detalj i ett motiv som är 1 000 gånger ljusare eller mörkare än en annan detalj i samma motiv. För synsinnet är alltså det så kallade *kontrastomfånget* 1 000. För filminspelning med 35 mm-normalfilm är kontrastomfånget 100. Vid arbete med tv-sändningar och inspelningar på video är kontrastomfånget ännu sämre, endast 10–20. Det är alltså ännu inte möjligt att tekniskt komma ens i närheten av kapaciteten hos vårt eget synsinne.

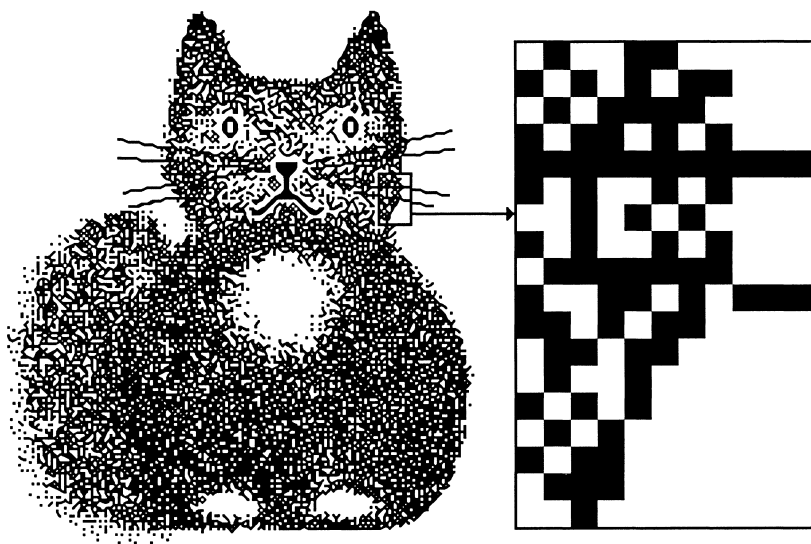
Varje ögonblick kan våra ögon hantera information motsvarande 2,5 miljoner "bits" eller bitar i ett datorsystem. I verkligheten har naturen och alla föremål ett oändligt antal

färgtoner och grånyanser. Våra sinnen klarar av stora mängder information under mycket varierande förhållanden. Vi kan se skillnaden mellan många miljoner färgstimuli när vi ser dem samtidigt och intill varandra. Men om vi inte ser färgerna samtidigt och intill varandra kan vi identifiera mycket färre, kanske 10 000 – 20 000. Man hävdar ofta att vi inte kan identifiera fler än 64 gråtoner, blir det fler så flyter de ihop till en kontinuerlig skala. Vi har alltså sällan någon reell användning för alla de olika färger som en dator kan skapa och hantera.

Upplösningen är bäst i den *gula fläcken*, i centrum av ögats näthinna, och mycket sämre utanför. Den maximala upplösningen är lika med avståndet mellan två stimulerade tappar (färgkänsliga synsinnesceller) med en icke stimulerad tapp emellan. Detta avstånd är en bågminut. Vid normalt läsavstånd motsvarar detta cirka 200 bildpunkter per millimeter, eller fyra miljoner bildpunkter per kvadratcentimeter. Titta nära på en färg-tv-skärm (på ungefär en armlängds avstånd). I mitten av

synfältet kan man se små röda, gröna och blå prickar, kvadrater eller rektanglar (det är olika beroende på tillverkare) som bygger upp tv-bilden. Detta klara, ovala eller runda områden, stort som en femtioöring eller en enkrona, faller in i gula fläcken i ögonen. Området hoppar runt när du flyttar blicken över bilden och gör fyra till sex fixeringar per sekund. Vid normalt tv-tittaravstånd blandar vi ihop intrycken från alla små prickar och vi tycker därför att bilden är "ganska bra" eller "bra". Men det behövs många fler bildpunkter för att få en verkligt bra bild. Antalet och storleken av de bildpunkter som bilden behöver är bestämd av: storleken av det avbildade föremålet, storleken av bilden, avståndet till ögat bildinnehållet, och även av materialet på vilket bilden finns (papper, film, glas, m m).

Ju fler bildpunkter som ett tekniskt system använder för att visa en bild, desto bättre skärpa och upplösning får man. När upplösningen är bra kan man inte längre särskilja svarta och vita bildpunkter från intilliggande svarta



En datorbild är uppbyggd av ljusa och mörka bildpunkter. I delförstoringen till höger syns de enskilda bildpunkterna tydligt. Bildpunkter är alltid små i förhållande till bildskärmen. Ju fler bildpunkter det finns inom en given area desto bättre upplösning kan det aktuella systemet åstadkomma. Titta gärna på den här bilden på långt avstånd. När avståndet blir tillräckligt stort går det inte längre att se några bildpunkter.



Bildpunkter. Det går lätt att ändra enskilda bildpunkter i en datorlagrad bild. Smutspartiklar på en diabild (till vänster) kan man lätt "tvätta bort" från en scannad diabild (till höger). Fast i det här fallet är det tvärt om. Bilden till höger är bearbetad i Photoshop för att visa hur man lätt kan ändra enskilda bildpunkter. Bilden visar en DC-3a som flyger på låg höjd över Riddarfjärden i Stockholm vid en flyguppvisning.

och vita punkter. Detta gäller både för bildskärmar och för kopior på papper, plast eller film. Vanliga datorsystem klarar ännu inte av att hantera verkligt stora mängder information på ett smidigt sätt. Därför uppfattar vi bilder som är publicerade i massmedier som mindre tydliga än de verkliga föremål och de verkliga personer är som bilderna representerar.

Ändå kan en enskild vit (svart) bildpunkt vara klart synlig när den är omgiven av svarta (vita) bildpunkter. När svarta och vita bildpunkter är jämnt fördelade över en bild, blir de enskilda bildpunkterna omöjliga att urskilja. Då uppfattar vi bilden som grå. Vår uppfattning av enskilda bildpunkter är starkt påverkad av sammanhanget för de enskilda bildpunkterna. Den relativa fördelningen av svarta och vita bildpunkter, eller "summan" av omgivningen för varje bildpunkt, bestämmer vår uppfattning av innehållet i bilden. En helt slumpvis fördelning av bildpunkter blir ett grått, ointressant mönster. En kontrollerad, avsiktlig fördelning av bildpunkter kan leda till olika mönster och bilder. Möjligheten att flytta eller byta bildpunkter i en bild gör att vi lätt kan göra många tusen, eller flera miljoner nya bilder. Datorer behandlar sådana varia-

tioner som olika bilder. Men en betraktare ser dessa bilder som funktionellt likadana bilder, eller i alla fall som likvärdiga bilder.

Det är även möjligt att flytta eller byta bildpunkter i en bild på ett sådant sätt att läsaren ändrar sin uppfattning om innehållet i bilden. På motsvarande sätt kan vi presentera en text på många olika sätt, med olika teckensnitt och olika stilgrader utan att läsaren ändrar sin uppfattning om innehållet i texten. Men även här är det möjligt att presentera en text så att läsaren ändrar sin uppfattning av innehållet i texten. Det är mycket svårt att veta var de här gränserna går och det verkar inte finnas särskilt mycket forskning inom området ännu.

En bildpunkt är alltså normalt icke betydelsebärande ur bildspråklig synvinkel. Vi kan ta bort ett överraskande stort antal bildpunkter från bilden utan att det centrala budskapet i bilden innehåller går förlorat. När en dator gör en bildanalys, kan den oftast inte avgöra om en enskild bildpunkt är viktig för bilden eller inte, men det är vanligen inga problem för människor. Vi kan ofta ta bort, lägga till eller flytta data i en bild utan att drastiskt påverka bilden innehåller. Bildpunkter som bildar gränser mellan olika figurer är viktigare

för bilduppfattningen än andra bildpunkter. Eftersom hjärnan fyller i information som fattas och alltid strävar efter att göra den bästa möjliga tolkningen av ett givet stimulus, så kan man ibland även ta bort vissa betydelsebärande delar av en bild utan att förändra tolkningen särskilt mycket.

I en del teckningar, till exempel karikatyrer och skämtteckningar, kan obefintliga linjer vara lika viktiga som de som faktiskt ingår i bilden. Förmågan att använda rätt antal grafiska bildelement och att hitta rätt balans i en bild är kännetecknet på en erfaren och skicklig konstnär, fotograf och grafisk designer. För lite data leder till en bristfällig bild. För mycket data leder till en bild som är svår att tolka och förstå. Det finns en ideal och optimal medelväg för varje typ av bildinnehåll och för varje enskild tillämpning.

Analog och digital kodning

Som jag antyder redan i inledningen till det här avsnittet är det av stor vikt om data är lagrad på analogt eller på digitalt sätt. Videoinformation som är lagrad i analog form passar t ex för underhållning när man vill se ett program, till exempel en långfilm, från början till slut och inte har något behov av att redigera eller ändra i innehållet. Om man däremot har behov av att kunna ändra i bilderna, eller hoppa snabbt mellan enskilda bilder, är digital lagring ett bättre val. Följande exempel visar på skillnaden i omfång, uttryckt som antal tecken, mellan analog och digital lagring av data.

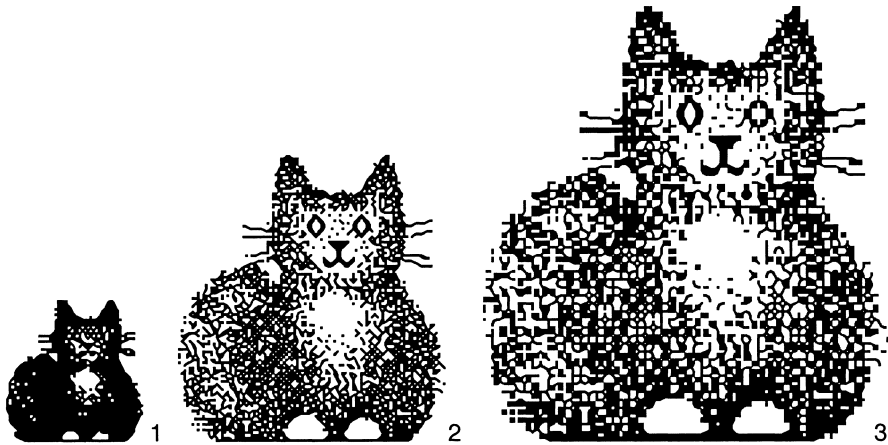
En sida i en bok kan ha ungefär 2 500 tecken (dvs 50 rader med 50 tecken, inklusive mellanslagen). Att lagra samma information i digital form kräver 20 000 "bits" (binära ettor och nollor). Man kan tycka att det låter mycket men det är försvinnande lite när vi jämför med lagring och överföring av data i några andra medier. Med tanke på hela antalet binära ettor och nollor som vi behöver för att lagra

data så motsvarar data för en linjeteckning ungefär fem sidor med text. En sekund ur ett radioprogram motsvarar tio boksidor med text. En sekund ur ett vanligt tv-program motsvarar 250 textsidor. En sekund högupplösningstv motsvarar 1 500 sidor text och en bildruta (en scen) från SPOT-satelliten behöver lika mycket utrymme som 50 000 sidor med text.

Förutsatt att antalet bildpunkter är tillräckligt stort så erbjuder digitalt lagrad information många möjligheter till enkel och behändig bearbetning, redigering och även manipulering av text, ljud och bilder. Detta kan vara mycket viktigt för olika typer av användning, men förödande för trovärdigheten i många andra situationer. När man redigerar en skriven text kan resultatet bli ett "meddelande" med färre ord men med samma betydelse. I syntetiskt tal, dvs dataframställt tal, kan man ibland minska mängden överförda data med 99% utan att förståelsen av innehållet går förlorad även om den estetiska kvaliteten blir märkbart försämrad.

På liknande sätt kan man minska antalet bildpunkter i en bild utan att det ger någon större inverkan på budskapet och innehållet i bilden. Dessutom kan man minska data-mängden genom olika former av datakompression. Då är det möjligt att använda kapaciteten i datorns minne på ett effektivare sätt. Många tekniska system använder olika former av datakompression för att kunna hantera ett större antal objekt.

Heltonsbilder består av punkter, linjer och areor men utan maskinellt genererade rasterpunkter. Hit hör alltså streckteckningar, ritningar och scheman, samt många kartor och logotyper. Bilderna kan vara såväl svart-vita som i färg. Den viktigaste tekniska skillnaden är att färgbilder kräver upp till tre gånger så mycket datorkapacitet som vad svart-vita bilder gör. Baserat på hur bilderna är skapade



Pixelbilder. Det är lätt att förändra skalan av en pixelbild (2) som är skapad och lagrad i en dator. Men när vi förstorar bilden (3) så har datorn inga nya data att lägga till och katten blir allt ljusare. När vi förminskar bilden försvinner viktiga data (1) och katten blir allt mörkare. Därför bör vi helst skapa pixelbilder i rätt storlek redan från början.

och hur de är hanterade i datorn finns det tre typer av heltonsbilder; pixelbilder, objekt-orienterade bilder och hybrider mellan dessa båda typer.

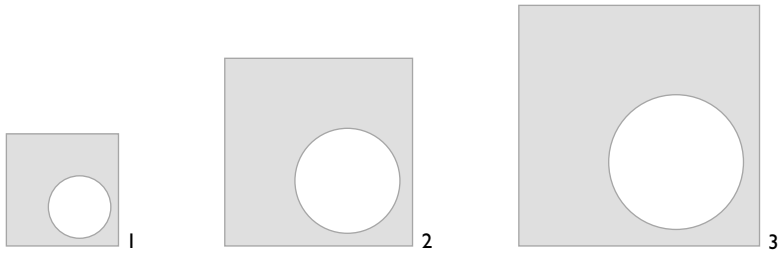
En *pixelbild*, eller *bit-mappad* bild består av ett stort antal bildpunkter. Dessa bildpunkter har antingen en färg eller ingen färg alls. När man skriver ut bilden på ett vitt papper blir "ofärgade" bildpunkter vita. Använder man ett färgat papper får de här bildpunkterna alltså samma färg som papperet har. Det är den relativa fördelningen av dessa bildpunkter som skapar upplevelsen av bilden. Ju fler bildpunkter det finns inom en given area desto bättre upplösning får bilden. Ofta räcker inte upplösningen till för att skapa en verkligt tydlig bild. Detta gäller speciellt vid förändringar av skalan. En böjd linje blir då lätt taggig. Bildkvaliteten blir densamma oberoende av om bilden är utskriven med en enkel, eller med en avancerad skivare med högsta tänkbara upplösning. Det går att förändra skalan av en pixelbild, men inga nya data läggs till när vi förstorar bilden och viktiga data försvinner när vi förminskar bilden. Det

är därför bäst att framställa bilden i avsedd storlek från början.

En *objektorienterad bild*, eller *vektorbild*, är definierad av ett antal algoritmer, dvs matematiska beskrivningar, för olika typer av kurvor. Detta betyder att vi kan både förstora och förminska bilden utan att dess kvalitet blir förändrad. Kvaliteten på utskriften är bestämd av upplösningen på skrivaren. Ju högre upplösning skrivaren har desto bättre blir bildens tekniska kvalitet.

För att kunna återge de olika nyanserna i *halvtonsbilder*, dvs blyertsteckningar, lavingar och fotografier, i böcker och i tidningar så måste man dela upp bilderna i rasterpunkter för den tekniska produktionen. Med en reproduktionskamera kan man framställa rasterpunkterna med fotografisk separering (analog teknik). Som tidigare nämnts går det även att använda en scanner (digital teknik) för att skapa rasterpunkter. Vi uppfattar den tryckta halvtonsbilden som att den består av äkta halvtoner, dvs partier med lager av färgpigment.

Med moderna, digitala system för bildbehandling är det lätt att förstora, förminska, änd-



Objektorienterade bilder. Vi kan ändra skala, både förminska och förstora en objektorienterad bild (2) utan att vi får någon förlust av kvalitet (1 och 3).

ra projektion, beskära eller utöka bilden, ta bort, förändra, flytta om, komplettera, isolera eller kombinera olika bildpunkter på nya sätt. Bildmanipulering skapar nya typer av sammansatta bilder. I traditionella collage och fotomontage är bildmanipuleringar lätta att se, men i moderna datorsystem kan bilderna bli manipulerade utan att det syns i de färdiga bilderna.

Typer av datorbilder

Det finns flera olika sätt att klassificera datorbilder. En möjlighet är att skilja mellan: (1) framtidsvisioner som visar hur man kan tänka sig att någonting kommer att kunna se ut i framtiden, (2) rekonstruktioner som visar hur man kan tänka sig att någonting såg ut för länge sedan och (3) aktuella beskrivningar som visar hur någonting ser ut i vår egen tid. Ett annat sätt är att gruppera datorbilder efter vad vi gör med dem: (1) datorgenererade bilder, (2) datorbearbetade bilder, (3) datordistribuerade bilder, och (4) datoranalyserade bilder. Det finns givetvis ytterligare andra möjligheter att diskutera och gruppera datorbilder.

Datorgenererade bilder

Begreppet *datorgenererade bilder*, eller *datorgrafik*, har flera olika betydelser. Gemensamt för dessa är att bilderna på något sätt blir skapade i datorer. Till den här gruppen kan vi räkna datorkonst, informationsgrafik, konstruktions-

bilder, fantombilder och underhållningsgrafik.

Datorkonst är en ung konstform med visuell presentation av innehåll där den estetiska funktionen är dominerande. Datorkonst består dels av interaktivt skapade bilder, dels av slumpmässigt genererade bilder och mönster. Datorkonst har ofta animerade sekvenser och visas på datorskärmar på utställningar och gallerier. Det går också att presentera datorgenererade konstbilder i pappersformat. Dessa kan vara producerade med skrivare eller plotter. Informationen är ofta lagrad som pixelbilder snarare än som objektorienterade bilder.

Informationsgrafik omfattar både affärsgrafik och nyhetsgrafik. *Affärsgrafik* är grafisk presentation av numerisk information. Det gäller ofta att redovisa och presentera en budget, en prognos, ett försäljningsresultat, ett produktionsresultat eller en lagerstatistik. När de olika variabelernas enskilda värden är lagrade separat, så är det ofta lätt att välja mellan flera olika sätt att åskådliggöra data på ett visuellt sätt. Data kan bli presenterade i histogram, i stapeldiagram, i kurvor eller i cirkeldiagram, för att bara ge några vanliga exempel. Man kan läsa bilderna direkt på datorskärmen, projicera dem på en bildskärm eller skriva ut dem på film, både som diabilder och som bilder för arbetsprojektorer, eller som utskrifter på papper. Schematiska bilder, som presenterar numerisk information, är alltmer

använd inom utbildning, samt inom forsknings- och utvecklingsarbete.

Nyhetsgrafik redovisar sådana nyheter som är lämpliga att presentera i visuell form i tv och i tidningar. Dessa bilder är använda i tv-nyheter, utbildningsprogram, väderrapporter och i underhållningsprogram i tv som vinjetter till nya inslag. När det gäller nyhetsgrafik var dagstidningen *USA Today* en föregångare som har fått många efterföljare. Det första numret av *USA Today* kom ut den 15 september 1982 i Washington. Tidningen expanderade till en dagsupplaga på över en miljon exemplar efter ett år. Nyhetsgrafik kan ibland ha en dekorativ funktion, snarare än en informativ funktion. tv-programmets titel kan t ex vridas och vändas eller stegvis växa fram ur eller försvinna in i bakgrunden.

Konstruktionsbilder omfattar ritningar, kartor och mönster. *Ritningar* är tvådimensionella representationer av matematiska beskrivningar av olika typer av föremål. I CAD-system kan man ofta "vrida och vända" på ett objekt och se det från olika sidor och i olika perspektiv redan innan produkten finns i fysisk form. Ofta tar man inte ens fram en fysisk modell. CAD avser vanligen "Computer Aided Design", vilket innebär datorstödd konstruktionsritning. Konstruktören använder alltså datorstöd under arbetet i konstruktionsprocessen. Förkortningen CAD avser emellertid även "Computer Aided Drafting", vilket avser datorstödd ritning. Här använder konstruktören datorn som ett rithjälpmiddel.

Man använder numera CAD-system inom alltfler tillverkningsbranscher. Det kan gälla konstruktion av komponenter till bilar, båtar, flygplan, hus och kanske framförallt till maskiner av skilda slag. CAD-system är ofta använda tillsammans med CAM, "Computer Aided Manufacturing", det vill säga system för datorstödd bearbetning eller tillverkning. I kombination med vektorsystem kan man

framgångsrikt använda CAD-system för produktion av kartor. Det är lätt att göra förändringar av såväl skalor som av detaljinnehåll i kartorna. CAD-system används även för framställning av textilmönster, för tapeter, omslagspapper och för bokomslag.

Fantombilder eller *signalementsbilder* är konstruerade i ett datorsystem med utgångspunkt från signalement från olika vittnen. Det är inte alls ovanligt att polisen försöker få fram en bild av ett ansikte på den person som man spanar efter. De flesta större poliskårer runt om i världen arbetar med utgångspunkt från signalement från olika vittnen, men metoderna varierar. Två av de mest kända fantombilderna i Sverige är de fantombilder av den förmodade mördaren och av den s.k. Skuggan, som polismyndigheten i Stockholm distribuerade efter mordet på statsminister Olof Palme 1986. Bilderna skapades med hjälp av kriminaltekniker från Bundeskriminalamt i Wiesbaden, som låg i dåvarande Västtyskland.



Fantombild. Polismyndigheten i Stockholm distribuerade bl a den här signalementsbilden efter mordet på statsminister Olof Palme 1986. Publiceringen av det här porträttet av den förmodade gärningsmannen ledde, enligt diskussionerna i dagspressen, tydligen till att många oskyldiga män blev utpekade som misstänkta för mordet.

Man använde en typ av datoriserad projektor för att komponera de båda ansiktena med hjälp av uppgifter från olika vittnen.

Det finns många former av *underhållningsgrafik*. I interaktiva *elektroniska spel* är rymdskepp, robotar, hjältar och bovar ibland realistiskt avbildade i sina respektive miljöer. De elektroniska spelen har ofta starka effekter när det gäller färger, symboler, förändringar av perspektiv, djup och ljud. Utvecklingen går mycket snabbt. Under 1970-talet var bilderna i regel mycket primitiva, men de har sedan dess fått allt bättre upplösning och allt bättre utförande. Animeringar har blivit allt vanligare.

Världens första helt datorgenererade långfilm, *Toy Story*, hade premiär 1996. Filmen handlar om ett antal leksaker, men steget är inte långt till digitala, "syntetiska mänskliga skådespelare". I den kritikerhyllade storfilmerna *Gladiator* är nästan ingenting vad det ser ut att vara. Börje Lundberg (2000) berättar i Expressen att en död skådespelares ansikte fick "nytt liv" med hjälp av datoranimering och avancerad teknik. Skådespelaren Oliver Reed, som spelar Proximo, chefen vid gladiatorernas träningsläger, dog mycket tragiskt under filminspelningen på Malta innan alla hans scener var tagna. Det fattades material för ungefär två minuter i den färdiga filmen. De skickliga datoranimatörerna återskapade då Reeds huvud i datorn och kopierade in det på kroppen av en person med samma kroppsbyggnad som Reed.

I en annan scen i filmen står kejsaren Commodus framför en väldig publik vid gladiatorspelen. Mer eller mindre hela Rom ligger framför honom. Av de 50 000 åskådarna i Colosseum är det emellertid bara 2 000 personer som är riktiga statister, alla de övriga är skapade i datorer. Det går inte längre att upptäcka om stillbilder eller rörliga bilder är "äkta" eller om de är förfalskade när de är hanterade i avancerade tekniska system. Man kan fråga

sig om det är rätt att färglägga gamla svartvita spelfilmer.

Datorbearbetade bilder

Man kan använda redaktionella datorsystem för att bearbeta, korrigera, omforma, redigera och komplettera innehållet i såväl texter som bilder och den grafiska formen. Man kan lätt anpassa materialet för grafiska medier som böcker, tidningar och tidskrifter, för AV-medier som diabilder och stordiabilder, eller för elektronisk publicering på Internet och i andra databaser. Grundbilden, en teckning eller ett fotografi, blir digitaliserad med hjälp av en skanner eller en speciell tv-kamera. Efter bearbetning i datorn tar man ut bilden, via en laserskrivare eller en plotter, direkt på papper eller film.

Under de olympiska spelen i Los Angeles 1984 användes för första gången *Satlight*, en scanner för satellitöverföring av bilder. Bilderna blev scannade, datakomprimerade, bearbetade och sända via satellit till en mottagarstation i London. Därifrån gick bilderna på magnettape till olika tidningsredaktioner. I Sverige blev bilderna publicerade i Dagens Nyheter.

På en del sjukhus har bildarkiv med "nukleärmedicinska bilder" börjat användas alltmer. Visionen "den digitala röntgenavdelningen" är successivt på väg att förverkligas. Digital bildhantering medför stora fördelar. Det går t ex att ersätta vissa gränsväer med kulörta färger, vilket kan göra det mycket enklare att analysera och tolka bilderna. Traditionella röntgenbilder på film digitaliseras i en scanner så att de kan bearbetas i en dator och snabbt distribueras via modem på en fast teleförbindelse. En patient kan röntga sig vid en vårdcentral i en stad och en röntgenläkare vid ett sjukhus i en annan stad kan sedan ställa diagnosen. Läkare vid olika sjukhus kan samtidigt analysera samma röntgenbild och diskutera diag-

nosen per telefon. Detta kallas *telerradiologi*. För att bildarkiven skall kunna användas optimalt krävs systemkopplingar som gör det möjligt att samverka med patientadministrativa system.

Antalet färger som datorbilder kan återge beror på vilken dator, vilket operativsystem, vilket program och vilken bildskärm man använder för bearbetningen. Det är vanligt att man använder åtta bitar för respektive röd, grön, och blå färg, samt åtta bitar för text och grafiska effekter. En bit kan vara antingen en etta eller en nolla. Varje färg kan vara lagrad i 256 nivåer eller värden. Totalt ger det 16 miljoner möjliga nyanser i bilden. Det grundläggande problemet är att bilder kräver stort utrymme och lång tid för bearbetning. En enda färgbild i A4-format kräver upp till 40 MB. En sådan bild behöver alltså lika mycket lagringsutrymme som 16 000 normala textsidor med totalt sex till sju miljoner ord.

Sivertsen (1997) diskuterar hur ny avbildningsteknik nu har blivit en integrerad funktion i bildbehandlingsprogram. Det har lett till att det typiskt fotografiska och det typiskt måleriska börjat gå in i varandra. De möts i *hyperfotografiet*. Gränserna för illusionen flyttas ständigt. Ett antal skillnader försvinner, bland annat skillnaden mellan original och kopia. Under 1988 distribuerade nyhetsbyrån Reuters en bild av ett iranskt flygplan som just håller på att träffas av en amerikansk missil. Flygplanet störtade och 298 personer omkom. Det är inte lätt att fotografera en sådan bild. Bilden är konstruerad. Enligt bildtexten kommer den här sammansatta bilden från Qatar News Agency. Fotografi och grafik flyter ihop och vi får en ny typ av bilder. Man kan verkligen fråga sig hur man bäst bör benämna de nya typer av bilder som uppstår med hjälp av olika typer av bearbetning i datorer. Hans Paul (2000) menar att det som inte längre lämpligen kan kallas fotografi kan kallas *digi-bild*.

Datoranalyserade bilder

Satelliter med multispektrala bildläsare registrerar och sänder kontinuerligt digitala tv-bilder av jorden ner till mottagarstationer på jorden. Bilderna blir analyserade och använda för många skilda ändamål inom meteorologi, geologi, geografi, jord- och skogsbruk. Jämför det tidigare avsnittet om de amerikanska Landsat-satelliterna och den europeiska SPOT-satelliten. Tolkning av satellitbilder är idag en omfattande verksamhet. *Fotografiska (dator)bilder* används även inom flera militära områden.

Mätbilder är representationer av olika mätvärden inom t ex medicin. Med ultraljud- och datortomografibilder kan man mäta densiteten i olika vävnader. Man kan mäta och avbilda aktiviteten i hjärnan med en positronkamera. Ett annat exempel är mätning av värmestrålning.

Datordistribuerade bilder

Till gruppen datordistribuerade bilder hör bilddatabaser och telefax. En bilddatabas är en databas med bilder, vanligen stillbilder. Bilderna kan vara lagrade i analog form på en videoskiva, eller i digital form på en CD-skiva eller i ett magnetiskt minne. Digitala bilder kräver stort lagringsutrymme. I en del system använder man därför analog lagring av bilderna och digital lagring av söksystemet. En optisk videoskiva kan lagra upp till 100 000 bilder med "tv-kvalitet", dvs med cirka 250 000 bildpunkter vardera. Bilderna är enskilt nummerade och det går lätt att söka och visa fram en bild inom loppet av några få sekunder. I en framtid kan man tänka sig att bild-skatter från världens stora muséer görs tillgängliga för allmänheten, för forskning och för utbildning.

Det går också att bygga system för digital lagring av bilder. En CD-skiva, kan hantera upp till ca 15 000 enkla bilder, linjeteckningar, och samtidigt innehålla all nödvändig textin-

formation och rutiner för databassökning. Även i system där text och bild förvaras på samma medium och visas på samma bildskärm, är det idag endast praktiskt möjligt att söka efter bildinnehåll via verbala beskrivningar av bildens hel- och delinnehåll. För den som har ett bildarkiv och möjlighet till databassökning av index eller texter ligger det nära till hands att fundera på att också förva-

ra bilderna i en databas så att text och bild kan visas upp samtidigt. Bilddatabaser har ofta flera skilda syften. Det kan gälla att bevara, dokumentera, förmedla allmän eller specifik information, eller att utgöra underlag för studier och forskning. Ibland riktar sig informationen till "den breda allmänheten" och ibland till mer specifika grupper.

URVAL

I mitten av juni år 2001 stod Sverige som värd för ett EU-toppmöte i Göteborg. I samband med detta arrangerade ett 80-tal olika organisationer en rad seminarier och flera demonstrationer för en annan typ av Europa. Flera personer var mot Schengenavtalet, mot militariseringen av EU och för avskrivning av tredje världens skulder. En av dessa demonstrationer utvecklades till omfattande kravaller med stenkastning, vandalisering och polisvåld. Polisen sköt mot folket, lyckligtvis var det ingen som avled. Efter Göteborgskravallerna vill EU införa hårdare gränskontroller för att förhindra att demonstrationer skapar upplopp vid politiska toppmöten. En regeringskommitté skall undersöka om polisen kan få ökade befogenheter.

