

Bildanalys av tv-nyheter i Finland

En visuell jämförelse av public service och kommersiella nyhetsbilder från YLE TV1 och MTV3

Jasmine Edfelt

| | |
|---|--|
| EXAMENSARBETE | |
| Arcada | |
| Utbildningsprogram: | Film & TV |
| Identifikationsnummer: | 4637 |
| Författare: | Jasmine Edfelt |
| Arbetets namn: | Bildanalys av tv-nyheter i Finland – En visuell jämförelse av public service och kommersiella nyhetsinslag från YLE TV1 och MTV3 |
| Handledare (Arcada): | Fred Nordström |
| Uppdragsgivare: | - |
| <p>Sammandrag:</p> <p>Min forskning är en jämförelse om hur public service och kommersiella tv-kanaler använder det visuella berättandet i tv-nyheter. Jag ifrågasätter påståenden om att kommersiella tv-kanaler har ett snabbare tempo och använder mer spännande och intressanta bilder i sina tv-nyhetsinslag. Syftet är att ta reda på om dessa påståenden stämmer eller inte, och hur skillnaderna och likheterna tar sig uttryck i kanalernas nyhetsbilder. Jag använder material från nyhetsprogrammen Yle Uutiset (YLE TV1, en public service kanal) och Kymmenen Uutiset (MTV3, en kommersiell kanal).</p> <p>Metoden som används för att analysera tempot i nyhetsinslagen är en förenklad version av kvantitativ innehållsanalys. Den andra metoden baserar sig på litteratur av Peter Ward, Bruce Block och Herbert Zettl. I teoridelen har jag utformat sju kompositionselement som gör en bild mer intressant. Utgående från denna teori analyserar jag intervjubilderna i inslagen. Till slut jämför jag nyhetsinslagen utgående från analysresultaten.</p> <p>Precis som påståendet säger, visar undersökningen att tempot är snabbare hos den kommersiella kanalen. Däremot har public service kanalen mer intresseväckande element i sina intervjubilder. I det här fallet stämmer alltså hälften av påståendet. Det bevisar att båda kanalernas nyheter har intresseväckande bildmaterial på olika sätt.</p> <p>Källorna är tagna från böcker, tidigare forskning och elektroniskt material som behandlar tv-nyheter. Tv-nyheterna har bandats in och sparats endast i forskningssyfte.</p> | |
| Nyckelord: | Tv-nyheter, bildanalys, kommersiell tv, public service, bildkomposition, MTV3, YLE |
| Sidantal: | 57 |
| Språk: | Svenska |
| Datum för godkännande: | 13.5.2014 |

| | |
|---|--|
| DEGREE THESIS | |
| Arcada | |
| Degree Programme: | Film & TV |
| Identification number: | 4637 |
| Author: | Jasmine Edfelt |
| Title: | Image analysis of television news in Finland - A visual comparison of public service and commercial news reports from YLE TV1 and MTV3 |
| Supervisor (Arcada): | Fred Nordström |
| Commissioned by: | - |
| <p>Abstract:</p> <p>My research is a comparison of how the public service and commercial television channels use visual storytelling in television news. I question the claim that commercial television has a faster tempo and use more exciting and interesting images in their television news reports. The aim is to find out if these statements are true or not, and how the differences and similarities are expressed in news images. I use material from two news programs: YLE Uutiset (YLE TV1, a public service channel) and Kymmenen Uutiset (MTV3, a commercial channel).</p> <p>The method used to analyze the tempo of the news stories is a simplified version of quantitative content analysis. The second method is based on the literature of Peter Ward, Bruce Block and Herbert Zettl. In the theoretical part, I have designed seven compositional elements that make an image more interesting. Based on this theory, I analyze the images from the interviews in all the news stories. Finally, I compare the news reports based on the analysis results.</p> <p>Just as the statement says, the survey shows that the pace is faster in the commercial channel. However, the public service channel has more interesting elements in the interview pictures. In this case it means that half of the claim is correct. This proves that both channels have interesting news pictures, but in different ways.</p> <p>The sources are taken from books, past research and electronic materials that deal with television news. The television news were recorded and saved for research purposes only.</p> | |
| Keywords: | TV news, analysis, commercial television, public service, image composition, MTV3, YLE |
| Number of pages: | 57 |
| Language: | Swedish |
| Date of acceptance: | 13.5.2014 |

INNEHÅLL

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Inledning..... | 9 |
| 1.1 | Bakgrund | 9 |
| 1.2 | Tidigare forskning | 10 |
| 1.3 | Syfte | 10 |
| 1.4 | Frågeställning | 11 |
| 1.5 | Kort om metod | 11 |
| 1.6 | Avgränsning..... | 12 |
| 2 | Definition av begrepp | 12 |
| 3 | Historia och bakgrund..... | 13 |
| 3.1 | Kanalernas och nyhetsprogrammets bakgrund | 13 |
| 3.1.1 | <i>Tv-nyheternas start för YLE</i> | <i>14</i> |
| 3.1.2 | <i>Tv-nyheternas start för MTV3.....</i> | <i>14</i> |
| 3.1.3 | <i>Konkurrensen mellan kanalerna.....</i> | <i>14</i> |
| 3.2 | Tv-nyheterna – en viktig och pålitlig informationskälla | 15 |
| 4 | Teori..... | 15 |
| 4.1 | Public service och de kommersiella tv-nyheternas olikheter | 16 |
| 4.1.1 | <i>Bilden i tv-nyheter – en stark del i helheten</i> | <i>18</i> |
| 4.2 | Bildkomposition: perspektiv och uppfattning | 19 |
| 4.2.1 | <i>Sju element som stöder en intressant komposition.....</i> | <i>21</i> |
| 5 | Material och metod | 25 |
| 5.1 | Materialinsamling och analysmetod | 25 |
| 5.1.1 | <i>Val av material.....</i> | <i>26</i> |
| 5.1.2 | <i>Avgränsning.....</i> | <i>27</i> |
| 5.1.3 | <i>Kvantitativ innehållsanalys som metod</i> | <i>28</i> |
| 5.1.4 | <i>Analysmetod 1: Tempo genom innehållsanalys.....</i> | <i>29</i> |
| 5.1.5 | <i>Analysmetod 2: Sju element för intressant bildkomposition.....</i> | <i>29</i> |
| 5.2 | Beskrivning av nyhetsinslag och innehållstabell | 30 |
| 6 | Analys..... | 32 |
| 6.1 | Analys om tempo i nyhetsinslag..... | 32 |
| 6.2 | Analys om intervjubildernas komposition | 33 |
| 7 | Jämförelse och resultat..... | 42 |
| 7.1 | Jämförelseredovisning av material..... | 43 |
| 7.2 | Resultat om tempo och komposition i nyhetsinslagen | 44 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 8 | Diskussion och reflektion | 45 |
| 8.1 | Slutsats: syfte och helhet | 45 |
| 8.2 | Utvärdering av forskningsmetod..... | 46 |
| 8.3 | Egna reflektioner av arbetet | 47 |
| | Källor | 49 |
| | Bilagor | 54 |

Figurer

| | |
|--|----|
| Figur 1. Zettl, Herbert. 2008, Sight, Sound, Motion – Field of View (s.226-227)..... | 23 |
| Figur 2. Intervjubild från Yle Uutiset – Antti Rinne (Yle Uutiset 2014a) | 34 |
| Figur 3. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Antti Rinne (Kymmenen Uutiset 2014a) | 34 |
| Figur 4. Intervjubild från Yle Uutiset – Pirkko Rouhonen-Lerner (Yle Uutiset 2014b) | 35 |
| Figur 5. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Pirkko Rouhonen-Lerner (Kymmenen Uutiset 2014b) | 36 |
| Figur 6. Intervjubild från Yle Uutiset – Matti Halmesmäki (Yle Uutiset 2014c) | 37 |
| Figur 7. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Matti Halmesmäki (Kymmenen Uutiset 2014c) | 37 |
| Figur 8. Intervjubild från Yle Uutiset – Jyrki Katainen (Yle Uutiset 2014d) | 38 |
| Figur 9. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Jyrki Katainen (Kymmenen Uutiset 2014d)..... | 39 |
| Figur 10. Intervjubild från Yle Uutiset – Paavo Arhinmäki (Yle Uutiset 2014f) | 40 |
| Figur 11. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Paavo Arhinmäki (Kymmenen Uutiset 2014f) | 40 |
| Figur 12. Intervjubild från Yle Uutiset – Sauli Niinistö & Pekka Moliis (Yle Uutiset 2014g)..... | 41 |
| Figur 13. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Sauli Niinistö & Pekka Moliis (Kymmenen Uutiset 2014g) | 42 |

Tabeller

| | |
|---|----|
| Tabell 1. Mest sedda program på Yle TV1 under 2013 (Finnpanel)..... | 54 |
| Tabell 2. Mest sedda program på MTV3 under 2013 (Finnpanel)..... | 55 |
| Tabell 3. SDP-inslagets innehållstabell. (Yle Uutiset & Kymmenen Uutiset 2014a).... | 56 |
| Tabell 4. Sannfinländar-inslagets innehållstabell. (Yle Uutiset & Kymmenen Uutiset 2014b)..... | 56 |
| Tabell 5. Kesko-inslagets innehållstabell. (Yle Uutiset & Kymmenen Uutiset 2014c) . | 56 |
| Tabell 6. Katainen-inslagets innehållstabell. (Yle Uutiset & Kymmenen Uutiset 2014d) | 57 |
| Tabell 7. Adoptions-inslagets innehållstabell. (Yle Uutiset & Kymmenen Uutiset 2014e)..... | 57 |
| Tabell 8. Arhinmäki-inslagets innehållstabell. (Yle Uutiset & Kymmenen Uutiset 2014f) | 57 |
| Tabell 9. President-inslagets innehållstabell. (Yle Uutiset & Kymmenen Uutiset 2014g) | 57 |

FÖRORD

Som foto- och klippstuderande har jag genom praktik fått lära mig att filma och klippa nyhetsinslag till webbnyheterna för ”Österbotten Idag” på Österbottens Tidning. Den här forskningen ser jag som en chans att göra en djupare bekantskap och lära mig mer om hur de största nyhetsredaktionerna i Finland fångar verkligheten genom bilder.

Det är spännande att se på en sådan genre som nyheter, eftersom varje bild är formad enligt den verkliga situationen och av så många andra faktorer. Till skillnad från filmskapande, så är tiden knapp och planeringsskedet är kort. Det finns många hinder och problematiska moment under nyhetsproduktionen som gör att bilden och inslagets helhet blir som det blir. Ändå finns det alltid en tanke bakom varje bild, och genom den teknik som bygger upp den helhet som vi ser. Hur dessa delar kan bidra till en intressant helhet kan vara bra att känna till då man jobbar med rörliga bilder i tv-nyheter, eller annan typ av visuell produktion inom film och tv. Genom att jämföra de två största nyhetskanalernas nyhetsinslag, vill jag veta hur proffsfotografer har gjort när de valt att komponera och editera kamerabilden på ett visst sätt. Dessutom får jag en inblick i skillnaderna och likheterna hos dessa två kanalers bildtänkande och bildskapande.

Jag vill främst tacka min handledare och alla de som hjälpt och uppmuntrat mig under arbetets gång.

Jasmine Edfelt 2014

1 INLEDNING

Mitt examensarbete är en forskning om det visuella berättandet i nyhetsinslag som är producerade i Finland. Det är en jämförelse om hur public service och kommersiella tv-nyheter använder sig av spännande och intressant bildkomposition och ett snabbt tempo i sina nyhetsinslag. I skolan har jag lärt mig mycket om hur man ska tänka och göra för att "hitta bilden" i en inspelningssituation för film och tv, men inte hur man specifikt kan göra för tv-nyheter. När mitt intresse för denna genre kom på tal, öppnades en diskussion om de två olika bolagsformerna som producerar tv-nyheter och jag konstaterade att de ser väldigt lika ut. YLE TV1 och MTV3 har turvíst haft hand om de högsta tittarsiffrorna för nyhetspubliken, och de konkurrerar fortfarande med varandra om tittarna. Jag ville veta vad man kan hitta, specifikt i bildmaterialet, som stöder eller motsäger påståenden om kanalformernas olikheter och likheter.

1.1 Bakgrund

De mest sedda tv-programmen i Finland idag är de finska nyheterna. YLE och MTV3 är idag de ledande tv-nyhetsproducenterna i Finland. Det som skiljer dem åt är att YLE är en public service - kanal medan MTV3 är en kommersiell kanal. Det finns mycket statistik och litteratur som försöker utreda och spekulera kring t.ex. hur konkurrensen och relationen mellan public service och kommersiella kanaler sett ut och hur de förändras. Det är svårare att hitta forskning som enbart behandlar användning av bilder inom tv-nyheter, men det finns en del exempel som jag tagit som stöd. T.ex. "Formaterade Nyheter" av Ari Nykvist (jfr. Nykvist 2011).

