

## Att analysera bilder

Det finns flera metoder och teorier att använda sig av när man ska analysera bilder. Själva begreppet bildanalys kan ses som en sammanfattande benämning, oavsett vilken metod man använder för att tolka, förstå och beskriva bilder.

### Semiotisk analys

Den moderna bildanalysen har sin grund i semiotiken, studiet av tecken och teckensystem och av hur man tyder och tolkar tecken. Den omfattar alla typer av tecken: visuella, verbala, musikaliska och arkitektoniska.

Semiotiken delar in tecknen i tre typer: ikon, index och symbol.

**Ikon** står för en avbildning eller bild som motsvarar verkligheten, till exempel en bild, en skulptur eller rollfigurer i en teaterföreställning.

**Index** står för en betydelse som uppstår ur ett samband mellan två företeelser, till exempel avtryck av kattassar, fimpar på marken.

**Symbol** står för något närvarande som representerar något frånvarande, tecken som representerar något annat än sig självt, till exempel: bokstäver och siffror.

Man läser en bild på två nivåer:

**Det plastiska skiktet** – Färg och form. Här tittar man på hur kompositionen är uppbyggd, vilka former och färger som dominerar och vilken betydelse det eventuellt har för hur man tolkar bilden.

**Det ikoniska skiktet** – Vad man läser ut av bilden. Här tittar man på helheten och de elementen och ser hur de relaterar till varandra och vilken betydelse samspelet dem emellan kan ge för tolkningen av helheten.

Inom bildsemiotiken delar man också in tecken och medier i tre olika kategorier – konstruktion, funktion och spridning:

- hur bilden är konstruerad, fotografi, akvarell, teckning eller annat?
- vilken funktion, reklam, konst, information eller annat?
- hur bilden sprids, annons, på nätet, affisch eller på annat sätt?

## Denotation, konnotation och privata associationer

Om flera personer samtidigt tittar på en bild och sedan ska tala om vad de har sett kommer de med all säkerhet alla att berätta olika saker. En och samma bild är inte samma bild för alla. Det beror på att man tolkar, värderar och relaterar utifrån olika bakgrund, erfarenheter och kunskaper. De begrepp man kan använda sig av när man börjar analysera en bild är denotation, konnotation och privata kulturella associationer.

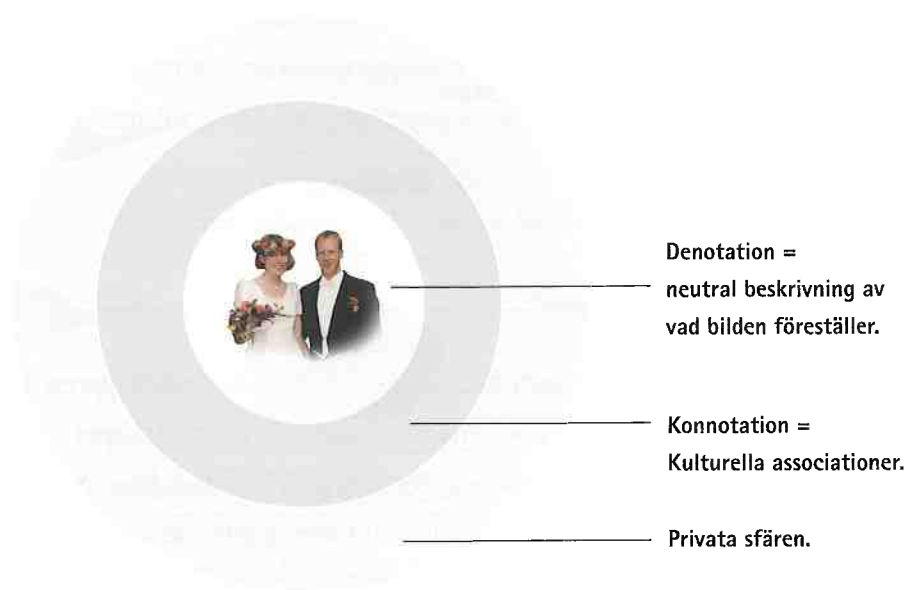


**Denotation** avser det som syns och kan beskrivas, bildens grundbetydelse. Titta till exempel på bröllopsfotot: Ett brudpar – en brud med blomsterkrans på huvudet i vit klänning och en brudgum i frack. Det är vad alla ser som tittar på bilden och är överens om att bilden föreställer.