Vilken bild gav medierna av vad som hände i Göteborg. Hur valde medierna att rapportera om de olika händelserna? Kravallerna fick stort utrymme i såväl dagstidningar som television. Kravallerna skildrades med många och brutala bilder. De övriga aktiviteterna fick betydligt mindre utrymme. I mitten av juli, en månad efter toppmötet, riktade en grupp med nio unga journalister skarp kritik mot mediernas bevakning av händelserna i Göteborg i Expressen. De unga journalisterna (Quistbergh m.fl., 2001) hade räknat bilderna i Aftonbladet, Expressen, Göteborgs Tidningen, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten den 15, 16 och 17 juni 2001. Mindre än en tiondel av de publicerade bilderna skildrade de fredliga demonstrationerna. Gruppen skriver (s. 3):

Endast 12 av totalt 144 tidningsbilder skildrar de fredliga demonstrationerna. Resten av bilderna från protesterna är uppprepningar av de välbekanta svarta maskerna, gatstenarna och det krossade glaset.

Men vad värre är, flera medier har ägnat sig åt spekulativ våldsunderhållning, hellre talat om skyltfönster än frågat hur det gick till när en människa sköts ner av polis och i vissa fall spridit direkta lögn.

Gruppen kräver att en sanningskommission förutsättningslöst ska granska mediernas, polisens och Göteborgsaktionens agerande.

Varje publicerad bild har varit föremål för *urval*, inte bara en gång utan vid flera tillfällen innan den blev publicerad i en bok, i en tidning eller i något annat medium. Dessa urval är mycket viktiga för våra möjligheter till en rimlig verklighetsuppfattning. Personligen instämmer jag helt med Stefan Ohlsson (2000, s. 8), som menar att möjligheterna att manipulera och styra vår verklighetsuppfattning genom urval av bilder är betydligt viktigare än vad den digitala manipulationen är. Liknande synpunkter framförs av pressfotografen Hans Paul (2000, s. 13), som skriver:

Det största hotet mot pressbilden är inte digital "manipulering". Utan det största hotet ligger i oss själva och hur vi pressfotografer manipulerar sanningen i vår blinda tro, att just vi är gudabenådade sanningsbärare. Hotet ligger i vår brist att kunna genomskåda den teater som makthavarna och alla andra som vill utnyttja oss spelar upp. Hur nöjda är vi inte efter ett välarrangerat pressmöte och hur ofta frågar vi oss ifall vi lyckades demaskera de uppträdande?

Medierna har mycket stora möjligheter att avsiktligt styra och påverka läsarnas, tittarnas och lyssnarnas uppfattningar om olika aspekter av verkligheten. Det är troligt att subjektiva urval av bilder kan ha betydligt större effekter än förändring av enskilda bildelement.

Det här kapitlet ger en del exempel på problematiken kring urval när det gäller nyhetsmedier, som dagstidningar och television, "långsamma" medier som faktaböcker och läroböcker, samt material för reklam och information. Nästa kapitel visar hur man kan förändra enskilda bildelement.

Nyhetsmedier

När det gäller *tidningar* och *television* är processen med urval av bilder relativt likartad, i all fall i de första faserna. I båda fallen råder vanligen stor tidspress. Det händer alltid någonting, någonstans, men mycket saknar intresse för den breda allmänheten eller för tidningens eller kanalens specifika målgrupp. Plötsligt inträffar emellertid någonting som redaktionsledningarna på de olika medierna anser att det är viktigt att rapportera om. Händelsen bedöms ha ett nyhetsvärde. Här sker det första urvalet, valet av händelse. Eftersom det alltid är människor som gör urvalet blir detta subjektivt även om det finns en gemensam referensram och en gemensam policy för arbetet inom redaktionen. I princip bör information vara saklig, objektiv, korrekt och tillförlitlig. I verkligheten är information vanligen utformad och presenterad på olika sätt. Detta beror på att skilda nyhetsmedier har varierande ekonomiska, politiska och tekniska förutsättningar, men det beror även på att enskilda journalister och fotografer gör individuella val. När olika journalister refererar samma händelse blir beskrivningarna därför ofta markant olika. Detta kan var och en lätt att konstatera genom att läsa om samma händelse i olika tidningar.

Journalister och fotografer får alltså i uppdrag att beskriva en händelse, rapportera om vad som har hänt, kanske kritiskt granska och komma med förslag om vilka konsekvenser detta kan få för berörda parter. De åker ut till platsen för att prata med folk och för att ta lämpliga bilder och bildsekvenser. Varje enskild fotograf väljer, ofta i samråd med den skrivande journalisten, att rikta kameran mot det som han eller hon anser är "rätt" plats och "rätt motiv". Här sker det andra och kanske viktigaste urvalet. Thunqvist (1993, s. 29) menar att en reportagefotografs uppgift är att samla ett så heltäckande material som möjligt från den händelse han har att bevaka. Det är först vid publiceringen av bilden som en sovring bör ske. Enligt Thunqvist kan fotografen ha som utgångspunkt att allt och alla får fotograferas när och var som helst. I svensk lagstiftning finns det mycket få inskränkningar, och vägledande rättsliga avgöranden är sparsamma. Däremot finns det många bestämmelser som inskränker fotografernas möjligheter att arbeta på ett fritt sätt i många andra länder. Där är det t ex ofta förbjudet att fotografera enskilda personer. Detta brukar kallas "rätten till egen bild".

För pressfotografen Hans Paul (2000) har den fotografiska bilden kommit allt närmare det sagda och skrivna ordet i alla dess bemärkelser. Han menar att vi kan göra en bild av flera bilder, precis som flera bokstäver ger ett ord, flera ord ger en mening och så vidare. Hans Paul skriver (s. 15):

Fotografiets sanningsvärde är inte större än ordets. Fotografiet är inte ett bevis. Det är bara min sanning, ifall jag lyckats att vara hederlig mot mig själv och inte gett vika för till exempel redaktionens förväntningar, om jag inte använt billiga effekter som saknar journalistisk substans, men givit en effektfull visualitet.

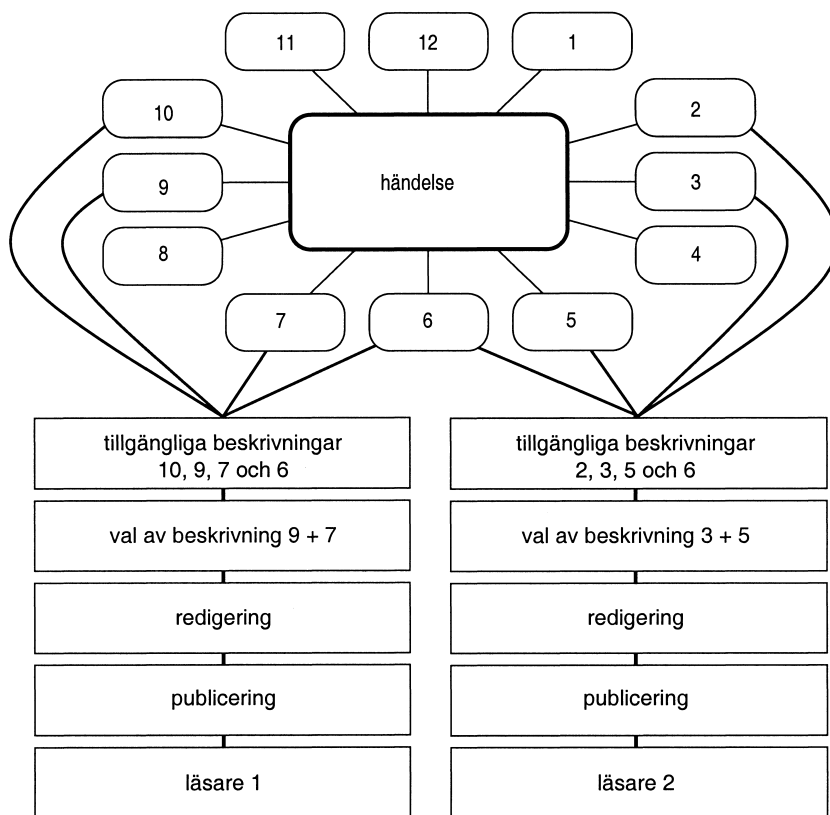
Att gå ut på jobb känns för mig allt mer som att samla in material, liksom min skrivande kolle-

ga gör anteckningar, sen jobbar vi vid datorn och "skriver" storyn. Att jobba med pixlarna är som att välja ord. ..

Jag har allt mera börjat ifrågasätta många av mästerverken från dokumentärfotografins historia. En stor del av dem är arrangerade. När blir arrangemang manipulation? Vilken skillnad är det på arrangemang och digital manipulation?

Den frågan är verkligen inte lätt att svara på. I den mån det är möjligt väljer den enskilda fotografen "rätt" tidpunkt för att ta den verkligt intressanta bilden. Här sker det tredje ur-

valet. Ofta är det ont om tid. Det kan även vara svåra arbetsförhållanden. Alla fotografer har varken den tid eller det tålamod som de skulle behöva. De behöver ha en kombination av både tur och skicklighet. Många fotografer missar de verkligt unika tillfällena. Hur resultatet blir beror även i mycket stor utsträckning på tillfälliga belysningsförhållanden, på val kamera, objektiv, filter, samt övrig teknisk utrustning, på val av material, på val av arbetsprocesser och även på en rad andra omständigheter. Allt detta påverkar hur bilderna blir och representerar tillsammans det fjärde urvalet.



Olika personer uppfattar och beskriver en och samma händelse på skilda sätt. Fotografer, journalister, redigerare och grafiska formgivare gör olika prioriteringar och skilda urval. Detta leder till att tidningsläsarna och tv-tittarna får helt olika förutsättningar för att tolka vad som verkligen har hänt vid en viss händelse. Verkligheten är givetvis mer komplicerad än den här enkla modellen.



Fotografens val 1. Det här är en bild av det populära kaféet vid de omstridda almarna i Kungsträdgården i Stockholm. Bilden är tagen en lördag i maj.



Fotografens val 2. Samma kafé från en annan vinkel, fotograferad en minut senare. Bilden är ytterligare en representation av det här kaféet.



Fotografens val 3. Samma kafé från ytterligare en annan vinkel och ytterligare en minut senare. De här tre bilderna ger oss olika intryck av kaféet.

PALME KOM LOSS

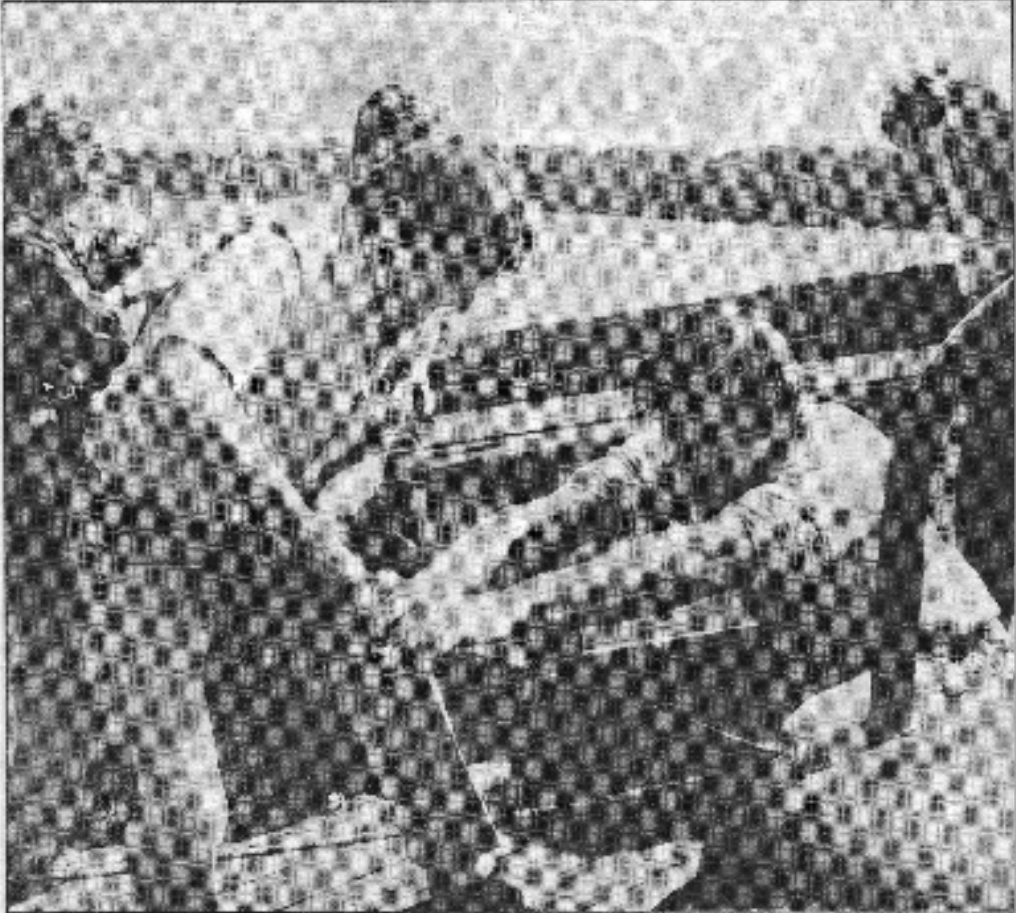


Foto: MATS JONELL

Olof Palme skulle lätta ankar för att starta valturnén. Han slet så han blev moderatblå i ansiktet. Men inte hjälpte det. Då kom Expressens Sten Berglind. Saken var klar i rödaste rippet. .

... när Expressen grep in

Tolkning 1. Det var svårigheter att få upp ankar på m/s Garpen när Olof Palme inledde sin valturné 1982. Söndagen den 20 juni skildrade Aftonbladet och Expressen denna händelse på skilda sätt. Båda tidningarna hade en bild som visar hur Palme och en annan man vevar upp det tunga ankar på m/s Garpen. De båda bilderna är ungefär lika stora. I båda tidningarna täcker bilden fyra spalter, men Aftonbladet har något smalare spalter. Bilden i Aftonbladet är 285 cm². Bilden i Expressen är 350 cm². Expressens bildtext lyder: "Olof Palme skulle lätta ankar för att starta valturnén. Han slet så han blev moderatblå i ansiktet. Men inte hjälpte det. Då kom Expressens Sten Berglind. Saken var klar i rödaste rippet." Jämför med avsnittet ur Aftonbladet på nästa sida. (Foto: Mats Jonell)



Tolkning 2. Aftonbladets bildtext lyder: "Olof Palme hjälpte till med att veva upp det tunga ankaret på m/s Garpen." Jämför med avsnittet ur *Expressen* på föregående sida. De båda kvällstidningarna har valt att presentera samma händelse, men deras utgångspunkter är olika både när det gäller bild, bildtext, rubrik, ingress och löpande text. (Foto: Bo Schreiber.)

Dagstidningar

Vid arbetet med framställningen av stillbilder finns det ytterligare många möjligheter att påverka form och uttryck i en bild, tex genom att variera belysning och skuggning av speciella partier av bilden. Här sker det femte urvalet. Det finns säkert en del mörkrum kvar på sina håll, men i stort har tekniken lett fram till rent digitala miljöer. (Det finns ett mellanting med dagsljuslaboratorier. Där arbetar man inte i öppna bad. I övrigt påminner tekniken om det gamla. På motsvarande sätt går det att arbeta med stillbilderna helt och hållet i det "digitala mörkrummet", dvs i lämpliga datorsystem.) Jämfört med de traditionella mörkrummen har den digitala tekniken ökat möjligheterna att förändra den ursprungliga bilden.

Av många tänkbara bilder, som alla kan

komplettera en färdig journalistisk text som beskriver en viss händelse, väljer journalister, bildredaktörer, redaktörer och grafiska formgivare ut endast ett fåtal bilder, kanske bara en enda, för publicering i tidningen. Här sker det sjätte urvalet. Från det urval som redigeringen/bildredaktören har att välja på kommer alltså bara en eller några få bilder in i tidningen, men dessa kan komma att förändras en hel del på vägen fram till läsaren. Detta beskrivs i nästa kapitel. Bilden kan beskåras ytterligare, den kan radikalt minskas eller ökas i omfång och den kan placeras på en färgsida eller en sida med enbart tillgång till svart tryckfärg. Alla dessa val kan givetvis påverka läsarens upplevelse av beskrivningen av den förmedlade händelsen.

Förutom nyhetsbilder innehåller den moderna

dagstidning också en mängd andra bilder, som porträttbilder, reportagebilder och sportbilder. Thunqvist (1993, s. 41) menar att en medelstor svensk dagstidning kan innehålla 100–150 bilder per dag, varav en allt större andel är färgbilder.

Bildtexterna skrivs ofta under tidspress, men de är mycket viktiga och styrande för hur läsarna uppfattar innehållet i bilden. Tillsammans med rubriker, ingresser och löpande texter blir bilder och bildtexter utplacerade i en lämplig layout. Någon gång blir "Bilderna", eller kanske en lyckad bildserie, utgångspunkt för texten i en artikel.

En journalist berättar om hur det kan gå till "i verkligheten", när det kan vara ont om både tid och lämpligt stoff. Under hans första jobb, som nattredigerare på en tidning i Kalmar, fick han i uppdrag av nattchefen att "göra något på sista sidan" av en kattbild som hade legat på en hylla minst ett par veckor. Nu var det söndagkväll och allt tillgängligt material var redan förbrukat på andra platser i tidningen. "Jag drog upp den i format. Det blev en fyrspaltig bild av katten samt en meningslös bildtext och en meningslös rubrik. Någon brödtext fanns inte. Ren spaltfyllnad alltså, men effekten blev flera läsareaktioner som föranledde förnyad publicering." Så kan alltså slumpen spela in i bildvalet på redaktionen.

En del tidningsföretag har utarbetat en egen "bildpolicy". Därigenom blir det, i viss utsträckning, möjligt att få en konsekvent hantering av olika situationer. I boken *Göra tidning* beskriver Andersson-Ek, Andréasson och Edwardson (1999) på vilket sätt en sådan bildpolicy kan se ut. De skriver (s. 60):

På en tidning kan följande kriterier och grunder få gälla för en bra bild:

- Journalistiskt innehåll
- Trovärdighet
- Läsbarhet

- Relevans
- Teknisk kvalitet
- Presentation

De här författarna menar att en relevant bild med ett gott journalistiskt innehåll kraftigt kan förstärka den redaktionella textens budskap. En genomarbetad bildpolicy leder till att medarbetarna i tidningsföretaget får en klarare uppfattning om den roll som bilden har i tidningen. Något senare beskriver Lars Fahlén policyn på Göteborgs-Posten beträffande manipulerade bilder (s. 71–72):

Nyhetsbilden i tidningen ska i huvudsak vara dokumentär, den får aldrig manipuleras utan endast en journalistisk bearbetning är tillåten. Med journalistisk bearbetning avses att bilden helt eller delvis upplätas/nedmörkas eller att den beskärs. En manipulerad bild ska inte kunna uppfattas som dokumentär, den ska vara tydligt märkt och vid publicering ska det framgå att det är en illustration. Bilden får inte säljas.

Det förefaller att vara en mycket klok policy att tydligt skilja mellan å ena sidan "dokumentära foton" och å andra sidan foton som har bearbetats till "illustrationer". Ur läsarens synpunkt är det givetvis mycket värdefullt att det alltid framgår tydligt när bilder är bearbetade.

Hur väljer man bilder till en nyhet där det inte finns några bilder som beskriver själva händelsen? Följande exempel visar att detta urval tydligen sker på flera olika sätt och troligen efter skilda kriterier inom olika tidningar. Under natten till midsommarafton år 2000 blev en svensk präst brutalt rånmördad i en förort till staden Entebbe i Uganda. Prästen var i Afrika för att bygga upp ett biståndsprojekt och skulle möta en grupp medarbetare på flygplatsen. TT sände ut ett kort meddelande om mordet den 23 juni.

Denna tragiska händelse har fått mycket varierande utrymme i svensk press. Flera tidningar har berättat om händelsen redan på

förstasidan. I inlagorna varierar utrymmet i 28 undersökta tidningar, från 40 cm² till mer än 1500 cm². I 32 undersökta tidningsexemplar från 28 tidningar, spridda över hela landet fanns det 30 illustrationer. Av dessa var 21 porträttbilder i olika versioner av prästen. Det är mycket stora skillnader i hur de olika tidningarna har beskrivit den här specifika händelsen, såväl när det gäller den totala arean som fördelningen mellan bilder, texter och rubriker. Vi kan se ett samband mellan å ena sidan storlek på artikeln och antal bilder relaterat till den geografiska hemvisten för de olika tidningarna: liten TT-notis, lite större utrymme i riksspridda morgontidningar, ännu större utrymme i berörda lokal/regionaltidningar, mindre utrymme i lokal/regionalpress längre bort från den lokala basen. Tabloidtidningarna bryter mönstret utifrån sina speciella förutsättningar. (Se bilaga för en mer detaljerad beskrivning.)

Stickprov i flera olika tidningar vid andra händelser ger anledning att misstänka att ovanstående mönster är vanligt förekommande. De olika tidningarnas läsare får alltså vitt skilda förutsättningar för att kunna bilda sig sina uppfattningar om vad som händer i världen, varför det har hänt och vilka konsekvenser händelser kan få.

När man studerar ett antal tidningsartiklar som beskriver samma händelse blir det uppenbart att dessa artiklar berör oss på olika sätt. Artiklar med rubriker i stor och fet stil och med (stora) bilder har naturligtvis mycket större möjligheter att bli uppmärksammade än de artiklar eller notiser som saknar dessa attribut. Bilder, särskilt stora porträttbilder påverkar oss känslomässigt och skapar en rad associationer på ett helt annat sätt än enbart text. Bilder talar till vårt känsloliv på ett omedelbart sätt. De talar inte till förnuftet (Barry, 1998).

Bilder blir sällan föremål för kritisk analys

på det sätt som texter blir. Detta är väl känt från reklamforskningen (Barry, 1998). Bilder är bra på att visa hur saker ser ut, att visa rumslig orientering samt storleks- och tidsrelationer. I det refererade fallet, om den mördade prästen, kan man nog konstatera att det inte är nödvändigt att använda några bilder för att berätta om just den händelsen.

Thurén (1997) frågar vad det innebär att man medvetet *underlåter* att publicera vissa bilder? Thurén skriver (s. 23):

Så var exempelvis president Franklin D. Roosevelt rullstolsbunden. Men det fick det amerikanska folket aldrig veta. Inga bilder publicerades som visade honom i rullstol, eller när han baxades upp i talarstolen. Var detta en form av förfälskning? Roosevelts handikapp hindrade inte att han var en synnerligen aktiv och vital statsman, en av USA:s stora presidenter. Men om handikappet hade varit känt kunde det kanske ha försvagat hans politiska ställning.

Att man under tiden för andra världskriget gjorde bedömningen att det inte gick att visa en rörelsehandikappad president hörde väl till synsättet för den tiden. Det finns väl heller inte många bilder av en berusad Winston Churchill. Det är uppenbart att gränserna för vad som är acceptabelt är föränderliga med tiden. Idag skulle knappast någon reagera på att en politiker sitter i rullstol, men en berusad politiker går ännu inte. För hundra år sedan var det inte tänkbart att visa sig på badstranden utan heltäckande badkläder. Under 1900-talet kom det ena badmodet efter det andra, med allt mindre användning av tyg.

När det gäller vad som är acceptabelt i ett samhälle kan vi också se en del mycket tydliga skillnader mellan olika kulturer. Under senare år har det amerikanska folket fått vara med om flera etiska ledarskapskriser. Exempel är president Nixons bandinspelningar i samband med Watergate-affären och president Clintons högst privata terminologi när

det gäller benämningar av sina sexuella handlingar. För femtio år sedan skulle varken press eller tv bevaka motsvarande händelser på det sätt som nu skedde. Som tidningsläsare och som tv-tittare vet vi ju inte vad som eventuellt är bortvalt och inte heller varför just det är bortvalt.

McDougall (1990, s. 3) rekommenderade att man bör ställa sig tre frågor för att kunna värdera om ett foto eventuellt skall bli publicerat i en tidning eller inte. När det gäller *budskapet* kan man ställa följande tre frågor: (1) Har fotot ett tydligt budskap? (2) Klarar fotot de etiska kraven för en ansvarsfull journalistik? (3) Gör fotot intrång i de avbildade personernas privatliv, är det ärekränkande eller förolämpande på något sätt?

När det gäller det *estetiska värdet* kan man ställa följande två frågor: (1) Är fotot väl balanserat och estetiskt tilltalande? (2) Underlättar kompositionen förmedlingen av budskapet? När det gäller *tekniken* kan man ställa följande två frågor: (1) Bidrar kamera- och mörkrumstekniken till att förmedla budskapet? (2) Har fotot tillräcklig kvalitet för tryckning?

När tidningarna når fram till läsarna sker det sjunde urvalet. Läsarna väljer att läsa artikeln eller väljer att avstå från att läsa den. Beroende på erfarenhet och förutsättningar uppfattar dessutom varje enskild mottagare en viss beskrivning och en viss bild eller bildsekvens på sitt eget sätt. Det händer att journalister blir beskyllda för att de har förvanskad, förkortat eller vinklat nyheter. Journalisterna förklarar att de måste rapportera kritiskt samtidigt som de måste förenkla olika mycket invecklade skeenden för att göra dessa begripliga för läsarna.

Nyheter i tv

Även med videosekvenser är det möjligt att göra en hel del förändringar före sändningen. Medarbetare på nyhetsredaktionen komplet-

terar de utvalda bildsekvenserna med en berättande och kommenterande text. De kan även komplettera de rörliga bilderna med förklarande teckningar. tv-signalerna når sedan fram till tv-apparaterna. Tittarna väljer att titta eller att inte titta på nyhetsprogrammet. Liksom fallet är med dagstidningar uppfattar varje enskild tittare en viss beskrivning och en viss bild eller en viss bildsekvens på sitt eget sätt, vilket medför att en och samma händelse kan uppfattas på olika sätt.

Enligt Thunqvist (1993, s. 44) har antalet stillbilder i tv minskat under åren eftersom tv-mediet har fått tekniska möjligheter att sända frysta video-sekvenser. I och med att nya tv-kanaler har startat har konkurrensen ibland lett till att en del tv-kanaler har blivit utestängda från vissa evenemang. De har då varit tvungna att lösa sina bildbehov genom att använda sig av stillbilder.

När det gäller televisionsprogram är det stora krav på att bildsekvenser och verbala kommentarer fungerar bra tillsammans och erbjuder tittaren en "helhet". Fichtelius (1997, s. 49) påpekar att: "Mycket av det en radioreporter måste ta tid med att *berätta* kan tv-reportern *visa* i bild." I nyhetssammanhang får bilderna inte vara för starka. Fichtelius menar att det då är stor risk "att bilderna äter upp orden". Detta kallar Fichtelius något oegentligt för "bildkannibalism". Bilderna "äter upp" orden när bilderna blir så fascinerande, skrämmande, eller spännande att tittarna inte kan ta till sig den verbala kommentaren.

Det finns ett klassiskt exempel på detta från televisionens barndom i Sverige. En reporter berättade om vad 1961 års sjukförsäkringsutredning hade kommit fram till om framtidens tandvård. Det var emellertid inte många tittare som fick någon behållning av det sagda. Inslaget illustrerades nämligen med närbilder och autentiska ljud av hur en tandläkare borrade i en tand med karies. Här

kom bilderna och effektljuden att helt dominera över innehållet i texten. Det måste alltså vara en avvägd balans mellan de olika komponenterna i ett budskap, annars kan vi inte ta det till oss på ett effektivt sätt.

Ett exempel på ett nyhetsinslag som skapade starka känslor är från 1993. I oktober detta år upprörde några tv-bilder från Somalia människor i USA och människor på andra håll i hela världen. Inslaget visade hur några somalier trampade på en av de aderton dödade amerikanska soldaterna. En tillfångatagen och chockad helikopterpilot, Michael Durant, blev intervjuad. Bilden av hans såriga, ångestfyllda och medtagna ansikte hamnade sedan på förstasidorna i många tidningar och tidskrifter runt om i världen. Bilderna påverkade tv-tittarnas och tidningsläsarnas känslor och upplevelser och kanske även inställning till konflikten. Många människor i USA kom åter att tänka på situationer och bilder från kriget i Vietnam.

Bilderna från Somalia, och bilder från liknande händelser, kan på allvar påverka utvecklingen i FN. Bilden av helikopterpiloten blev mer eller mindre en symbol för USAs utrikespolitik, som i amerikanska medier allmänt var karaktäriserade med begrepp som förvirring, fiasko och katastrof. En gång var det *orden* som berättade om och kommenterade stora politiska händelser. "Frihet, jämlikhet och broderskap" och "Blod, svett och tårar" är exempel på sådana bevingade uttryck.

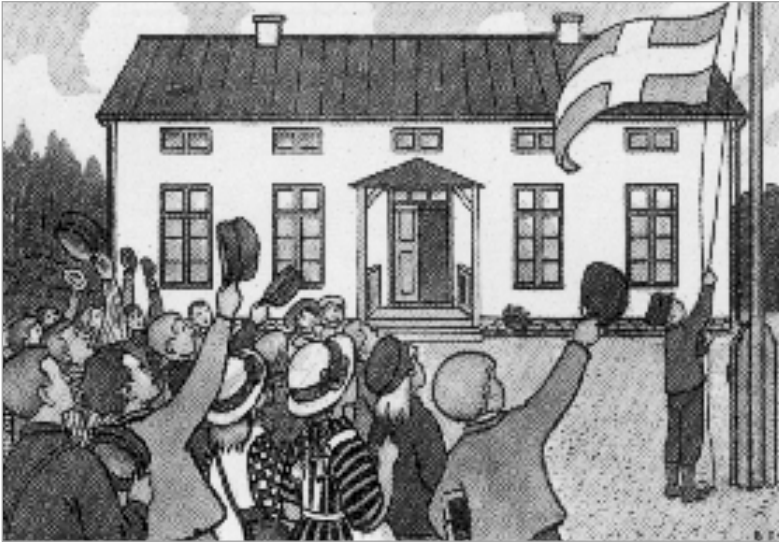
Nu har emellertid *nyhetsbilderna* tagit över makten över våra känslor. Det är inte så vanligt med positiva nyheter. Nyheter handlar ofta om våld. Cronström (1997) har studerat nyheterna i televisionens nyhetssändningar i Sverige under en vecka i februari 1997. Det visade sig bland annat att vart fjärde nyhetsinslag innehöll våldsskildringar. Cronström påpekar att nyhetsinslag med skildringar av våld blir utvalda i konkurrens med många andra möjliga och tänkbara händelser. Före-

komsten av våld i nyheterna speglar därför redaktionernas nyhetsvärdering och rådande nyhetsideologi. Värderingar och ideologier varierar mellan olika kulturer och i olika tider. Det finns ingen garanti för att urvalet på något sätt är representativt.