"Den offentliga och den reklamfinansierade fritt tillgängliga televisionen konkurrerar om tittarna förutom med de avgiftsbelagda tjänsterna också med varandra." (Kommunikationsministeriet). I den här undersökningen är det spänningen hos kanalernas val av bildberättande som är den viktiga frågan. De kommersiella kanalerna påstås ha en intressantare och ett tempomässigt mer livfullt bildberättande.

1.2 Tidigare forskning

Som grund för min undersökning har jag använt litteratur (se kap. 4) som bevisar att det finns en tydlig skillnad i bilderna hos public service och kommersiella nyhetsprogram. Jag har plockat ut information från tidigare undersökningar om tv-nyheter, och använt mig av tv-nyhetsinslag från både public service och kommersiella redaktioner för analysdelen. Utgående från litteraturen samt teori om bildkomposition och en kvantitativ mätning av inslagens innehåll, kommer jag i huvudsak fokusera på att analysera nyhetsbilden och dess funktion i nyhetsinslagen, samt jämföra dessa.

Det viktiga med att använda tidigare forskning som stöd är att kunna dra paralleller till en större helhet och få förståelse för hur saker och ting förändrats inom det område jag har valt. Eftersom nyheter är ett ständigt flödande och uppdaterande medium, kommer min forskning lösa frågor inom ramen för ett material som är gjort under den tid då mitt skrivarbete utförs. Jag vill se om dagens material påverkats av tidigare påståenden inom tidigare historia och forskning. Tanken är att själva forskningen ska gå att använda i framtiden för att se om det skett en utveckling inom nyhetsbildernas uttryck.

1.3 Syfte

Syftet med mitt arbete är att hitta likheter och olikheter i det visuella uttrycket hos public service och kommersiella nyhetsinslag, genom att mäta innehållet i inslagen och använda stöd av litteratur. Vikten ligger vid att ta reda på om det stämmer att de finska kommersiella nyheterna har ett snabbare tempo och mer intressanta bilder i sina inslag än vad finska public service nyheter har. Hur framkommer skillnaderna och likheterna i intervjubildernas komposition och genom inslagens mätbara värden? För en nyhetsfotograf eller en nyhetskonsument kan det vara bra att känna till hur två nyhetsproducenter med olika syften presenterar samma nyhet visuellt. Jag tror att en jämförelse kommer hjälpa mig att ge en konkret och klar uppfattning om hur man kan skapa rörliga nyheter på varierande sätt, och vad man kan tänka på.

1.4 Frågeställning

Jag har grundat min frågeställning på tidigare forskning om tv-nyheter. Rick Thompson och Nancy Graham Holm har bådat konstaterat att det finns en tydlig skillnad i hur public service-kanalerna och de kommersiella kanalerna använder sig av tempo och intressanta bilder för att locka en bredare publik. De kommersiella kanalerna anses ha ett högre tempo och mer spännande och intressanta bilder än vad public service har. Eftersom kanalerna tävlar om tittarna på det sättet och specifikt genom det visuella uttrycket, är det intressant att se om påståendet stämmer också i Finland.

Jag har delat upp påståendet om de kommersiella bildernas uttrycksförmåga, så att jag ser på tempot i en analys och på de intresseväckande bilderna i en annan analys. Därför kommer jag att använda mig av två olika analysmetoder och analysera bilden på två olika plan, utgående från dessa frågeställningar:

- *Vilken av tv-kanalerna stöder ett tempomässig mer livfullt bildberättande, och hur syns det?*
- *Vilken av tv-kanalerna har visuellt de mest intresseväckande bilderna, och hur ser man det genom intervjubildernas komposition?*

1.5 Kort om metod

Jag kommer att jämföra sju nyhetsinslag från Yle Uutiset med sju nyhetsinslag från Kymmenen Uutiset, som sänts under februari månad 2014. Nyhetsinslagen har jag valt ut genom noggranna avgränsningar (se kap.5.1.2). Inslagen från båda kanalerna behandlar samma nyhet, och har sänts under samma dag. De är också inhemskt producerade. Jag har valt att använda två analysmetoder för att sedan kunna jämföra inslagen. Den första metoden är en förenklad version av kvantitativ innehållsanalys. Den använder jag för att analysera tempot i inslagets helhet. Den andra metoden är en mer djupgående analys baserat på teoretiskt material om spännande och intresseväckande bildkomposition. Utgående från litteratur analyserar jag sex inslag, där jag ser närmare på intervjubildernas komposition.

1.6 Avgränsning

I min undersökning har jag gjort avgränsningar i mitt metodval för de båda analysdelarna. Jag har noggrant och systematiskt valt ut nyhetsmaterialet som jag undersöker. Den gemensamma avgränsningen för min forskning är att jag har valt att undersöka endast den visuella delen av tv-nyheter. I kapitel 5.1.2 finns noggrannare beskrivning.

2 DEFINITION AV BEGREPP

Public service

Public service är statliga tjänster och program som görs för alla invånare i ett land där innehållet är politiskt oberoende och lyfter upp ett jämställt samhälle. Det anses vara ett begrepp med många olika betoningar och består av många olika kriterier, beroende på i vilket land det används (Olson 2001 s. 293). Det kan anses som en motsats till kommersiella tjänster.

Kommersiell verksamhet

Det är en självständig verksamhet eller ett bolag som omsätter pengar, och har som avsikt är att ge intäkter. Verksamheten är vinstinriktad och tv-kanalerna finansieras oftast genom reklam, sponsring, produktplacering och underhållande programkoncept. (Olson 2001 s. 294) Verksamheten är mycket beroende av en stark och återkommande publik.

Finnpanel

Är ett marknadsundersökningsföretag som grundades år 1975. Finnpanel följer med och mäter vanorna för finländarnas tv-tittande och radiolyssnande. De publicerar regelbunden statistik på internet med resultat för flera tv-kanaler i Finland. (Finnpanel)

Nyhetsinslag

Nyhetsinslagen finns som självständiga delar i ett nyhetsprogram. Reportern använder sig av enkla språkformuleringar som berättar om nyheten och klipparen editerar ihop fotografens bilder, som visar det som hänt. Det ska göras utan överdrivna dramaturgiska

filmgrepp. Istället är det bra att ha ett inslag som består av delar som går att placera om i helheten (på grund av det snabba nyhetsflödet). Inslaget stöds ofta av en påannons (introduktion i studion) eller en avannons, (avslutning i studion) som kan korrigeras om något fattas från det klippta inslaget. (Marling 1998 s. 50-51)

Panorera

Då man panorerar med en kamera gör man en svepande rörelse med kameran från ett ställe till ett annat. Det används oftast då man filmar och ska följa med något som händer, eller om man ska följa med ett objekt eller föremål som rör sig.

Tilta

Då man tiltar en kamera, vinklar man den uppåt eller neråt. Man siktar kameran så att perspektivet förändras och under tiden hålls kameran oftast statisk.

3 HISTORIA OCH BAKGRUND

I det här kapitlet beskriver jag kort YLE:s och MTV3:s historia, samt berättar om nyhetsprogrammets bakgrund. Här berättar jag också om bakgrunden till hur kanalernas konkurrens sett ut i Finland och varför nyheter är en så viktig källa för oss.

3.1 Kanalernas och nyhetsprogrammets bakgrund

Av tv-publiken i Finland tittar 26 procent på YLE TV 1, medan 19 procent tittar på MTV3. Dessa två kanaler är Finlands största tv-kanaler, och har övertaget när det gäller tv-nyhetssändningar. (YLE) Enligt Finnpanels årsrapport för 2013 har nyhetsprogrammen en hög tittarandel hos båda kanalerna. (Finnpanel)

Finnpanel har enskilda statistiktabeller för kanalerna, där man kan se programmets placering enligt hur många tittare programmet har. Nyhetsprogrammet Kymmenen Uutiset finns på femte plats bland alla program som visas från MTV3. Yle Uutiset som sänds kl. 20:30, finns på första plats på YLE TV1 (se tabell i bilaga s. 54-55). Något som båda kanalerna har gemensamt är att de nyligen förnyat sitt utseende och grafik, samtidigt som de uppdaterat sitt audiovisuella uttryck och innehåll. (MTV3)

3.1.1 Tv-nyheternas start för YLE

O.Y. Suomen Yleisradio - A.B. Finlands Rundradio grundades 1929 och började ha regelbundna tv-sändningar år 1958. År 1965 började YLE sända egna nyheter och senast i mars 2012 uppdaterade kanalen sitt audiovisuella utseende, uttryck och innehåll i studiomiljön. Detta uttryck började också synas i de finska nyheternas innehåll och bl.a. de regionala nyhetsinslagens antal ökade i vissa nyhetssändningar. (YLE).

3.1.2 Tv-nyheternas start för MTV3

Oy Mainos-TV startade sin kommersiella verksamhet år 1957. Den första nyhetssändningen, Kymmenen Uutiset, gick ut 1 september 1981. MTV3 startade sin kanalverksamhet år 1993, och i september 2013 uppdaterade kanalen sitt audiovisuella utseende och innehåll för bl.a. nyheterna (MTV3).

3.1.3 Konkurrensen mellan kanalerna

År 1957 påbörjade YLE (Rundradion) och MTV (Mainos Ab) ett samarbete som två bolag, med självständiga inkomstkällor. MTV hade ensamrätt på tv-reklamtid medan YLE drog in pengar på sina licensavgifter. Det finländska tv-systemet bestod av statlig public service ända fram till år 1993, då slutligen en tv-reform genomfördes. Innan reformen påbörjades, hade MTV ingen egen tv-kanal och var därför beroende av att hyra programtid av YLE:s TV1 och TV2 för att kunna existera. I samband med reformen bildades en tredje självständig kanal: MTV3, som samtidigt slutade övervakas av YLE. Kommersialiseringen gav upphov till en tydlig konkurrens mellan kanalerna, och MTV fick procentuellt fler tittare än YLE:s kanaler hade tillsammans. Public-service tog tillbaka sin position i början av 2000-talet och återvann liknande tittarsiffror som under tidigt 1990-tal. (Hellman & Sauri 1996 s. 101-102)

I Finland, med sin starkt koncentrerade marknad, har kommersialiseringen varit ett vanligt fenomen. Via alla nya tänkbara digitaliserade format (internet, kabel-tv, digital- och mobil-tv m.m.) har utbudet expanderat. Det har i sin tur lett till att man förväntats öka på det kommersiella innehållet i tv-programmen, för att få hålla kvar sin publik. Det gäller också nyhetsprogrammen. (Hjarvard 1999 s. 40-42) Ari Nykvist skriver i

”Formaterade Nyheter” utgående från Pfetsch, (Pfetsch 1996 s. 428, 431, 466) att public service tv har börjat sträva efter att ta efter det kommersiella formatet, och i sin tur har de kommersiella programmen börjat närma sig ett mer public service-aktigt innehåll (Nykvist 2011 s.22).

3.2 Tv-nyheterna – en viktig och pålitlig informationskälla

I ”Verklighetsmakarna – En handbok för nyhetskonsumenter” vill Stig Kankkonen i ett tidigt skede ta upp det starka gemensamma intresse som finländare har för nyhetsmedier. Vi vill vara medvetna om hur den verklighet är som vi befinner oss i just nu, och veta vad som är på gång för att kunna hänga med i diskussionerna. Fast vi inte är med och upplever eller ser det som händer direkt, så kan vi genom radio, tidningar och tv få information och också en känsla av vad som är på gång. (Kankkonen 2000 s. 7)

Eftersom nyheterna digitaliserats, har journalisterna och nyhetsskaparna fått en allt större press på sig att hantera materialet på rätt sätt. Det är lätt hänt att informationen förändras under produktionens gång, vilket kan leda till att publiken missförstår budskapet. Med information kommer också alla andra faktorer och skyldigheter: sanningsenlighet, kontrollmöjlighet, lojalitet och en ansvarsfull täckning som är rättvis. (George-Palilonis 2013 s. 94)

I detta skede är det viktigt att nämna att förmedlarna av våra nyheter har ett stort ansvar. För att nyheterna ska komma ut på rätt sätt är de tvungna att följa vissa etiska principer och regler. T.ex. finns det regler i Finland som kallas Finlands Journalistförbunds Journalistregler: ”Reglerna gäller allt journalistiskt arbete.” Reglerna uppdaterades senast i januari 2014. (jfr. Finlands Journalistförbund).

4 TEORI

I följande kapitel har jag tagit fram forskning som pekar på att det finns en skillnad i hur kommersiella program och public service program använder sig av det visuella i nyheter. De kommersiella nyheterna påstås vara bildmässigt mer intressanta, spännande

och fantasifulla. De anses också hålla ett snabbare tempo än vad public service nyheter gör. I min forskning ska jag försöka ta reda på om dessa antaganden stämmer eller inte.