**Konnotation** avser bildens bibetydelse. En alternativ benämning på konnotation är ”kulturell association”. Man avser därmed associationer som är gemensamma för en grupp, många som delar gemensamma erfarenheter och värderingar. Bröllopsfotot konnoterar ungdom, fest, förväntan och en sommardag.

**Privata associationer** är man är ensam om. I fallet med brudfotot kan man till exempel vara syster eller pappa till bruden. De två associerar inte på samma sätt till bilden på den privata nivån

Gränsdragningen mellan den gemensamma och den privata tolkningen av en bild är flytande. Men ju tydligare man kan göra den, desto mer strukturerat man kan tala om en bild, desto mer får man ut av analysen.



## Kontext

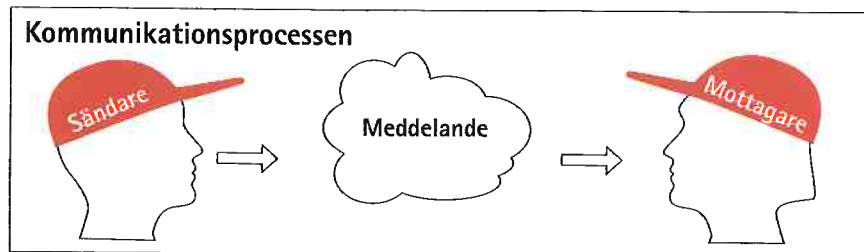
Det finns skillnader på hur en bild betraktas och tolkas om den hänger på ett museum eller om samma bild förekommer i ett inslag i ett nyhetsreportage i TV. Detta är vad man kallar kontext, det sammanhang och den miljö man där möter bilden. Det påverkar tolkningen av bilden. Kontexten påverkar betraktarens uppfattning av bilden.

## Sändare, mottagare och meddelande

Arbetar man professionellt med bilder, som på en tidningsredaktion, måste man ha fokus på dem som ska läsa tidningen och i vilket sammanhang bilden ska ingå, inte välja bilder utifrån de privata associationerna.

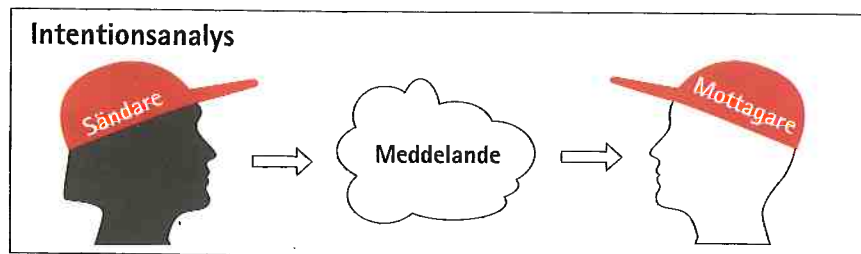
Med andra ord måste man vara medveten om sin roll och sina möjligheter när man ska föra ut ett budskap via någon typ av medium till andra människor.

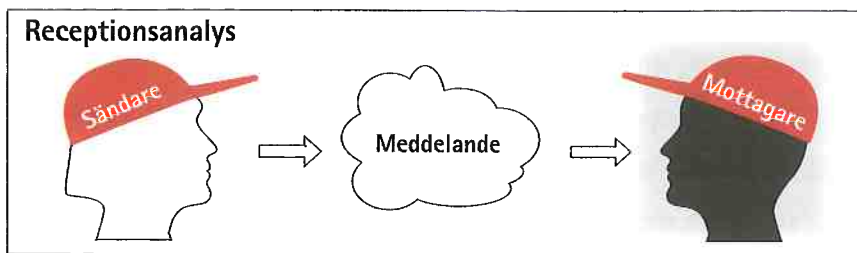
För att förstå den processen kan man titta närmare på en mycket förenklad modell av kommunikationsprocessen. Det finns modeller med högre komplexitet än den som beskrivs här.