Böcker

För faktaböcker och läroböcker är det en annan besluts- och urvalsprocess än för tidningar och tidskrifter. Här är det sällan samma tidspress. Det finns mer tid för att kontrollera fakta och försäkra sig om en jämn kvalitet. Någon gång får en lyckad bildserie bli utgångspunkt för texten i en bok. Detta gäller i hög utsträckning när fotografer själva skriver egna fotoböcker. Det är dock ganska vanligt att texten finns, mer eller mindre färdig. Då gäller det att komplettera texten med en eller flera bilder. Bilderna i böckerna väljs inte på måfå. Varje tryckt bild ett resultatet av ett omfattande arbete av flera yrkesgrupper. Det är givetvis stora skillnader från fall till fall, men produktionsförloppet för bilder i tryckta läromedel kan ofta ske ungefär enligt beskrivningen i nästa avsnitt.

Det finns exempel på hur bilder i böcker påverkar barns uppfattning om verkligheten. Särskilt på lägre stadier när skolböcker ut till ett stort antal elever. De båda böckerna *Sörgården* och *I Önnemo*, båda av Anna Maria Roos, publicerades första gången 1912 och kom sedan i skolupplagor 1913. Fram till och med 1936 såldes böckerna i mer än en miljon exemplar vardera. De fina illustrationerna av Brita Ellström, Ingeborg Uddén och Stina Beck-Friis hade en stor del i framgångarna. Flera av bilderna i de båda Sörgårdsböckerna blev också skolplanscher. På den tiden fanns det inte några som helst krav på *objektivitet* i läromedel. Tidens ideal var uthållighet och förnöjsamhet. Sörgårdsböckerna skildrar livet på landet på ett mycket idylliskt sätt. För majori-



Bilder i skolböcker har under årens lopp "manipulerat" många barns uppfattning om verkligheten. Den här idylliska bilden finns på s. 21 i boken *Sörgården*. Sidan handlar om bokstaven F och om "Vår egen flagga." Texten lyder: »Flaggan ska opp i dag», säger lärarinnan, fröken Lind.» Det är kungens födelsedag. Du, Sven, får hissa den.» Så hissar Sven flaggan. Den fladdrar i blåsten. »Se, så vacker vår svenska flagga är!» säger Karin. »Ja», säger fröken Lind, »den är blå som himlen och gul som solen.» (Teckning av Brita Ellström.)

teten av vår befolkning var verkligheten emellertid en helt annan än den som var beskriven i text och bilder i böckerna. Bilderna i de här böckerna vilseleder många barn i deras uppfattning om verkligheten.

Flera beslut

Tanken om "the basic instructional team", ett arbetslag som består av producent/informatör, ämnesexpert, utförare (tecknare/fotograf/grafiker), utvecklades i USA redan under andra världskriget (Saettler 1968, 1990). Sedan dess är samarbete mellan olika yrkesgrupper ett fundament för arbete med information och informationsmaterial. I Sverige var Sven Lidman och Ann-Marie Lund tidigt ute (1950-talet) och lanserade arbetsformen med intimt samarbete vid produktion av uppslagsverk som FOCUS, Combi Visuellt och Media (Lidman 1966; Lidman och Lund 1972). Redaktörer och grafiker bör tjänstgöra som ett filter mellan ämnesexperternas specialkun-

skaper och den okunnige konsumenten. Cornell (1972) menade att läsaren må vara okunnig men bör varken bli betraktad som obegåvad eller som dum.

I praktiken förekommer många olika rutiner vid olika bokförlag. De olika produktionsprocesserna för faktaböcker förutsätter beslut av flera olika personer vid flera skilda tillfällen. *Författaren*, eller ofta "faktaleverantören", producerar manus och ibland även en hel del bildidéer. Förutom att ha goda faktakunskaper behöver t ex en läromedelsförfattare även ha god kännedom om undervisningsmetoder för respektive skolstadium. Bilder från artiklar i tidningar och tidskrifter, i faktaböcker, i andra läroböcker och i uppslagsverk får ofta tjänstgöra som inspirationskällor och förlagor.

Förlagsredaktören och/eller *bildredaktören* utvecklar bildidéerna till bildbeskrivningar och diskuterar dessa med lämpliga tecknare, eller sänder dem till bildbyråer och till skilda fotografer. Helgesson (1989) fann att en del bildre-

daktörer och formgivare efterlyser ett utökat samarbete med författarna. Tecknarna producerar skisser enligt bildbeskrivningarna. Efter (många) diskussioner med redaktionen och ett antal korrigeringar producerar tecknarna sina originalbilder. Bildbyråer och fotografer letar efter arkivbilder som kan tänkas motsvara bildbeskrivningarna någorlunda bra. Det händer dock ibland att författarna själva även tecknar och/eller fotograferar och producerar de bilder som man behöver för den aktuella boken.

Det finns sällan bara en bild utan vanligen flera tänkbara och mer eller mindre likvärdiga bilder till en viss text. Flera experiment (Pettersson, 1984, 1985 och 1986) visade att tecknare som får en bildbeskrivning skapar sina egna, individuella bilder utan att kreativiteten blir hämmad. Illustratörcentrum (1990), som är en serviceorganisation för landets tecknare, redovisar i katalogtidningen *Svart på Vitt 1/1990* de illustrationer som 57 tecknare har gjort av samma skönlitterära text, en novell av Niklas Rådström. Det är svårt att se några som helst likheter mellan bilderna. Alla tecknare har gjort sina helt egna tolkningar av innehållet i texten och skapat helt unika bilder.

Av tillgängliga bilder sammanställer bildredaktören eller förlagsredaktören en primär bildkollektion. Redaktör, bildredaktör, grafisk formgivare och författare väljer därefter ofta tillsammans ut de bilder som skall ingå i boken. Ofta är detta en både mödosam och besvärlig uppgift. Det är troligt att mer tid och ett utvidgat samarbete behövs för att resultatet skall bli riktigt bra. Vanligen behöver man bearbeta utvalda foton på något sätt. Det gäller t ex att anpassa storleken och beskära bilden i bredd och/eller höjdd. Enligt min uppfattning är det bra med förklarande bildtexter till bilderna. När allt detta är klart sammanställer den *grafiske formgivaren* text och bilder till sidor och uppslag i en layout.

Kriterier för bildval

Vid produktion av läroböcker kan man sällan anlita fotografer för att ta bilder "på beställning". För det mesta får författaren eller någon bildredaktör leta igenom olika bildarkiv och andra bildsamlingar för att förhoppningsvis kunna finna lämpliga bilder. Av många tänkbara bilder, som alla kan komplettera en färdig text som beskriver en viss händelse, väljer författare, bildredaktörer, redaktörer och grafiska formgivare endast ut ett litet fåtal bilder, kanske en enda, för publicering.

Bilderna i en enda lärobok kan vara från många skilda kulturer och från olika tidpunkter. Många av bilderna har inte varit avsedda att bli publicerade i faktaböcker och läroböcker. Därför kan vi finna en mängd olika stilar och manér i de bilder som används. Det nya sammanhanget skapar nya förutsättningar för hur läsarna kan tolka och förstå innehållet i bilderna. Den speciella "bokkontexten" kan i sig innebära en manipulering av vår möjlighet att uppfatta innehållet i varje enskild bild.

När det gäller val av bilder till faktaböcker och andra informativa framställningar ställer Cornell (1972) upp följande kriterier (s. 62): (1) Säger bilden något? Passar det att ge en bild här? (2) Är det ej skenkunskap som bilden ger? (3) Alla hugskott är inte goda. Men vifta inte bort dem. Det som ser befängt ut först *kan* vara det som ger den nya uppfriskande och klargörande touchen åt framställningen. Prova idén på någon. Eller på dig själv i morgon. (4) För mycket i *en* bild. Även foto kan bli rörigt. (5) Förminskningen riktig? Eller försvinner det jag ville få fram när bilden blir liten i reproduktionen. (6) Rätt reproduktionsteknik för just den här bilden? Eller får jag avstå från den bilden därför att den metod jag har att hålla mig till inte passar?

White (1983), som har en mångårig erfarenhet som grafisk designer, lärare och föreläsare i USA, menar att de flesta fotografier vanligen

inte är särskilt bra. Redaktören måste därför göra det bästa möjliga av situationen (s. 106):

Betrakta fotografiet som ett formbart material som du – redaktören – har rätt att göra vad du finner lämpligt med. Fotografen blir kanske inte glad, men din främsta plikt är att få fram en story, ett budskap, ett betydelsefullt innehåll, och allt som bidrar till den processen är förmodligen tillåtet.

Detta råd belyser problemet med bildval, men observera att det strider mot såväl lagen om upphovsrätt som mot de etiska normer som reglerar möjligheterna att förändra bilder vid publicering i Sverige.

Haglund (1983) redovisar en diskussion med sex bildredaktörer vid ett svenskt läromedelsförlag. Dessa bildredaktörer menar att de grundläggande idéerna kring läromedlets pedagogiska utformning, i text och bild, kommer ifrån de respektive författarna. Bildredaktörerna kommer in i planeringen redan från början och de har därför möjlighet att påverka valet av bilder. De viktigaste kriterierna vid "idealt" bildval uppger de vara teknisk kvalitet, pedagogiskt innehåll, form – kvalitet och estetiskt utseende. Utöver dessa kriterier menar Haglund att även "ideologisk inriktning" är ett viktigt kriterium vid bildval.

Haglund anser vidare att om man väljer att använda teckningar så lämnas uppdraget till den tecknare som kan utföra arbetet inom den givna tidsramen. Fotografier är billigare än teckningar. Bildredaktörerna söker och köper vanligtvis foton genom olika bildbyråer. Trots att det finns ungefär två miljoner tillgängliga foton, som speglar olika delar av världen, kan det ändå vara mycket svårt att hitta just den bild som författarna och bildredaktörerna vill ha. "Då kanske det krävs att en fotograf går ut och tar en bild, men det blir dyrare" (Haglund 1983, s. 27).

Aronsson (1983) menar att det faktiska bildvalet i läroböcker i sig själv utgör en dold

teori om bildavläsning (s. 22):

Det utslätade bildurval som här diskuteras speglar en implicit teori om bild och bildavläsning. Denna modell, med rötter i pekbokens bildkod, förutsätter att betraktaren saknar kritisk förmåga. Teckningar och fotografier får därför endast återge oförargliga fenomen och inte autentiska eller kontroversiella sådana. Vidare postulerar modellen att bildavläsaren är extremt fältberoende, dvs saknar förmåga att avkoda en figur sedd i ett sammanhang. De avbildade fenomenen måste därför presenteras som fristående fragment och med ett realistiskt bildspråk. För det tredje ligger det implicit i bildurvalet att läsaren saknar induktiv förmåga. Av detta skäl visas aldrig variation inom en begreppsklass utan endast en prototypisk representant; urkritan, urhunden o s v.

Aronssons resonemang förutsätter att ett mycket medvetet bildval har skett, som också beskrivningen av Haglund (1983) pekar på. Senare intervjuer med redaktörer, bildredaktörer och grafiska formgivare vid tre ledande svenska bokförlag visade att de ofta ställer frågor av den här typen när de skall välja bilder till läroböcker (Pettersson 1989, s. 145): (1) Visar bilden rätt saker? (2) Presenterar bilden motivet på ett tillfredsställande sätt? (3) Är den tekniska kvaliteten tillräckligt bra? (4) Är bilden estetiskt tilltalande? (5) Är bilden "flexibel", dvs kan den fungera i olika beskärningar? (6) Passar bilden in på en given yta? (7) Passar bilden ihop med andra bilder på samma sida?

I praktiken är det *anskaffningstid, tillgänglighet och tydlighet* som är de viktigaste faktorerna när redaktörer, bildredaktörer och grafiska formgivare väljer bilder till läroböcker. Evans, Watson och Willows (1987, s. 90) intervjuade redaktörer, bildredaktörer och grafiska formgivare från nio ledande bokförlag i Kanada. De sammanfattar resultaten genom att konstatera att intervjuerna bekräftar Dwyers (1972, s. 16) sammanfattning att urval av bilder för böcker mest är grundade på subjek-

tiva känslor hos den grafiska formgivaren om vad som är bäst, tillgången på material, kostnaden, det estetiska värdet och tillgången till en marknad. Det praktiska arbetet med bildval sker alltså uppenbarligen på mycket likartat sätt i Canada, USA och Sverige. En del bildredaktörer medger emellertid att de använder bilder enbart för att "stimulera" läsaren, för att bilderna skall "ha sitt eget liv", vara "dekorativa inslag i boken", eller för att "skapa en paus" i läsandet. Sådana skäl förefaller mycket tvivelaktiga. En del bokförläggare medger att de två viktigaste skälen att ha bilder i böckerna är (1) att attrahera köpare och (2) att kunna ta ut ett högre pris.

Trots att färgbilder bidrar till väsentligt högre kostnader menar Ramsey (1989) att förlagen ändå skall satsa på realistiska färgfotografier och undvika abstrakta, tecknade bilder i böcker för barn på lågstadiet. För att öka intresset för bilderna i en bok anser jag själv att man bör försöka ha en blandning av olika typer av bilder. Generellt sett är det inte möjligt att rangordna bildtyper, de har alla sina egna användningsområden. Det är vanligen mycket lättare att producera tecknade bilder som visar exakt det som är viktigt att visa. I en del situationer kan det dock vara önskvärt att bilderna är abstrakta och har förmågan att skapa många olika associationer.

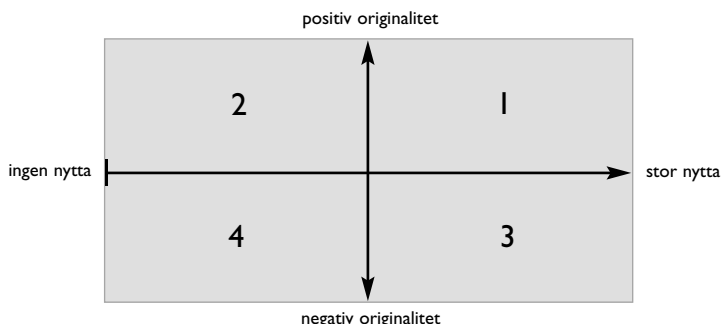
Reklam

Bilder talar till våra känslor på ett omedelbart sätt. Reklambilder talar i huvudsak *inte* till förnuftet. Detta är väl känt från reklamforskningen. Dagens stora möjligheter att bearbeta bilder med hjälp av datorer har mest blivit uppmärksammade för att det är så lätt att retuschera bort detaljer och att skapa montage med delar från olika bilder. Stefan Ohlsson (2000, s. 7) menar att även om bilder som är framställda på det sättet kan innebära en stor fara för spridning av förfälskad information,

så är denna typ av bildmanipulering för det mesta så uppenbar att den är relativt ofarlig. Ohlsson skriver (s. 7): "Vi ser många bilder, oftast i reklam, som ser helt fotorealistiska ut och samtidigt avbildar motiv som är helt omöjliga att tänka sig i verkligheten. Kunskapen om hur dessa bilder är skapade är så spridd att mycket få människor tror att dessa bilder avbildar ett realistiskt motiv. De fall av bildmanipulation som kommit fram utanför denna sfär får hittills betecknas som enstaka misstag." Det är värt att pröva i vilken utsträckning sådan kunskap verkligen finns hos allmänheten.

Ohlsson konstaterar vidare (s. 8) att de människor som syns i reklam- och modebilder ofta har mycket lite att göra med de modeller som ursprungligen blev fotograferade. I söndagstidningen *Expressen* *exxet* (nummer 5, 1994) diskuterar redaktionen "den nakna sanningen" och beskriver med både text och bilder hur vi människor verkligen ser ut. Vi ser inte alls ut som på reklambilderna. Genom de idealiserande reklambilderna kan vi luras att tycka att vi inte duger längre. Enligt *Expressen*-bilagan har var femte svensk komplex för sitt utseende. Var fjärde svensk har komplex för sin vikt. Mer än hälften av alla män har komplex för sitt hår. Nästan tre fjärdedelar av vuxna kvinnor har bantat någon gång. På fyra sidor beskrivs hur reklambilderna av den, vid den tiden, mycket uppmärksammade fotomodellen Anna Nicole Smith hade blivit manipulerade på en rad ställen för att hon skulle framstå som "perfekt".

På reklambilder är det vanligt att skickliga retuschörer har "trollat bort" rynkor, felaktiga färger, skuggor, hudförändringar och fettvalkar. Kvinnliga modeller kan få större bröst, smalare midja, jämnare höfter och lår, längre ben, större och vitare ögon. Stefan Ohlsson (2000, s. 8) menar att det numera är mycket få bilder på omslag till modetidningar som inte



Nytta/originalitet. *Blivande annonser bör hamna i fält 1 i nytta/originalitet-rektangeln. Annonserna skall alltså både ha positiv originalitet och vara till stor nytta för läsarna.*

är bearbetade och manipulerade på något sätt. Det förefaller att vara en riktig slutsats. Anette Göthlund och Anna Tellgren (1999) har studerat huruvida den digitala modebilden på Internet och den traditionellt framställda modebilden på papper har samma förmåga att skapa rum för identifikation och drömmar på fantasins nivå. Deras bildanalyser har visat att bildspråket och därmed de tolkningar av budskapet som läsarna kan göra förändras på nätet. Göthlund och Tellgren menar att det finns en "blockmässig" och informationsbetonad "nätlayout". De diskuterar även den generella frågeställningen om fotomodellerna och de manipulerade bilderna av deras kroppar. De skriver (s.14):

Ett inslag i debatterna kring dagens modefotografi har handlat om modefotografierna, och då framför allt modellernas kroppar, är manipulerade. Man skapar, konstruerar helt enkelt dessa perfekta, vältrimmade kroppar som egentligen inte finns på någon levande varelse. Detta har setts som ett hot mot unga människors, främst flickors självbild och uppfattning om hur en ideal kropp skall se ut. I förlängningen är många rädda för att dessa skapade ideal skall leda till bantning, självsvält och anorexia. Huruvida det är så eller inte, är ingen enkel fråga om påverkan eller inte påverkan ...

Redan 1973 konstaterade feministen Sheila Rowbotham att kvinnor lär känna sig själva via kvinnor som skapats av män. Den feministiska konstvetaren Griselda Pollock hävdar också att dessa "kvinno-bilder" som Rowbotham åsyftar inte är bilder av "verkliga" kvinnor. Även om vi genomskådar detta faktum, vilket alltså många tonårstjejer gör, är det svårt att komma ifrån att dessa bilder har en fascinationskraft som gör att våra identiteter i viss mån formas av dem.

Göthlund och Tellgren menar (s. 4) att det bakomliggande syftet med modebilder är att de skall väcka begär hos läsarna, ett begär som egentligen bara kan tillfredsställas genom egen konsumtion.

Larssen och Skagert (1982) använder två förtest för att värdera hur läsarna kommer att ta emot annonser som ännu inte är publicerade. Ett enkelt intervjutest ger en bra prognos för kommande OBS- och läsvärden. De två centrala frågorna i det första testet är (s. 28): (1) Om du träffade på den här annonsen i en tidning, tror du då att du skulle stanna upp och titta på den? (2) Om du träffade på den här annonsen i en tidning, tror du att du skulle läsa något av texten i den? Om många försökspersoner besvarar frågorna jakande så får annonsen höga OBS- och läsvärden. Det blir

förstås tvärtom när många besvarar frågorna med "nej".

Larssen och Skagerts (1982) andra förtest innebär att annonserna blir värderade enligt begreppen "nytta/användbarhet" och "originalitet". Först värderar man i vilken utsträckning läsaren kan få utbyte av att läsa eller titta närmare på annonsen enligt en skala som går från "ingen nytta"/"ingen användning" till "stor nytta"/"stor användning". Sedan värderar man graden av originalitet i utförandet. Annonser med både positiv originalitet och stor nytta (fält 1 i "nytta/originalitet-rektangeln") kommer läsarna senare, med stor sannolikhet, att värdera som "bra annonser". Annonser i fält fyra är det ingen mening att publicera.

Informationsmaterial

Bilder kan ha ett antal olika syften. En omfattande genomgång av forskning om syften med bilder som används för att förmedla fakta och information visade att olika forskare har noterat 169 olika syften (Pettersson, 1998). Enkäter med fler än 400 svarande gav ytterligare flera hundra tänkbara syften med bilder. De tolv vanligaste syftena med informativa bilder var: (1) skapa och upprätthålla uppmärksamhet, (2) underlätta inlärning, (3) visa, (4) förklara, (5) åskådliggöra, (6) illustrera, (7) informera, (8) sammanfatta, (9) förtydliga, (10) förmedla, (11) belysa och (12) presentera.

Men utöver dessa *avsedda syften* kan bilder alltid dessutom lätt kommunicera värderingar och ställningstaganden som är omedvetna för avsändaren, *omedvetna budskap*. När det gäller text och bilder för reklam och information kan man sällan räkna med att det skall vara möjligt att hitta användbart material i arkiven, varken i textarkiv eller bildarkiv. Här gäller det vanligen att producera nytt, väl anpassat material för varje enskild situation. Det finns inga ursäkter för dålig kvalitet. I informationsmaterial skall man aldrig använ-

da en bild bara för att den är vacker. Varje bild skall förmedla väl definierad information, i annat fall bör den inte alls bli använd (Pettersson, 1993). Flera författare har beskrivit olika metoder för att redigera bilder och förändra deras betydelse och påverkan på läsarna. Störst påverkan har bildtexterna och den kontext där en bild är använd. (En diskussion om hur bildtexter kan manipulera vår uppfattning om innehållet i bilder följer i nästa kapitel.)

Marsh (1983, s. 101) anger följande åtta, icke rangordnade, kriterier för när man bör välja bilder för att förmedla ett budskap:

- När budskapet är komplext.
- När det är viktigt att kunna hänvisa till.
- När budskapet är omfattande.
- När omgivningen är stökig.
- När strukturen är komplicerad.
- När det är viktigt att kunna ange exakt hur olika saker är relaterade till varandra i rummet.
- När det är viktigt att kunna presentera flera saker samtidigt.
- När man behöver flera dimensioner.

Man kan skilja mellan upplysningsbilder, schematiska bilder, realistiska bilder och suggestiva bilder. *Upplysningsbilder* är text skyltar och trafikmärken. *Schematiska bilder* är gjorda för att förmedla överblick, helhetsuppfattning, samband och övergripande information. Hit hör kartor, ritningar och diagram. *Realistiska bilder* kan ge en någorlunda objektiv dokumentation om en situation, en produkt eller ett händelseförlopp. Hit hör dokumentära teckningar, foton och filmer. Gruppen *suggestiva bilder* har också stort omfång. Bilder kan vara uttryck för bildmakarens speciella situation och förmedla budskap om dennes inre eller yttre verklighet och påverka oss på olika sätt.

Vid sidan av de direkt föreställande bilder-

na finns det bilder som snarast är *metaforiska*. De konkretiserar och avbildar någon språklig metafor. Sådana bilder är inte symboliska i vare sig semiotisk eller konstvetenskaplig mening. Den här typen av metaforiska bilder blir synnerligen abstrakta och därför intellektuellt krävande.

Det kan vara svårt att förstå betydelsen av skillnader mellan numeriska värden i en tabell. Därför använder t ex många tidningar olika typer av diagram eller bilder i olika storlek för att illustrera statistiska uppgifter på ett tydligt sätt. Detta är särskilt vanligt inom *nyhetsgrafik*. Ett väl utformat stapeldiagram ger läsarna snabbt en god uppfattning av om t ex förändringen av produktionen under en viss tidsperiod. Det är vanligen lätt att jämföra staplarnas höjder eller längder med varandra och att se eventuella trender i materialet. På motsvarande sätt ger ett väl utformat cirkeldiagram, med några få variabelvärden, en god uppfattning om det inbördes förhållandet och deras relation till helheten. Det är emellertid alldeles för vanligt att diagram av olika slag är utformade så att de ger en felaktig uppfattning om verkliga förhållanden.

Internet

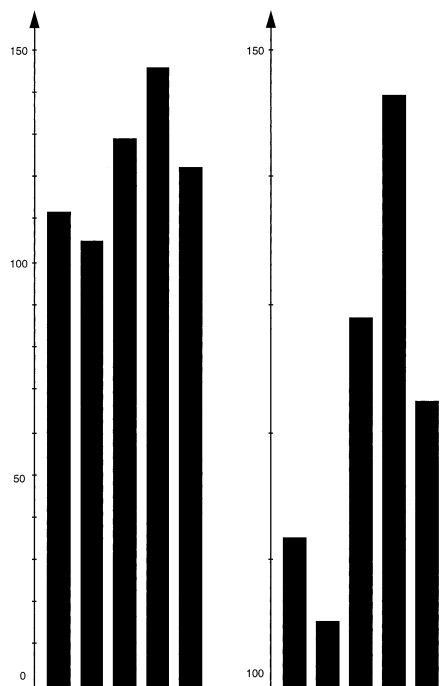
Internet är ett stort antal ihopkopplade datornät. Att det fungerar beror på att de olika näten talar samma språk, de använder samma "protokoll". Många företag och andra organisationer har egna datornät. Dessa nät går att anslutna till en Internet-operatör som driver ett större nät. Denna har i sin tur samarbete med andra operatörer.

Internet är summan av alla dessa nät, det finns alltså ingen enskild organisation som äger Internet. Varje nät har en eller flera hjälpdatorer, servrar, som håller reda på ett antal olika adresser. Varje enskild användare har en egen, unik adress. Vem som helst som är ansluten till Internet kan därför skicka e-post till vilken annan

person som helst som är ansluten till Internet.

WWW, *World Wide Web*, är en populär service på Internet, som gjorde det möjligt för var och en att kommunicera med hjälp av både text och bilder. Det ursprungliga syftet med WWW var att göra det möjligt för personer på skilda platser att lätt och snabbt få tillgång till aktuell information. Användarna söker själva aktivt upp olika hemsidor och anslagstavlor. På Internet finns det såväl aktuell som inaktuell information om det mesta, men även en stor mängd ointressant och även en hel del felaktig information.

Det blir allt svårare att överblicka denna näst intill oändliga informationsmängd. Att vaska fram eventuella "guldorn" bland allt det besvärande gruset (bruset) är ofta en tidsödande aktivitet (Leth och Thurén, 2000). Det kan vara mycket svårt att värdera vilken kvalitet som informationen kan ha eftersom



Vilsledande stapeldiagram. Jämför dessa båda stapeldiagram. De visar samma data men vi uppfattar dem lätt på olika sätt.

det sällan finns någon som helst redaktionell bearbetning eller faktakontroll när det gäller information på de allra flesta webbsidorna. Man kan dock konstatera att allt fler organisationer utser personer som "webbansvariga".

Valet av diagramtyp kan vara medvetet, men är ofta troligen omedvetet från producenter. I båda fallen kan läsarna bli vilseledda och lurade. Marginella skillnader mellan olika siffervärden kan framstå som mycket betydelsefulla skillnader när staplarna i ett stapeldiagram börjar vid 100, 1 000, 10 000, 100 000 etc och inte vid noll. Det är även svårt att jämföra olika stapeldiagram med varandra när de har olika basvärden absoluta tal. Det samma gäller för kurvor som visar en utveckling över en tidsperiod. Här kan utseendet skilja sig markant beroende på valet av utgångsvärden.

Det förekommer ganska ofta att man redovisar förändringar i längdskalan genom att visa bilder av olika storlek. När vi dubblar höjden av en bild så dubblar vi samtidigt bredden. Det innebär att den nya bilden blir fyra gånger så stor som den ursprungliga bilden. Läsare som bläddrar igenom en tidning eller en bok och flyktigt tar del av sådant material uppfattar därför lätt att t ex en viss politiker har fyra gånger så många röster som en annan, snarare än dubbelt så många. Den förstörade bilden manipulerar läsaren.

Såväl när det gäller ord som bilder är det ofta mycket stor skillnad mellan sändarens "avsedda budskap" och mottagarens "uppfattade budskap" (Pettersson, 1985). Ibland är det tveksamt om mottagaren uppfattar någonting alls. Om alltför många bilder kommer till användning i en specifik framställning kommer läsarna att ignorera en del av dem. Det är inte alls självklart att det är "bra"

med bilder i läroböcker, faktaböcker och informationsmaterial. Flera forskare har visat att bilder i läroböcker och faktaböcker kan ha såväl en positiv, en neutral, som en negativ effekt på inlärning (se Evans, Watson och Willows, 1987; Levin et al., 1987; Sims-Knight, 1992; Winn, 1993; och Rieber, 1994). Under vissa omständigheter lär vi oss alltså sämre när det finns bilder i läroböcker, faktaböcker och informationsmaterial än när det inte finns bilder. Det kan gälla bilder som enbart har en "dekorativ funktion". Det kan även gälla bilder som är av alltför dålig kvalitet.



Vilseledande bilder. Enligt en Gallupundersökning vill lite mindre än en tredjedel av svenska folket ha Alf Svensson som borgerlig statsminister. Ungefär en sjiättedel vill ha Bo Lundgren på samma post. Jämför dessa båda bilder i Aftonbladet den 12 juli 2000. Bilden av Alf Svensson är 4,4 gånger så stor som bilden av Bo Lundgren. Detta ger en klart missvisande uppfattning om undersökningen. Här fungerar fotografierna mer som dekoration än som information. (Foto: Magnus Rosshagen och Lasse Allard.)

BILDREDIGERING

De bilder som finns att tillgå för en viss publicering stämmer inte alltid helt in på de önskemål som kan finnas. Ofta är det möjligt att anpassa bilderna så att de går att använda. Det här kapitlet beskriver bildrättigheter, etiska regler, leveransvillkor, möjligheterna att påverka läsarna och tittarna med hjälp av bildtexter, beskärning, ändring av skalan och ändring av innehållet.

McDougall (1990, s. ix). förklarar att det inte finns några fasta regler för bildredigering. Smak och värderingar är viktiga eftersom så många olika faktorer kan påverka redigeringsbesluten. När vi finner "bra bilder" är det inte alls säkert att vi kan använda dem som de är. Vanligen behöver man beskära, förstora eller förminska de utvalda bilderna. McDougall menar att svaren på följande sju frågor kan vara till hjälp när man behöver bestämma vad man skall göra med en bild: (1) Är bilden informativ, är den intressant? (2) Kommer arbetet i mörkrum eller med elektronisk teknik att förstärka budskapet? (3) Vilka ord är nödvändiga för att förstärka budskapet? (4) Kommer beskärning att förbättra innehållet eller kompositionen? (5) Vad är den minsta tänkbara storleken för reproduktion utan att bilden förlorar i läsbarhet? (6) Räcker det med en bild eller behöver man ha två eller flera? (7) På vilket sätt kan layouten bäst förmedla budskapet?