4.1 Public service och de kommersiella tv-nyheternas olikheter

Precis som i Finland, har också det europeiska tv-tittandet under senaste år förändrats mycket. Tidigare hade public service-kanalerna monopol på tittarna, men sedan de kommersiella kanalerna tagit form har det blivit en tävling om vem som har större publik. Journalistiskt uppbyggda program har därmed också fått genomgå en uppdatering för att inte tappa sina tittare. Man vill i allmänhet locka yngre tittare, den så kallade "MTV-generationen", som behöver bild och ljud som **håller tempot uppe** och som är **fantasifullt**. Om publiken inte får det de vill ha, slutar de titta. (jfr. Graham Holm 2007 8) Speciellt producenter av kommersiella tv-kanaler prioriterar att nå en så bred publik som möjligt, och för att göra det försöker de attrahera yngre tittare. BBC News är ett program som kan stå som exempel för det tidigare nämnda påståendet. (Thompson 2004 s. 16)

Rick Thompson skriver också i "Writing for Broadcast Journalists" att för att public service ska få mer publikvänliga och inbjudande tv-nyheter, **behövs en mer intressant produktionsteknik**. Det finns en press hos dessa kanaltyper att utveckla ett mer **aktivt berättande** med hjälp av mer händelser i bild: "More imaginative graphics, more live elements...and so-called walking-talking sequences when the reporter speaks to the camera...while on the move." (Thompson 2004 s. 16-17)

Ett annat exempel på den här trenden kan man hitta i "Slogans of Change – Three Outlooks on Finnish Television Contents" av Minna Alasmaa. Där jämförs innehåll hos olika nyhetsprogram i Finland. I ett av de kommersiella kanalernas nyhetsprogram (åttans nyheter på Nelonen) kunde man se hur **tempot i sändningen var mycket högre** än de andra kanalernas nyhetssändningar. Kortare nyhetsinslag, färre bilder och färre intervjuer. (Alasmaa 2008 s. 208-209)

En allt mer återkommande faktor, som stöd för detta innehåll, är underhållningen. Det kan anses som en kontrast till det mer seriösa. Tv och radio har långsamt börjat

acceptera, att i vissa fall använda sig av mer underhållande delar inom journalistiska program. Den tekniska utvecklingen under 2000-talet har gjort att produktionen av allt journalistiskt innehåll effektiviserats avsevärt. (Conboy 2004 s.187)

Man kunde redan vid starten av tv-nyhetssändningarna konstatera den här skillnaden. År 1946 i Storbritannien så var den nya nyhetsförmedlingen genom televisionen ingen succé. På BBC visste man inte hur man på ett rättvist, och samtidigt intressant och underhållande sätt skulle gå till väga för att kombinationen skulle fungera. Man var långsamma med att förstå hur det gick att använda sig av det visuella materialet i nyhetsberättandet. Detta problem pågick under ca tio år mellan 40- och 50-talet. Man använde sig av nyhetsberättare i tv-rutan, men den enda bild som visades var en bild på Big Ben. Det fanns en rädsla för att utveckla kanalen som var uppbyggd på public service-grunder. I mitten av 1950-talet tog en ny generation av nyhetskanaler form, runt om i världen. För att använda Storbritannien som historiskt exempel, var det ITV (Independent Television), som blev den nya kommersiella verksamheten som fick lyfta upp nyheterna som tv-medium. Till skillnad från BBC, så var de inte rädda för att ta efter den trend som Amerikanska tv-kanaler använde sig av. ”The BBC News was simply not as good, as **exciting** or as **well presented** as the new commercial variant.” Martin Conboy skriver i ”Journalism – a Critical History” om Andrew Crisells (Crisell 1997 s. 92) tidigare påstående om att ITV eller ITN (Independent Television News) fick ett mål att skapa nyheter med innehåll som var mer **intressant, mångsidigt** och mer accepterat på marknaden. För att bättre nå publiken och för att skapa en intressant kontakt till politiska situationer, gjorde man mediet mer **underhållande**. ITN:s politikreporter Robin Day kunde konstatera att den utveckling som hade skett fick BBC:s program att verka **stelt och tråkigt**. (Conboy 2004 s. 197-199)

Senare händelser i England visade på ett nytt tydligt mönster mellan public service och de kommersiella tv-kanalerna, på grund av kommersialiseringen. Det inverkar på tv-nyheternas utveckling. År 1997 i USA började bl.a. Channel 5 sända kommersiella nyheter, och i England började man ta efter den nya stil som presenterades genom nyhetssändningarna. Sändningarna strukturerades om för att fånga en yngre publik, och det kunde man se i bl.a. redigeringens **uppsnabbade takt** och i en **mindre allvarlig** nyhetsförmedling. (Cushion 2012 s.52-53)

4.1.1 Bilden i tv-nyheter – en stark del i helheten

Av alla element som en tv-nyhet består av, är det oftast bilden som är i överläge. ”Bilden vinner alltid.” Bilden och språket är tillsammans starkare än ljudet, men kombinerar man bild och ljud så vinner det över speakertexten. (Marling 1998 s. 65) Det verkar ändå finnas många olika synpunkter på hur bilder används inom journalistiskt uppbyggda program. Det som ett nyhetsmedium förmedlar ska man utnyttja på bästa sätt genom att ge plats åt bilden. Speciellt där den kan visa och berätta mer än det som förmedlas i ord. Men den ska också kunna förmedla informativ fakta, där det behövs och behandlas så att nyhetsbudskapet inte tappar den viktigaste informationen. Det händer lätt om bilderna används på fel sätt. Allt för starka bilder fångar uppmärksamheten hos tittaren på ett sätt som gör att känslorna ta över, och då kan den viktigaste informationen lätt gå förlorad. (jfr. Fichtelius 1997 47-49)

I ”Nyhetsjournalistik” berättar Erik Fichtelius om hur ett nyhetsinslag kommer till. På grund av att nyheter oftast produceras snabbt, så måste man göra snabba val och tidigt bestämma sig för hur man vinklar nyheten. Han specifikt också om bildens funktion: ”I ett kort nyhetsinslag handlar detta inte om några märkvärdigheter eller filmiska konstgrepp.” Enligt honom är det nyhetsreportaget som har en berättande struktur med en tydlig början, mittparti och avslutning. (Fichtelius 1997 s.47) Däremot menar Peter Ward i ”Picture Composition” att nyhetsberättandet bygger på samma struktur som filmberättandet. Filmskapare har lärt sig hur de ska få publiken att hänga med i berättelsen och känna av spänning. Tekniken med att filma och klippa på ett sätt som bygger upp en spännande verklighet, har också avspeglat sig i hur man berättar nyheter. (Ward 1996 s. 132)

I ”Visuell Retorik” tar Anders Karlsson och Thomas Koppfeldt upp fem viktiga punkter som handlar om nyhetsbildens funktion i tidningar och tv-medier. För det första ska en bild **fånga uppmärksamhet** hos nyhetskonsumenten. Bilden ska **dokumentera** det som har hänt, men även **stå som en symbol** för något viktigt, t.ex. genom att visa människor eller andra representativa motiv. För att få grepp om händelsen ska det finnas en väl utvald och sanningsenlig **vinkling**, där bilden i sig kan stöda det verbala

berättandet eller ge en ytterligare bild av situationen. Dessutom har bilden makt att **självständigt berätta** och spegla nyheten. (Carlsson & Koppfeldt 2008 s. 41)

4.2 Bildkomposition: perspektiv och uppfattning

I kapitel 4.1 påstås kommersiella tv-nyheter ha ett livligare, intressantare och mer spännande bildberättande, än om man jämför med public service tv-nyheter. För att kunna utreda om det stämmer, har jag i detta kapitel tagit fram teori om hur en intressant och spännande bildkomposition ser ut. Teorin bygger främst på Peter Wards bok ”Picture Composition”. I underkapitlet har jag gjort en uppställning om hur perspektiv och uppfattning bygger upp den visuella kompositionen. Då jag känner till den intresseväckande kompositionens olika element kan jag analysera och jämföra nyhetsinslagens bilder. I underkapitlet har jag valt ut och utformat sju olika kompositionselement för min analys. Dessa sju element är baserade på litteraturen av Peter Ward, kombinerat med teori från ”The Visual Story” av Bruce Block och ”Sight, Sound, Motion” av Herbert Zettl.

“Composition – the arrangement of all the visual elements within the frame – is at the heart of all visual communication.” Peter Ward inleder boken ”Picture Composition” med det här starka uttrycket. Genom att känna till hur en bildkomposition fungerar kan man hitta det viktigaste som bygger upp en enhetlig bild. Kompositionen är en viktig del av den osynliga teknik som används vid bildskapande. När helheten fungerar som bäst så tänker man inte på hur de tekniska bitarna hänger ihop. Men delarna finns där och de går att peka på, en och en. (Ward 1996 s. 10-11)

Det är bra att komma ihåg att det är många faktorer som spelar en roll för hur en viss bild, har kommit att se ut på ett visst sätt. Det är en kombination av fotografens timing och tanke, tillsammans med det bakomliggande syftet (budskapet) och de tekniska möjligheterna för valet av en viss bild, i en viss situation. Det kan också sammanfattas som en komposition. Det finns olika delar inom bildens ramar som man kan avläsa, och därmed komma fram till om bilden är lyckad eller mindre lyckad. Kompositionen byggs upp enligt hur man **uppfattar** en bild (genom uppfattningsförmåga) och genom **perspektiv** (djupverkan). Hur en bild uppfattas är mycket upp till den som tyder bilden.

Men det handlar också om samspelet mellan olika visuella element som antingen intresserar eller inte, och på vilket sätt de bygger en intressant helhet. Då man pratar om perspektiv för en bild, ser man på de visuella, ofta tekniska val, som finns och de val som slutligen gjorts när bilden tagits. (Ward 1996 s. 11)

Peter Ward är väl medveten om att delarna som han tar upp i sin bok om de visuella elementen inte går att beskrivas helt åtskilt. Det är på grund av att de, på ett eller annat sätt, ständigt påverkar eller bygger på varandra inom den visuella utformningen. Man kan ställa en konkret fråga om innehållets komposition, men den kommer alltid att leda vidare till nya frågor och vinklingar om hur kompositionen fått sin form. Det är också därför alltid bra att vara medveten om bildens kontext, eftersom det är en del av varför en bild ser ut som den gör. (Ward 1996 s. 10-12)

Det finns en skillnad i bilderna som människans ögonpar ser, och det som kameran konstruerar. Summan av ögonens två bilder gör att vi kan se vår tredimensionella värld och uppfatta djup i vår verklighet. Den bild vi ser i verkligheten skiljer sig från den tvådimensionella bilden som förmedlas genom film eller tv. För att konstruera mer djup i en tvådimensionell bild, behöver vi känna till hur perspektiv och uppfattning fungerar i verkligheten. (Block 2008 s. 14-15) Här är några av de viktiga funktioner som Peter Ward tar upp, som kan ge oss en illusion av tredimensionellt djup i bilden:

- **Storleksförhållanden** mellan olika föremål och objekt
- **Linjekonstruktion** i bilden genom olika perspektiv
- Ett föremål som **täcker** ett annat ger uppfattning om avstånd
- **Kamerarörelser** och förändring av synvinkel (objekt och föremål i rörelse)
- Olika **ljusstyrkor** tar fram föremål på olika sätt

(Ward 1996 s. 36).

För att se på en bild utgående från hur den uppfattas måste man ta i beaktan både det som ögat ser och det som kameran konstruerar. Det vi ser med ögat är en subjektiv, tredimensionell bild, där fokuset styrs av den individuella upplevelsen. Det som linsen tar in är aldrig en exakt kopia av verkligheten man sett, utan en bild som man kunnat påverka med många olika variabler, just i ögonblicket för inspelningen. Några av dessa

kompositionsvariabler är: skärpedjup, linshöjd, kameraavstånd, val av synvinkel, placering, valet av bildstorlek, ljusförhållanden och färger. (Ward 1996 s. 26-27)

4.2.1 Sju element som stöder en intressant komposition

1. Flyktpunkt

För att förstå sig på bildens perspektiv kan man börja med att utforska flyktpunkten, ”the vanishing point” och linjerna som dras mot punkten. Flyktpunkten är ett ställe i bilden där ett föremål (t.ex. ett hus eller järnvägsspår) lutande linjer slutar, eller där flera linjer möts. De sammanfallande linjerna kan också leda till en flyktpunkt som hittas utanför bildrutan. Det här beror på hur kameran är placerad. Det är kameralinsens position och höjd som bestämmer om det är frågan om ett en- två- eller trepunktsperspektiv. Ju fler flyktpunkter som finns desto tydligare blir illusionen av djup. Flyktpunkten är den del av bilden som **drar till sig uppmärksamhet**. Det betyder att om man placerar ett objekt på punkten, eller i de fallande linjerna som går mot punkten, så kommer det att fånga tittarens uppmärksamhet. **Det gör att bilden verkar mer intressant**. (jfr. Block 2008 s. 16-26) Då fler parallella linjer dras mot samma punkt **blir bilden mer spännande**. (Ward 1996 s. 48).