Med hjälp av digital teknik är det lätt att manipulera bilder så att vår uppfattning om verkligheten bli påverkad. Olika beskärningar kan ge stöd för olika uppfattningar. Det går att ta bort, lägga till, förändra, flytta och ändra

formen på enskilda delar av en bild. Det går att ändra och korrigera färger. Det är också möjligt att utvidga och bygga på en originalbild genom att lägga till delar som fattas. Sådana manipulationer är ofta både olagliga och oetiska. Såväl lagstiftning om upphovsrätt som leveransvillkor och etiska regler reglerar våra möjligheter att använda bilder, särskilt i kommersiella sammanhang.

Bildrättigheter

Under många år hade en fotograf idéell och ekonomisk ensamrätt i 25 år efter det att ett fotografi blev framställt (Foto-L, SFS 1969:730). Ett uppmärksammat fall av förmodat plagiat blev avgjort i Högsta domstolen i juni 1989. Konstnären Bert Olls hade använt två av fotografen Jacob Forsells unika porträttfotografier av trubaduren Evert Taube som förlagor till två av sina egna teckningar i en populär bok. Till skillnad från Svea hovrätt ansåg Högsta domstolen att det är påtagliga avvikelser i teckningarna när man jämför dem med fotografierna. Man skall betrakta teckningarna som "ett återgivande av motiven i bearbetad form". Teckningarna är alltså inte kalkerade eller plagierade. Därför är de inte heller olagliga kopior.

Fotografilagen upphörde den första juli 1994, då bestämmelserna om rätten till fotografier övergick till upphovsrättslagen. De ekonomiska och ideella intressen som fotografer, författare, tecknare, tonsättare och andra upphovsmän har är skyddade av lagen om upphovsrätt till litterära och konstnärliga

verk (upphovsrättslagen, URL, SFS 1960:729). Sedan den första januari 1996 är konstnärliga verk skyddade under resten av upphovsmannens liv plus ytterligare 70 år. Många verk är alltså skyddade i mer än 120–130 år. Skyddet är internationellt. Den ekonomiska rätten innebär ensamrätt för upphovsmannen att bestämma över mångfaldigande av verket – att framställa kopior och att framföra verket offentligt. För "bildstöld" som sker uppsåtligt eller av grov oaktsamhet är straffet böter eller fängelse i högst två år. Den ideella rätten innebär bl a rätt att bli namngiven när verket

är utnyttjat och rätt att motsätta sig en kränkande användning av verket.

Offentliggjorda konstverk får återges i en kritisk eller vetenskaplig framställning i anslutning till texten och i samband med en redogörelse för en dagsaktuell händelse. Man får även visa bilder av konstverk som finns på allmän plats. Det är tillåtet att göra enstaka kopior ur böcker, tidningar m m för eget bruk. Utan tillstånd är det förbjudet att använda namn eller bild på olika personer i reklam-sammanhang. Upphovsmannens eller rätts-innehavarens namn skall anges i varje tryck-



Plagiat? Ett uppmärksammat fall av förmodat plagiat blev avgjort i Högsta domstolen i juni 1989. Konstnären Bert Olls hade använt två av fotografen Jacob Forsells unika porträttfotografier av trubaduren Evert Taube som förlagor till två av sina egna teckningar i en populär bok. Till skillnad från Svea hovrätt ansåg Högsta domstolen att det är påtagliga avvikelser i teckningarna när man jämför dem med fotografierna. Man skall betrakta teckningarna som "ett återgivande av motiven i bearbetad form". Teckningarna är alltså inte kalkerade eller plagierade. Därför är de inte olagliga kopior. Med den nya lagen har foton bättre skydd.

sak där bilderna är använda, helst i direkt anslutning till varje bild. För fotografier skiljer man mellan "fotografiskt verk" och "fotografisk bild", där den förstnämnda kategorin har ett konstnärligt värde. Det kan dock vara mycket svårt att skilja mellan de båda kategorierna. Såväl fotografiskt verk som fotografisk bild är skyddade i lagen mot bildmanipulation.

Etiska regler

Det är fel att medvetet ljuga eller vilseleda tidningsläsare och tv-tittare med hjälp av bilder. Att lägga till eller ta bort personer, att förstärka tendenser genom märkliga val av perspektiv och filter, samt att göra missvisande urval är uppenbara fall där bildhanteringen kan vara oetisk. För press, radio och tv finns det etiska regler som Publicistklubben (PK), Svenska Journalistförbundet (SJF) och Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU) har utformat gemensamt. Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Utbildningsradion AB har beslutat att reglerna skall gälla i den utsträckning som de kan bli tillämplade med hänsyn till radiolagen och programföretagens avtal med staten. Radioutgivareföreningen har i tillämpliga delar anslutit sig till reglerna. Under tecknarna riktar en allvarlig uppmaning till alla medarbetare inom massmedierna att följa reglerna noga.

Dessa etiska regler är publicerade i *Spelregler för press radio TV*, som Pressens Samarbetsnämnd har givit ut (tolfte upplagan 1999). Reglerna avser att ge de enskilda medborgarna ett extra skydd mot publicitetsskador utöver det som lagen stadgar.

De etiska reglerna tar bestämt avstånd från manipulering eller förfalskning av bildens innehåll genom beskärning, montage eller missvisande bildtexter. Det är inte tillåtet att utge icke autentiska bilder för att vara dokumentariskt äkta material. Den som köper bilder har ansvar för att dessa inte blir missbru-

kade. I paragraferna 4 och 12 tar de etiska reglerna för press, radio och tv klart avstånd från bildmanipulering:

§4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte utnyttjas på ett missvisande sätt.

§12. Bildmontage, retuschering på elektronisk väg eller bildtext får ej utformas så att det vilseleder eller lurar läsaren. Ange alltid i direkt anslutning till bilden om den är förändrad genom montage eller retusch. Detta gäller även vid arkivering.

I *Vardagsetik*, som Svenska Journalistförbundet har givit ut (Harrie, 1999), påpekar man att alla kan vända sig till Yrkesetiska nämnden (YEN), för att få yrkesetiska frågor belysta. Telefonnummer och e-postadresser till ledamöterna finns tillgängliga på SJFs hemsida www.sjf.se. Av Svenska Journalistförbundets yrkesregler, "de tretton budorden", rör §8 bildmanipulering: "Förfalska inte intervjuer eller bilder." Många medie företag har utarbetat lokala tillämpningar av de generella reglerna och även formulerat riktlinjer för arbetet med bilder.

En person som anser sig illa behandlad eller omskriven på ett felaktigt sätt i en artikel kan vända sig direkt till tidningen eller tidskriften och begära att få en rättelse. Vem som helst kan också, inom tre månader efter publiceringen, vända sig till Allmänhetens Pressombudsman (PO). Denne hjälper den enskilde, antingen genom att ta kontakt med tidningen och utverka att en rättelse eller ett genmäle blir infört, eller genom att lämna över ärendet till Pressens Opinionsnämnd (PON), en "hedersdomstol" som behandlar ärenden som gäller tillämpningen av god publicistisk sed. När Pressens Opinionsnämnd anser att det finns anledning att klandra en tidning eller tidskrift måste denna publicera utslaget i nämnden. Detta blir ofta även publicerat i andra tidningar, i *Journalisten* (SJFs organ) och

i *Pressens Tidning* (TUs organ). Den tidning som blir klandrad får också betala en expeditiionsavgift. Om PO avvisar en anmälan har den klagande möjlighet att gå vidare till PON, men endast om han eller hon själv är berörd. Han eller hon kan också gå till domstol för att få en rättslig prövning.

Granskningsnämnden för radio och tv har ansvar för att granska att de olika programföretagen följer bestämmelserna i radio- och tv-lagen samt avtalet med staten. Granskningsnämnden har större befogenheter än Pressens Opinionsnämnd.

Svenska Reklamförbundet hade 330 byråer som medlemmar år 2000. Det finns sammanlagt cirka ett tusen reklambyråer i Sverige. Reklambranschen har självreglerande principer i Internationella Handelskammarens (ICC) internationella etiska kod. Den första artikeln inleds med texten: "All reklam skall vara laglig, anständig, uppriktig och sanningsenlig." Den formuleringen ger alltså inget utrymme för bildmanipulering.

Huvudprincipen i *marknadsföringslagen* är att all marknadsföring skall vara *vederhäftig*. Lagen riktar sig mot varje marknadsföringsåtgärd som är ägnad att *vilseleda* eller lura konsumenterna. Sakuppgifter i alla typer av *framställningar*, dvs texter, bilder och symboler, skall vara korrekta. När marknadsdomstolen bedömer om texten förpackning är vilseledande skiljer man mellan själva *förpackningen* som sådan och *dekoren* på förpackningen. Texter, bilder och symboler, som ingår i dekoren, utgör framställningar i marknadsföringslagens mening och omfattas av regeln om vilseledande utformning i 6§. Den lyder så här:

En näringsidkare får vid marknadsföringen inte använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annan näringsidkares näringsverksamhet.

Detta gäller särskilt framställningar som avser:

1. produktens art, mängd, kvalitet och andra egenskaper,
2. produktens ursprung, användning och inverkan på hälsa eller miljö,
3. produktens pris, grunderna för prissättningen och betalningsvillkoren,
4. näringsidkarens egna eller andra näringsidkares kvalifikationer, ställning på marknaden, kännetecken och andra rättigheter,
5. belöningar och utmärkelser som har tilldelats näringsidkaren.

Den här paragrafen slår alltså fast principen att påståenden och andra typer av framställningar inte får vara vilseledande, vilket alltså innebär att de måste vara trovärdiga. I boken *Marknadsföringslagen i praxis* förtydligar Hjelte, Johanson och Åbyhammar (1996, s. 127) begreppen "framställningar" och "vilseledande" i den sjätte paragrafen på följande sätt:

Med framställningar menas ord, bild, tecken m m. Det kan vara fråga om framställningar i annonser och broschyrer, på förpackningar (inklusive förpackningsdekorer) m m men också muntliga framställningar.

Marknadsdomstolen (MD) har i många fall tagit ställning till vad som är vilseledande reklam. En utgångspunkt för bedömningen är det helhetsintryck framställningen ger konsumenten vid en flyktig kontakt.

... Om det finns inslag i en annons som medför risk för att konsumenter vilseleds om egenskaper hos varan eller tjänsten, måste eventuella uppgifter som kan framhäva de faktiska egenskaperna – neutraliserande information – vara minst lika lätta att upptäcka vid en flyktig läsning som de vilseledande påståendena.

Man kan ju fråga sig vad "flyktig läsning" innebär. Möjligen innebär det detsamma som det vi först kommer i kontakt med, det vi först lägger märke till när vi ser en affisch, en annons, eller framsidan av en förpackning på hyllan i en butik. I boken *Praktisk marknadsrätt*

påpekar Svensson, Stenlund, Brink och Ström (1996, s. 185) att man normalt inte kan utgå från:

att konsumenter vid självbetjäning ägnar mer än ett översiktligt intresse åt rutinköpsvaror. Stora bilder och kraftig text på framsidan blir följaktligen oftast avgörande. Att neutralisera en vilseledande front med information på förpackningens baksida eller gavlar är ytterst sällan en framkomlig väg. Bilder bör i princip inte återge annat än sådant som verkligen finns i förpackningen eller som uppenbart inte kan ingå.

I Sverige är det sannolikt inte många människor som tror att en förpackning med hundmat innehåller delar av en hund, även om det är en bild av en hund på förpackningen. Det finns ju däremot kulturområden i andra delar av världen där man bör utgå ifrån det motsatta förhållandet. Vad som är vilseledande bilder är alltså kulturberoende. En framställning kan bestå av korrekta uppgifter i texter såväl som i bilder, men ändå vara vilseledande. Detta inträffar bl a om ett reklammeddelande eller en förpackning får en sådan grafisk utformning att det sakligt riktiga budskapet framträder först vid ett noggrant studium, medan en mindre uppmärksam läsare får ett helt annat intryck. Den vilseledande effekten kan också vara en följd av att vissa relevanta uppgifter inte finns med.

Bilder av mer eller mindre lättklädda kvinnor är ofta använda i reklamen för alla möjliga typer av produkter. Det är givetvis många människor som reagerar mot detta. Dessa kan vända sig till Näringslivets Etiska Råd mot Könsdiskriminerande Reklam (ERK) eller till Marknadsetiska Rådet (MER). MER vill vara ett centralt referensorgan för näringslivet i alla frågor som rör god affärssed. ERK har till uppgift att bedöma om en viss marknadsföringsåtgärd som innehåller en särbehandling av kvinnor eller av män är förenlig med de grundregler för reklam som Internationella Handelskammaren (ICC) har utvecklat. Dessa

grundregler fastställer att reklam inte får vara diskriminerande med hänsyn till ras, religion eller kön (artikel 3, p 4) och att den skall vara utformad med hänsyn till socialt ansvar.

Leveransvillkor

Det är vanligt att såväl fotografer som tecknare ansluter sig till de leveransvillkor som deras respektive organisationer har tagit fram. Varken fotografer eller tecknare tillåter manipulering av sina bilder. Alla bilder som vi manipulerar på olika sätt i den här boken är mina egna.

Fotografier

Bildleverantörernas Förening, BLF, är en branschorganisation som organiserar fotografer, bildbyråer, bildarkiv, museer, nyhetsgrafiska företag och videoföretag. Föreningen bildades 1950 och organiserar drygt 250 medlemsföretag med över 400 fotografer 2000. BLF bevakar fotografernas intressen och ger medlemmarna kontinuerlig information om sådant som kan påverka den enskilda fotografens situation. BLF och Svenska Tidningsutgivareföreningen har ett avtal om köp- och leveransvillkor, allmänna bestämmelser och priser (Dagspress prislista 2000–2001). Avtalet skyddar fotografens ideella rätt. En tidning får t ex inte ändra en bild på ett sådant sätt att fotografens anseende blir kränkt. Bilden får inte visas offentligt i sådan form eller i sådant sammanhang som kan vara kränkande för fotografen. I avtalet slår parterna vakt om att skydda den fotografiska bildens trovärdighet genom att specificera ansvaret för såväl säljaren (bildbyrån eller fotografen) som köparen (tidningen). I detta avseende säger avtalet (s. 3 och 4):

Köparen får inte innehållsmässigt förändra levererad bild. Publicerad bild skall vara korrekt och inte utnyttjas på ett missvisande sätt. Bildmontage eller retuschering på elektronisk väg får inte göras så att det vilseleder eller

lurar läsaren. Om bildens innehåll förändrats genom retuschering eller montage skall detta anges i direkt anslutning till bilden, såväl vid publicering som vid arkivering. Bara om det tydligt anges, och om fotograf och köpare är därom ense, kan bild manipuleras och publiceras. Tekniska justeringar av bilden, t ex färgbalans, kontrast och traditionella beskärningar får göras utan att detta särskilt anges i anslutning till bilden. Om bild eller del av bild sammanförs till ett fotomontage skall detta anges i anslutning till bilden och fotografernas namn utsättas.

... Säljaren ansvarar för att levererad bild inte manipulerats, vare sig elektroniskt eller på annat sätt. Som manipulerad bild räknas inte bild som tekniskt förbättrats utan att innehållet förändrats.

Vid beställning av fotografier, "fotouppdrag", var det tidigare så att såväl fotokopiorna som upphovsrätten till bilderna normalt tillföll beställaren. Det var fritt fram för beställaren att använda bilderna efter eget gottfinnande i olika sammanhang. Numera köper beställaren normalt enbart rätten att publicera bilderna en gång. För arkivbilder köper man vanligen publiceringsrätten för varje separat tillfälle. Köparen får inte i sin tur överlåta publiceringsrätten utan skriftligt tillstånd.

Bildleverantörernas Förening hade under flera år ett avtal med arbetsgivareföreningen SRAO som reglerade sändningar av medlemmarnas bilder i Sveriges Television. Detta avtal reglerar rättigheter, honorar och leveransvillkor. I avtalet finns emellertid även en skrivelse (6§ Mom 1) som hindrar tv-bolaget att manipulera bilder:

SVT får inte innehållsligt förändra levererad bild. Sänd bild skall vara korrekt och inte utnyttjas på missvisande sätt. Bildmontage eller retuschering på elektronisk väg får inte göras så att det vilseleder tittaren. Om bildens innehåll förändrats genom retuschering eller montage skall detta tydligt framgå såväl vid

publicering som arkivering. Bara om det tydligt framgår och om fotograf och köpare är ense därom, kan bild manipuleras och publiceras. Tekniska justeringar av bilden, t ex färgbalans, kontrast och traditionella beskärningar, varmed även avses utsnitt, får göras utan att detta särskilt anges i anslutning till bilden. Om bild eller del av bild sammanförs till ett fotomontage eller har manipulerats skall detta tydligt anges.

Ett motsvarande avtal finns även mellan Bildleverantörernas Förening och kommersiella TV4. Den enda skillnaden i den skrivelse (6§ Mom 1) som hindrar tv-bolaget att manipulera bilder är att SVT är utbytt mot TV4. I sin handbok för bildhantering och videoproduktion påpekar Bildleverantörernas Förening att upphovsrättslagen även gäller för Internet och man har därför utformat riktlinjer för god sed på Internet. När det gäller Internet är det väl i det närmaste omöjligt att kontrollera hur dessa riktlinjer följs.

På sista sidan i sin *Prisguide 2000* har Svenska Fotografers Förbund rekommenderade villkor för fotouppdrag. Där skriver man bl a följande: "Bild skall återges med största möjliga hänsyn till originalets utförande. Ändring, bearbetning eller överföring till annan teknik eller konstart får inte göras utan fotografens medgivande."

Fotograferna och deras organisationer vill alltså att publicerade bilder skall vara korrekta. De som köper rätten att publicera bilderna får inte utnyttja dessa på ett missvisande sätt. De får heller inte göra bildmontage eller retuschering på elektronisk väg så att detta vilseleder eller lurar läsaren eller tv-tittaren.

Teckningar

Nordiska Tecknare, NT, är ett samarbetsorgan för tecknar- och grafiska formgivarorganisationer i Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige. Den svenska parten heter Föreningen Svenska Tecknare. Den nordiska organisatio-

nen tillvaratar upphovsmännens intressen och har utarbetat gemensamma leveransvillkor. Två av punkterna (7.1 och 11.1) i dessa leveransvillkor berör bildmanipulering:

7.1 Upphovsmannens verk får endast återgiv-
vas i den storlek, i de färger och den repro-
duktionsform som är avtalad och med
största möjliga hänsyn tagen till origina-
lens utförande (färg, teknik m m). Upp-
hovsmannen har, om så är möjligt, rätt att
övervaka reproduktionen.

11.1 Digital lagring och bearbetning av upp-
hovsmannens verk kräver tillstånd av
denne. Tillfällig lagring som är betingad
av produktionsprocessen är tillåten.

När det gäller tecknade illustrationer betalar uppdragsgivaren vanligen dels för själva arbetet med skisser och original, dels för reproduktionsrätten för en speciell användning. De fysiska bilderna, originalen, förblir vanligen tecknarens egendom. Vid eventuella skador av bildoriginal har därför upphovsmannen alltid rätt att få ersättning motsvarande "återskaffningskostnaden". Om inte annat är avtalat har tecknaren rätt att använda illustrationerna i andra sammanhang. Till skillnad mot fotografen kan tecknaren inte sälja bort den idéella rätten till sina bilder. Utan uttryckligt tillstånd från bildrättsinnehavarna har man idag inte rätt att förändra innehållet i några bilder.

Tecknarna och deras organisationer anser alltså att publicerade bilder skall vara korrekta. De som köper rätten att publicera bilderna får aldrig utnyttja dessa på ett missvisande sätt. De får heller inte göra bildmontage eller retuschering på elektronisk väg så att detta vilseleder eller lurar läsaren eller tv-tittaren.

Bildtexter

Rubriker, brödtexter, bildtexter och andra bilder, alltså allt det som omger en bild – *diskursen* – påverkar vår uppfattning om innehållet

i denna enskilda bild. Även om ett fotografi eller en realistisk teckning avbildar ett vanligt föremål eller en vardaglig situation på ett naturtroget sätt så finns det alltid även suggestiva värden i bilden. Varken fotografer eller teckningar är entydiga, utan de flesta bilder som vi kommer i kontakt med är i högsta grad mångtydiga, vilket bland annat påverkar nyhetsvärdet och vår uppfattning om innehållet i budskapet (Nordström och Åstrand, 1999).

När Lars Melin (1986) studerade bildtexter fann han att bildtexter i läroböcker kan stå i mycket olika relationer till såväl bilder som till huvudtexter. De flesta bildtexterna anger bildernas innehåll och är *etiketterande*, det vill säga de fungerar som en förklarande etikett till bilden. Information som finns i bilden är ofta vinklad på ett nytt sätt i bildtexten. En bildtext kan vara redundant i förhållande till bilden och alltså säga samma sak som bilden. Bildtexten är då "bildredundant". En bildtext kan vara redundant i förhållande till brödtexten. Bildtexten är då "textredundant" och den upprepar delar av brödtexten.

En bildtext som tillför sådan information som inte finns vare sig i brödtext eller i bildinnehåll kallar Melin för *informativ*. En bildtext kan också vara *stämningangivande* eller *tolkande*. Sådana bildtexter tolkar stämningar i bildinnehållet. En speciell funktion för bildtexter i läromedel är att ange vad eleven skall tänka på eller hur texten skall bearbetas. Denna funktion kallar Melin för *instruerande*.

Enligt min mening bör bildtexter vara korta och väl sammanhållna med tyngdpunkt på innehållet i bilderna. Man kan säga att en bild utan bildtext inte har något eller nästan inget informationsvärde. När syftet med en bild är att förmedla fakta och information bör bildtexten berätta om bilden och "förankra" den tolkning av bilden som författaren vill förmedla till läsaren vid varje specifikt tillfälle.



Utvald bild. Den här bilden av ett område med heta källor i Yellowstone i västra USA återkommer på de följande sidorna i varianter för att visa effekten av olika åtgärder som kan påverka vår uppfattning om bildinnehållet. Bilden är fotograferad i Yellowstone en sen eftermiddag i oktober 1999.

Enligt min uppfattning bör informativa bildtexter därför vara redundanta och berätta om vad som är viktigt att lägga märke till att det finns med i bilden. En informativ bildtext kan möjligen vara relevant men den bör inte vara irrelevant eller motsägelsefull. Bildtext och bild bör alltid samverka till en enhetlig upplevelse och en enhetlig tolkning av det sammanhållna budskapet. En alltför lång bildtext kan lätt dra bort läsarens uppmärksamhet från den röda tråden i den löpande texten. En bildtext bör därför vara relativt kort och väl sammanhållen, såvida inte bildtexten berättar något som egentligen inte är behandlat i den löpande texten. I nyhetsrapporteringen finns det ofta bildtexter inne i bilderna. Detta försvårar avläsningen av såväl bilder som texter.

På de följande sidorna finns fem positivt respektive fem negativt hållna bildtexter, av varierande längder, till en utvald bild. Avsikten är att försöka visa hur lätt utformningen av en bildtext kan påverka läsarens uppfattning om en och samma bild. Det kan ofta räcka med en

enda rad för att styra in läsarens uppfattning i en positiv eller i en negativ riktning.

Positiva bildtexter

Bildtext 1. Bilden visar de berömda heta källorna i nationalparken *Yellowstone* i USA.

Bildtext 2. *Yellowstone* i västra USA är världens äldsta nationalpark. Bilden visar hur bekvämt det är för besökarna att studera nationalparkens berömda heta källor på nära håll.

Bildtext 3. Redan 1872 såg myndigheterna till att bevara ett stort landområde i västra USA för eftervärlden. *Yellowstone* är därmed världens äldsta nationalpark. Bilden visar hur besökarna bekvämt kan gå ut och studera de heta källorna på nära håll.

Bildtext 4. Redan 1872 såg myndigheterna till att bevara ett stort landområde i västra USA för eftervärlden. *Yellowstone* är därmed världens äldsta nationalpark. Bilden visar hur besökarna bekvämt och enkelt går ut och studerar de heta källorna på nära håll. Ångorna innehåller olika mineraler, som bildar vackra

formationer i flera olika färger på marken.

Bildtext 5. Redan 1872 såg de framsynta myndigheterna till att bevara ett stort landområde i Klippiga bergen, i västra USA, för kommande generationer. *Yellowstone* är därmed världens äldsta nationalpark och har varje år besökare från många länder. Bilden visar hur besökare lätt och bekvämt kan gå ut och studera de heta källorna, med sina vackra skådespel med varma ångor, på nära håll. På många ställen finns det sprickor i marken där de mineralrika ångorna pysar ut. Besökarna hör hur det pysar i marken i flera olika tonarter. Här har geologerna utmärkt tillfällen att studera aktiviteterna nere i marken.

Negativa bildtexter

Bildtext 1. I *Yellowstone* är det svårt att ta sig fram i den giftiga röken från de heta källorna.

Bildtext 2. I nationalparken *Yellowstone* finns det många heta källor som spyr ut illaluktande och giftiga gaser. Besökarna har mycket svårt att ta sig fram i den täta röken.

Bildtext 3. Bilden visar ett område med heta källor i nationalparken *Yellowstone* i USA. De heta källorna spyr ut olika gaser som luktar illa och är farliga att andas in. Man får inte gå på den mjuka marken. Då riskerar man att sjunka ner och kanske försvinna för gott.

Bildtext 4. Redan 1872 begränsade myndigheterna våra möjligheter att röra oss fritt i västra USA. Bilden visar ett område med heta källor i nationalparken *Yellowstone*. De heta källorna spyr ut olika gaser som kan lukta mycket illa och är farliga att andas in. Man får inte gå på den mjuka marken. Då riskerar man att sjunka ner och kanske försvinna för gott.

Bildtext 5. Redan 1872 begränsade myndigheterna människornas möjligheter att röra sig fritt inom ett mycket stort landområde i Klippiga bergen, i västra USA. *Yellowstone* är världens äldsta och kanske mest kända nationalpark. Varje år nöter de många besökarna

hårt på den unika miljön. De som ger sig ut bland källorna riskerar att andas in farliga ångor. De heta källorna spyr ut olika gaser som luktar illa och är farliga att andas in. Det är lätt att fastna i de lösa skikten med olika mineraler som täcker marken på ett oregelbundet sätt. Långt ner under markytan ligger en supervulkan. När som helst kan den få ett utbrott.

Beskärning

Genom att ta bort oväsentliga eller störande delar i en bild kan man ofta anpassa bilden så att den kan förmedla ett visst budskap på ett mer effektivt sätt. I praktiken gör fotografen alltid en första beskärning, det vill säga sitt eget urval, redan vid fotograferingstillfället. Att ändra skala och/eller beskära en bild är de två vanligaste åtgärderna vid bildredigering. Genom olika beskärningar går det att påverka läsarnas uppfattningar om bildinnehållet i positiv eller i negativ riktning. Detta blir särskilt påtagligt när man låter beskärning och utformning av bildtext samverka i samma riktning.

Bildstorlek

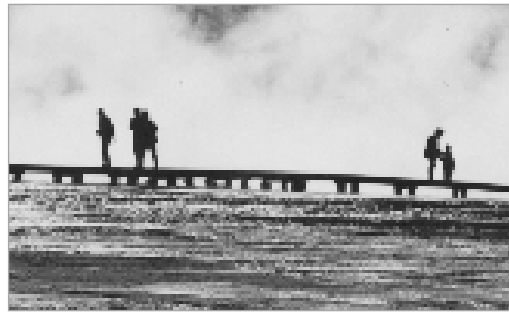
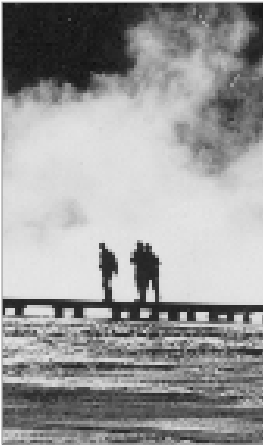
Det är vanligen nödvändigt att anpassa storleken av en bild så att den passar in där den skall vara i tidningen, i boken eller i informationsmaterialet. Bilden får inte vara för liten men den får inte heller vara för stor. Hur stor en bild skall vara, eller kan vara, är i stor utsträckning beroende av i vilket sammanhang bilden förekommer. Det beror på storleken av sidan, antalet spalter, typen av rubriker och textvolymen.

Presentation

McDougall (1990, s. ix) skriver att man behöver visa fotografier i sådana storlekar att de både väcker och behåller läsarnas intresse. Han menar att läsarna uppfattar storleken av en bild som ett mått på dess betydelse. När en



Beskärning 1. För att finna den mest intressanta delen av en bild kan det vara en fördel att använda två vinkelhakar av vitt papper. Det är bara att flytta runt vinkelhakarna på olika sätt tills man finner en lämplig beskärning. Klipp inte sönder originalbilden! Markera tydligt på en vanlig kopia av bilden. "Beskärningen" sker sedan t ex på reproavdelningen.



Beskärning 2. Det här är två tänkbara resultatet av beskärning av bilden. Det finns givetvis ett stort antal andra möjligheter att beskära just den här bilden. I båda fallen kommer läsaren "närmare" människorna på gångbron. Nu kan läsaren uppfatta den här extrema miljön som mindre hotfull och mindre ödslig än i den ursprungliga bilden.



Beskärning 3. Här är den utvalda bilden både kraftigt beskuren och starkt förstörd. En kvinna är lämnad ensam och övergiven med ett litet barn i en hotfull och farlig miljö.

eller ett par bilder är särskilt stora drar dessa till sig läsarnas uppmärksamhet. När det gäller informationsbilder vet vi att det finns en optimal storlek för varje bildmotiv (Pettersson, 1993). Om alla bilder är stora så försvinner en stor del av effekten. Man vet inte exakt på vilket sätt storleken av en bild påverkar vår upp-

fattning av innehållet i bilden. Förstoring eller förminskning av en bild förändrar i sig inte innehållet, men kan ändå starkt påverka vår uppfattning av detta.

Ghersetti och Hvitfelt (2000) har kartlagt vilken bild de största svenska nyhetsmedierna gav av prinsessan Dianas död och omständig-

heterna kring denna. Undersökningen begränsas till perioden 31 augusti till och med 7 september 1997, det vill säga från bilolyckan i Paris till dagen efter begravningen. De konstaterar att bildsättningen av artiklarna är central för de intryck av händelserna som förmedlas i medierna. Såväl antalet bilder som bildernas storlek och innehåll är viktigt för hur läsarna uppfattar informationen.

Författarna har dels räknat antalet bilder och dels beräknat hur stor area som texter respektive bilder tar i anspråk i tidningarna. Sammanlagt publicerade de undersökta tidningarna 962 bilder. Som man kan förvänta sig fann de att det är en tydlig skillnad mellan morgon- och kvällstidningar i båda dessa avseenden. Fyra femtedelar av bilderna publicerades i kvällstidningarna och en femtedel i morgontidningarna. I Expressen, Aftonbladet och Göteborgs Tidningen har nära 75 procent av alla artiklar en eller flera bilder. I morgontidningarna är motsvarande andel 42 procent.

Det är även en tydlig skillnad mellan fördelningen av utrymme för texter och utrymme för bilder. I kvällstidningarna tar bilderna i genomsnitt 62 procent av det totala utrymmet. De får alltså betydligt större plats än texterna. I morgontidningarna får bilderna i genomsnitt 43 procent av utrymmet.

Inom projektet *Journalistikens bilder* har man valt att klassificera bilderna efter antalet tidningsspalter som de fyller ut. Detta relativa mått är valt med hänsyn till att de olika dagstidningarna har skilda sidformat. Fram till 1955 var den vanligaste bildbredden en till två spaltbredder. Under 1965 blev det en större variation med bildbredder, som varierade från mindre än en spaltbredd upp till sex spaltbredder. Den vanligaste bildstorleken var två till tre spaltbredder. Så är det även i dagstidningarna från de senare åren. De flesta bilderna (över 80 procent) är rektangulära, de övriga är ovala eller frilagda. Den ovala bild-

formen var typisk för ateljébilder före 1950-talet. Såväl Becker (1997), Killander-Braun (1997), som Olsson (1997) samt Becker, Ekecrantz och Olsson (2000) drar slutsatsen att bilder har spelat en viktig roll i journalistiken och utformningen av den totala nyhetsförmedlingen i dagstidningarna under 1900-talet. Bilderna har successivt blivit både fler och större, och numera är det vanligt med allt fler bilder i färg. Det finns givetvis vissa variationer mellan olika tidningar.

En biolog känner lätt igen en växt- eller en djurart på dess *habitus*, det vill säga det allmänna utseendet. "En talgoxe ser ut som en talgoxe." På motsvarande sätt känner vi som tidningsläsare igen våra dagliga tidningar trots att själva innehållet givetvis varierar från dag till dag. Vi ser därför lätt om det sker en avgörande förändring. Efter den oerhörda terroristattaken mot USA den 11 september 2001 blev det en omedelbar, men tillfällig, förändring av bildhanteringen i många tidningar. Redan efter tre dagar menar Stig Hadenius (2001) att medierna hade klarat av uppgiften med rapportering om terrordåden på ett bra sätt. Hadenius konstaterar att tidningarna på många sätt hade en svårare uppgift än etermedierna: "De skulle komplettera alla de uppgifter som läsarna redan kunnat ta del av dagen innan. Det märkliga är att samtliga tidningar dominerades av stora bilder. Många av dessa var slagkraftiga och en del av dem hade inte synts i tv dagen innan."

Stora katastrofer ger både många och stora bilder, särskilt i storstadspressen. Detta kan givetvis påverka läsarna, men vi vet inte på vilket sätt eller i vilken utsträckning. Dagen efter terrordåden hade Dagens Nyheter och Aftonbladet 153 redaktionella bilder i första delen av tidningarna. Av dessa var 29 bilder i stort format. En vecka senare hade motsvarande tidningsdelar 143 bilder varav 14 var stora. Andelen stora bilder hade hade ungefär

halverats (från nitton till tio procent). I Eskilstuna Kuriren och i Vestmanlands Läns Tidning (VLT) minskade andelen stora bilder vid samma dagar från fem till fyra procent. Det är uppenbart att större tidningar har betydligt större resurser att sätta in i ett sådant här läge. En annan viktig skillnad var att Eskilstuna Kuriren och VLT hade annonser i ungefär samma utsträckning som vanligt medan Dagens Nyheter och Aftonbladet minskade mycket kraftigt på antalet annonser.

När man ser efter hur olika personer beskriver en viss händelse visar det sig att de ofta använder samma bilder, men publicerar dem i varierande storlekar. I det tidigare refererade exemplet med prästen som blev mördad i Uganda blev två porträttbilder publicerade i vardera nio olika tidningar. Expressen hade samma porträttbild såväl på förstasidan som i inlagan. De 19 bilderna varierade mycket starkt såväl i storlek som i beskärning (se bilaga). Inom de skilda tidningsredaktionerna har medarbetarna gjort olika bedömningar av betydelsen av samma händelse. Detta bidrar givetvis till att läsare i skilda delar av landet får olika förutsättningar att bilda sig en uppfattning om en viss händelse.

Produktion

Vanligen producerar tecknare sina illustrationer i en storlek som är en och halv eller två gånger så stor som de publicerade bilderna skall ha i den färdiga produkten. När man under reproduktionsarbetet förminskar originalbilderna så blir bilderna vanligen tydligare. Små otidigheter i bilden försvinner. Linjerna blir tunnare och mer distinkta. Förstoring har motsatt effekt. Små misstag blir synliga. Linjerna blir ofta diffusa.

Det är angeläget att tecknaren eller tecknarna producerar alla sina illustrationer för t ex en ny bok i samma skala. Det får konsekvenser både för den tekniska processen och

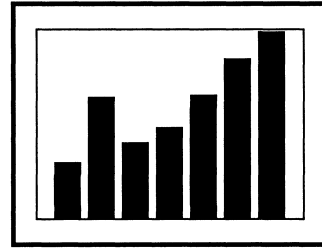
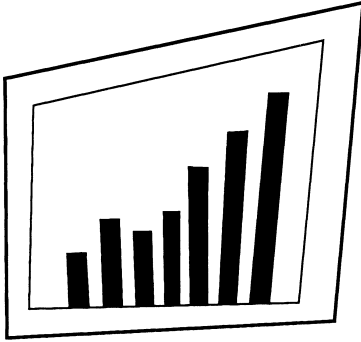
för läsarna. När man har många olika förminskningsgrader finns det risk för sammanblandningar och misstag. Den tekniska processen tar längre tid och blir dyrare. För läsarna blir det lätt förvirrande när uttryckssättet i de olika bilderna inte stämmer särskilt bra överens med varandra.

Vid förstoring respektive vid förminskning kan man mycket lätt, ibland av misstag, förändra projektningsplanet. Då förvränger man storleksrelationerna inom bilden, vilket starkt kan påverka vår uppfattning av innehållet. Ett bra exempel på detta problem ser vi nästan varje gång en föredragshållare använder sig av OH-bilder eller diabilbilder och projektorn respektive projektningsduken inte är korrekt inställda i förhållande till varandra. Detta är mycket vanligt, men man kan ju sällan misstänka föredragshållarna för medveten bildmanipulering. Dåligt projicerade bilder beror snarare på slarv, eller kanske helt enkelt på okunskap.

Samma typ av förvrängning kan lätt uppträda även vid publicering av bilder i grafiska medier. Här blir effekterna i regel inte lika påtagliga eftersom förstöringsgraden av bilderna vanligen är mycket mindre för de publicerade bilderna än för de projicerade bilderna.

Ändring av innehållet

Med hjälp av moderna bildhanteringsprogram och moderna datorer är det lätt för var och en att bearbeta såväl teckningar som fotografier. Detta strider emellertid normalt mot såväl de etiska regler som de leveransvillkor som tecknare och fotografer tillämpar i Sverige och även i många andra länder. Såväl tecknare som fotografer har givetvis alltid själva möjligheter att bearbeta sina egna originalbilder för att skapa helt nya typer av sammansättningsbilder. Med hjälp av moderna bildhanteringsprogram kan man idag i princip göra *vilka förändringar som helst* i såväl teckningar



Skeva bilder. Situationen till vänster är alltför vanlig när det gäller muntliga presentationer med projektion av stordiabler eller diabler. Felaktig projektion kan lätt bli vilseledande. Bilden till höger visar samma information på ett korrekt sätt.

som fotografier och även i film- och videosekvenser med rörliga bilder. Det finns nästan inga begränsningar alls för den som har tillgång till rätt utrustning. Om bilderna sedan skall publiceras är det upp till såväl tecknare som fotografer att följa sina egna organisationers detaljerade spelregler.

Det går att förändra, mjuka upp, skärpa till, vrida och vända, tänja ut eller trycka ihop enskilda bildelement så att kontrast, skärpa, gråskala eller färgbalans blir förändrade och kanske även "förbättrade" i bilden. Ibland är det möjligt att överföra gråskalan till en valfri färgskala. Vi kan isolera en intressant, vacker eller lustig detalj i en bild och eventuellt bearbeta denna vidare. Denna "delbetydelse" kan vi sedan använda fristående, men den kan även ingå som en betydelsebärande eller icke betydelsebärande del i nya, sammansatta bilder. Vi kan flytta om enskilda bildelement inne i bilden så att det blir bättre balans och harmoni i bilden. Man kan även byta ut enskilda bildelement. När man vill begränsa antalet detaljer, som kan vara störande, inne i en bild kan man måla över dessa med bakgrundsfärgen. Det går också lätt att frilägga valfria delar av motivet och alltså därmed förändra den inre kontexten i bilden.

Det går att krympa en bild, dvs trycka ihop bilden från sidorna eller trycka ihop den uppifrån och nerifrån. Motsatsen innebär att man sträcker ut bilden så att den blir högre eller bredare. I båda fallen förändrar man balansen i den ursprungliga bilden. Genom utfyllnad, t ex genom tillägg av en tonplatta med lite inslag av bakgrund eller förgrund, kan vi ändra bredd-höjrelationerna i bilden.

Några tusen typbilder med olika standardbakgrunder och standardförgrunder, som skilda typer av landskap, stadsmiljöer, personer, växter, djur m m går att kombinera till ett oändligt antal helt eller delvis nya bildmotiv. Här uppstår intressanta etiska frågor, som inte är triviala och inte heller på något sätt lätta att besvara. För att åstadkomma en förstärkning av ett bildinnehåll och en bättre kontakt med bildtexten kan man sätta in bokstäver, siffror och andra symboler eller markeringar inne i bilden. När man lägger en text över bilden blir emellertid våra möjligheter att ta del av innehållet i såväl text som bild vanligen försämrade. De följande sidorna ger några exempel på hur man lätt kan förändra ett fotografi på olika sätt genom några enkla manipuleringar.



Ändring av projektiionsplan. Här har vi ändrat projektiionsplanet på ett sådant sätt att bilden är en aning förvrängd och vissa delar i bilden är förstorade. Därmed blir såväl storleksförhållanden som perspektiv förändrade. Att ändra projektiionsplanet kan lätt medföra att läsarens uppfattning om innehållet i bilden kan bli påverkad. De fem personerna kommer närmare inpå läsaren. Man kan fråga sig om det är en familj som balanserar fram på en smal gångbro? Vill barnet inte gå vidare? Kommer gångbron att hålla?



Sträckning och komprimering. Här har vi sträckt ut respektive komprimerat delar av den ursprungliga bilden. Därmed blir både storleksförhållanden och perspektiv i den övre halvan av bilden förändrade. De tre personerna till vänster har blivit större och bildar nu tydligt en egen grupp. Samtidigt har mamman och barnet blivit något mindre. Att sträcka ut och komprimera delar av den ursprungliga bilden kan medföra att läsarens uppfattning om innehållet i bilden blir påverkad. Relationerna mellan personerna på bilden har förändrats. Mamman och barnet är en egen liten grupp. Är de väldigt långt borta eftersom de är så små?



Tillägg av bildelement 1. Här har vi lagt till några personer på gångbron. Att kopiera och lägga till några personer i den ursprungliga bilden gör kanske att läsaren uppfattar situationen i bilden som mindre ödslig. Mamman är inte längre ensam med barnet, där är ytterligare en vuxen. Visar bilden två olika familjer med varsitt barn? Den här bilden visar människor som aldrig gick på gångbron.



Tillägg av bildelement 2. Här har vi lagt till och flyttat om några personer på gångbron. Nu ser det nästan ut att vara trångt och ont om utrymme. Det blir närmast en känsla av en gruppresa som leds av en guide. Några har stannat och tittat på ånga som pyser fram ur marken. Någon tycker att det luktar illa av svavel. Någon annan beundrar de vackra färgerna. Även den här bilden visar människor som aldrig gick på gångbron.



Borttagning av bildelement 1. Det är ännu lättare att ta bort folk än att kopiera och lägga till nya personer i en bild. Här har vi tagit bort några personer från gångbron och alla spår efter dem. Mamman med barnet är nu alldeles ensamma ute bland de heta källorna.



Borttagning av bildelement 2. Här har vi tagit bort alla personerna. Nu är gångbron helt öde. Det vilar en stillhet över landskapet. Varför finns det en bro här?

FIFFEL

Vi har alla hört ett eller flera talesätt som förkunnar att bilder har en alldeles speciell dragningskraft och alldeles speciella egenskaper. Här är några exempel på vanliga talesätt. "Bilderna kan trollbinda oss." "En bild säger mer än tusen ord." "En bild ljugar aldrig." "En bild speglar alltid den sanna verkligheten." I förordet till *Nyhetsbilder-etik-påverkan* konstaterar emellertid Göran Stütz (2000, s. 5) att "det är här som vi i dagsläget måste stanna upp och fundera i källkritiska termer. Med t.ex. dagens dator teknik kan bilden istället fungera både som förtrollare, förförare och åsiktsmanipulering och den "verklighet" som den ofta gör anspråk på att återge kan i själva verket vara ett tillrättat falsarium."

Äkthet innebär att en källa är vad den utger sig för att vara, att den inte är en förfalskning. Thurén (1997, s. 12) menar att gränsen mellan äkta och falskt ibland kan vara svår att dra. "Friseringar av skriftliga källor och bilder är ganska vanligt. Även inom vetenskapen är förfalskningar vanligare än man tror." Thurén sammanfattar sin diskussion om äkthetskriteriet med bl a följande konstaterande (s. 24): "Det finns en glidande skala från den rena förfalskningen till den ganska oskyldiga retuscheringen."

Det förekommer ganska ofta medvetna och möjligen även omedvetna fiffel, förfalskningar och manipuleringar av bilder genom ingrepp i bilderna, genom riktade urval, eller genom oseriösa bildtexter, som medför att läsarna blir manipulerade, lurade och vilseledda. Läsarna har sällan eller aldrig någon möjlig-

het att själva bedöma vad som hände före eller efter det ögonblick som ett foto blev registrerat. De kan inte heller veta vad som hände runt omkring den aktuella situationen.

Ibland kan det vara lätt att se att bilder är bearbetade, korrigerade eller kompletterade på olika sätt, men det blir allt vanligare att det är svårt eller till och med *helt omöjligt* att upptäcka att man har gjort sådana ingrepp i en bild. Med utgångspunkt från definitionen i inledningen till den här studien, att *bildmanipulering innebär att otillbörligt styra människors uppfattning om en viss verklighet med hjälp av bilder*, ger det här kapitlet några exempel på fiffel, förfalskningar och manipuleringar som har förekommit i dagspressen och i viss mån i reklam- och informationsmaterial.

Thomas Anderberg (2000, s. 9) anser att etiken framförallt har haft en hämmande effekt i pressetiska frågor. Kameralinsen kan inte blåsljuga men den kan förstora och förminska, den kan hyckla och den kan kränka människor. De pressetiska reglerna har främst haft som uppgift att hindra och motverka olika missförhållanden när detta har varit möjligt. Anderberg skriver (s. 9): "När nyhetsjakten pågår har etiken fungerat som ett slags trafikregler, avsedda att hejda de grövre övertrampen. Så måste det inledningsvis förhålla sig. Men när de etiska reglerna väl har satt sig – och när de med skärpa försvarats – finns det också anledning att lyfta fram etiken som en uppmuntrande faktor. Och då blir det också dags att belysa de konflikter som kan råda mellan etikens bromsande och pådrivande sidor."

Anderberg påpekar att även när en fotograf är hederlig så kan kontexten göra en bild moraliskt oförsvarlig. Han ger följande exempel (s. 10):

Den fotograf som lyckades övertala en lokalpolitiker att ställa sig framför villaporten måste ha känt sig lurad när han småningom fick reda på avsikten. Tanken var nämligen att illustrera en artikel där lokalpolitikern kritiserades för att ha varit med om att fatta ett beslut där denne hade vinning att hämta (beträffande lokala taxeringsvärden). Bildtexten anspelade på en förflugan kommentar där politikern sagt "här kan ju inte vem som helst bo". För den avbildade blev artikeln förödande: den leende mannen framför sin villa kom att bekräfta och förstärka bilden av svårartad självgodhet. Här kom ett journalistiskt arrangemang att skapa en etisk tveksamhet. Såväl integritets- som sanningskraven kränktes och den sammanlagda effekten av dessa övertramp bidrog till artikelns skadlighet.

Allmänhetens Pressombudsman får varje år in anmälningar från människor som anser att de har blivit dåligt behandlade i pressen på ett eller annat sätt. En del fall lämnas utan åtgärd, men många går vidare till Pressens Opinionsnämnd för prövning. Man kan dessutom räkna med att det finns ett antal personer som anser att de har blivit dåligt behandlade i pressen men som ändå avstår från möjligheten att anmäla detta till Pressens Opinionsnämnd för prövning. Jag har läst protokollen från prövning av de 539 fallen från 1996, 1997, 1998 och 1999. Lite mer än en fjärdedel av dessa fall handlar om artiklar som innehåller bilder. Drygt två femtedelar av den här "bildgruppen" blev klandrade för att publiceringen av såväl bilderna som texterna bryter mot "god publicistisk sed". De andra tre femtedelarna av "bildgruppen" blev frikända eller de blev klandrade på grund av innehållet i rubrikerna eller i de löpande texterna.

Av protokollen framgår det att tidningsredaktionerna har gjort sig skyldiga till bildmanipulering genom vilseledande urval av bilder, genom vilseledande rubriker, genom missvisande bildtexter, eller genom löpande texter som innebär att enskilda personer blir igenkända och därför känner sig kränkta av publiceringarna. Ett fåtal av dessa fall rör fysisk manipulering av bilder där man har retuscherat och ändrat på bilderna på olika sätt.

Det följande avsnittet, *Enkla grepp*, ger flera exempel på förekomst av bildmanipulering genom vilseledande beskärning, vilseledande urval, vilseledande rubriker, vilseledande bildtexter, vilseledande retuschering, misslyckade försök att dölja identitet, samt vilseledande marknadsföring. Det andra avsnittet, *Fotomontage*, ger flera exempel på bildmanipulering genom manuella respektive digitala montage. De exempel som redovisas nedan är valda för att tjäna som tydliga typexempel för respektive grupp av manipulering. Det kan mycket väl finnas en rad andra, liknande fall, som jag inte känner till. Dessutom finns det troligen ett antal fall som aldrig blir anmälda till prövning. När rubriker eller citat i det följande återges med versaler beror detta på att det är så i källorna.

Den grafiska utformningen av rubriker kan ha stor betydelse för hur vi uppfattar innehållet i en artikel, liksom placeringen på sidan. Detta framgår emellertid inte av protokollen och det har inte varit möjligt att få fram originalmaterial.

Enkla grepp

Man behöver inte alls ha tillgång till en avancerad datorutrustning för att kunna manipulera läsarnas uppfattning och tolkning av bilder. Det räcker med ett rymligt samvete och en portion dåligt omdöme. Verkligheten har upprepade gånger överträffat dikten.

Vilseledande beskärning

I sin bok om bildredigering ger McDougall (1990) flera exempel på medvetet vilseledande bildbeskärningar. Ett av de mera kända exemplen på vilseledande bildbeskärning spelade en aktiv roll i striden mellan den nitiske amerikanske kommunistjägaren och senatorn Joseph McCarthy och arméministern Robert T. Stevens. McCarthy försökte misskreditera Stevens genom att sprida en bild, där läsaren får intrycket att han har ett förtroligt samtal med soldaten G. David Schine, som skulle ha fått olika förmåner. Originalbilden visar emellertid att det var en liten grupp med människor som står och pratar med varandra vid ett militärplan. Det var inte alls fråga om ett möte mellan två personer. Hanteringen av bilden blev början till slutet för McCarthy.

Vid flera tillfällen har det hänt att olika bilder blivit beskurna så att läsarna lätt missförstår innehållet. En av de mer kända politiska bildmanipuleringarna i svensk presshistoria handlar om "den falska hitlerhälsningen" (Alling-Ode och Tubin, 1993, s. 139-141). På Ragnar Holmqvists originalfoto kastar Bertil Kugelberg, dåvarande direktören för Svenska Arbetsgivareföreningen (SAF), varpa tillsammans med Axel Strand, dåvarande ordförande i LO och talman i riksdagens första kammare, och Ivar Öhman, redaktör på tidningen *Folket i Bild*. På bilden finns en bil som visar att bilden är tagen i början av femtiotalet. Aftonbladet publicerade en beskuren version av bilden i slutet av femtiotalet. Den beskurna bilden skulle beskriva ett angrepp på SAF-direktören, i vilket man hävdade att han hade sympatiserat med nazisterna under kriget. Beskärningen av bilden ger ett klart intryck av att Bertil Kugelberg gör en hitlerhälsning.

Den 27 juni 1984 publicerade Expressen en hårt beskuren bild under rubriken: "-HUR KÖR DU, KUNGEN?" på förstasidan. Bilden visar att lille prins Carl Philip sitter i framsä-

tet, lös och ledig med ena armen utanför dörren. Den 12 juli publicerade Hänt i Veckan (Nr 29, s. 14) den obeskurna originalbilden. Av denna framgår det tydligt att bilen inte är framförd på allmän väg utan på gårdsplanen framför Sollidens slott. Artikeln, "Så går det när Expressen klipper till", inleds på följande sätt: "Varför ljuger Expressens hycklarmaffia på kungen? Hur kan man ha mage att medvetet beskära en bild så att man förfalskar dess innehåll för läsarna?". Det finns emellertid många fler metoder att lura läsarna. Det kan räcka att göra ett vilseledande urval för att bryta mot god publicistisk sed.

Vilseledande urval

Den 3 september 1986 publicerade Norrländska Socialdemokraten texten "MORDET PÅ PALME Kalixflicka kolliderade med mystisk man i Stockholm: VAR DET PALMES MÖRDARE?". I anslutning till rubriken var det ett porträtt av flickan och dessutom uppgifter om hennes namn, ålder och hemort. På kvällen hade även Aftonbladet, Expressen, Göteborgs Tidningen och Kvällsposten omfattande rapporter om flickans upplevelser i Stockholm under mordnatten. I en anmälan mot tidningarna påtalade flickan och hennes föräldrar publiceringen av namn och bild. Pressens Opinionsnämnd ansåg att det inte kan anses att ett uppenbart allmänintresse krävde att vittnet identifierades. Tidningarna hade åsidosatt god publicistisk sed. Med hänsyn till den allvarliga skaderisken borde tidningarna ha avstått från att publicera namn och bild på flickan.

Den 30 juni 1995 publicerade Arbetarbladet en artikel med rubriken *Polisman sköt mot misstänkt rånnare*. Texten talade om en vild biljakt som slutade med skottlossning och att mannen blev gripen. En stor färgbild visade den gripne där han satt i handbojor framför polisbilen. Mannen böjde ner huvudet mot

kroppen. Arbetarbladet valde att publicera bilden trots att polisförhøret med mannen redan hade visat att han bara var skyldig till fortkörning. Artikeln avslutades: "Den gripne hade ingenting med rånet i Österbybruk att göra." Pressens Opinionsnämnd menade att tidningen har "brustit i sin ansvariga hållning inför den publicistiska uppgiften och åsidosatt god publicistisk sed".

I en anmälan till Allmänhetens Pressombudsman anförde en man att han dels hade varit tvungen att byta identitet och dels hade tvingats att ta tjänstledigt från sitt arbete på grund av att tidningen *Aktuell Rapport* i augusti 1995 publicerade en artikel med en bild av honom. Mannen var jagad av en maffialiknande grupp kriminella som hade blivit avslöjad på grund av hans vittnesmål. PO anförde att tidningen hade brutit i hänsyn genom att publicera bild och uppgifter om arbetsplatsen. Pressens Opinionsnämnd instämde med PO och fastställde att *Aktuell Rapport* hade brutit grovt mot god publicistisk sed.

I september 1995 hade tidningen *Lektyr* ett reportage om uteliggare. En reporter hade klätt ut sig som uteliggare och tiggat pengar i tunnelbanan. Flera yngre och hemlösa personer är intervjuade i reportaget, som är illustrerat med tre tydliga färgbilder av en äldre man. Denne var inte intervjuad och inte heller kontaktad på något sätt. Tidningen hade köpt bilderna av en fristående fotograf och ansåg att de kunde illustrera artikeln på ett bra sätt. I en anmälan till Allmänhetens Pressombudsman framförde den äldre mannen klagomål mot publiceringen. Han var inte uteliggare och han satt i tunnelbanan bara för att få kontakt med människor. Pressens Opinionsnämnd slog fast att ansvaret för publicering av inköpta bilder ligger hos tidningen och konstaterade att tidningen *Lektyr* genom denna bildpublicering hade brutit mot god publicistisk sed.

Tidningen *Aktuell Rapport* (Nr 45, 1995) publicerade ett reportage om polisvåld. Artikeln var illustrerad med en färgbild av en miss-handlad man. Polisen hade tagit emot ett larm om ett lägenhetsbråk. Då mannen vägrade släppa in polisen ledde detta till den aktuella misshandeln från polisens sida. Mannen anmälde tidningen eftersom han inte hade blivit tillfrågad om publiceringen. Både han själv och barnen hade tagit illa vid sig av den kränkande publiceringen. Allmänhetens Pressombudsman anförde att frågan om polisvåld är av ett uppenbart allmänintresse. Det finns därför inget att invända mot att tidningen skriver om den typen av rättsfall. Publiceringen måste dock vara utformad på ett sådant sätt att inte brottsoffret drabbas en gång till, nu av en omotiverad publicitetsskada. Pressens Opinionsnämnd fann att *Aktuell Rapport* hade brutit mot god publicistisk sed.

Dala-Demokraten publicerade den 2 december 1995 en nyhetsartikel om att en våldsmann rymt ifrån tingshuset i Falun. Både på förstasidan och vid nyhetstexten fanns en bild som visade en polisbil utanför tingshuset och två civilklädda personer som samtalande med uniformerade poliser. Förstasidans rubrik: *Våldsmann flydde från tingshuset*. De civilklädda personerna anmälde publiceringen eftersom de kände sig utskämda på hemorten och därmed lidit publicitetsskada. Allmänhetens Pressombudsman anförde att tidningen brutit i hänsyn genom att publicera bilden utan att ta reda på vilka personerna är eller inhämtat deras medgivande. Pressens Opinionsnämnd fann att Dala-Demokraten hade brutit mot god publicistisk sed.

Den 10 juni 1996 illustrerade Västerbottens-Kuriren en artikel om brottsligheten i Sverige med en fyrspaltig bild av en ung och korthårig man i skinnjacka. Mannen satt i en trappa och var omgiven av flera personer, varav åtminstone en var polis. Bildtexten framhöll att

det bara var snatterier och mord som blev föremål för polisutredning, medan den medelsvåra brottsligheten knappast alls utreds. Den unge mannen, som på bilden symboliserade den medelsvåra brottsligheten, anmälde tidningen eftersom bildpubliceringen hade skadat både honom själv och hans familj. Västerbottens-Kuriren menade att bildpubliceringen var ett "olycksfall i arbetet" och beklagade saken offentligt. Pressens Opinionsnämnd fann ändå att tidningen hade brutit mot god publicistisk sed genom bildpubliceringen. Det är svårt, eller kanske omöjligt, att i en skreven rättelse uppväga den skada som en slagkraftig bildpublicering kan vålla.

Tidningen Dagbladet publicerade den 7 augusti 1996 en nyhetsartikel om att två män, som arbetade på en rörlig byggnadsställning, hade ramlat ner från en höjd av fem meter. Båda männen fick livshotande skador. På första sidan fanns en fyrspaltig färgbild i anslutning till hänvisningstexten. Bilden visade de båda männen som låg på marken och väntade på ambulansen. På en större bild på insidan såg man den ene av männen och på en infälld, mindre bild såg man räddningspersonalen lägga en man på en bår. Rubrik och bildtext på förstasidan betonade att männen fått livshotande skador på grund av fallet. Genom bilderna, rubrikerna och bildtexterna gick det att identifiera personerna. Männen och deras familjer drabbades av att en sådan här personlig tragedi blev utlämnad till allmänheten. Pressens Opinionsnämnd fann vid sin beredning av fallet att Dagbladet hade brutit mot god publicistisk stil genom att publicera bilderna. Tidningen hade därmed gjort ett intrång i den personliga integriteten.

Den 4 februari 1998 blev en person vid namn Dragan Joksovic skjuten i en fullsatt restaurang på Solvalla Travbana. Expressen ägnade stor uppmärksamhet åt händelsen och publicerade flera bilder av offret. Efter rät-

tegången mot den man som hade skjutit Joksovic publicerade Expressen flera artiklar. Två döttrar till den döde mannen anförde klagomål över publiceringen. Pressens Opinionsnämnd fann att Expressen, genom att publicera närgångna bilder av den skottsskadade Joksovic hade brutit i hänsyn till de anhöriga och vållat dessa onödigt lidande. Expressen blev klandrad för att ha brutit mot god publicistisk sed.

Den 1 september 1998 publicerade Kvällsposten följande rubrik "POLISENS TRAFIK-EXPERT FAST FÖR RATTFYLLA" samt en bild av en polisman i uniform på förstasidan. En vertikal textrad i liten stilgrad bredvid bilden angav: "Bilden är tagen vid annat tillfälle". Där stod även namnet på fotografen. Den avbildade polismannen, som inte hade någonting alls att göra med det omskrivna rattfylleriet, var lätt att känna igen på bilden. Upplysningen att bilden var tagen vid ett annat tillfälle hade förstärkt intrycket av att det var mannen på bilden som hade åkt fast och att tidningen hade använt en arkivbild. Polismannen upplevde en hel del obehag och gjorde en anmälan till Allmänhetens Pressombudsman, som senare lämnade ärendet vidare till Pressens Opinionsnämnd. Denna gjorde bl a följande bedömning: "Det står klart att anmälaren lidit en publicitetsskada. Det finns ingenting som tyder på att skadan uppkommit på annat sätt än genom en missbedömning från tidningens sida. Tidningen har försökt begränsa skadan genom att ta bort bilden från de senare upplagorna och genom att i samråd med anmälaren publicera en rättelse och en ursäkt dagen efter den anmälda publiceringen. ... Nämnden finner att de av tidningen vidtagna åtgärderna visserligen motverkat publicitetsskadan men inte i sådan utsträckning, att tidningen kan undgå klander för att ha åsidosatt god publicistisk sed."