2. Betraktningvinkel

När man filmar människor, kan man påverka perspektivet genom att ställa linsen på olika höjd. **En spännande vinkel** är att använda ett vidvinkelobjektiv och placera kameran lågt nere, och tilta upp mot objektet. (Ward 1996 s. 45) Detta kallas även för grodperspektiv (Olson 2001 s. 287). Då kommer horisonten att ligga lägre, och det gör att **intresset hos det vertikala objektet ökar**. Ward tar upp ett exempel från en film där skådepelaren filmats på detta vis, och därför beskrivits som en maktfull person. Dessutom gav det en illusion av att han lutat över åskådaren. Den motsatta effekten får man om man placerar linsen högt uppe och tiltar neråt. Det som anses vara det normala, är att i kompositionen placera horisonten på ögonnivå eller en liten bit under eller över bildens mittpunkt. I tv-produktion, speciellt i studio är det vanligt att hålla linsen på en mer normal d.v.s. i ögonhöjd, där horisonten hålls kring mitten. (Ward 1996 s. 45-46)

3. Linjer

Vertikala och horisontella linjer och riktningar ger olika effekt för hur man uppfattar bilden. Bilder som har en horisontell uppbyggnad anses vara mer avslappnande och ger en trygg känsla, troligtvis på grund av att vi oftast ligger horisontellt när vi sover. Ett vertikalt upplägg i bilden ger ett mer **aktivt och spännande intryck**. Det kan t.ex. handla om olika monument eller höga hus, som för oss kan kännas svåra att greppa. Om man däremot tiltar de horisontella linjerna och får miljön i bilden att luta, så kan man få en aktivitet som är annorlunda. En nyhetsbild där horisonten är snedvriden kan ge ett mindre pålitligt budskap och på ett sätt vara olönsam. För musikvideon och livekonserter kan det däremot stöda den höga energin och bidra till ett **livfullt bildberättande**. (jfr. Zettl 2006 s. 101-102)

4. Storleksrelationer

Genom att aktivt placera objekt eller föremål på olika avstånd från kameran kan man konstruera en illusion av djup, vilket **gör bilden mer intresseväckande**. Storleksrelationerna och bildens djup uppfattas olika då man varierar perspektivet och känner till hur man kan placera objekten. (Block 2008 s. 27-28) Om ett objekt täcks av ett annat objekt eller föremål, skapar det mer djup i bilden än om alla objekt skulle vara placerade på samma avstånd från kameran (Block 2008 s. 51). Ett annat sätt att uppfatta storlek är genom att se på hur de placerade objekten står i relation till horisontlinjen. (Ward 1996 s. 27)

5. Bildstorlekar

Då man berättar med bilder använder man sig av olika bildstorlekar. Herbert Zettl tar upp de fem viktigaste bildstorlekarna: översiktsbild, helbild, halvbild, närbild och extrem närbild. Det finns inga exakta mått för hur man komponerar en viss bildstorlek, men bilderna nedan kan fungera som vägledning. (Zettl 2005 s. 203-204)



11.9 Extreme Long Shot (ELS)



11.10 Long Shot (LS)



11.11 Medium Shot (MS)



11.12 Close-Up (CU)



11.13 Extreme Close-Up (ECU or XCU)

Figur 1. Zettl, Herbert. 2008, *Sight, Sound Motion – Field of View* (s. 226-227)

I en helbild är objektet mindre än i en närbild. När objektet tar upp mer av ytan i bildrutan, får man en uppfattning om att objektet är närmare. Varje tittare uppfattar storlekar i bild på olika sätt. Precis som i verkligheten, när någon är nära, ger en närbild oftast en mer **effektiv och energisk effekt** än t.ex. en översiktsbild eller en helbild. (Zettl 2005 s. 204-205)

6. Dragningskraft i bildrutan

Peter Ward menar att bilden kan förmedla olika typer av visuell spänning, beroende på var föremålet är placerat i bildrutan. Ett ensamt föremål i rörelse dras alltid från eller mot mitten, hörnen eller sidorna i bilden. Om man komponerar en bild och håller föremålet i mitten av bildrutan, finns det ingen dragningskraft som kan **hålla uppe intresset hos tittaren**. Det är viktigt att det finns utrymme framför och ovanför föremålet, så att bilden inte blir för simpel och centrerad. ”This common experience of an awareness of motion of a static visual element with relation to the frame is an intrinsic part of perception.” (Ward 1996 s. 84)

Det går att leka med objektets dragningskraft i bilden genom att komponera objektet intill kanterna i bildrutan. Om det är fråga om en porträtt, t.ex. en intervjusituation, så går det att variera den fria höjden ovanför personens huvud. Om objektet komponerats med litet utrymme ovanför huvudet kan bilden kännas mer trångt. Om objektet däremot har mycket utrymme ovanför huvudet, så kan bilden kännas tung. Någonstans där mitt emellan är det som rekommenderas i en normal komposition. (jfr. Zettl 2005 s. 106)

Att använda sig av sidornas dragningskraft i bildrutan kan i vissa fall vara positivt, och **tillföra mer laddning i kompositionen**. Ett exempel på sådan komposition kan vara en bild på en stort fordon framifrån, där framsidan täcker hela bilden horisontellt, och även kan gå lite utanför bildramen. Det kan ge fordonet en status av att det verkar stort och häftigt. Ett annat exempel är att få människor att verka instängda, om de trängs in mot sidorna i bilden (men här inverkar också sammanhanget i berättelsen). (jfr. Zettl 2005 s. 108)

7. Rörelse

Hur man skapar illusion av rörelse i bilden har alltid varit av intresse för åskådaren (Zettl 2005 s. 247). Man utgår ofta automatiskt från att jämföra ett objekt i relation till en mer stabil bakgrund. På så sätt kan man få en uppfattning av i vilken riktning och hur snabbt objektet eller objekten rör sig. Ibland är det lätt att uppfatta men ibland kan man ha svårt att förstå en rörelse. T.ex. om en kamera filmar ett objekt och följer med i samma hastighet, så kan det bli svårt att uppfatta både hastighet och riktning. Detta

kallas för ”motion paradox”, d.v.s. objektet kan både verka vara stilla och i rörelse samtidigt. (jfr. Zettl 2005 s. 254-255)

Det kan vara en utmaning att hitta en oavbruten fungerande bildkomposition som innehåller rörelse. Det går inte på samma sätt att hitta en absolut struktur i en rörlig bild som i en statisk. Uppfattningen av rörelse i bild är något som oftast anses fånga vår uppmärksamhet. Problemet kan vara att det styr bort vår fokus från det huvudsakliga föremålet, eller personen som vi följer. Bilder med rörelse är mer **attraherande och intressanta** än statiska bilder. (Ward 1996 s. 55-56)

Objektets eller föremålets rörelse kan uppfattas ske i olika riktningar i relation till kamerans position, t.ex. tvärs över bilden eller emot bilden. Då något rörs mot kameran uppfattas rörelsen i bilden öka. Den motsatta effekten uppstår om något rörs bort från kameran. Rörelsen kan också ske enbart med kameran. Den kan åka framåt eller bakåt, åka sidlänges, (höger och vänster) upp och ner eller panorera. **Alla dessa rörelser ger en ökad illusion av djup i bilden.** (Block 2008 s. 28-33)

5 MATERIAL OCH METOD

I det här kapitlet kommer jag att redogöra för min arbetsmetod och det utvalda materialet som jag ska analysera. Jag har valt att göra upp en analys i två delar. Den första analysmetoden är en förenklad version av en kvantitativ innehållsanalys. Genom den metoden ska jag räkna ut tempot i nyhetsinslagen. Den andra analysmetoden är en uppbyggd teori om hur bildkomposition fungerar, då man vill skapa en intressant helhet. I den analysen går jag in på detaljer i kanalinslagens intervjubilder, och jämför sedan de motsvarande intervjubilderna mot varann. Jag kommer också att berätta om hur jag valt att avgränsa mig och varför.

5.1 Materialinsamling och analysmetod

Huvudmetoderna jag valt att använda i min forskning, är en kombination av att analysera det tekniska innehållet och bildkompositionen i 14 inslag, som jag valt ut från

Yle Uutiset och Kymmenen Uutiset. Det är sju inslag från vardera program med samma nyhetsämne, som jag ställer mot varann.

För att få fram de **tempomässiga skillnaderna och likheterna**, använder jag innehållsanalysen som ett verktyg. Gilian Roses "Visual Methodologies" och Åsa Nilssons "Metoder i kommunikationsvetenskap" tar båda upp metoder om tillvägagångssätt för innehållsanalysen, och jag har byggt upp min som en enkel variant.

För att hitta svar på det abstrakta i teorin: **intresse, spänning och fantasifullhet** i det visuella berättandet, gör jag en analys utgående från en konkret teoridel om bildkomposition av Peter Wards "Picture Composition", Herbert Zettls "Light Sound Motion" och Bruce Blocks "The Visual Story". Genom att ställa de motsvarande nyhetsinslagens intervjubilder mot varann och analysera kompositionselementen, kan jag få mer konkreta svar på den abstrakta frågan.

När jag har utfört båda analysdelarna kommer jag att jämföra nyhetsprogrammets inslag med varandra. Då jag jämför nyhetsinslagen kommer jag att se skillnader och likheter i nyhetsprogrammets sätt att uttrycka sig visuellt, genom tempo och bildkomposition.

5.1.1 Val av material

Enligt mina avgränsningar har jag gått genom en hel månads tv-sändning från 1-28 februari 2014. Jag har sparat de inslag som jag behöver för min analys. Det blev sammanlagt 14 stycken inslag, från 14 olika nyhetssändningar. Sju stycken från Yle Uutiset (kl. 20.30) och sju stycken från Kymmenen Uutiset, (kl. 22.00) som behandlar samma nyhetsämnen. Då jag har analyserat materialet, har jag gjort en dubbel kontroll för alla de mätningar jag utfört. Alla inslag är tagna från olika nyhetssändningar, och utgående från de presenterade inslagen i kapitel 5.2 har jag valt ut endast de inslagspar som:

1. Är inhemskt producerade och behandlar samma nyhet i Finland
2. Är publicerade under samma dag
3. Finns med i introduktionen av programmen
4. Möjligtvis introduceras eller avslutas av nyhetsankaret i studion
5. Inte har någon för- eller efterhandsdiskussion, eller intervju

Av alla nyhetsinslag som uppfyllde dessa krav, handlade fyra nyheter om politik, medan ett behandlade ekonomi. Den sjätte nyheten var en politisk skandal, och den sista och sjunde behandlade en mediefråga om materialhantering av en politisk film.

5.1.2 Avgränsning

För att fokus ligger på inslagen i sig, kommer jag inte att ta i beaktande det som sägs och visas i studion. Jag har valt ut nyhetsinslag som inte är bundna av några för- eller efterhandsdiskussioner. Inslag där nyhetsankaret inleder eller avslutar ett inslag, har jag valt att ha med (eftersom det oftast går till så). Jag kommer enbart att fokusera på det visuella berättandet för det ihopklippta inslaget. Jag är medveten om de andra viktiga delarna som bygger upp inslagets helhet, (det journalistiska berättandet, ljud, musik, röster och omgivningsljud) men för att min forskning är inriktad på det visuella kommer jag inte att gå in på de delarna.

I min andra analysdel om komposition, har jag valt ut att endast se på den första intervjubilden i varje inslag. Jag har plockat bort ett av inslagen, (Adoptions-inslaget) eftersom det skiljde sig från mängden. Orsaken till detta var att det inte fanns någon skild intervjudel att tillgå i det inslaget. Endast kommentarer som togs upp på ett fullmäktigemöte.

Jag har valt ut det här materialet för att det är producerat i Finland och för att nyhetsprogrammen har de högsta tittarsiffrorna (se tabell s. 54-55). Teorin som jag byggt upp min undersökning kring, behandlar också de största producenterna av tv-nyheter och nyhetsbilder. På grund av att jag valt ett material som har höga tittarsiffror så är det tillräckligt representativt för att kunna jämföras med tidigare forskning (jfr. Rose i kap. 5.1.3).