Vilseledande rubriker

Tidningen iDAG/Kvällsposten publicerade den 21 oktober 1995 en artikel om att en restaurang i Skurup hade gått i konkurs. Rubriken i tidningen löd: *Bögskräcken knäckte krögarna*. Den lokala befolkningens misstänksamhet mot homosexuella män hade bidragit till att knäcka de båda ägarna. Falska rykten fick dem på fall. En stor bild av de båda ägarna illustrerade artikeln. Pressens Opinionsnämnd konstaterade att iDAG/Kvällsposten genom den anmälda publiceringen hade brutit mot god publicistisk sed.

Aftonbladet publicerade den 17 januari 1996 en debattartikel om att medelålders polismän kan göra större nytta än unga elit-soldater vid tjänstgöring i det krigshärjade Bosnien. Rubriken löd: *Tjock polis bättre än ung elitsoldat*. Artikeln var illustrerad med två bilder, den ena bilden visade en ung soldat med gevär, den andra bilden visade en korpulent polis som talade i telefon. Den senare polisen kände sig kränkt av att en bild på honom publicerats i detta sammanhang och med denna rubrik. Bilden var publicerad utan hans vetskap och utan hans tillstånd. Såväl Allmänhetens Pressombudsmans som Pressens Opinionsnämnd fann att Aftonbladet hade åsidosatt god publicistisk sed genom att publicera bilden.

Den 27 april 1966 hade Expressens löpsedel en bild av en leende kvinna med naken överkropp. I övrigt var löpsedeln dominerad av rubriken: *Ny ofarlig metod gav svenska Helle STÖRRE BRÖST MED SOJA "Nu vågar jag sola toppless"*. Samma bild och motsvarande rubrik var publicerad på första sidan. Artikeln inne i tidningen var illustrerad med en liknande bild i stort format och en beskuren bild av medicinsk karaktär från tiden före operationen. Kvinnans namn var nämnt i ingressen. Det fanns en notering om att hon hade gjort sina uttalanden i tidningen Må Bra. Den privat-

praktiserande plastikkirurgen framträdde med sitt namn och sin verksamhetsort och berättade om den nya protesens fördelar. I sin anmälan till PO anförde kvinnan att hon kände sig obehagligt kränkt och förnedrad. Hon fick en chock och började gråta när hennes tonårige son kom hem med löpsedeln. Flera personer hade frågat hur hon vågade "vika ut sig" på det där sättet. Kvinnan hade ställt upp för ett reportage i hälsotidningen Må Bra, som kommer ut en gång i månaden till en begränsad publik, men reportaget hade sålts vidare till Expressen utan hennes medgivande. Pressens Opinionsnämnd konstaterade att Expressen hade brutit mot god publicistisk sed genom bildpubliceringarna på löpsedeln och på förstasidan. Tidningen hade inte tillmötesgått anmälares begäran om klarläggande av omständigheterna kring publiceringen av bilderna.

Den 15 maj 1997 publicerade Aftonbladet en artikel med rubriken: *En vacker bild – eller barnporr?* Under rubriken var det en stor bild av en skrattande åttaårig flicka med bar överkropp och en mängd smycken. Hon var sminkad och bar en krona. Nedtill hade bilden påskriften "Polarn & Pyret". Rubriken till bildtexten löd: "Sminkad till prinsessa". Bildtexten berättade att kunder hade blivit upprörda över bilden som publicerats i företagets reklambroschyr; de hade tyckt att den påminde om barnporr. Bilden var tagen i en reklamateljé medan barnen lekte som på ett barnkalas. Enligt artikeln hade reklambroschyren skickats ut till 60 000 kunder och legat framme i 29 butiker. Sammanlagt hade ett sextiototal kunder hört av sig till företaget och menat att bilden kunde väcka anstöt och utgöra en lockelse för pedofiler.

Barnombudsmannen uttalade i artikeln att så länge det inte fanns någon anstrykning av sexualitet i bilden borde man inte underblåsa någon sorts överdriven rädsla för pedofiler. Flickans föräldrar tog mycket illa vid sig av

artikeln i Aftonbladet. Att ordet barnporr fanns i anslutning till bilden av deras dotter gjorde dem illamående. Det var inget fel på bilden i sig, men att använda den i ett sådant här sammanhang var fel. Pressens Opinionsnämnd konstaterade att Aftonbladet hade brutit mot god publicistisk sed. Aftonbladet hade brustit i hänsyn mot barnet och kunde, trots den offentliga ursäkt som framförts, ej undgå klander. En varsammare hantering av både bild och rubrik var påkallad.

Vilseledande bildtexter

I oktober 1995 publicerade tidningen Café ett utförligt reportage kring ett tv-program som skildrade hur sju ungdomar levde tillsammans under tre månader i en lägenhet i Stockholm. Ungdomarna var avbildade i tidningen och identifierade med sina förnamn i bildtexterna till bilderna och även i den löpande artikeltexten. Texten uppgav att modern till en av flickorna var alkoholiserad. Eftersom så inte var fallet anmälde hon artikeln som både felaktig och kränkande. Pressens Opinionsnämnd konstaterade vid sin beredning av ärendet dels att anmälares dotter var klart identifierbar genom bilder och bildtexter och dels att uppgiften att anmälares var alkoholiserad var kränkande. Av dessa skäl kan tidningen inte undgå klander för att ha åsidosatt god publicistisk sed.

I en serie om människor som utsatts för brott publicerade Norrtelje Tidning, den 21 september 1995, en artikel om en kvinna vars sexårige son "var bortrövad av sin pappa". Rubriken löd: *Hennes son är bortrövad*. En likartad rubrik fanns på förstasidan. Artikeln innehöll en bild av pojken. Den 14 november 1995 publicerade Norrtelje Tidning en enspaltig artikel med ett vädjande från modern om hjälp att återfinna sonen. Även här fanns en bild av pojken. Bildtexten löd: "Fabian som han såg ut för ett år sedan. Nu tar TV 3:s Efter-

lyst upp dramat kring den försvunne pojken." Den 19 december framträdde pappan i en intervju i Norrtelje Tidning. Rubriken löd: *Jag agerade för mitt barns skull*. Han förklarade att pojken var rädd för sin mamma. I januari 1996 anmälde pappan tidningen. Han menade att artiklarna var grovt vinklade, missvisande och kränkande både för honom och för sonen. Pressens Opinionsnämnd konstaterade att vårdnadsfrågor är komplicerade och att man i sådana fall bör undvika publicering av namn och bild på barn. I det här fallet hade Norrtelje Tidning brustit i hänsyn till barnet. I övrigt fanns det inget skäl till att klandra tidningen.

Aftonbladet publicerade den 18 april 1996 en artikel om en kvinna som hade blivit våldtagen och trakasserad därför att hon hade vittnat i ett misshandelsmål. Artikeln var illustrerad med en stor konfrontationsbild som visar gärningsmannen med maskat ansikte och sju unga, mörkhyade och mörkhåriga män. Bildtexten löd: "HAN SKAR HENNES ENA BRÖST Kvinnan fick hjälp av boxaren Lotfi Ayed (lilla bilden) att göra en polisanmälan mot våldtäktsmannen. Vid polisens konfrontation pekade hon ut nummer fyra. De övriga männen på bilden är polisens statister och inte misstänkta för något brott." (Mannen blev senare dömd till sex års fängelse och utvisning.) Fyra av de sju statisterna anmälde publiceringen. Männen hade ställt upp frivilligt för att hjälpa polisen och de kunde inte ana att de skulle hamna i tidningen. Anmälarna menade att människor som inte läste bildtexten nog kunde få för sig att de hörde till de misstänkta för brottet. Bilden och texten kunde förstärka människors hat mot unga män med invandrarbakgrund. Pressens Opinionsnämnd fann att Aftonbladet skall klandras för att ha åsidosatt god publicistisk sed. Det hjälper inte att bildtexten tydligt deklarerade att statisterna inte var misstänkta för något brott.

Vilseledande retuscheri

Manipulering av fotografier har förekommit praktiskt taget lika länge som kameran. Att retuschera bilder hör till de klassiska metoderna för att försköna bildmotiven. Till minnet av Lenins födelsedag tryckte tidningen *Literaturnaja Gazeta* ett stort porträtt av Lenin på sin förstasida den 22 april 1988. Bildtexten beskrev att detta foto nu "för första gången publicerades i oretuscherat skick" (Skott, 1988). Inne i tidningen finner läsaren tre välkända fotografier av Lenin. Det första fotot visar Lenin i ett sammanträde med regeringen oktober 1922. Den här gången är emellertid även Kamanev och Rykov med på bilden. Stalin utplånade dem båda såväl ur det verkliga livet som från alla bilder som förekom i offentliga sammanhang. Det andra fotografiet visar en välkänd bild av Lenin, som nu visar sig vara utskuren ur en stor gruppbild från oktober 1922. Här kan man nu identifiera flera personer som senare blev utrensade från den politiska arenan. Det tredje fotot i *Literaturnaja Gazeta* visar Lenin vid en partikongress i Kreml 1920. Även här ser man personer som senare försvann.

I Sovjetunionen var det mycket vanligt att manipulera officiella bilder av kända politiker. Johansson (1984) menar att de som arbetar med de officiella bilderna av den sovjetiska politbyråns medlemmar har drivit retuscheringskonsten oändligt mycket längre än vanliga porträttfotografer som ibland förskönar sina motiv genom att trola bort vårtor, ärr och liknande. En rysk diplomat menar att bruket att försköna bilderna av de sovjetiska ledarna går tillbaka ända till 1700-talsfursten och generalen Potemkin. Han som byggde kulisser av blomstrande byar för att kejsarinnan Katarina II ("den stora") skulle slippa se den eländiga verkligheten. Den intervjuade diplomaten menar att man i Sovjetunionen aldrig visar en ledare som är sjuk eller skröplig.

"Ledarna måste se ut som de kraftfulla män de förutsätts vara." Det är givetvis ännu lättare att göra en teckning eller målning så att bilden blir den önskade. I verkligheten var Stalin kortvuxen, men på målningarna i Stalinmuséet, i hans födelsestad Gori, är han emellertid alltid lika lång som de personer som omger honom. Ännu under 1970-talet förekom liknande tankar och lika tillrättalagda bilder av ledarna i kulturrevolutionens Kina. De stora ledarna ser ungefär likadana ut år efter år. Bilderna visar inte alls att de blev äldre, allt tröttere och mera slitna.

Sedan ett par decennier tillbaka har vi tillgång till mer subtila verktyg än sax, penslar, färg och klistor. Ett av de mest omskrivna exemplen på digital bildmanipulering handlar om en mustach. Den amerikanska tidskriften *The New Republic* publicerade, den tredje september 1990, en porträttbild av den iranske presidenten Saddam Hussein över hela framsidan. Bilden var alltså ungefär i naturlig storlek. Genom bildmanipulering hade man starkt förminskat bredden av Saddams kraftiga mustach. Saddam Hussein kom därmed att likna Adolf Hitler, vilket givetvis var meningen med bildmanipuleringen. Texten på sidan lyder: "FUROR IN THE GULF" (Oro i Gulfen). Ordet "FUROR", oro, tumult, står tryckt med röd färg på Saddams panna och hår. Det är en ordlek med det tyska ordet "Führer", Hitlers titel i det forna Tyskland. På engelska uttalas de här båda orden på samma sätt. Orden IN THE GULF är tryckta nedanför hakan på skjortkragen och halsen.

Den 31 mars 1985 publicerade *Dagens Nyheter* en stort uppslagen artikel om en 14-årig flicka som var intagen på en låst avdelning på ungdomskliniken vid Långbro sjukhus i Stockholm. Flickan kände att hennes personliga frihet var starkt begränsad. I anmälan till Pressens Opinionsnämnd påtalade en företrädare för kliniken att det var möjligt

att identifiera flickan genom den publicerade bilden. Dagens Nyheter bestred att det var möjligt att identifiera flickan eftersom bilden dels var rasterad, dels var bearbetad för att omöjliggöra identifiering. Man hade bl a förändrat ansiktets profil. Opinionsnämnden menade att Dagens Nyheter hade brustit i varsamhet vid publiceringen och åsidosatt god publicistisk sed eftersom de åtgärder man hade vidtagit inte var tillräckliga för att undgå att flickan kunde bli identifierad.

Att dölja identitet

Förr i tiden var det inte ovanligt att man placerade en svart lapp över ögonen eller en del av ansiktet för att dölja identiteten hos enskilda personer. Lindell (1993) anser att den svarta lappen får läsarna att associera till brottslighet, vilket inte alltid behöver vara anledningen till att man vill skydda en person. Det kan finnas ett antal andra skäl att dölja identiteten. Detta förekommer även nu. Den här typen av porträtt förefaller dock sällan ha något journalistiskt berättigande. Se ett sådant exempel nedan.

Sedan början av 1990-talet är det alltmer vanligt att man använder digitalt upplösta porträttbilder där ansiktet är upplöst till att antal små rutor, ofta i flera färger, istället för en enda stor svart ruta. Inte heller den här typen av porträtt förefaller ha något journalistiskt berättigande. Den 10 september 1995 publicerade Göteborgs Tidningen/iDAG en artikel med rubriken *Tjuvarnas plan gick inte i lås*. Artikeln berättade att tre pojkar i åldrarna 14–16 år hade blivit gripna av polisen sedan de försökt att ta sig in i en stängd butik. Pojkarna hade kommit över nycklar till butiken vid ett tidigare besök. Intill texten var det en färgbild från gripandet. Tre poliser vände ryggen till medan två av de tre pojkarna var synliga framifrån. De hade fått sina ansikten maskerade genom manipulering av bilden. I en anmälan till Allmänhetens Pressombudsman anförde mamman till en av pojkarna att det trots maskeringen gick att känna igen hennes son och att han hade fått obehag av detta i skolan. Pojken hade nyss fyllt fjorton år. Även om han hade gjort något fruktansvärt

Sexdömde travtränaren kan slippa fängelse

Den dömda travprofilen kommer kunna fortsätta tävla trots fängelsestraffet.

En elektronisk fotboja gör att han kan fortsätta sin verksamhet – om inte Travsportens centralförbund säger stopp.

– Skadar man travsportens anseende kan man fräntas licensen, säger STC:s sportchef Johan Abenius.

En av Sveriges bästa travprofiler dömdes i går till tre månaders fängelse för barnpornografibrott, sexuell utnyttjande och sexuell ofredande.

Därmed riskerar han att förlora tävlingslicensen – och hela sin verksamhet.

Jag är väldigt besviken på so-



son fått tre månaders fängelse eller mindre

– Vi kommer att ställning till detta på onsdagens möte med licenskommittén, säger Johan Abenius.

Kusken dömdes för att ha haft ett sexuell förhållande med en 14-årig flicka, en syster till en anställd man som inte själv behått licensen, och för att ha ett stort antal barnpornografiska bilder i sin dator.

– Jag har inga som helst kommentarer, säger kusken till Aftonbladet, och hänvisar till ett pressmeddelande där han är ångerrig och tycker att skändandet på 25 000 kronor till Lickan är skäligt.

– Vi har inte bestämt oss om vi kommer att överklaga eller inte. Det beror lite på vad STC kommer fram till, säger advokat Le-

Att dölja identiteten. Utsnitt ur en artikel i Aftonbladet 29 april 2000, s. 31. Den här typen av porträtt förefaller inte ha något större journalistiskt berättigande. Här täcker den svarta rutan så mycket som 76 procent av hela bilden. Varför är den alls publicerad?

kunde det inte vara riktigt att publicera bilden. Pressens Opinionsnämnd fann att Göteborgs Tidningen/iDAG genom den anmälda bildpubliceringen hade brutit mot god publicistisk sed.

I ett flertal artiklar under tiden 3 mars – 16 juni 1995 skrev Nya Ludvika Tidning om en kvinna som led av Alzheimers sjukdom och var intagen på ett servicehem. Den 28 november samma år publicerade tidningen en artikel med rubriken "Sven" och "Lisa": *Umgänget ifrågasattes – Sven orkar inte längre*. Artikeln var illustrerad med en bild i helfigur av Sven. På bilden var ansiktet retuscherat. Enligt artikeln hade Sven, med stöd av hovrätten, fått rätt att besöka kvinnan. Men kvinnans syster hade klassat honom som en sexgalning och snuskhummer. Överförmyndarnämnden beslutade om restriktioner när det gällde besöken på servicehemmet. Den 16 december beskrev en anonym insändare hur släktingarna hindrade Sven och Lisa från umgänge. Insändaren var illustrerad med en bild av dem. Båda sågs bakifrån men Svens ansikte var tydligt i profil. Bildpubliceringar och uppgifter om ålder, fritidsintressen och grannar med ovanliga efternamn hade gjort att det fingerade namnet inte hade skyddat Lisas anonymitet. Tre kvinnor, Lisas döttrar, anmälde publiceringen till Allmänhetens Pressombudsman, som bl a anförde: "Även en sjuk, som kanske inte själv kan ta del av och såras av en publicering, måste behandlas med respekt för personlig värdighet och integritet." Pressens Opinionsnämnd fann att Nya Ludvika Tidning hade brutit mot god publicistisk sed. I det här fallet var det alltså fråga om identifiering i andra hand, kvinnan blev identifierad genom att det gick att känna igen mannen på bilderna.

Som konsument och läsare får man lätt ett intryck av att redaktionerna på dagstidningar och veckotidningar ibland kan känna någon typ av krav att till varje pris använda minst en

bild på varje sida. Detta leder ibland till att man illustrerar artiklar med bilder av personer som helt saknar samband med det texten berättar om och därför snarast är förvirrande och vilseledande för läsarna. Sådana bilder brukar vara ledsagade av en text av den här typen: "Personerna på bilden har inget samband med texten." Man kan fråga sig varför den här typen av bilder blir publicerade när det uppenbarligen inte finns några samband med det som beskrivs eller berättas. Det är inte heller ovanligt att man frilägger delar av bilder, t ex ett porträtt. Detta innebär att man tar bort bakgrunden, vilket medför större kraft i porträttet, men samtidigt går läsaren miste om kontexten.

Vilseledande marknadsföring

I flera fall har Marknadsdomstolen (MD) prövat om bilder, som är använda på förpackningar eller i andra reklam- och marknadsföringssammanhang, är vilseledande för konsumenterna enligt marknadsföringslagen (MFL). Här följer några exempel där Marknadsdomstolen har ansett att marknadsföringen är otillbörlig på grund av bilderna och därmed kan manipulera läsarnas uppfattning om olika produkter. Förkortningen KO avser Konsumentombudsmannen.

1980:23. KO mot Philip Morris AB. – Formuleringar, en bild med tre cigarettförpackningar, samt rubrikens layout i en annons har ansetts strida mot kravet på särskild måttfullhet som gäller enligt 2 § Lagen om vissa bestämmelser om marknadsföring av tobaksvaror. Marknadsföringen har därför varit otillbörlig enligt MFL. Formuleringar har även ansetts vilseledande och på den grunden otillbörliga.

1981:13. Skoglunds fabriks AB mot SSAB, Svenskt Stål AB. – En reklambroschyr för stålger genom avbildning av en produkt från annat företag oriktigt intryck att en viss stål-kvalitet används vid produktens tillverkning

eller åtminstone är lämplig härför. Avbildningen har ansetts vilseledande och även otillbörlig mot det andra företaget.

1983:8. Datatronic AB mot Luxor AB. – Vid marknadsföring av mikrodatorer har man gjort jämförelser i text och bilder med konkurrerande produkter. Formuleringar och bildmaterial som därvid använts har ansetts otillbörliga enligt MFL.

1985:29. KO mot Svenska Tobaks AB. – I tobaksannonser förekommande formuleringar, en annonsrubriks layout samt en bild med tre förpackningar har ansetts strida mot det krav på särskild måttfullhet som gäller enligt 2 § lagen mot vissa bestämmelser om marknadsföring av tobaksvaror. Marknadsföringen har därför varit otillbörlig enligt MFL.

1988:9. KO mot affärsmannen Björn Rosendal. – I reklam för magnetterapi och magnetterapiutrustning har man erbjudit hjälp mot sjukdomar som kräver läkarvård. Reklamen har befunnits stridande mot god affärssed och otillbörlig enligt MFL. Även förbud mot att i reklam av angivet slag använda bild av barn under åtta år.

1989:2. Sveriges Plastförbund mot Statens Skogsindustrier m fl – I annonser för papperskassar har dessa jämförts med bärkassar av plast. Med hänsyn till jämförelsens karaktär har man inte ställt samma höga krav på vederhäftighet som vid jämförelser i allmänhet. Framställning i text och bild av papperskassar såsom generellt överlägsna plastkassar har emellertid ansetts otillbörlig enligt MFL.

1996:19. IAMS Pet Food International Inc. mot Anders Hansson Pet Foods AB, SEA Hund & Katt AB och Sten Östlund med firma SEA Hund & Katt. – Det har ansetts otillbörligt enligt MFL att vid marknadsföring av hund- och kattmat göra oriktiga jämförelser med bl a en namngiven konkurrents produkter. Vissa jämförelser har även ansetts misskrediterande för konkurrenten. Vidare har en

bild av djurdelar, som befunnits ge ett nedsättande intryck av ingredienserna i konkurrentens produkter och ägnad att vilseleda om dessa, ansetts otillbörlig enligt MFL.

Under 1980-talet växte det fram en rik flora av mer eller mindre tveksamma uttalanden om hur bra olika produkter är för miljön. Man får t ex inte manipulera läsaren genom att påstå att en bil är bra för miljön. Flera företag utvecklade egna miljösymboler. Många företag som bedrev ett seriöst miljöarbete blev anmälda till KO. Eftersom det inte fanns några tydliga regler för hur man utformar miljöreklam tog industrin 1994 initiativ till ett arbete med en standard.

Den nya internationella standarden ISO 14021:1999 blev publicerad år 2000. Det är en handbok i hur man utformar miljöreklam utan att denna kan bli betraktad som vilseledande och otillbörlig enligt MFL. Den nya standarden omfattar uttalanden med såväl ord, som symboler och grafiska bilder om vad företagen kan säga om miljöegenskaper hos sina produkter. Dessa uttalanden kan förekomma på etiketter, på produkterna, på förpackningarna, i produktlitteraturen, i tekniska bulletiner, i bruksanvisningar, i annonser, i reklam eller vid marknadsföring över telefon och över digitala eller elektroniska medier som Internet. I paragraf 5.8.2 fastställer ISO 14021:1999 att (s. 9):

Symboler som används för att göra ett miljöuttalande bör vara enkla och lätt reproducerbara och bör kunna placeras på och vara av rätt storlek för den produkt som symbolen är avsedd att anbringas på.

Handboken ISO 14021 upplyser bl a läsaren om att riskerna för anmälningar till MD är stora om en vara är marknadsförd med bilder av vackra naturmiljöer utan att det finns en tydlig och korrekt koppling mellan produkten och naturen.

Fotomontage

Fram till för något decennium sedan var det ofta möjligt att se när bilder var manuellt ihopklippta och skarvarna retuscherade efter bästa förmåga. Som vi har kunnat konstatera är det numera lätt att konstruera och därmed manipulera bilder i datorer. Det går inte längre att se vad som är sant eller inte. Möjligheterna att förändra bilder är oändliga. Den här delen av kapitlet omfattar två avsnitt, manuell montage och digitala montage.

Manuella montage

Thurén (1997, s. 22) beskriver att en bildmanipulering i politiskt syfte finns dokumenterad från den s.k. Pariskommunen 1871.

En bildmanipulering i politiskt syfte finns dokumenterad från den s.k. Pariskommunen 1871. Det är ett fotomontage som användes som bevis för de revolutionära kommunardernas grymhet under inbördesstriderna. Under upproret avrättades två av regeringssidans generaler. En fotograf satte ihop två bilder som skulle föreställa avrättningen. Foton av de två generalerna, fotograferade var för sig och antagligen i ateljé, monterades samman med en bild på en exekutionspatrull eller soldater som övar målskytte.

Den tidigare nämnde amerikanske senatoren Joseph McCarthy blev känd för sina ansträngningar att "rensa ut" kommunister ur förvaltningen i USA. Han skydde inga som helst medel och gjorde många helt grundlösa beskylldningar mot offentliga personer. Inför senatorsvalet i Maryland 1950 lät McCarthy trycka upp en egen tidning, *From the Record*, i en halv miljon exemplar, där han angrep "den säkre vinnaren" senatoren Millard Tydings. Omslaget på tidningen hade en bild av Tydings tillsammans med Earl Browder, ledaren för det amerikanska kommunistpartiet. De två personerna hade inte träffat varandra, bilden var falsk. I bildtexten stod det att bilden

var ett montage, men Tydings förlorade ändå valet.

Det finns många exempel på att man har klippt och klistrat även i Sverige. Några veckor efter att Hänt i Veckan gjorde sitt kraftfulla utfall mot Expressen, med anledning av hur de behandlade bilden av kungen och prinsen den 27 juni 1984, har någon medarbetare vid Hänt i Veckan sannolikt själv varit framme med saxen. Första sidan av nummer 32, från den 2 augusti, domineras av två hjärtformade foton av sångerskan Carola Häggqvist med sångaren Niclas Wahlgren respektive sångaren Richard Herrey. Bilden av Carola och Niclas är framställd av två helt olika bilder som klippts ihop. Budskapet i bilderna förstärks av de tydliga rubriktexterna: "*Triangelndrama Kärlekskamp om Carola inför allas ögon.*" Inne i tidningen finns en stor ihopklippt bild där Carola står mellan de båda unga männen. Rubriken lyder: "*Vem skall få Carola – Richard eller Niclas?*" Artisterna har förnekat den påstådda romansen. I det här fallet är det inte fråga om en hårdhänt redigering utan om en ren förfälskning. Ur etisk synpunkt är den här typen av bildhantering givetvis helt förkastlig. Bildmontage strider för det mesta mot de leveransvillkor som gäller för fotografer respektive för teckningar. I många fall är bildmontage dessutom olagliga. Det är ganska uppenbart att den här typen av fysisk bildmanipulering påverkar förtroendet för tidningen på ett negativt sätt.

Det finns en rad exempel från såväl Kina som Sovjetunionen där politiker klipptes bort från bilder allteftersom de föll i popularitet hos den politiska ledningen.

Digitala montage

Under sommaren 1988 ville Stockholms stad och landstinget i Stockholms län informera om de goda möjligheterna till friluftsliv i staden och dess nära omgivningar. De ansvariga valde att göra en specialtidning för att nå ut



Ljuger den här bilden? När man tittar nära ser man att det rör sig om ett skickligt genomfört fotomontage, men det är knappast troligt att Stockholms stad och landstinget i Stockholms län på ett avsiktligt sätt försöker vilseleda läsarna. Annonsen är från 1988. Idag är det ännu svårare att se om en bild är sammansatt av flera delbilder.

till allmänheten. Sista sidan i tidningen domineras av en stor färgbild. Här ser man hur landstingsrådet Knut Nilsson (c) och borgarrådet Mats Hulth (s) sitter på varsin kartong (?) i en skogsglänta. De är klädda för friluftsliv och berättar i texten om sina favoritställen. Man kan ställa sig frågan om den här bilden (och andra liknande bilder) ljuger eller om den inte gör det. När man tittar nära på bilden ser man att det rör sig om ett fotomontage med bilder som måste vara tagna vid helt olika tillfällen. Som läsare måste vi träna på att ta ställning till nya typer av bilder. Huruvida en sådan här montagebild eller sammansatt bild ljuger eller inte ljuger blir nu närmast en filosofisk fråga som det inte alls är lätt att svara på.

Bilden illustrerar visserligen inte en verklig händelse, men den kan sägas illustrera ett äkta känt naturintresse hos de båda avbildade personerna. I den meningen är bilden inte lögnaktig. Det är knappast heller troligt att Stockholms stad och landstinget i Stockholms län på ett medvetet sätt önskar att vilseleda läsarna 1988. Det skulle dock ha varit till stor hjälp för läsarna med en liten fotnot som talade om att bilden är ett montage. Med en sådan fotnot skingras eventuell misstankar om ont uppsåt.

Men vad händer med vår uppfattning av en sådan här bild under andra sociala, ekonomiska och politiska förhållanden? Hur upplever människor i en diktatursstat en montagebild. På ett sätt var det lättare förr – då var det lätt att se att vissa bilder var monterade. Nu går det inte längre att se skarvar och retuscheringar. Vi kan inte längre skilja ett foto från ett montage.

Det är givetvis mycket allvarligt om våra myndigheter använder sig av förfälskade bilder i syfte att vilseleda läsarna. Det är även allvarligt om våra politiker går med på att medverka i manipulerade bilder där syftet är att vilseleda väljarna. Som medborgare skall vi kunna lita både på myndigheter och på enskilda politiker. Hur skall vi annars kunna veta när budskapen är sanna eller falska? Hur skall vi annars kunna tro på budskapen?

Under sommaren 1994 bestämde sig spionen Stig Bergling oväntat för att återvända till Sverige. Han kom tillbaka sent en kväll i början av augusti. När tidningarna fick reda på denna nyhet var det ytterst få som visste hur Bergling såg ut. Det fanns givetvis inte heller några bilder att tillgå. Ändå lyckades Expressen slå oss med häpnad med en stor bild på förstasidan. Hur var det möjligt? Fem år senare, i augusti 1999, beskriver dåvarande chefredaktören Olle Wästberg i en krönika i Arbetet Nyheterna, hur Expressen bar sig åt.

Jag var chefredaktör på Expressen och en upphetsad nyhetschef ringde klockan fyra på morgonen. Bergling kom via Cypern. Hans ankomst omgavs med stort hysch-hysch. Hur skulle vi kunna få en aktuell bild på honom? Det gick helt enkelt inte.

Men redaktionen visste råd. Den fick tag i den som sist sett Bergling, en receptionist på hotellet på Cypern. Hon kunde beskriva honom. Sedan började man konstruera en fantombild som i olika versioner sändes ner till Cypern. Så småningom bekräftade receptionisten att han såg ut som på bilden.

En journalist i Stockholm sändes iväg till häktet där Bergling förvarades. Han höll upp bilden för en vakt som förvånad utbrast: - Hur har ni kommit åt att ta den bilden!?