5.1.3 Kvantitativ innehållsanalys som metod

Innehållsanalysen tog sin form som metod redan under andra världskriget, där den användes för bl.a. studier om propagandateknik. Med tiden har den utvecklats och blivit allt mer teoretisk, och har använts mycket inom kommunikations - och nyhetsstudier (t.ex. *Content Analysis in Communication Research* (1952) av Bernard Berelson eller *Svenskt TV-utbud* (2008) av Kent Asp). (Nilsson 2010 s. 120-121)

Innehållsanalysen är en systematisk metod som används då man har ett större material som man vill bryta ner och göra mätbart. Beroende på hurudant material man har, grundar sig metoden på att man formulerar om sina forskningsfrågor till variabler eller koder, som man sedan kan använda för att mäta innehållets olika egenskaper. (Nilsson, 2010 s. 120 - 123) I en studie om tv-nyhetsinslag i Finland har Ari Nykvist använt olika metoder, och bl.a. en form av innehållsanalys där han utreder och jämför hur nyhetsinslagens förändring sett ut under en viss tid. Det har han gjort genom att göra utmätningar av bildklippen. I sitt metodkapitel räknar han upp flera olika variabler i materialet som han ska titta på. Där finns bl.a. inslagens längd och bildantal, som han använder för uträkning av tempo. (Nykvist 2011 s. 121-122)

Gillian Rose har i sin bok "Visual Methodologies" skrivit om innehållsanalysen utgående från Lutz och Collins bildbaserade studier. Det som kritiserats är analysmetodens svaghet att behandla bildens betydelse i en bredare kontext. Därför är det viktigt att från början dra en stabil länk till frågorna man vill ha svar på. Man ska även veta hur och varför man väljer ut ett visst material. Att hålla materialet på en representativ nivå, gör att man har ett tydligt utgångsläge för analysen. (jfr. Gillian 2001 s. 56- 57)

Enligt Åsa Nilsson är innehållsanalysens uppgift att klargöra ett bredare mönster och ge en mer helhetlig bild av ett utvalt material. För att sedan gå in på djupet behövs en väl inramad teori som kan stöda vid problemlösningen, eller svara på den väl vinklade frågeställningen. "Idealet är naturligtvis att olika metodologiska angreppsvinklar kompletterar varandra – oavsett om detta sker inom ramen för en och samma undersökning eller ej.". (Nilsson 2010 s. 124-125)

5.1.4 Analysmetod 1: Tempo genom innehållsanalys

I föregående kapitel har jag berättat om den kvantitativa innehållsanalysens metodegenskaper. Jag kommer att göra en liknande analys som Ari Nykvist gjort om tempo av de redigerade bildklippen, men med färre mätvariabler (jfr Nykvist 2011 s. 121-122). I analysen ser jag först på **inslagens längd**. Jag mäter ut den sammanlagda längden för samtliga inslag, skilt hos Yle Uutiset och Kymmenen Uutiset, och räknar ut ett medelvärde för inslagslängden genom att dividera tiden med antalet inslag. Jag räknar **alla skilda bilder** i samtliga inslag (ny bild efter varje klipp) och räknar ut hur många bilder som visas i medeltal per inslag, för vardera nyhetsprogram. För att få en uppfattning om hur länge en bild visas för alla sju inslag på vardera kanal, har jag dividerat inslagens medellängd med bildernas medelantal. Som tillägg, och för att intervjubilderna tas upp i den andra analysen, har jag också räknat ihop antalet **intervjubilder** för samtliga sju program, från vardera program.

5.1.5 Analysmetod 2: Sju element för intressant bildkomposition

I kapitel 4.1 påstås kommersiella nyheter ha ett livligare, intressantare och mer spännande bildberättande, än om man jämför med public service nyheter. För att se om det stämmer så har jag i kapitel 4.2.1 byggt upp en teori om hur en intressant och spännande bildkomposition ser ut, utgående från hur bilden uppfattas och hur perspektivet ser ut. (Teorin bygger på Peter Wards bok "Picture Composition".) Jag har valt ut olika delar utgående från Ward, Block och Zettls litteratur, som var och en beskriver hur en visuell komposition kan uppfattas som intressant. Det resulterade i sju stycken kompositionselement:

1. **Flyktpunkt**
2. **Betraktningvinkel**
3. **Linjer**
4. **Storleksrelationer**
5. **Bildstorlek**
6. **Dragningskraft i bildrutan**
7. **Rörelse**

Punkt 5, som handlar om bildstorlekar, tar jag upp först i jämförelsekapitlet (jfr. kap. 7.1)

Då jag känner till de intresseväckande kompositionsdelarna kan jag plocka ut de intressanta elementen, och sedan göra en jämförelse om nyhetsinslagens bilder i detalj, och på en mer djupgående nivå. Jag har valt att se specifikt på sex intervjubilder från vardera nyhetsprogram. I de nyhetsinslag som jag analyserar har jag valt att se på den **första intervjubilden**, där man i båda nyhetsprogrammen intervjuar **samma objekt**. Det gör jag eftersom jag kommer kunna göra en bättre jämförelse, när utgångsläget är lika. I teoridelarna om bildkomposition, har man alltid dragit paralleller till hur ett objekt eller föremål är placerat i bilden. Därför passar det också att jag ser närmare på just intervjusituationen.

Analysens tillvägagångssätt är att räkna upp hur många av de sex elementen som finns med i den helhetliga kompositionen, för varje enskild intervjubild. Jag kommer också att beskriva strukturen i den rörliga intervjubilden genom de element som jag ser på. Det är bra att ha i medvetande att stillbilden jag valt att visa från intervjun, inte visar lika mycket som händer i det rörliga bildklippet.

De element som stöder bildstorlekar kommer jag att ha med först i jämförelseanalysen. Där jämför jag vilket program som har den tätare bildstorleken.

5.2 Beskrivning av nyhetsinslag och innehållstabell

I denna del presenterar jag de olika inslagsparen, och tar upp det mest väsentliga i nyhetshändelsen. Jag har namngett inslagen, för att kunna använda namnen i senare analysdel. Till denna del hör också tabellen som är uppbyggd med en innehållsanalys (se bilaga s. 56-57). Där kan man hitta kvantitativa uppgifter om inslagen, t.ex. datum, sändningstid, sändningslängd och de mätvärden som analyseras i följande kapitel.

SDP-inslag: Första inslaget är en nyhet om politik. Nyheten berättar om Fackförbundet PRO:s ordförande Antti Rinne, som bekräftar att han ställer upp som ny kandidat i valet av ny ordförande för Socialdemokraterna. I inslaget intervjuas också Jutta Urpilainen,

som för tillfället är ordförande för Socialdemokraterna. Rinne pratar om hur han vill förbättra SDP:s bristande partilinje och att man måste få tillbaka förtroendet av folket. Rinne lägger inte hela skulden på Urpilainen, utan menar att det handlar om att partiet inte jobbar på rätt sätt och att diskussionen inte alltid fungerar. Därför vill han försöka förbättra situationen för bl.a. ekonomin. Urpilainen ser positivt på saken, och tycker att SDP jobbar så bra de kan. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset 2014a)

Sannfinländar-inslag: Andra inslaget är en nyhet om politik, som berättar om att man valt in en ny gruppordförande för Sannfinländarna: Jari Lindström. Han konkurrerade ut Pirkko Rouhonen-Lerner, som tidigare var ordförande för Sannfinländarna. Lindström menar att det behövs förändring, medan Rouhonen-Lerner är nöjd med sin insats och menar att hon nu har tid för annat. Kaj Turunen valdes till andra vice-ordförande, och han poängterar att han inte ställde upp som kandidat detta år, utan istället gav Jari sitt fulla stöd. I slutet nämns att Marja Lohela valdes till första vice-ordförande. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset 2014b)

Kesko-inslag: Tredje inslaget är ekonominyheter, och behandlar en nyhet om att internetbutikerna håller på att ta över varuhusen. Butikskoncernen Kesko äger butikskedjan Anttila, och planerar att lägga ner vart tredje varuhus i Finland. Matti Halmesmäki förklarar om hur inkomsterna har försämrats för varuhusen, och hur användningen av internettjänsterna håller på att öka. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014c) I YLE:s nyheter är även PAM:s rådgivningschef Juha Ojala med i inslaget. Han ger sin åsikt om den rådande situationen och hur arbetarna påverkas (Yle Uutiset 2014c).

Katainen-inslag: Fjärde inslaget är en nyhet om politik där regeringen, med Jyrki Katainen i spetsen, fått utskällning. Statsminister Jyrki Katainen (Samlingspartiet) håller ett tal om regeringens tillvägagångssätt. Han tycker att de ska stå på sig och lösa de mest svåra frågorna för ekonomin inom kort. Näringsminister Jan Vapaavuori (Samlingspartiet) har via medier, uttalat sig om missödet med att man inte lyckats ta mer snabba och konkreta beslut för ekonomin. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014d) I Yle Uutiset intervjuas representanter från Samlingspartiet. (Yle Uutiset 2014d)

Adoptions-inslag: Det femte inslaget är en politiknyhet. I fullmäktige diskuteras den framtida sociala jämlikheten för att ingå könsneutrala äktenskap, samt en sammanhörande fråga om de homosexuellas adoptionsrätt. En samling av åsikter från Sannfinländarna, De Gröna, Samlingspartiet, Socialdemokraterna och Svenska Folkpartiet, som sedan ska avgöra om saken går till vidarebehandling. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset 2014e)

Arhinmäki-inslagen: Den sjätte nyheten handlar om en mindre skandal, eller ett misstag som en politiker gjorde, och fick stå till svars för. Idrotts- och kulturminister Paavo Arhinmäki deltog i det finska ishockeylagets medaljfirande och festade tills han somnade. Han återvände till Finland (tillsammans med idrottarna) från de Olympiska Spelen, och fick ursäkta det oprofessionella beteende som han hade under festligheterna i Sochi. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset 2014f)

Presidentinslagen: Den sjunde nyheten är dels en politiknyhet, dels en kulturnyhet. Det handlar om dokumentärfilmen ”Presidentintekijät” som gjordes under presidentvalet år 2012, där man följer Sauli Niinistö och hans stödgrupp i valkampanjen. Eftersom delar av materialet är känsligt och det innehåller starka kommentarer, har man på Presidentens kansli varit oroliga för att materialet inte ska ha hållits i tryggt förvar. Niinistö själv är inte orolig för det påståendet. I båda inslagen finns material taget från filmen, men endast Yle Uutiset har intervjuat regissören för filmen: Tuukka Temonen. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset 2014g)

6 ANALYS

I det här kapitlet kommer jag att analysera Yle Uutiset och Kymmenen Uutisets inslag och intervjubilder turvíst, utgående från analysmetod 1 och 2.

6.1 Analys om tempo i nyhetsinslag

Den sammanlagda längden för samtliga sju inslag från Yle Uutiset blev 14 minuter och 43 sekunder. Den sammanlagda längden för Kymmenen Uutisets sju inslag blev 11 minuter och 30 sekunder. Medellängden för ett inslag på Yle Uutiset blev därför ca 2

minuter och 6 sekunder långt, medan Kymmenen Uutisets medellängd låg på ca 1 minut och 39 sekunder. Det betyder att Kymmenen Uutisets inslag är 27 sekunder kortare i medeltal. Jag räknade också ut medeltalet för hur länge en bild syns innan man klipper över till nästa. Yle Uutiset använde i genomsnitt 7 sekunder per bild medan Kymmenen Uutiset använde ca 6 sekunder per bild.

Antalet intervjubilder som kanalerna använde sig av i sina inslag skiljde sig också. Yle Uutiset hade sammanlagt 31 bilder, medan Kymmenen Uutiset hade 28 stycken i samtliga sju inslag.

6.2 Analys om intervjubildernas komposition

I den första intervjubilden för Yle Uutiset (SDP-inslaget) kunde man plocka ut **tre av sex** element som stöder det intressanta i kompositionen. Utmärkande för Yle Uutiset är att man använt sig av vertikala linjer i bakgrunden, eftersom det tar fram och stöder objektet. Bakgrundens vertikala och horisontella linjer, gör att man bättre kan uppfatta att väggen leder snett bort från kameran, vilket ger en illusion av djup. Intervjun är gjord i en studio och kamerahöjden och vinkeln är neutral. Placeringen av objektet i bildrutan anses som ganska normal enligt Ward, men ändå mer intresseväckande än om objektet placerats i mitten. I intervjuklipppet gjordes en långsam panorering för att få objektet mer mot kanten av bildrutan. Annan rörelse som finns, är schabloner på tv-monitorn bakom objektets huvud.



Figur 2. Intervjubild från Yle Uutiset – Antti Rinne (Yle Uutiset 2014a)



Figur3. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Antti Rinne (Kymmenen Uutiset 2014a)

I Kymmenen Uutisets intervju fanns **tre av sex** utmärkande element som ger intresse i kompositionen. Objektet är placerat mitt på flyktpunkten. Kameranlinsen är på normal ögonhöjd, men det finns många intressanta linjer som drar mot flyktpunkten och

objektet. Det finns också vertikala linjer i bilden som stöder objektets position, och skapar balans och djup. Kameran är statisk, men den rörelse som finns i bilden kommer från objektet och från bildspelet på tv-monitorernas skärmar, på väggen i bakgrunden.

I Yle Uutiset's andra intervju, (Sannfinländar-inslaget) var **alla sex** intresseväckande element från kompositions-teorin invävda i helheten. Intervjubilden är i konstant förändring, på grund av ständig kamerarörelse och objekt i rörelse. Eftersom kompositionen förändras under tagningen så finns många intressanta element att ta fasta på. Man får en uppfattning av att kameraoperatören blir knuffad, och därför är bilden skakig och ostabil. Det kan man också se på de sneda linjerna i taket och den vertikala vägglinjen, med stor lutning mot höger. En reporter från MTV3 kommer in i bild med sin mikrofon och kameran tiltar ner, så att objektet försvinner ut ur bild. Kameralinsen ligger en aning under ögonhöjd, och kan uppfattas som ett grodperspektiv. Huvudobjektet hålls länge till vänster i bildrutan tills bilden stabiliseras till en mer normal komposition, som liknar Kymmenen Uutiset's föregående intervjukomposition. Namnskylden dyker upp på samma gång som MTV3:s reporter kommer in i bild.