Alltså bekräftat. Så där såg Bergling ut. Problemet var bara att bilden var fejk. Den bestod bl a av hår och skägg taget från en bild av professor Gunnar Adler-Carlsson och glasögon och ögonbryn från Bo Strömstedt. Kunde den publiceras? Ja, tyckte vi – om vi ordentligt talar om för läsarna att bilden är ett "montage" gjort efter uppgifter om hur Bergling ser ut idag. Direkt osant är det inte, men inte heller riktigt sant.

Numera brukar tidningarna ange när en publicerad bild är ett resultat av manipulering eller montage. De skriver t ex ordet "fotomontage" i själva bilden eller i direkt anslutning till bilden. Detta räcker emellertid inte. Många av läsarna noterar inte texten. En del kanske helt enkelt inte förstår innebörden av en sådan text.

Fredagen den 15 november 1996 publicerade Aftonbladet en artikel med rubriken *Har du koll på musik?* i bilagan Puls. Där fick läsarna möjlighet att testa sina musikkunskaper. En större färgbild av en man i en musikaffär illustrerade artikeln. Färgbilden var manipulerad. Mannen var försedd med ett par stora glasögon med iritade ögon. Den avbildade mannen kände sig förlöjligad av den manipulerade bilden. Flera personer hade känt igen honom och han menade att bilden under-

grävde hans trovärdighet i en aktuell tvist om upphovsrätt och anmälde därför publiceringen till Allmänhetens Pressombudsman, PO som menade att Aftonbladet inte kunde undgå klander för publiceringen. Emellertid fann Pressens Opinionsnämnd vid en senare prövning att det, i detta speciella fall och med hänsyn till det sammanhang som bilden förekommit, inte fanns tillräckliga skäl till klander av tidningen.

Under 1997 var tidningen Se & Hör villig att betala en miljon kronor för bilder av kronprinsessan Viktoria i baddräkt. Arvodet skulle oavkortat gå till Röda Korset. Hovet tackade nej, men det hjälpte inte alls. Den 9 april publicerade Se & Hör (nr 16) ändå ett reportage med rubriken "Viktoria Så här ska du se ut på stranden i sommar". En baddräktsbild av kronprinsessan Viktoria dominerade löpsedeln. Artikeln omfattade ett uppslag i tid-



Fantombild. Expressen slog oss med häpnad med en stor fantombild av Stig Bergling på förstasidan den 5 augusti 1994.

ningen och innehöll fem bilder av kronprinsessan i baddräkt. Bilden på löpsedeln samt fyra av de fem bilderna i artikeln var skickligt genomförda fotomontage, förfalskningar. Autentiska bilder av kronprinsessans huvud var ihopsatta med bilder av en professionell modell i baddräkt. Bilderna ger intrycket av att vara riktiga. På varje sida finns texten "OBS! Samtliga baddräktsbilder är montage". Artikeln avslutas med följande text: "Se & Hör har fuskat med bilderna – förlåt vårt tilltag, Viktoria! Vi har klippt in Viktorias ansikte på Panos baddräktsbilder. Visst är det snyggt! Det tycker säkert också kronprinsessan."

Detta är troligen inte olagligt, men definitivt oetiskt. I Expressen meddelar hovets presschef att kronprinsessan Viktoria tar mycket illa vid sig när den personliga integriteten blir kränkt. Dåvarande chefredaktören för Se & Hör tyckte inte att tidningen hade gått för långt med de falska bilderna. Han underströk att tidningen inte hade haft för avsikt att lura läsarna att tro att det verkligen var kronprinsessan som var på bilderna. "Vi har lekt, klippt och klistrat och gjort det på ett elegant sätt. Om det hade varit vulgära baddräktsbilder hade vi aldrig gjort så här.", menar chefredaktören enligt journalisterna Erfors och Idenstedt (1997).

I en anmälan till Allmänhetens Pressombudsman den 22 april 1977 anförde Riksmarskalken på kronprinsessan Viktorias uppdrag klagomål över publiceringen. Hon hade, såväl som privatperson som i sin egenskap av offentlig person, funnit tidningens sätt att agera och den aktuella exponeringen kränkande. I sitt yttrande över anmälan förklarade Se & Hör bl a att tidningen tidigare hade publicerat montagebilder av kronprinsessan iförd olika slags hattar utan att hovet hade påtalat detta. Syftet var inte att skada kronprinsessan. Däremot hade "den hycklande publicitetsstor-

men" i Aftonbladet, Expressen, Göteborgs Tidningen och Kvällsposten kunnat vålla skada. Pressens Opinionsnämnd gjorde 1997-09-02 följande bedömning:

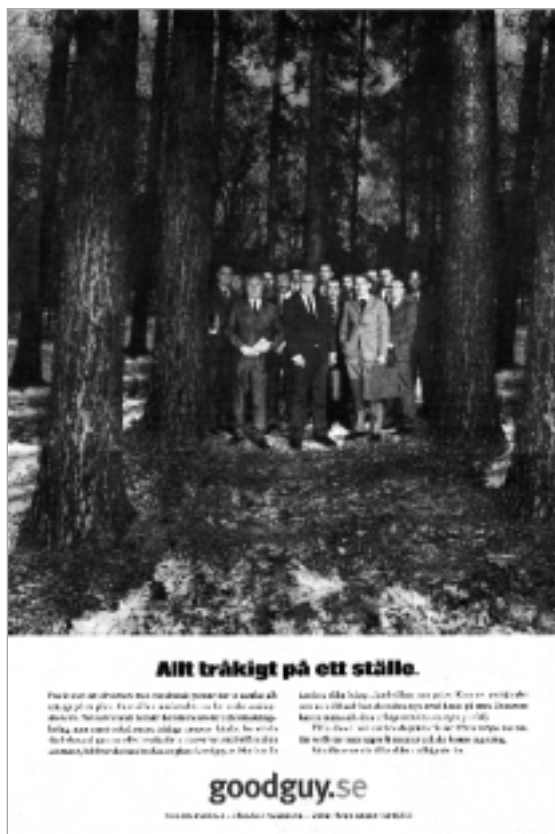
Kronprinsessan Viktoria är i egenskap av tronarvinge en i högsta grad offentlig person, som måste finna sig i en långt gående publicitet. Den anmälda publiceringen är emellertid av den art att inte ens en person i framskjuten ställning skall behöva tåla den. Pressens Opinionsnämnd finner därför att Se & Hör genom bildpubliceringen kränkt kronprinsessan på ett sätt som innebär ett klart brott mot god publicistisk sed.

Se & Hör fick nekande svar på sin förfrågan om att få publicera bilder av kronprinsessan Viktoria i baddräkt. Genom att då i stället publicera de manipulerade baddräktsbilderna har Se & Hör brustit i sin skyldighet att inta en ansvarsfull hållning inför den publicistiska uppgiften.

Pressens Opinionsnämnd klandrar Se & Hör för att ha brutit mot god publicistisk sed i detta fall.

Både tidningen och chefredaktören bad såväl kronprinsessan Viktoria som tidskriftens läsare om ursäkt. Man kan tycka att bildmanipulering skulle försvinna från tidningarna, eftersom det rör upp så många motstridiga känslor hos läsarna och ofta följs av diskussioner om svek. Men så är det tyvärr inte. Ett par aktuella exempel från visar detta.

I början av februari år 2000 demonstrerade tiotusentals människor i Wien mot den österrikiska regeringen och mot den främlingsfientlige högerextremisten Jörg Haider. En fotograf från nyhetsbyrån Reuters tog bilder av demonstrationerna. Dessa bilder sändes ut till olika tidningar. Österrikes största tidning Kronen Zeitung publicerade en manipulerad bild som visar hur en polis blir attackerad med ett vasst tillhygge. Tidningen publicerade "Foto: Reuters" som bildkälla. Texten i artikeln talar om att Haider-demonstrationerna



Det här är en sammansatt bild. I vilken utsträckning ljuger den? Att det bilden visar inte har inträffat behöver i och för sig inte innebära att själva budskapet är lögnaktigt.

slutade i en "våldsorgie". Den 7 februari publicerade Aftonbladet dels Reuters bild, dels en faksimil av artikeln i Kronen Zeitung och visar därmed tydligt att bilden är manipulerad där.

En helsidesannons i tidningen Metro den 17 maj år 2000 visar en grupp allvarliga män i en skog. När jag först såg annonsen, för företaget goodguy, trodde jag att bilden var ett fotomontage. Samtal med flera personer som har medverkat i produktionen av annonsen har emellertid klargjort att bilden närmast är att betrakta som en *sammansatt bild*. Bilden, som påminner en hel del om den tidigare bilden av landstingsrådet Knut Nilsson och borgarrådet Mats Hulth, är ett resultat av ett flertal olika aktiviteter. Gruppen med män är först foto-

graferad ute i en riktig skog en vinterdag. I arbetet med bilden tyckte de ansvariga att bilden behövde "mer djupkänsla". Därför kopierade och förstörde man träden på varje sida om gruppen och klistrade in de nya träden närmare läsaren. Den nya förgrunden består av avsnitt som är kopierade, inklistrade och retuscherade. I den nya bilden är bakgrunden väsentligt utökad uppåt. På det här sättet är den nya bilden ett resultat av ett avancerat bildarbete med hjälp av ny teknik. I vilken utsträckning ljuger en sådan bild? Att det bilden visar inte har inträffat behöver i och för sig inte innebära att budskapet som bilden förmedlar är lögnaktigt. Det är svårt att frigöra sig från den inarbetade traditionen med

fotografier som visar någon aspekt av verkligheten. Hur skall vi lära oss att förhålla oss på ett kritiskt sätt till sammansatta bilder?

I början av september år 2000 genomförde FN slutfasen av det så kallade millenniemötet i New York. 150 ledande politiker från hela världen var samlade för att komma överens om hur man skall kunna stärka och bredda freden. I samband med en lunch tog Kubas ledare Fidel Castro initiativ till att skaka hand med USA-presidenten Bill Clinton. Den 6 september år 2000 hade den amerikanska tidningen *The Daily News* en bild som visar hur president Bill Clinton och Kubas ledare Fidel Castro är på väg att skaka hand med varandra. Vita huset förnekade först ihärdigt alla rykten om att ett möte hade ägt rum. Efter att ögonvittnen hade trätt fram och bekräftat handslaget var dock personalen vid Vita huset tvungna att bekräfta detta politiskt laddade handslag, en sensation, en öppning till mer avspända politiska relationer mellan de båda länderna. Läsarna fick emellertid snart klart för sig att bilden var falsk eftersom det inte funnits någon fotograf närvarande vid mötet.

Efter några dagar, den 11 september, gick *The Daily News* ut och beklagade bildpubliceringen. Bilden var manipulerad. Man hade helt enkelt satt ihop två olika bilder. Trots att den nya, sammansatta bilden, hade en liten text som förklarade att det var en *fotoillustration* hade många läsare blivit lurade. Kritikerna menade att bildmanipulationer av det här slaget kan underminera tilltron till journalistiken. En synpunkt som delas av många.

Man kan undra hur många fall av bildmanipulering som verkligen blir upptäckta? Kan vi lita på bilderna? Hur kan vi avsöja fiffler? Hur kan vi bäst "skydda" oss från att bli manipulerade i till exempel nyhetsrapporteringen? Hur många fall av bildmanipulering blir anmälda för etisk prövning? Man kan också undra varför tidningar fortsätter med bildmanipulering? Det är ju uppenbarligen en viss risk att deras trovärdighet blir lidande. Har läsarna blivit avtrubbade? Varför fortsätter vi att köpa dessa tidningar? Kanske är det så att människor inte längre bryr sig? Vad har studenter egentligen för uppfattningar om bildmanipulering?

UPPFATTNINGAR

Under våren 2000 medverkade studenter vid Avdelningen för Informationsdesign inom Mälardalens Högskola i Eskilstuna i en studie om hur de uppfattar frågeställningar som har med bildmanipulering att göra. Studenterna fick besvara följande fem frågor.

1. Hur vill du definiera begreppet bildmanipulering?
2. I vilka medier förekommer, enligt din uppfattning, bildmanipulering?
3. Hur vanligt anser du att det är med bildmanipulering?
4. Vad tycker du om bildmanipulering?
5. Tycker du att det syns om en bild är bildmanipulerad?

Studenterna fyllde i sina svar på särskilda enkätblanketter. Totalt medverkade 186 studenter i undersökningen. De 930 svaren på de fem frågorna i undersökningen redovisade fler än 1 300 uppfattningar. Huruvida studenternas uppfattningar är generellt giltiga för en större allmänhet kan inte avgöras här. Det är dock inte sannolikt att deras uppfattningar om de här frågorna skulle skilja sig från gemene mans på ett avgörande sätt. Resultaten redovisas här kortfattat.

Definitioner

Studenternas svar på den första frågan "Hur vill du definiera begreppet bildmanipulering?" omfattar 390 verb eller beskrivande uttryck. De allra flesta beskrivningarna handlar om att sändaren på något sätt ändrar i bilden.

En del av beskrivningarna innehåller synonymer. Ganska många beskrivningar innehåller likartade uttryck. Andra försökspersoner beskriver sändarens *förmodade syften* med att genomföra bildmanipulering. Dessa beskrivningar representerar alltså ett annat perspektiv på begreppet bildmanipulering än den första gruppen.

Beskrivningarna visar att det är mycket stor spridning i uppfattningarna om vad bildmanipulering innebär. De mest frekventa verben är ändra, förändra, lägga till, ta bort och förvränga.

När det gäller uppfattningar om hur man definierar begreppet bildmanipulering så kan det vara rimligt att tänka sig att den här gruppen av studenter inte skiljer sig särskilt mycket från andra grupper av studenter eller från den genomsnittliga befolkningen.

Medier

På den andra frågan "I vilka medier förekommer, enligt din uppfattning, bildmanipulering?" har studenterna svarat med 368 beskrivande uttryck för medier. De tre mest frekventa svaren omfattar (1) tryckta medier, (2) tv-program och (3) "alla" eller "de flesta" medier där bilder förekommer.

När det gäller uppfattningar om i vilka medier som bildmanipulering förekommer så kan det vara rimligt att tänka sig att den här gruppen av studenter inte heller i detta fall skiljer sig särskilt mycket från andra grupper av studenter eller från den genomsnittliga befolkningen.

Förekomst

På den tredje frågan "Hur vanligt anser du att det är med bildmanipulering?" har studenterna lämnat 186 beskrivande svar. Nio av tio anser att det är "vanligt" med bildmanipulering; en liten grupp anser att det är "ovanligt". Endast ett fåtal av studenterna känner inte till att bildmanipulering förekommer eller de har ingen kommentar.

När det gäller uppfattningar om förekomsten av bildmanipulering är det möjligt att den här gruppen av studenter skiljer sig från den genomsnittliga befolkningen. Eftersom de studerar informationsdesign bör de rimligen vara relativt medvetna om att bildmanipulering kan förekomma.

Åsikter

På den fjärde frågan "Vad tycker du om bildmanipulering?" har studenterna givit vitt skilda typer av svar. En liten andel av studenterna anser att det är *felaktigt med bildmanipulering*. En tydlig majoritet anser att *det kan vara acceptabelt med bildmanipulering*. Enligt flera av svaren är det "sammanhanget, situationen eller syftet" som sändarna har i de enskilda fallen som är avgörande för om man kan anse att bildmanipulering är acceptabel eller inte. Studenterna accepterar även bildmanipulering i vissa medier, t ex i tidskrifter, och när det gäller "mode, reklam och PR". Flera av studenterna förväntar sig att bildmanipulering

förekommer i vissa medier. Att "förbättra, förenkla och öka kvaliteten" är också acceptabelt för flera av studenterna i den här gruppen.

När det gäller synpunkter på bildmanipulering är det möjligt att den här gruppen av studenter även i denna fråga skiljer sig från den genomsnittliga befolkningen. Eftersom de här studenterna studerar informationsdesign bör de vara relativt medvetna om att bildmanipulering kan förekomma och de bör ha en uppfattning om huruvida det är bra eller dåligt.

Syns det?

Den femte frågan "Tycker du att det syns om en bild är bildmanipulerad?" avser att kartlägga i vilken utsträckning studenterna anser att de kan se på en bild om den är manipulerad eller inte. Mer än hälften av studenterna anser att de inte kan se huruvida en bild är manipulerad eller inte. Nästan en fjärdedel menar att det syns om en bild är bildmanipulerad. Resten ger tvekande svar.

När det gäller uppfattningar om huruvida det syns om en bild är bildmanipulerad eller inte så kan det vara rimligt att tänka sig att den här gruppen av studenter skiljer sig från den genomsnittliga befolkningen på så sätt att de är mer medvetna om att bildmanipulering kan förekomma och att de lättare kan se när det förekommer. En framtida undersökning skulle kunna rikta de här fem frågorna till andra grupper av människor.

AVSLUTNING

Det är uppenbart att den tekniska utvecklingen i grunden har förändrat förutsättningarna dels för våra möjligheter att använda bilder i skilda sammanhang och dels för trovärdigheten hos alla bilder. Den enskilde tidningsläsaren och tv-tittaren har i praktiken inte längre någon reell möjlighet att upptäcka om en publicerad bild är manipulerad eller inte. Vi kan ju knappast räkna med att det blir bättre i framtiden. Datortekniken utvecklas snabbt. För varje år blir det allt lättare för var och en av oss att själva skapa och bearbeta bilder och att sedan göra dessa tillgängliga för andra på Internet.

Den här studien visar tydligt att det finns svårigheter och även missgrepp och fiffel inom nyhetsrapporteringen. Men studien klarar inte av att svara på frågorna: "Hur kan vi bäst "skydda" oss från att bli manipulerade i till exempel nyhetsrapporteringen? Kan vi lita på bilderna? Hur kan vi avsöja fifflet?" Man kan ju hoppas att de etablerade medierna verkligen tar sitt ansvar och lever upp till sina egna regler. Både regler och etiska normer finns redan, men alla medarbetare är uppenbarligen inte medvetna om sitt stora ansvar. På sikt kan detta bristande ansvar leda till en trovärdighetskris för nyhetsmedierna. Om vi blir vana vid att det förekommer fiffel så kommer vårt förtroende för medierna att minska.

Men det räcker inte med bra regler och goda normer. Dels behöver medarbetarna inom medierna lära sig dessa och dels behöver läsare och tittare lära sig ett kritiskt förhållningsätt. För att uppnå detta är det nödvändigt att bildspråk, kritisk analys och källkritik verkligen kommer med som naturliga inslag i skolornas undervisning. Det är vår förhoppning att den här studien kan komma till nytta även i detta viktiga arbete. Den kan bidra till att öka medvetenheten om problemet.

Det är tänkbart att kommande generationer, som dels växer upp med alltmer avancerade datorer och dels tidigt lär sig att använda dem, utvecklar ett friare och mera obundet förhållningssätt till bilder och till bildspråk än vad dagens vuxna har. Barn som själva lär sig att arbeta med bilder i datorer bör ha lättare att förstå vad som är möjligt att göra. När barnen växer upp kommer bilder inte längre ha någon form av "naturlig trovärdighet" för dem. De förväntar sig inte ens att till exempel reklambilder ens försöker att spegla någon form av objektiv verklighet.

Vi vet ännu inte så mycket om hur bilder fungerar som språkliga uttryck. Det finns ett stort behov dels av forskning och dels av utvecklingsarbete och undervisning när det gäller hur bilder fungerar i olika typer av kommunikation. Mycket återstår alltså att göra.

SAMMANFATTNING

Det finns bilder nästan överallt. Vare sig vi vill det eller ej så får vi ständigt många visuella intryck. Vi ser bilder i offentliga miljöer, på tv, på bio, i böcker, i tidningar, i tidskrifter, på förpackningar av olika slag och även i många andra sammanhang. Aldrig tidigare har vi haft tillgång till och blivit exponerade, eller utsatta, för så många bilder som nu. Det är uppenbart, och kanske bra, att alla bilder inte kan göra sig gällande vid varje enskilt tillfälle. Många bilder drunknar faktiskt i det allmänna mediebruset.

I takt med den mycket snabba utvecklingen när det gäller datorer och datorprogram riskerar bilder, särskilt fotografier, att mista sin traditionella trovärdighet eftersom det är allt lättare att manipulera bilder och manipulera vår uppfattning om innehållet i bilderna. Det går många gånger inte att se på en bild om den är manipulerad eller om den är äkta. Den här studien diskuterar olika aspekter av begreppet *bildmanipulering*. Vad innebär det att manipulera och att vara manipulerad? Vad innebär manipulation? Kan vi lita på de bilder som gör anspråk på att spegla verkliga händelser och skeenden? Är publicerade bilder förvanskade och tillrättalagda för att passa vissa ändamål? På vilka sätt kan bilder vara manipulerade? Bildmanipulering innebär att otillbörligt styra människors uppfattning av en viss verklighet med hjälp av bilder. Denna otillbörliga styrning kan ske på olika sätt.

1. *Utan att förändra några bildelement.* Genom ett väl genomtänkt urval av bilder, genom nog-

grann beskärning och genom att skriva bildtexter kan man påverka och styra människors uppfattning av verkligheten i önskad riktning.

2. *Genom att förändra vissa bildelement* i syfte att ändra bildens innehåll och därmed påverka människors uppfattning av den verklighet bilden till synes skildrar.

Varje publicerad bild har varit föremål för *urval*, inte bara en gång utan vid flera tillfällen innan den blev publicerad i en bok, i en tidning eller i något annat medium. Olika personer uppfattar och beskriver en och samma händelse på skilda sätt. Fotografer, journalister, redigerare och grafiska formgivare gör olika prioriteringar och skilda urval. Detta leder till att läsarna och tittarna får helt olika förutsättningar för att tolka vad som verkligen har hänt vid en viss händelse.

Det förekommer ganska ofta medvetna och möjligen även omedvetna fiffel, förfalskningar och manipuleringar av bilder genom ingrepp i bilderna, genom riktade urval, eller genom oseriösa bildtexter, som medför att läsarna blir manipulerade, lurade och vilseledda. Läsarna har sällan eller aldrig någon möjlighet att själva bedöma vad som hände före eller efter det ögonblick som ett foto blev registrerat. De kan inte heller veta vad som hände runt omkring den aktuella situationen.

Med hjälp av moderna bildhanteringsprogram och moderna datorer kan man i princip göra vilka förändringar som helst i såväl teck-

ningar som fotografier och även i film- och videosekvenser med rörliga bilder. Det finns nästan inga begränsningar alls för den som har nödvändiga kunskaper och tillgång till rätt utrustning. Några tusen bilder med olika standardbakgrunder och standardförgrunder, som skildrar olika typer av landskap, stadsmiljöer, personer, växter, djur m m går att kombinera till ett oändligt antal helt eller delvis nya bildmotiv. Här uppstår förstås intressanta etiska frågor, som inte är triviala och inte heller på något sätt lätta att besvara.

Digitalt manipulerade fotografier började dyka upp i dagspressen i mitten av 1980-talet. Introduktionen av digitala bilder och elektronisk överföring av bilder har haft en genomgripande effekt, dels på hur man hanterar bilder i de olika produktionsleden, dels på hur läsarna uppfattar bilderna. Den tekniska utvecklingen har i grunden förändrat förutsättningarna för trovärdigheten hos fotografier. Fotografier behöver inte längre ha en naturlig förankring i filmbaserade original. I princip kan man nu göra ändringar i en bild när som helst, från ögonblicket för själva fotograferingen ända fram till det att bilden är publicerad. Läsaren har inte längre någon möjlighet att upptäcka om en publicerad bild är manipulerad eller inte.

Fotografilagen upphörde den 1 juli 1994, då bestämmelserna om rätten till fotografier övergick till *upphovsrättslagen*. De ekonomiska och ideella intressen som fotografer, författare, tecknare, tonsättare och andra upphovsmän har är skyddade av lagen om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk (*Upphovsrättslagen*, URL, SFS 1960:729). Sedan 1 januari 1996 är konstnärliga verk skyddade under resten av upphovsmannens liv plus ytterligare 70 år. Många verk är alltså skyddade i mer än 120–130 år. Skyddet är internationellt. Den ekonomiska rätten innebär ensamrätt för upphovsmannen att be-

stämma över mångfaldigande av verket – att framställa kopior och att framföra verket offentligt. För "bildstöld" som sker uppsåtligt eller av grov oaktsamhet är straffet böter eller fängelse i högst två år.

De etiska reglerna för press, radio och tv tar bestämt avstånd från manipulering eller förfalskning av bildens innehåll genom beskärning, montage eller missvisande bildtexter. Det är inte tillåtet att utge icke autentiska bilder för att vara dokumentariskt äkta material. Den som köper bilder har ansvar för att dessa inte blir missbrukade. Trots dessa regler förekommer tydliga övertramp alldeles för ofta.

Såväl *fotografer* som *tecknare* och deras organisationer fastställer i sina *leveransvillkor* att publicerade bilder skall vara korrekta. De som köper rätten att publicera bilderna får inte utnyttja dessa på ett missvisande sätt. De får heller inte göra bildmontage eller retuschering på elektronisk väg så att detta vilseleder eller lurar läsaren eller tv-tittaren. Utan uttryckligt tillstånd från bildrättsinnehavarna har man idag inte rätt att förändra innehållet i några bilder.

Det är uppenbart att den tekniska utvecklingen i grunden har förändrat förutsättningarna dels för våra möjligheter att använda bilder i skilda sammanhang och dels för trovärdigheten hos alla bilder. Den enskilde tidningsläsaren och tv-tittaren har i praktiken inte längre någon reell möjlighet att upptäcka om en publicerad bild är manipulerad eller inte. Vi kan ju knappast räkna med att det blir bättre i framtiden. Datortekniken utvecklas snabbt. För varje år blir det allt lättare för var och en av oss att själva skapa och bearbeta bilder och att sedan göra dessa tillgängliga för andra på Internet.

Den här studien visar tydligt att det finns svårigheter och även missgrepp och fiffel inom nyhetsrapporteringen. Men studien klarar inte av att svara på frågorna: "Hur kan vi bäst

”skydda” oss från att bli manipulerade i till exempel nyhetsrapporteringen? Kan vi lita på bilderna? Hur kan vi avslöja fifflet?” Man kan ju hoppas att de etablerade medierna verkligen tar sitt ansvar och lever upp till sina egna regler. Både regler och etiska normer finns redan, men alla medarbetare är uppenbarligen inte medvetna om sitt stora ansvar. På sikt kan detta bristande ansvar leda till en trovärdighetskris för nyhetsmedierna. Om vi blir vana vid att det förekommer fiffel så kommer vårt förtroende för medierna att minska.

Men det räcker inte med bra regler och goda normer. Dels behöver medarbetarna inom medierna lära sig dessa och dels behöver läsare och tittare lära sig ett kritiskt förhållningssätt. För att uppnå detta är det nödvändigt att bildspråk, kritisk analys och källkritik verkligen kommer med som naturliga inslag i skolornas undervisning. Det är vår förhoppning att den här studien kan komma till nytta även i detta

viktiga arbete. Den kan bidra till att öka medvetenheten om problemet.

Det är tänkbart att kommande generationer, som dels växer upp med alltmer avancerade datorer och dels tidigt lär sig att använda dem, utvecklar ett friare och mera obundet förhållningssätt till bilder och till bildspårk än vad dagens vuxna har. Barn som själva lär sig att arbeta med bilder i datorer bör ha lättare att förstå vad som är möjligt att göra. När barnen växer upp kommer bilder inte längre ha någon form av ”naturlig trovärdighet” för dem. De förväntar sig inte ens att till exempel reklambilder försöker att spegla någon form av objektiv verklighet.

Vi vet ännu inte så mycket om hur bilder fungerar som språkliga uttryck. Det finns ett stort behov dels av forskning och dels av utvecklingsarbete och undervisning när det gäller hur bilder fungerar i olika typer av kommunikation. Mycket återstår alltså att göra.

PICTURE MANIPULATION

A Summary

Rune Pettersson

There are pictures almost everywhere. Regardless of our wishes, we are constantly confronted with numerous visual impressions. We see pictures in public places, on tv, at the cinema, in books, newspapers and periodicals, on various types of packaging and in many other contexts as well. Never before have we had access and been exposed to – or the victims of – as many pictures as exist today. It is obvious, and perhaps a good thing, that all pictures are not salient at every separate occasion. Many actually drown in the general media noise.

Concurrent with the rapid development of computers and computer programmes is the growing risk that pictures – particularly photographs – will lose their traditional credibility as it becomes easier to manipulate them as well as our perception of their contents. It is often impossible to see whether a picture is manipulated or authentic. The present study discusses different aspects of the concept of picture manipulation. What does it mean to manipulate and to be manipulated? What does manipulation imply? Can we trust pictures that claim to mirror real events and developments? Are published pictures distorted and arranged so as to serve certain purposes? In what ways can pictures be manipulated?

Picture manipulation implies the improper

control of people's perception of a given reality through the use of pictures. This improper control can occur in various ways.

One way does not involve changing any picture element. People's perception of reality can be influenced and steered in a desired direction through well-considered selection of pictures, careful trimming as well as leading captions. By changing certain picture elements in order to alter picture contents, one can affect people's perception of the reality the picture appears to depict.

Every published picture has been subject to selection, not just once, but on several occasions before being published in a book, newspaper or other medium. Different people perceive and describe a given event in different ways. Photographers, journalists, editors and graphic designers have different priorities and make separate selections. This means that readers and viewers have completely different opportunities to interpret what has actually happened in connection with a given event.

Conscious and perhaps even unconscious deception, falsification and manipulation of pictures – through tampering, biased selection or improper captions – occur rather often, resulting in readers being manipulated, deluded and misled. Readers are seldom or never

Rune Pettersson, Ph.D, is Professor of Information Design at Mälardalen University, Eskilstuna, Sweden. He is Past President of the International Visual Literacy Association, IVLA, Vice President of the International Institute of Information Design, IIID, and Adjunct Professor at Appalachian State University in the US.

able to judge for themselves what has happened before or after the moment a photograph was taken. Nor do they know what occurred in proximity to the situation in question.

Using modern computers and graphics processing programs, one can, in principle, make any conceivable change in drawings and photographs as well as in moving pictures on film and video. For a person with the necessary skills and access to the right equipment, there are almost no limitations. Thousands of pictures of various standard backgrounds and foregrounds – depicting different types of landscapes, city environments, people, plants, animals, etc. – can be combined to form an endless number of entirely or partly new picture motifs. In this context, naturally, interesting ethical questions arise, which are neither trivial nor in any way easy to answer.

Digitally manipulated photographs began to appear in the daily press in the mid-1980s. The introduction of digital pictures and electronic transmission of pictures has had a radical effect on how pictures are dealt with at various stages of production as well as on how readers perceive these pictures. Technical developments have fundamentally changed our presumptions concerning credibility in photographs. Photos need no longer have natural ties to the film-based original. Today, one can, in principle, make changes in a picture at any point, from the very moment the photograph is taken until it is published. The reader is no longer able to detect whether a published picture has been manipulated or not.