Figur 4. Intervjubild från Yle Uutiset – Pirkko Rouhonen-Lerner (Yle Uutiset 2014b)



Figur 5. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Pirkko Rouhonen-Lerner (Kymmenen Uutiset 2014b)

Det gick att plocka ut **tre av sex** intressanta element i kompositionen för Kymmenen Uutisets inslag. Objektet hittas nästan vid flyktpunkten, men är centerad i mitten av bilden. Kameran är ungefär på ögonhöjd, eller möjligtvis en aning under. Det finns inga andra objekt i bilden, och därför är det svårt att bilda en uppfattning om avståndsrelationer och djup. Kompositionen är densamma men kameran är inte helt statisk, utan gör små rörelser.

I Yle Uutisets tredje inslag (Kesko-inslaget) är intervjubilden ganska tråkig och platt. Det fanns endast **två av sex** element som hjälpte till att göra bilden lite mer intressant. Det är svårt att hitta något element som skulle skapa en illusion av djup. Ett fönster skymtar i bland bakom objektets huvud, och det hjälper att föra fram objektet från bakgrunden. Det är svårt att säga om den sneda linjen uppe till höger är en skugga eller ett lutande tak. Bilden är nästan helt statisk, förutom en minimal panorering som sker mot vänster, och en tiltning ner. Objektet hamnar då ganska lång till höger och ingen fri höjd finns ovanför huvudet. Kameralinsen är en aning under ögonnivå.



Figur 6. Intervjubild från Yle Uutiset – Matti Halmesmäki (Yle Uutiset 2014c)



Figur 7. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Matti Halmesmäki (Kymmenen Uutiset 2014c)

I samma nyhet från Kymmenen Uutiset hittades **ett** enda element som tar fram det intressanta. Den rullande grafikbalken längst ner i bild, samt den knappt märkbara kamerarörelsen ger mer intresse åt bilden, som annars är ganska stel och platt. I Kymmenen Uutisets version finns inga linjer som ger djup, men man kan uppfatta att den blåa bakgrunden sticker ut en aning. Objektet har komponerats till höger sida i

bildrutan, men med en minimal panorering till höger blir placeringen mer normal. Kameralinsen är på ögonnivå.

Yle Uutiset har i Katainen-inslaget komponerat en ganska tät intervjubild, där **fyra av sex** element gick att hitta i kompositionen. Föremålen som rör sig i förgrunden och människorna i bakgrunden, gör att man kan uppfatta ett djup. På det sättet framträder objektet, trots att det är svårt att uppfatta några linjer i miljön. Kameran är under ögonnivå och tiltar upp mot objektet. Det finns en märkbar levande rörelse i kompositionen.



Figur 8. Intervjubild från Yle Uutiset – Jyrki Katainen (Yle Uutiset 2014d)



Figur 9. Intervjubild från *Kymmenen Uutiset* – Jyrki Katainen (*Kymmenen Uutiset* 2014d)

I *Kymmenen Uutiset*s intervju fanns **fem av sex** element som gav mer intresse i bilden. Den har en komposition där objektet befinner sig mitt framför flyktpunkten, vilket enligt Block betyder att bilden blir mer uppseendeväckande. Kameralinsen är lite under ögonnivå och kameran är levande, men rörelserna är knappt märkbara. I bakgrunden finns många människor, på olika ställen. Man kan uppfatta djupet på grund av att människorna verkar ta mindre utrymme då de är längre bort, och de som är närmare tar upp mer plats i bildrutan. De som är närmare kameran täcker också de som är längre bort. Det är flera linjer som drar sig till flyktpunkten, och enligt Block skapar det djup. Man kan också uppfatta vertikala linjer till höger om objektet. Objektet finns i mitten av bildrutan och det finns fritt utrymme runt honom.

I Arhinmäki-inslaget för *Yle Uutiset* hittades **fem av sex** intressanta element. Kameran är i rörelse och bilden känns ostabil. Bilden är ganska tätt inpå objektet, och man använder grodperspektiv. Objektet står nära flyktpunkten, d.v.s. nästan i hörnet. I förgrunden finns mikrofoner som också är i rörelse, och som nu och då täcker objektet. Den öppna dörren gör att man kan uppfatta linjer som leder längre bort, och detta skapar en känsla av djup i bilden.



Figur 10. Intervjubild från Yle Uutiset – Paavo Arhinmäki (Yle Uutiset 2014f)



Figur 11. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Paavo Arhinmäki (Kymmenen Uutiset 2014f)

I motsvarande inslag från Kymmenen Uutiset finns **tre av sex** element som stöder det intressanta i en bildkomposition. Det går att urskilja vertikala linjer, i form av en dörr till höger i bildrutan, men förhållandet mellan objektet och dörren är svårt att tyda. Det är svårt att se hur nära väggen objektet befinner sig. Kameran lever med objektets

rörelser, och betraktningvinkeln är lite under ögonhöjd. En bra sak, som stöder en mer intressant komposition är att objektet inte är komponerat helt i mitten.

I President-inslaget hos Yle Uutiset finns många intresseväckande element att ta fasta på i bilden, totalt **sex** stycken. Det finns flera vertikala och horisontella linjer som går kors och tvärs, som delar upp bilden i olika områden, med olika avstånd. Huvudobjektet, d.v.s. presidenten är placerad mitt i en ”ruta” där avståndet till bakgrunden är längre bort. Det gör att man får en känsla av djup. Linjerna i taket leder också mot bakväggen. Att taket syns så pass bra, beror på att man använder sig av en lägre höjd för kameran och tiltar uppåt. Dessutom rör sig presidenten och kameran följer med rörelserna, det resulterar i att kameran ligger en på sned och bildperspektivet blir en aning lutande. Förutom presidenten, så står också en reporter snett bakom presidenten. Han frågar några frågor, och presidenten är tvungen att ibland vända sig mot reportern. Det finns också rörelse i bakgrunden, från människorna som sitter och går omkring.



Figur 12. Intervjubild från Yle Uutiset – Sauli Niinistö & Pekka Moliis (Yle Uutiset 2014g)



Figur 13. Intervjubild från Kymmenen Uutiset – Sauli Niinistö & Pekka Moliis (Kymmenen Uutiset 2014g)

I nyheten för Kymmenen Uutiset finns det också hela **fem** stycken kompositionselement, som skapar intresse. Det finns en sned konstruktion med linjer som går från vänstra hörnet, ner mot presidenten och försvinner bakom honom. Det betyder att objektet befinner sig på flyktpunkten. Taklinjerna leder också till en annan flyktpunkt som finns bakom objektet. Kameran är på ögonhöjd och man ser lite av taket och golvet. Det händer mycket bakom objektet. Människor rör sig, och eftersom de är mindre och längre bort, kommer objektet tydligt fram. Objektet är centralt placerat och vänder på huvudet ibland, t.ex. när han har kontakt med olika personer som inte syns i bild. Kameran är levande, men håller samma komposition. Det finns inget utrymme ovanför presidentens huvud, och därför anses bildstorleken vara tät, enligt Zettls modell i kapitel 4.2.1.

7 JÄMFÖRELSE OCH RESULTAT

I det här kapitlet kommer jag först att göra en jämförelse om temposkillnaden i inslagen, som baserar sig på innehållsanalysen i tidigare analyskapitel. Jag kommer sedan jämföra vilka nyhetsinslag som har den mest intressanta bildkompositionen, och ta upp exempel. Det sker på basen av tidigare analys om antalet kompositionselement som hittades i intervjubilderna.

7.1 Jämförelseredovisning av material

Kymmenen Uutiset har enligt min analys, kortare nyhetsinslag än Yle Uutiset, och de har också kortare visningstid för varje enskild bild. Dessutom har de färre intervjubilder än Yle Uutiset, men med endast en marginal på tre bilder. Skillnaden är inte så stor, om man tar i beaktande att Kymmenen Uutisets inslag är kortare.

Då man jämför hur många intresseelement som kompositionen byggts upp av, kan man konstatera att Yle Uutiset hade fler element i sina intervjubilder än Kymmenen Uutiset. Här nedan har jag ställt upp en jämförelse för varje enskilt element:

Då man ser på förhållandet mellan objektets placering och **flyktpunktens** position finns det tre bilder i Yle Uutisets inslag som är mer intressanta, och samma antal i Kymmenen Uutiset. Kymmenen Uutiset hade en ”bättre” komposition i SDP-inslaget, Katainen-inslaget och President-inslaget, medan de resterande tre fungerade bättre för Yle Uutiset.

I fråga om val av spännande **bildvinkel** hade Yle Uutiset i fyra av sex fall valt att gå lite under eller över objektets ögonhöjd. Om man jämför vissa bilder fanns det en stor skillnad mellan kanalernas intervjubilder, t.ex. i Sannfinländar-inslaget, där Pirkko Rouhonen-Lerner filmas rejält under normal ögonhöjd. Man har också använt grodperspektiv i Arhinmäki-inslaget och president-inslaget för Yle Uutiset.

Då jag analyserat **linjerna** i intervjubilderna var Yle Uutiset igen överlägsna med att ha en mer intressant bakgrund, i form av olika horisontella och vertikala linjer. I fyra av sex fall kunde man hitta mer omväxlande mönster i bakgrunden. I Sannfinländar-inslaget och Arhinmäki-inslaget för Yle Uutiset betonas den snedvridna bilden mer än i något annat inslag.

Jag valde att inte analysera **storleksrelationerna** i Kesko-inslagen och i SDP-inslagen, på grund av att det i båda bilderna fanns objekt som stod ensamt i bild. YLE Uutiset hade därmed i tre av fyra fall lyckats få en mer intressant komposition än Kymmenen Uutiset, då man enbart såg på storleksrelationer mellan objekten i bilden. Speciellt i Sannfinländar-inslagen var skillnaden mellan programtyperna ganska stor. För Kymmenen Uutisets del var Katainen-inslaget det mest intressanta.

Då jag såg på **bildstorlekar** valde jag bort SDP-inslagen, eftersom de var näst intill identiska. Bildstorlekarna för alla inslag var i genomsnitt inom ramen för en vanlig närbild, men då jag jämförde de små skillnaderna så kunde jag konstatera att Yle Uutiset i tre av fem inslag hade valt en tätare bildstorlek. Närbilder är oftast mer effektiva enligt Bruce Block. Yle Uutiset hade använt en mycket tätare bildstorlek i Sannfinländar-inslaget, Katainen-inslaget och Arhinmäki-inslaget.

I fyra av sex fall hade Yle Uutiset mer spännande bilder då det handlade om ett objekts **dragningskraft** mot kanten, eller placering i bildrutan. Där var det igen inslagen med mer rörelse som lyckades komponera objektet långt till sidan. I Yle Uutiset innehöll Sannfinländar-inslaget och Arhinmäki-inslaget mest dragningskraft.

Då det kom till olika typer av **rörelse** i intervjubilderna blev det jämnt mellan kanalerna. I Kesko-inslaget var båda kanalernas bilder väldigt lika, och innehöll nästan ingen rörelse. Men det som gjorde att Kymmenen Uutisets bild var mer intressant i det inslaget var den nedre grafikbalken, där ”Helsingin Pörssi” rullar fram siffror, och där den rådande ekonomin presenteras. Sannfinländar-inslaget, Arhinmäki-inslaget och President-inslaget hade för Yle Uutiset mer rörelse än många andra inslag. Där var kameran aktiv och levande. Objekten var i alla situationer extra rörliga, och i bakgrunden eller i förgrunden fanns rörelse i form av människor eller mikrofoner.

7.2 Resultat om tempo och komposition i nyhetsinslagen

Jag har tidigare i teoridelen tagit upp påståenden som berättar att kommersiella program och tv-nyheter har ett snabbare tempo i sitt visuella berättande, och att de har mer spännande och intressanta bilder. Frågorna som mitt arbete byggdes upp på var:

Vilken av tv-kanalerna stöder ett tempomässig mer livfullt bildberättande, och hur syns det?

Vilken av kanalerna har visuellt de mest intresseväckande bilderna, och hur ser man det genom intervjubildernas komposition?

Utgående från min innehållsanalys fick jag fram att Kymmenen Uutisets nyhetsinslag hade ett snabbare tempo än Yle Uutisets nyhetsinslag. Inslagen var i allmänhet kortare, och hade snabbare bildklipp och färre intervjubilder.

Då jag studerat och analyserat bildernas olika kompositionselement utgående från min teoretiska bakgrund, kom jag fram till att Yle Uutisets intervjubilder var mer intresseväckande än Kymmenen Uutisets intervjubilder. Yle Uutiset hade i fyra av sex fall, d.v.s. i fyra av sex möjliga intervjubilder, en mer intressant visuell struktur. Det räknade jag ut genom att se vilken av de enskilda bilderna som innehöll flest spännande element, av de samtliga sju elementen. I den kategori som handlade om flyktpunkt och rörelse blev det jämnt mellan kanalerna. Då jag såg på rörelseelementen fick Kymmenen Uutiset ett mer intresseväckande resultat i vissa bilder, på grund av att de i varje inslag har en rullande informationsbalk längst ner i bildrutan.

8 DISKUSSION OCH REFLEKTION

I det här kapitlet knyter jag ihop helheten genom att se på hur arbetet motsvarar mitt syfte. Jag gör en diskussion kring forskningsmetodernas starka och svaga sidor och till sist gör jag en reflektion om arbetet från min eget perspektiv.

8.1 Slutsats: syfte och helhet

Efter jämförelsen av min innehållsanalys och analys om intervjubilderna kan jag nu konstatera att påståendet om de kommersiella nyhetsprogrammets visuella utformning, till viss del stämmer. Jag kan framhålla att nyhetsinslagens bildflöde för Kymmenen Uutisets del har ett snabbare tempo än Yle Uutisets nyheter. Däremot har Yle Uutiset mer spännande och intressanta bilder, än Kymmenen Uutiset har.

För övrigt kan jag notera att nyhetsinslagen liknar varandra väldigt mycket, om jämför dem som en visuell helhet, utan någon mer detaljerad analys. Som ett utökad svar på min frågeställning har jag noterat att kanalerna tar efter varandras visuella stil, precis som det sades i påståendet av Pfetsch (se kap. 3.1.3). Det märkte jag speciellt i analysen om intervjubildernas komposition, då jag gick in i varje enskild bild från vardera kanal. Jag märkte det också då jag studerade resten av materialet. Tidigare forskning har en viss

bild av ett kommersiellt material, och i min forskning har jag tvärt emot det, hittat just de egenskaperna hos en public service kanal. Det tyder på att bildens berättande är ombytligt och ständigt uppdateras hos kanalerna.

Som resultat anser jag att min forskning har en jämn och balanserad helhet, där alla delar bygger på varandra. Min frågeställning bygger på teorin, och den kunde lösas och förklaras genom mina analysmetoder, som är anpassade för rörliga bilder. Jag anser att genom valet av mina två analysmetoder, samt stödet från stillbilder (figurer) och tabeller, har jag lyckats med min undersökning. Jag har lyckats genomföra det huvudsakliga syftet med arbetet. Jag känner nu till hur tidigare forskning har sett ut och ser ut för public service och kommersiellt nyhetsmaterial för tv. Genom undersökningen har jag fått specialkunskap om hur dessa två kanalformer presenterar sitt bildmaterial i Finland idag. Nyheterna är i ständig rörelse, och bildernas betydelse är väldigt ombytliga och omväxlande genom tiden.

8.2 Utvärdering av forskningsmetod

Tanken från början var att fokusera på bilder inom nyheter, och att kunna svara på frågeställningen genom en pålitlig analysmetod. Det var en utmaning för mig att hitta de rätta metoderna först, eftersom ett visuellt material kan undersökas på så många olika sätt. Det viktigaste var att utgå från båda kanalernas material, och sedan hålla sig till en noga avgränsad del med teorin som utgångspunkt. I det skede som jag hittade fler liknande påståenden om skillnader mellan public service och kommersiella kanalers användning av bilder, blev det genast lättare att hitta specifika bildanalysmetoder. Eftersom påståendena av bl.a. Holm och Conboy var uppdelade i två olika sätt att se på bilden; dels genom **bildens tempo** och dels genom ett **intressant och fantasifullt berättande**, så hittade jag passande analyser till båda delarna.

Innehållsanalysen gjorde det enkelt för mig att ta tag i det konkreta materialet, och få en enhetlig bild av kanalernas tidsanvändning för materialet. I en mer utförlig analys skulle man kanske ha tagit fram ännu fler mätbara variabler, men eftersom jag så tydligt vinklade min frågeställning gick det att få fram tillräckligt med information av de faktorer som jag mätte.

Den andra metoden behandlade bildens komposition genom uppfattning och perspektiv. Jag visste att jag ville utforska materialet mer på djupet och enligt Åsa Nilsson skulle innehållsanalysen kompletteras med en annan typ av metod, som kunde gå mer in på djupet. Det gjorde denna analys, och genom att gå genom del för del, kunde jag sedan lätt jämföra de motsatta bildernas svagheter och styrkor. Strukturen var inte klar från början, den behövde bearbetas. Genom att söka efter intressanta eller spännande kompositionselement i litteratur av bl.a. Peter Ward, kunde jag välja ut delarna som motsvarade det jag sökte.

En bildanalys av rörliga bilder på film eller tv, är tidskrävande eftersom man analyserar en levande bild som förändras under tiden. Trots att intervjubilden oftast är statisk, så händer det alltid något. Därför krävdes det också en noggrann avgränsning för mitt material.

8.3 Egna reflektioner av arbetet

I forskningssyfte har jag lärt mig hantera ett stort material, genom att avgränsa mig till endast det som syftet har varit, nämligen: bildmaterialet. Det som förvånade mig var att analysen och jämförelsen gav ett delat resultat. Trots att den kommersiella kanalen hade ett snabbare tempo, så hade public service lyckats bättre med en spännande komposition. Därför har jag nu insett betydelsen av att kombinera flera forskningsmetoder och därmed vara kritisk till den medievärld som vi ständigt omges av.

Det som var mest tidskrävande var att titta genom en hel månads nyhetssändning, för att få ut ett avgränsat material. Det tog också mycket tid att göra den kvantitativa innehållsanalysen, eftersom jag flera gånger måste kontrollera att jag räknade rätt. Fast fördelen med innehållsanalysen är att man har ett konkret arbetssätt, som ger en stabil grund för en bildanalys som denna.

Att gå genom den här forskningsprocessen har gett mig många bra, praktiska insikter i hur man kan tänka och göra då man arbetar med bildkomposition. Jag har fått en bättre

uppfattning om hur man kan använda sig av bilder i tv-nyheter, och speciellt hur lika och olika bildernas berättande kan vara vinklade, i nyheter som handlar om samma sak. Jag förstår mig på de många faktorer, som en visuell berättelse påverkas av. Genom att dra paralleller mellan teori och analys har jag lärt mig vad som väcker uppmärksamhet i en bild. Om man vill ha publik så ska man vara modig att leka med t.ex. linjer, vinklar, rörelse och objektrelationer. För fotografen har en egen makt att påverka det slutliga resultatet.

KÄLLOR

Böcker

Alasmaa, Minna. 2008. *Slogans of Change. Three Outlooks on Finnish Television Contents*, Helsinki: University of Helsinki, 430 s.

Block, Bruce. 2008, *The Visual Story*, 2 uppl., Oxford: Elsevier Inc, 297 s.

Carlsson, Anders & Koppfeldt Thomas. 2008, *Visuell Retorik – Bilden i reklam, nyheter och livsstilsmedia*, Malmö: Liber AB, 192 s.

Fichtelius, Erik. 1997, *Nyhetsjournalistik – tio gyllene regler*, 1:3 uppl., Stockholm: Sveriges Utbildningsradio AB, 128 s.

Hjarvard, Stig. 1999, *Tv-nyheter i konkurrence*, Frederiksberg: Förlaget Samfundslitteratur, 272 s.

George-Palilonis, Jennifer. 2013, *The multimedia journalist*, Oxford: Oxford University Press, 278 s.

Graham Holm, Nancy. 2007, *Fascination – Viewer Friendly TV Journalism*, Århus: House Ajour, 158 s.

Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo. 1996, Konvergens och mångfald i de finska TV-kanalerna. I: U. Carlsson, red. *Nordisk forskning om public service*, Göteborg: Nordicom, 272 s.

Kankkonen, Stig. 2000, *Verklighetsmakarna – En handbok för nyhetskonsumenter*, Shilts Förlags AB, 214 s.

Marling, Eva. 1998, *Nyhetsjournalistik i TV- en handbok*, Nora: Nya Doxa, 125 s.

Nilsson, Åsa. 2010, Kvantitativ innehållsanalys. I: M. Ekström & L. Larsson, red. *Metoder I kommunikationsvetenskap*, 2 uppl., 339 s.

Nykvist, Ari. 2011, *Formaterade Nyheter*, Åbo: Åbo Akademis Förlag, 271 s.

Rose, Gillian. 2001, *Visual Methodologies*, 1 uppl., London: Sage Publications Ltd., 229 s.

Ward, Peter. 2003, *Picture Composition*, 2 uppl., Oxford: Elsevier Ltd., 261 s.

Zettl, Herbert. 2005, *Sight, sound, motion – applied media aesthetics*, 5 uppl., Belmont: Thomson Higher Education, 422 s.

Böcker från internet

Conboy, Martin, 2004. *Journalism – a Critical History*, 2 uppl., Sage Publications Ltd.
Tillgänglig: Google Books. Hämtad: 29.3.2014

Cushion, Stephen, 2012. *Television Journalism*, London: Sage Publications Ltd.
Tillgänglig: Google Books. Hämtad: 29.3.2014

Olson, Kristin, 2001. *Att göra TVprogram*, Stockholm: Ordfront förlag Tillgänglig:
Google Books. Hämtad: 7.4.2014

Thompson, Rick. 2004. *Writing for Broadcast journalists*, New York: Routledge.
Tillgänglig: Google Books. Hämtad: 11.4.2014

Zettl, Herbert, 2008. *Sight, Sound Motion - Applied media aesthetics*, 7 uppl., Boston:
Wadsworth Cengage Learning. Tillgänglig: Google Books. Hämtad: 7.4.2014

Internetmaterial

Finlands Journalistregler. 2014 [www] Tillgänglig:

<http://www.journalistiliitto.fi/se/spelregler/journalistreglerna/>

Hämtad: 9.2.2014

Finnpanel. 2014, Finnpanel [www] Tillgänglig: <http://www.finnpanel.fi/se/>

Hämtad: 26.4.2014

Finnpanel. 2014, TV-Mätarundersökningen – resultat (MTV3) [www] Tillgänglig:

<http://www.finnpanel.fi/se/tulokset/tv/vuosi/top/2013/mtv3.html>

Hämtad: 9.4.2014

Finnpanel. 2014, TV-Mätarundersökningen – resultat (YLE TV1) [www] Tillgänglig:

<http://www.finnpanel.fi/se/tulokset/tv/vuosi/top/2013/yle1.html>

Hämtad: 9.4.2014

Kommunikationsministeriet. 2014, Rapport: Nu avgörs det inhemska inslaget på tv-marknaden [www] Tillgänglig: <http://www.lvm.fi/pressmeddelande/820199/rapport-nu-avgors-det-inhemska-inslaget-po-tv-marknaden>

Publicerad: 12.2.2008

Hämtad: 22.2.2014

MTV3. 2014, Katso MTV:n historiaa kuvina [www] Tillgänglig:

<http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/katso-mtv-n-historiaa-kuvina/2371408>

Publicerad: 13.11.2013

Hämtad: 7.2.2014

MTV3. 2014, MTV uudistuu huomenna – Uusi ilme alkaa Seitsemän Uutisista [www]

Tillgänglig: <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/mtv-uudistuu-huomenna---uusi-ilme-alkaa-seitseman-uutisista/2371382>

Publicerad: 2.11.2013

Hämtad: 2.5.2014

MTV3. 2014, Pienestä tv-yhtiöstä monipuoliseksi mediataloksi [www] Tillgänglig:

<http://www.mtv.fi/yritys/historia/mtv/>

Senast uppdaterad:

Hämtad: 7.2.2014

YLE. 2014, Nytt utseende och ny studio för Yle Nyheter och Yle Sporten [www]

Tillgänglig: <http://yle.fi/yleisradio/om-yle/aktuellt/nytt-utseende-och-ny-studio-yle-nyheter-och-yle-sporten>

Senast uppdaterad: 6.2.2013

Hämtad: 7.2.2014

YLE. 2014, Vi ser på tv tre timmar per dag [www] Tillgänglig:

<http://svenska.yle.fi/artikel/2014/01/23/vi-ser-pa-tv-tre-timmar-dag>

Publicerad: 23.1.2014

Hämtad: 9.4.2014

YLE. 2014, Yleinen Historia [www] Tillgänglig: <http://yle.fi/yleisradio/ylen-historia>

Hämtad: 7.2.2014

YLE. 1999, Ylen TV-utiset täyttää 40 vuotta

[www] Tillgänglig: http://yle.fi/uutiset/ylen_tv-utiset_tayttaa_40_vuotta/5176681

Senast uppdaterad: 22.5.2012

Hämtad: 10.2.2014

Tv-Program

Kymmenen Uutiset. 2014a, MTV3, producent: Päivi Anttikoski 1.2

Kymmenen Uutiset. 2014b, MTV3, producent: Päivi Anttikoski 3.2

Kymmenen Uutiset. 2014c, MTV3, producent: Päivi Anttikoski 4.2

Kymmenen Uutiset. 2014d, MTV3, producent: Päivi Anttikoski 8.2

Kymmenen Uutiset. 2014e, MTV3, producent: Päivi Anttikoski 20.2
Kymmenen Uutiset. 2014f, MTV3, producent: Päivi Anttikoski 20.2
Kymmenen Uutiset. 2014g, MTV3, producent: Päivi Anttikoski 24.2