The law relating to photography ceased to be in effect on 1 July 1994, at which point regulations concerning the right to photographs were subsumed under the copyright laws. The financial and idealistic interests of photographers, authors, draughtsmen, songwriters

and other originators of creative works are protected by the copyright law relating to literary and artistic works (Copyright Act, URL, SFS 1960:729). Since 1 January 1996, artistic works are protected for the originator's entire life plus an additional 70 years. Thus, many works are protected for more than 120–130 years. This protection is international. The economic right implies the sole right of the originator to determine duplication of the work – the making of copies and presentation of the work in public. For "picture theft" occurring intentionally or through gross negligence, the penalty is fines or imprisonment for up to two years.

The ethical rules for the press, radio and tv clearly take exception to manipulation or falsification of picture content through trimming, montage or misleading captions. Presenting inauthentic pictures as though they were real documentary material is forbidden. The party purchasing the pictures is responsible for their proper use. Despite these rules, clear violations occur all too often.

Photographers and draughtsmen as well as their organisations stipulate in their terms of delivery that published pictures shall be correct. Those purchasing the right to publish the pictures may not use them in a misleading manner. Nor may they make a picture montage or retouch electronically such that the results can mislead or delude the reader or viewer. Today, one does not have the right to change the content of any picture without the express permission of the holder of the right to that picture.

It is obvious that technical developments have fundamentally changed conditions for our ability to use pictures in different contexts as well as for the credibility of all pictures. In practice, individual newspaper readers and tv viewers no longer have any real opportunity to discover whether a published picture has

been manipulated. We can hardly count on this situation improving in the future. Computer technology is developing rapidly. With each passing year, it becomes easier for anyone to create and revise pictures, and to then make them accessible to others on the Internet.

The present study has shown clearly that difficulties, as well as mistakes and deception, exist within news reporting. But the study cannot help us to answer the questions: "How can we best 'protect' ourselves from being manipulated through, for example, news reporting? Can we trust the pictures we see? How can we expose deception?" We can, of course, hope that the established media actually assume their responsibilities and live up to their own rules. Rules and ethical norms are already in place, but it is evident that all people working in media are not aware of the great responsibility they bear. In the long run, this lack of responsibility could lead to a credibility crisis for the news media. If we become accustomed to deception, our trust in the media will diminish.

Good rules and norms, however, are not enough. What is also needed is that people working in media learn them, and that readers and viewers adopt a critical approach to

media. To achieve this, pictorial communication, critical analysis and source criticism must become a real and natural feature of teaching in the schools. It is our hope that the present study can be used in this important educational effort as well as to help increase general awareness of the problem of picture manipulation.

It is conceivable that future generations – growing up with increasingly advanced computers and learning to use them early in life – will develop a freer and more independent approach to pictures and pictorial communication than that characterising adults of today. Children who learn to work with pictures on computers should find it easier to understand what can be done. When these children are grown, pictures will no longer have any "natural credibility" for them. They will not expect, for example, that advertisement pictures even attempt to reflect any form of objective reality. At this point, we know little about how pictures function as communicative expressions. There is a great need for research, development work and education regarding the role of pictures in various types of communication. Thus, much is left to be done.

REFERENSER

- Allén, S.** (1986). *Svensk Ordbok*. Uppsala: Språkdata och Esselte Studium.
- Allén, S.** (Red.). (1996). *Nationalencyklopedins Ordbok*. Höganäs: Bokförlaget Bra Böcker.
- Alling-Ode, B. och Tubin, E.** (1993). *Falska kort? Bilden i dataåldern*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Anderberg, T.** (2000). *Etiken i fokus*. I R. Nordlund (Red.). *Nyhetsbilder—etik—påverkan*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Meddelande 154.
- Andersson-Ek, P., Andréasson, K. och Edwardson, Å.** (1999). *Göra tidning*. Stockholm: Ordfront.
- Aronsson, K.** (1983). *Verklighetens mångtydighet och pekbokens begränsningar. Om bild och begrepp i språkläromedel*. I L. Gustavsson och H. Hult. (Red.). *Text och bild i läromedel*, SIC 4, 7–24. Linköping: Universitetet i Linköping. Tema Kommunikation.
- Barry, A-M.** (1998). *The Joe Camel Story: Tobacco Industry Manipulation and the Necessity for Visual Intelligence*. Paper presented at Viscom 12, Winter Park, CO, June 26.
- Becker, K.** (1996). *Pictures in the Press: Yesterday, Today, Tomorrow*. I U. Carlsson (Red.). *Medierna i samhället Igår idag imorgon*. Göteborg: NORDICOM-SVERIGE.
- Becker, K.** (1997). *The Picture's Place in 20th Century Journalism. An Overview of the Swedish Press*. Paper presented at The 13th Nordic Conference for Research on Mass Communication, August 9–12, Jyväskylä, Finland.
- Becker, K., Ekecrantz, J. och Olsson, T.** (2000). *Picturing politics. Visual and textual formations of modernity in the Swedish press*. Stockholm: Stockholms universitet, JMK, Journalistik, medier och kommunikation.
- Bildleverantörernas Förening.** (1999). *Rätt och Pris. Handbok vid bildhantering och video-produktion med BLF:S cirkaprislista*. Tullinge: Bildleverantörernas Förening.
- Cifuentes, L., Myers, L. J. och McIntosh, K.** (1998). Selective Data Analyses, Photo Manipulation, and Honest Message Design. *Journal of Visual Literacy, Autumn 1998, Volume 18, Number 2*, 165-174.
- Cornell, J.** (1972). *Bilden och berättelsen*. I S. Lidman och A. M. Lund. (1972). *Berätta med bilder*. Stockholm: Bonniers.
- Cronström, J.** (1997). *Väld som aktualitet. En jämförande kvalitativ studie av nyhetsinslag som skildrar våld i svensk television*. Paper presented at The 13th Nordic Conference for Research on Mass Communication, August 9–12, Jyväskylä, Finland.
- Dwyer, F. M.** (1972). *A Guide for Improving Visualized Instruction*. State College, PA: Learning Services.
- Erfors, S. och Idenstedt, O.** (1997). Viktoria utvikt på falska bilder. *Expressen*, 10 april, 6–7.

- Evans, M. A. , Watson, C. , och Willows, D. M.** (1987). *A Naturalistic Inquiry into Illustrations in Instructional Textbooks*. I H. A. Houghton och D. M. Willows. (Eds.). *The Psychology of Illustrations: Vol 2. Instructional Issues*, 53 - 85. NY: Springer-Verlag.
- Fetveit, A.** (1997). *The digitalized screen: revisiting the issue of indexicality*. Paper presented at The 13th Nordic Conference for Research on Mass Communication, August 9–12, Jyväskylä, Finland.
- Fichtelius, E.** (1997). *Nyhetsjournalistik. Tio gyllene regler*. Stockholm: Sveriges Utbildningsradio AB.
- Freedberg, D.** (1989). *The Power of Images. Studies in the History and Theory of Response*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Ghersetti, M. och Hvitfelt, H.** (2000). *Slutet på sagan. Prinsessan Dianas död i press, radio och tv*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Rapport 178.
- Grünbaum, C.** (1997). *Språkbladet*. Stockholm: Dagens Nyheter, Läsaerservice.
- Göthe, E.** (1989). Fredlösa fotografer. *Expressen*, 28 juni, s. 29.
- Göthlund, A. och Tellgren, A.** (1999). *En traditionell bildform i ett nytt medium: Modebilder på Internet*. Presentation vid 14e Nordiska konferensen för medie- och kommunikationsforskning. Kungälv 14–17 augusti.
- Hadenius, S.** (2001). TV4 gjorde sitt jobb bättre än SVT. *Dagens Nyheter*, 14 september, A3.
- Haglund, E.** (1983). *Bilden i språkundervisning - Den uttallade entydighetens syndrom*. I L. Gustavsson, och H. Hult. (Red.). *Text och bild i läromedel*, SIC 4, 25-38. Linköping: Universitetet i Linköping. Tema Kommunikation.
- Harrie, A.** (1999). *Vardagsetik*. Stockholm: SJF, Svenska Journalistförbundet.
- Hedgecoe, J.** (1994). *John Hedgecoe's New Book of Photography*. London: Dorling Kindersley Limited. I svensk översättning Hedgecoe, J. (1995). *Stora fotoboken*. Västerås: ICA Förlaget AB.
- Helgesson, B.** (1989). *Bilder i läromedel, författarsynpunkter*. Stockholm: Stockholms Universitet. Konstfack, Institutionen för bildpedagogik.
- Hjelte, G. , Johanson, K. och Åbyhammar, M.** (1996). *Marknadsföringslagen i praxis*. Stockholm: Konsumentverket.
- Illustratörcentrum.** (1990). 57 illustrationer till en novell av Niklas Rådström. *Svart på Vitt, 1*.
- Ingemann, B.** (1997). *Fotografiet i skyggen – upplevelsens politik*. Paper presented at The 13th Nordic Conference for Research on Mass Communication, August 9–12, Jyväskylä, Finland.
- ISO 14021:1999.** (2000). *Miljömärkning och miljödeklarationer – Egna miljöuttalanden (Typ II miljömärkning)*. Stockholm: SIS Förlag.
- Johansson, G.** (1984). Om Palme varit Sovjetledare... *Expressen*, 18 feb, 26.
- Killander-Braun, L.** (1997). "Vi" och "dom" i svensk dagspress 1925, 1955, 1987 och 1995. Paper presented at The 13th Nordic Conference for Research on Mass Communication, August 9–12, Jyväskylä, Finland.
- Larssen, A. K. , och Skagert, P.** (1982). *Hur fungerar annonser?* Aftonbladets Annonstest, Södertälje.
- Leth, G. och Thurén, T.** (2000). *Källkritik för Internet*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Rapport 177.

- Levin, J. R. , Anglin, G. J. och Carney, R. N.** (1987). *On empirically validating functions of pictures in prose*. I D. M. Willows, och H. A. Houghton (Eds.). *The Psychology of Illustration: Vol. 1. Basic Research*. New York: Springer-Verlag.
- Lidman, S.** (1966). *Bildning i bildåldern*. Malmö: Förlagshuset Norden.
- Lidman, S. och Lund, A. M.** (1972). *Berätta med bilder*. Stockholm: Bonniers.
- Lindell, K.** (1993). Goda bilder – och onda. *Pressens Tidning* 17, 9–13.
- Lundberg, B.** (2000). En sån kolossal bluff. *Expressen* 19 maj, 26–27.
- Marknadsdomstolen.** (1993). Marknadsdomstolens avgöranden - 1971/1973-1984/1985; 1986. Stockholm : Norstedts juridik.
- Marknadsdomstolen.** (1994). Marknadsdomstolens avgöranden - 1971/1973-1984/1985; 1986-. - Stockholm : Norstedts juridik .
- Marsh, P. O.** (1983). *Messages That Work: A Guide to Communication Design*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications.
- McDougall, A.** (1990). *Picture editing och layout a guide to better visual communication*. Viscom Press. School of Journalism. University of Missouri. Columbia.
- Melin, L.** (1986). *Text, bild, lexivision. En studie i text-bild-samverkan i en lärobok*. Stockholm: Stockholm University, Department of Nordic Languages.
- Melin, L. och Pettersson, R.** (1991). *Bildtexter i läroböcker*. Stockholm. Stockholms Universitet: Nordiska Språk.
- Nordström, G. Z och Åstrand, A.** (1999). *Från löpsedel till webb. En studie av den iscensatta nyheten i papperstidningar*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Rapport 176.
- Ohlsson, S.** (2000). *Inledning*. I R. Nordlund (Red.). *Nyhetsbilder-etik-påverkan*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Meddelande 154.
- Olsson, T.** (1997). *Journalistik som politik. Året i bild 1925, 1955, 1987 och 1995*. Paper presented at The 13th Nordic Conference for Research on Mass Communication, August 9–12, Jyväskylä, Finland.
- Paul, H.** (2000). *Den bildjournalistiska etiken i praktiken*. I R. Nordlund (Red.). *Nyhetsbilder-etik-påverkan*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Meddelande 154.
- Pettersson, R.** (1984). *Picture legibility, readability and reading value*. I A. D. Walker, R. A. Braden, och L. H. Dunker (Red.): *Enhancing human potential. Readings from the 15th Annual Conference of the International Visual Literacy Association*. Blacksburg, Virginia. 92–108.
- Pettersson, R.** (1985). *Intended and perceived image content*. Presentation at the 17th Annual Conference of the International Visual Literacy Association. I L. W. Miller (Ed.). *Creating Meaning*. Readings from the Visual Literacy Conference at California State Polytechnic University at Pomona.
- Pettersson, R.** (1986). Image – Word – Image. *Journal of Visual Verbal Linguaging*. Fall 1986, 6, 2, 7–21.
- Pettersson, R.** (1989). *Visuals for Information: Research and Practice*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications.
- Pettersson, R.** (1993). *Visual information*. Englewood Cliffs. N. J. : Educational Technology Publications.

- Pettersson, R.** (1998). *Image Functions in Information Design*. Presentation at The 30th Annual Conference of the International Visual Literacy Association. The University of Georgia, Athens, Georgia, October 21- 25, 1998. Published in: R. E. Griffin, W. J. Gibbs, och B. Wiegman (Eds.) 1999: *Visual Literacy In An Information Age*. International Visual Literacy Association.
- Pettersson, R.** (2001). *Trovärdiga bilder*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Rapport 180.
- Pollock, G.** (1993). Kvinnor efterlyser. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 3-4, 8.
- Pressens opinionsnämnd.** (1996). *Ärende nr 1-24 1996*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1996). *Ärende nr 25-44 1996*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1996). *Ärende nr 45-72 1996*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1996). *Ärende nr 73-102 1996*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1996). *Ärende nr 103-128 1996*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1996). *Ärende nr 129-153 1996*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1997). *Ärende nr 1-23 1997*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1997). *Ärende nr 1-23 1997*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1997). *Ärende nr 24-45 1997*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1997). *Ärende nr 46-73 1997*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1997). *Ärende nr 74-99 1997*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1997). *Ärende nr 100-124 1997*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1997). *Ärende nr 125-150 1997*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1998). *Ärende nr 1-28 1998*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1998). *Ärende nr 29-52 1998*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1998). *Ärende nr 53-69 1998*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1998). *Ärende nr 70-93 1998*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1998). *Ärende nr 94-117 1998*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1998). *Ärende nr 118-139 1998*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1999). *Ärende nr 1-28 1999*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1999). *Ärende nr 29-54 1999*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1999). *Ärende nr 55-77 1999*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (1999). *Ärende nr 78-97 1999*. Stockholm: Gotab.
- Pressens opinionsnämnd.** (2000). *Ärende nr 1-19 2000*. Stockholm: Gotab.
- Pressens samarbetsnämnd.** (1999). *Spelregler för press, radio och tv*. Stockholm: TU Service AB.
- Quistbergh, F., Malm, R., Olsson, B., Mallik, I., Fegan, A., Dielemans, J., Wolf, A., Huor, J. och Udovic, A.** (2001). Medierna ljög om Göteborg. *Expressen*, 14 juli, 3.
- Ramsey, I. L.** (1989). Primary children's ability to distinguish between illustrative styles. *JVL*, 9(2), 69-82.
- Rieber, L. P.** (1994). *Computers, Graphics, och Learning*. Madison: Brown och Benchmark Publishers.

- Ritchin, F.** (1990). *In Our Own Image*. New York: Aperture. (Översatt till svenska 1991: *Bildens förändrade värld*. Stockholm: Media produktion.)
- Roos, A. M.** (1913). *Hem och hembygd Sörgården*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag. Faksimil 1981.
- Rowbotham, S.** (1973). *Women's Consciousness, Man's World*. London
- Saettler, L. P.** (1968). *A history of instructional technology*. New York: McGraw-Hill.
- Saettler, L. P.** (1990). *The evolution of American educational technology*. Englewood, NJ: Libraries Unlimited.
- Scherer, J. C.** (1975). You can't believe your eyes: Inaccuracies in the photographs of North American Indians. *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 2 (2), 67-79.
- Sims-Knight, J. E.** (1992). To Picture or Not to Picture: How to Decide. *Visible Language*, 26, 3, 325-388.
- Sivertsen, E.** (1987). *Det spissformulerete pressebildet*. Bergen: Institutt for massekommunikasjon, Arbeidsrapport nr 3.
- SJF.** (1999). *Vardagsetik*. Stockholm: Svenska Journalistförbundet.
- Skott, S.** (1988). Sovjet erkänner bildförfalskningar. *Dagens Nyheter*, 25 april.
- Smith, C. Z.** (1998). The Questionable Uses of 19th Century Photographs in Visual Research: Wisconsin Death Trip as Case Study. *Journal of Visual Literacy*, Vol. 18, Nr. 1, 47-60.
- Sogstad, K.** (1997). *Aprillsnarr, manipulerete avisbilder og manipulert virkelighet*. Paper presented at The 13th Nordic Conference for Research on Mass Communication, August 9-12, Jyväskylä, Finland.
- Sonesson, G.** (1992). *Bildbetydelser. Inledning till bildsemiotiken som vetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Svensson, C-A., Stenlund, A., Brink, T. och Ström, L-E.** (1996). *Praktisk marknadsrätt*. Stockholm: Norstedts juridik.
- Stütz, G.** (2000). *SPFs förord*. I R. Nordlund (Red.). *Nyhetsbilder-etik-påverkan*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Meddelande 154.
- Thunqvist, P. A.** (1993). *Fotografering*. I P. A. Thunqvist och S. Teste (1993). *Bildhantering*. Tullinge: Bildleverantörernas Förening.
- Thurén, T.** (1997). *Källkritik*. Stockholm: Almqvist och Wiksell.
- White, J.** (1983). *Mastering Graphics*. New York: Bowker.
- Wileman, R. E.** (1993). *Visual Communicating*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications.
- Winn, W.** (1993) Instructional design and situated learning: Paradox or partnership? *Educational Technology*, 33(3), 16-21.
- Wästberg, O.** (1999). Kan vi lita på våra ögon? *Arbetet Nyheterna, augusti*, samt www.wastberg.nu

BILAGA

Urval

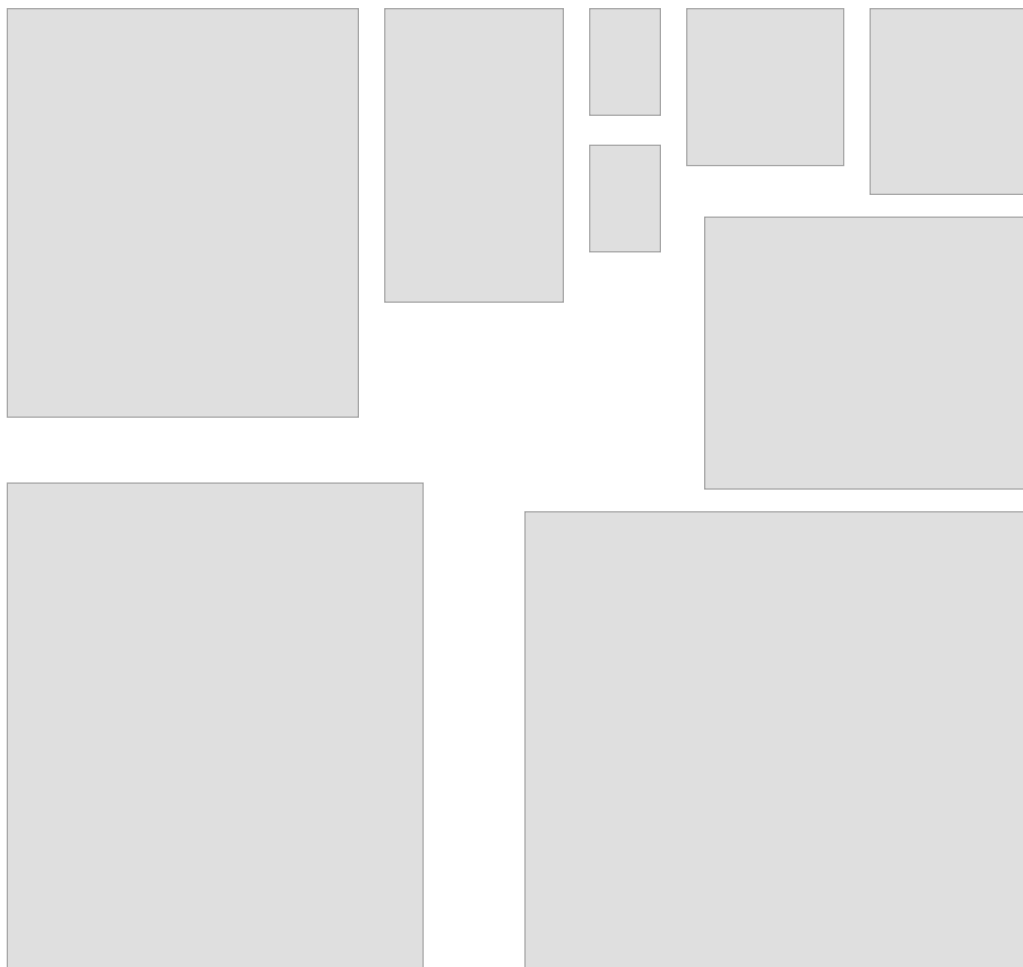
Hur väljer man bilder till en nyhet där det inte finns några bilder som beskriver själva händelsen? Följande exempel visar att detta urval tydligt sker på flera olika sätt och troligen efter skilda kriterier inom olika tidningar. Under natten till midsommarafton år 2000 blev en svensk präst brutalt rånmördad i en förort till staden Entebbe i Uganda. Prästen var i Afrika för att bygga upp ett biståndsprojekt och skulle möta en grupp medarbetare på flygplatsen. TT sände ut ett kort meddelande om mordet den 23 juni.

Denna tragiska händelse har fått mycket varierande utrymme i svensk press. Flera tidningar har berättat om händelsen redan på förstasidan. I inlagorna varierar utrymmet i 28 undersökta tidningar, från 40 cm² till mer än 1500 cm². Den 25 juni beskrev Arbetet, Göteborgs-Posten, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet händelsen samt skrev något om bakgrunden i korta texter utan några bilder. Samma dag hade Aftonbladet och Expressen stora reportage med fem respektive fyra illustrationer. Reportaget i Aftonbladet är det största i det studerade materialet som omfattade en notis på förstasidan och cirka en och en halv sida i inlagan. Dagen efter hade tidningar från hela landet, som Arbetet, Barometern, Hälsingekuriren, Nerikes Allehanda, Norrköpings Tidningar, Norrländska Socialdemokraten, Sala Allehanda, Upsala Nya Tidning och Vestmanlands läns tidning, Värmlands Folkblad, relativt stora, illustrerade artiklar.

Gotlands Allehanda och Södermanlands

Nyheter är exempel på tidningar som hade relativt små illustrerade artiklar. Avesta Tidning, Fagersta-Posten, Folket, Jönköpings-Posten, Norra Västerbotten, Östgöta Correspondenten hade ingenting på förstasidan men relativt små och illustrerade artiklar inne i tidningarna. Eskilstuna-Kuriren med Strengnäs Tidning hade en relativt omfattande brödtext inne i tidningen, men ingen bild. Dagens Nyheter, Falu Kuriren och LT, Länstidningen Södertälje, Sydsvenska Dagbladet och Svenska Dagbladet hade varsin liten notis utan någon bild. Norrtelje Tidning och Östersundsposten är exempel på tidningar som inte nämnde händelsen alls.

I 32 undersökta tidningsexemplar från 28 tidningar, spridda över hela landet fanns det 30 illustrationer. Av dessa var 21 porträttbilder i olika versioner av prästen. De övriga bilderna visade i tre fall kartor, samt svenska flaggan på halv stång med kyrkan i bakgrunden, en god vän till prästen, kyrkan i hemförsamlingen, ett kondoleansbord med ett tänd ljus, prästgården, samt en faksimil med en bild från ett reportage innan resan till Afrika. När det gäller porträttbilderna så var en av dessa publicerad två gånger i färg. En annan var publicerad nio gånger i svartvitt. Den tredje porträttbilden var publicerad fem gånger i svartvitt och fem gånger i färg. De publicerade porträttbilderna varierade starkt främst i storlek, men även när det gäller beskärning. Den största av de här bilderna (13,6x15,0 cm) är drygt sextio gånger större än den minsta (2,2x1,5 cm).



Olika format. De nio olika formaten av den ena porträttbilden, här förminskade 50 procent, dvs areorna är här en fjärdedel av motsvarande bilder i tidningarna.

Bilderna tar upp rätt stor andel av utrymmet för respektive artikel, från 10 till 28 procent av arean på förstasidor med bilder, och från 2 till 46 procent av arean i de inlagorna som har bilder. Rubriker och luft kring rubrikerna varierar från 28 till 90 procent av arean på förstasidor, och från 8 till 47 procent i inlagorna. Utrymmet för den löpande texten och bildtexterna i de illustrerade artiklarna varierar från 27 till 81 procent i inlagorna. Händelsen är alltså illustrerad med flera olika typer av motiv. Det är mycket troligt att även flera andra tidningar

har beskrivit denna tragiska händelse, var och en i stor utsträckning på sitt eget sätt.

Det är alltså mycket stora skillnader i hur de olika tidningarna har beskrivit den här specifika händelsen, såväl när det gäller den totala arean som fördelningen mellan bilder, texter och rubriker. Vi kan se ett samband mellan storlek på artikeln och antal bilder relaterat till den geografiska hemvisten för de olika tidningarna: liten TT-notis, lite större utrymme i riksspridda morgontidningar, ännu större utrymme i berörda lokal/regionaltidningar,

mindre utrymme i lokal/regionalpress längre bort från den lokala basen. Tabloidtidningarna bryter mönstret utifrån sina speciella förutsättningar. Man kan nog konstatera att det inte är nödvändigt att använda några bilder för att berätta om just den händelsen.

Stickprov i flera olika tidningar vid andra händelser ger anledning att misstänka att ovanstående mönster är vanligt förekommande. De olika tidningarnas läsare får alltså vitt skilda förutsättningar för att kunna bilda sig sina uppfattningar om vad som händer i världen, varför det har hänt och vilka konsekvenser händelser kan få. När man studerar ett antal tidningsartiklar som beskriver samma händelse blir det uppenbart att dessa artiklar berör oss på olika sätt.

När man ser efter hur olika personer beskriver en viss händelse visar det sig att de ofta använder samma bilder i flera olika storlekar. I det tidigare refererade exemplet med prästen som blev mördad i Uganda blev två porträttbilder publicerade i vardera nio olika tidningar. Expressen hade samma porträttbild såväl på förstasidan som i inlagan. De 19 bilderna varierade mycket starkt såväl i storlek som i beskärning (se bilden nedan). De här bilderna upptog också mycket varierande andel av arean för respektive diskurs. Bildarean varierade från 7 till 41 procent. Dessa exempel visar tydligt att det finns en stor variation i hur medarbetare på tidningsredaktioner använder sig av bilder.

SPFs SENASTE RAPPORTER

- 180 **Pettersson, Rune:** *Trovärdiga bilder.* Stockholm 2001.
- 179 **Larsson, Larsåke & Nohrstedt, Stig Arne (Red.):** *Göteborgsbranden 1998. En studie om kommunikation, rykten och förtroende.* Stockholm 2000.
- 178 **Ghersetti, Marina & Hvitfelt, Håkan:** *Slutet på sagan: Prinsessan Dianas död i press, radio och tv.* Stockholm 2000.
- 177 **Leth, Göran & Thurén, Torsten:** *Källkritik för Internet.* Stockholm 2000.
- 176 **Nordström, Gert Z & Åstrand, Anders:** *Från löpsedel till webb: En studie av den iscensatta nyheten i papperstidningen.* Stockholm 1999.
- 175:1 **Sandberg, Helena & Thelander, Åsa:** *Miljöhot och medborgaroro: En rapport om Hallandsås hösten 1997.* Stockholm 1998.
- 175:2 **Arvidson, Peter:** *Åsjäveln biter tillbaka: Lokalbefolkningens upplevelse av händelserna vid tunnelbygget kring Hallandsåsen.* Stockholm 1998.
- 175:3 **Palm, Lars:** *Hallandsåstunneln som tvistefråga, kris och förtroendeproblem.* Stockholm 1998.
- 175:4 **Dahlgren, Peter, Carlsson, Gunilla & Uhlin, Lars:** *Mediernas bevakning av händelserna vid Hallandsåsen hösten 1997.* Stockholm 1998.

SPF_s SENASTE MEDDELANDEN

- 160 **Bennulf, Martin:** *Opinion 2001 Nya hot och risker. Den svenska allmänhetens syn på samhället, säkerhetspolitiken och försvaret.* Stockholm 2001.
- 159 **Palm, Lars & Nilsson, Anna:** *Föreställningen började innan publiken anlät: En analys av regeringens folkbildningsinsats om EMU.* Stockholm 2001.
- 158 **Norling, Anna:** *Olycksplats Borlänge bangård.* Stockholm 2001.
- 157 **Malešič Marjan:** *Peace Support Operations, Mass Media, and the Public in former Yugoslavia.* Stockholm 2000.
- 156 **Stütz, Göran:** *Opinion 2000. Den svenska allmänhetens syn på samhället, säkerhetspolitiken och försvaret.* Stockholm 2000.
- 155 **Åkerström, Marja:** *Sanning eller konsekvens? Argument och perspektiv i mediedebatten under 1998 och 1999 om den svenska underrättelse- och säkerhetstjänstens personalkontroller.* Stockholm 2000
- 154 *Nyhetsbilder-etik-påverkan: En antologi.* Stockholm 2000.
- 153 **Nydén, Michael:** *Myndigheter, Internet och integritet.* Stockholm 2000.



BILDMANIPULERING

Aldrig tidigare har vi exponerats för så många bilder som nu. Men kan vi lita på att bilder som gör anspråk på att spegla verkliga händelser eller skeenden verkligen gör det? Med dagens datateknik kan bilden istället användas för att manipulera åsikter och den verklighet den till synes återger kan vara ett tillrättalagt falsarium med syfte att påverka eller vilseleda betraktaren.

På vilka sätt kan bilder vara manipulerade? För att besvara den frågan kan inte enbart själva bilden fokuseras utan också andra omständigheter måste beaktas, t ex urvalet av bilder, bildredigeringen, bilden i sin kontext, bildtexter. Detta är några av de faktorer som illustreras och diskuteras i den här studien.

Rune Pettersson är professor i informationsdesign vid Mälardalens högskola i Eskilstuna.