Yle Uutiset. 2014a, YLE TV1, producent: Ahti Kaario 1.2
Yle Uutiset. 2014b, YLE TV1, producent: Ahti Kaario 3.2
Yle Uutiset. 2014c, YLE TV1, producent: Ahti Kaario 4.2
Yle Uutiset. 2014d, YLE TV1, producent: Ahti Kaario 8.2
Yle Uutiset. 2014e, YLE TV1, producent: Ahti Kaario 20.2
Yle Uutiset. 2014f, YLE TV1, producent: Ahti Kaario 24.2
Yle Uutiset. 2014g, YLE TV1, producent: Ahti Kaario 25.2

BILAGOR

Tabell 1. Mest sedda program på YLE TV1, år 2013 (Finnpanel)

Yle TV1

År 2013

Föregående år

Målgrupp: 10–99 år

Befolkning: 4 780 000

| # | Program | Dag | Kl. | Rating | Andel | Rating om 7 dagar | Programmets räckvidd |
|-----|--|-----|------------------|--------|-------|-------------------|----------------------|
| 1. | Yle Uutiset | fr | 6.12.2013 20:30 | 41 % | 77 % | 1 980 000 | 2 008 000 |
| 2. | Itsenäisyyspäivän juhlavastaanotto | fr | 6.12.2013 18:34 | 41 % | 80 % | 1 947 000 | 2 654 000 |
| 3. | Yle Uutiset | fr | 6.12.2013 18:30 | 39 % | 80 % | 1 871 000 | 1 830 000 |
| 4. | Itsenäisyyspäivän jatkot | fr | 6.12.2013 21:31 | 28 % | 59 % | 1 347 000 | 2 053 000 |
| 5. | Suomen Turku julistaa joulurauhan | ti | 24.12.2013 11:55 | 25 % | 70 % | 1 200 000 | 1 336 000 |
| 6. | Yle TV1:n Itsenäisyyspäivä | fr | 6.12.2013 17:10 | 21 % | 66 % | 1 025 000 | 1 007 000 |
| 7. | Urheiluruutu | sö | 13.1.2013 20:45 | 20 % | 44 % | 961 000 | 1 237 000 |
| 8. | Yle Uutiset | fr | 6.12.2013 17:00 | 20 % | 66 % | 949 000 | 988 000 |
| 9. | Tangomarkkinat 2013: Kuningasfinaali | lö | 13.7.2013 21:00 | 20 % | 58 % | 945 000 | 1 397 000 |
| 10. | Tangomarkkinat 2013: Kuningatarfinaali | to | 11.7.2013 21:00 | 18 % | 50 % | 870 000 | 1 299 000 |
| 11. | Kotikatsomo: Havukka-ahon ajattelija (S) | sö | 1.9.2013 21:05 | 17 % | 40 % | 818 000 | 1 125 000 |
| 12. | Uutisvuoto | lö | 13.4.2013 21:30 | 17 % | 39 % | 815 000 | 957 000 |
| 13. | Prinsessa Madeleinein häät | lö | 8.6.2013 16:35 | 17 % | 73 % | 810 000 | 1 154 000 |
| 14. | Yle Uutiset | lö | 8.6.2013 18:00 | 16 % | 69 % | 780 000 | 776 000 |
| 15. | Rouva Presidentti (S) | ti | 1.1.2013 19:00 | 16 % | 38 % | 774 000 | 1 256 000 |
| 16. | Yle Uutiset viittomakielellä | fr | 6.12.2013 16:55 | 16 % | 58 % | 769 000 | 760 000 |
| 17. | A-studio: Talk | to | 14.11.2013 21:05 | 16 % | 38 % | 764 000 | 1 123 000 |
| 18. | Yle Uutiset, ylimääräinen uutislähetys | to | 9.5.2013 21:00 | 16 % | 34 % | 755 000 | 1 027 000 |
| 19. | Yle Uutiset sää | fr | 27.12.2013 18:25 | 16 % | 51 % | 751 000 | 716 000 |
| 20. | MOT: Postia veroparatiisista | må | 8.4.2013 20:00 | 15 % | 34 % | 735 000 | 911 000 |

Tabell 2. Mest sedda program på MTV3, år 2013 (Finnpanel)

MTV3

År 2013

Föregående år

Målgrupp: 10–99 år

Befolkning: 4 780 000

| # | Program | Dag | Kl. | Rating | Andel | Rating om 7 dagar | Programmets räckvidd |
|-----|--|-----|------------------|--------|-------|-------------------|----------------------|
| 1. | Putous | lö | 23.2.2013 19:29 | 30 % | 55 % | 1 432 000 | 2 008 000 |
| 2. | Jääkiekon MM-kisat: Venäjä - Suomi: Venäjä - Suomi | fr | 10.5.2013 21:53 | 29 % | 61 % | 1 379 000 | 1 813 000 |
| 3. | Jääkiekon MM-kisat: Latvia - Suomi: Latvia - Suomi | ti | 14.5.2013 21:00 | 28 % | 55 % | 1 331 000 | 1 692 000 |
| 4. | Jääkiekon MM-kisat: Pronssiottelu: Pronssiottelu / | sö | 19.5.2013 18:26 | 26 % | 63 % | 1 249 000 | 1 719 000 |
| 5. | Kymmenen Uutiset | ti | 14.5.2013 21:44 | 26 % | 54 % | 1 242 000 | 1 258 000 |
| 6. | Jääkiekon MM-kisat: Puolivälierä / Suomi - Slovaki | to | 16.5.2013 20:00 | 26 % | 55 % | 1 232 000 | 1 771 000 |
| 7. | Jääkiekon MM-kisat: USA - Suomi: USA - Suomi erä 2 | on | 8.5.2013 20:57 | 26 % | 50 % | 1 226 000 | 1 500 000 |
| 8. | Jääkiekon MM-kisat: Suomi - Ranska: Suomi - Ranska | må | 6.5.2013 20:57 | 25 % | 50 % | 1 195 000 | 1 560 000 |
| 9. | Jääkiekon MM-kisat: Suomi - Saksa: Suomi - Saksa e | fr | 3.5.2013 21:46 | 25 % | 54 % | 1 188 000 | 1 588 000 |
| 10. | Jääkiekon MM-kisat: Suomi - Slovakia: Suomi - Slov | lö | 4.5.2013 20:58 | 24 % | 49 % | 1 150 000 | 1 478 000 |
| 11. | Tanssii Tähtien Kanssa | sö | 17.11.2013 19:10 | 24 % | 52 % | 1 145 000 | 1 702 000 |
| 12. | Jääkiekon MM-kisat: Välierä / Suomi - Ruotsi: Väli | lö | 18.5.2013 16:45 | 24 % | 66 % | 1 125 000 | 1 403 000 |
| 13. | Jääkiekon MM-kisat: Suomi - Itävalta: Suomi - Itäv | lö | 11.5.2013 17:45 | 20 % | 60 % | 954 000 | 1 345 000 |
| 14. | Seitsemän Uutiset | to | 16.5.2013 19:07 | 20 % | 56 % | 940 000 | 966 000 |
| 15. | Jääkiekon MM-kisat: Finaaliottelu: Finaali / Sveit | sö | 19.5.2013 21:14 | 19 % | 44 % | 916 000 | 1 493 000 |
| 16. | Salatut elämät | må | 11.11.2013 19:31 | 19 % | 48 % | 911 000 | 1 151 000 |
| 17. | Maajussille morsian | sö | 11.8.2013 20:59 | 17 % | 39 % | 797 000 | 1 152 000 |
| 18. | Putous-UNICEF | lö | 2.3.2013 19:29 | 17 % | 38 % | 796 000 | 1 242 000 |
| 19. | Idols LIVE | to | 17.10.2013 20:05 | 15 % | 34 % | 735 000 | 1 318 000 |
| 20. | Selviytyjät Suomi | to | 21.2.2013 20:03 | 15 % | 33 % | 708 000 | 1 114 000 |

Tabell 3. SDP-inslagets innehållstabell för analys av tempo. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014a)

| | | |
|-----------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Tv-kanal | MTV3 - Kymmenen Uutiset | YLE TV1 - Yle Uutiset |
| Datum/Tid | 1.2.2014 / 22:00 | 1.2.2014 / 20:30 |
| Orginalnamn | Rinne hastaa puheenjohtajan | Rinne: SDP:n linja on hukassa |
| Nyhetstyp | Inrikes: politik | Inrikes: politik |
| Inslagets längd | 1.40 | 2.06 |
| Bilder | 16 | 16 |
| Sek./bild | 6,25 sek./bild | 7,875 sek./bild |
| Intervjubilder | 4 | 3 |

Tabell 4. Sannfinländar-inslagets innehållstabell för analys av tempo. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014b)

| | | |
|-----------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| Tv-kanal | MTV3 - Kymmenen Uutiset | YLE TV1 - Yle Uutiset |
| Datum/Tid | 3.2.2014 / 22:00 | 3.2.2014 / 20:30 |
| Orginalnamn | Kansanedustajat jälleen töihin | Hävinnyt Ruohonen-Lerner: Myyräntyötä |
| Nyhetstyp | Inrikes: politik | Inrikes: politik |
| Inslagets längd | 1.47 | 2.06 |
| Bilder | 16 | 14 |
| Sek./bild | 6,6875 sek./bild | 9 sek./bild |
| Intervjubilder | 6 | 4 |

Tabell 5. Kesko-inslagets innehållstabell för analys av tempo. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014c)

| | | |
|-----------------|----------------------------------|------------------------------|
| Tv-kanal | MTV3 - Kymmenen Uutiset | YLE TV1 - Yle Uutiset |
| Datum/Tid | 4.2.2014 / 22:00 | 4.2.2014 / 20:30 |
| Orginalnamn | Verkkokauppa syö kivijalkakaupat | Yhtiö panostaa nettikauppaan |
| Nyhetstyp | Inrikes: ekonomi | Inrikes: ekonomi |
| Inslagets längd | 1.46 | 1.53 |
| Bilder | 14 | 18 |
| Sek./bild | 7,57142857 sek./bild | 6,27777778 sek./bild |
| Intervjubilder | 4 | 3 |

Tabell 6. Katainen-inslagets innehållstabell för analys av tempo. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014d)

| | | |
|-----------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Tv-kanal | MTV3 - Kymmenen Uutiset | YLE TV1 - Yle Uutiset |
| Datum/Tid | 8.2.2014 / 22:00 | 8.2.2014 / 20:30 |
| Orginalnamn | Katainen lupaa päätöksiä pian | ”Ratkaisut tuovat uskottavuutta” |
| Nyhetstyp | Inrikes: politik | Inrikes: politik |
| Inslagets längd | 1.33 | 2.01 |
| Bilder | 18 | 18 |
| Sek./bild | 5,16666667 sek./bild | 6,72222222 sek./bild |
| Intervjubilider | 4 | 6 |

Tabell 7. Adoptions-inslagets innehållstabell för analys av tempo. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014e)

| | | |
|-----------------|-----------------------------|--------------------------------|
| Tv-kanal | MTV3 - Kymmenen Uutiset | YLE TV1 - Yle Uutiset |
| Datum/Tid | 20.2.2014 / 22:00 | 20.2.2014 / 20:30 |
| Orginalnamn | Kansalaisaloite käsittelyyn | Kansalaisaloite voi mennä läpi |
| Nyhetstyp | Inrikes: politik | Inrikes: politik |
| Inslagets längd | 2.02 | 2.07 |
| Bilder | 15 | 21 |
| Sek./bild | 8,13333333 sek./bild | 6,04761905 sek./bild |
| Intervjubilider | 4 | 8 |

Tabell 8. Arhinmäki-inslagets innehållstabell för analys av tempo. (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014f)

| | | |
|-----------------|-------------------------|---|
| Tv-kanal | MTV3 - Kymmenen Uutiset | YLE TV1 - Yle Uutiset |
| Datum/Tid | 24.1.2014 /22:00 | 24.1.2014 / 20:30 |
| Orginalnamn | Sammui pöytään | Arhinmäki Leijona-juhlista: Liian pitkälle meni |
| Nyhetstyp | Inrikes: skandal | Inrikes: skandal |
| Inslagets längd | 1.16 | 1.59 |
| Bilder | 12 | 14 |
| Sek./bild | 6,33333333 sek./bild | 8,5 sek./bild |
| Intervjubilider | 4 | 4 |

Tabell 9. President-inslagets innehållstabell för analys av tempo (Kymmenen Uutiset & Yle Uutiset, 2014g)

| | | |
|-----------------|----------------------------------|--|
| Tv-kanal | MTV3 - Kymmenen Uutiset | YLE TV1 - Yle Uutiset |
| Datum/Tid | 25.1.2014 / 22:00 | 25.1.2014 / 20:30 |
| Orginalnamn | Kiista materiaalin säilytyksestä | Presidentti Niinistö: Luotan siihen mitä sovittu |
| Nyhetstyp | Inrikes: politik/kultur | Inrikes: politik/kultur |
| Inslagets längd | 1.26 | 2.31 |
| Bilder | 31 | 29 |
| Sek./bild | 2,77419355 sek./bild | 5,20689655 sek./bild |
| Intervjubilider | 2 | 3 |