Sändaren är den som skickar ut meddelandet, mottagaren är den som tar emot meddelandet och meddelandet står för budskapet som skickas. För att få en djupare förståelse för bild och budskap kan man gå vidare med att göra en analys av de olika aktörerna eller delarna i kommunikationsprocessen. Inom semiotiken är det tecknen och processen dem emellan man tittar på och analyserar.

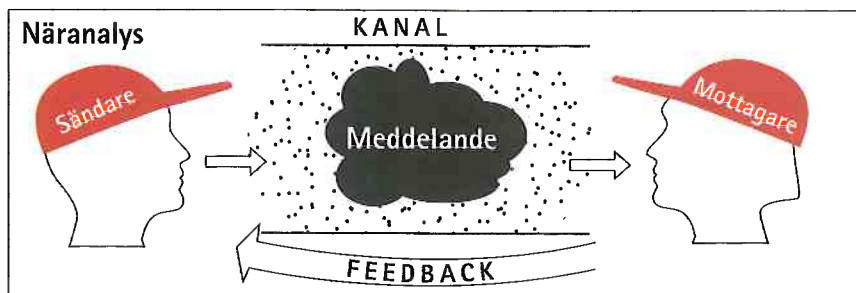
**Intentionsanalys** innebär att tittar man närmare på vem sändaren är och sändarens motiv och avsikter med bild och budskap.





**Receptionsanalys** koncentrerar sig på mottagaren. Här är det också viktigt att ta hänsyn till mottagarens kontext, till den miljö som mottagaren befinner sig i när han eller hon möter bilden och budskapet.

Enkelt kan man säga att det som styr hur mottagaren, betraktaren, i vardagslivet tolkar bilder är vilka uppfattningar eller värderingar hon har, vilken personlighet hon har, vilken grupp hon tillhör, vilka auktoriteter hon styrs av, hur stor förförståelse hon har och i vilket sammanhang hon möter bilden.



**Näranalys** fokuserar på meddelandet, bilden, som analyseras. Bilden är som ett tecken, dess betydelse och delbetydelse.

Tre begrepp som också hör ihop med kommunikationsprocessen är kanal, feedback och brus.

**Kanal** är det medium som budskapet når mottagaren via till exempel TV, en tidning, reklam.

**Feedback** är den återkoppling, det svar, som avsändaren får på sitt meddelande från mottagaren.

**Brus** är störningar i processen. Det kan vara allt ifrån ett felaktigt eller slarvigt utformat budskap, fel bildval till fel val av kanal eller störningar hos mottagaren.

## Den visuella retoriken – metonym och metafor

Retoriken har sina rötter i antiken och i det verbala språket. Retorik står för värtalighet och avsikten är att få människor att lyssna, att övertala dem och se till att de blir övertygade.

I dag använder man även termen retorik i visuella sammanhang. Man arbetar med hjälp av konnotationer – kulturell association i bildskapandet – för att stärka en produkt eller en tjänst genom att förbinda den med starkt positiva värden. Det är en teknik som man ofta använder i reklam men den förekommer självklart också i politik och nyhetsförmedling.

Det är framförallt två grepp man kan använda för att åstadkomma positiva konnotationer, försköna och färglägga det man vill framhäva. Det ena är metonymiskt och innebär att man bygger kopplingen genom närhet. Ett exempel på en metonymisk relation är att visa glada trevliga människor på picknick och mitt på duken, i bildens centrum placera en förpackning med smörgåsmargarin. Sambandet är uppenbart för alla som ser bilden – på en lyckad picknick har man just det margarinet på brödet.

Det andra greppet är metaforiskt och bygger på likhet. Metafor betyder bildligt uttryck, och ett exempel på en metaforisk relation är en bild som visar en energidryck och en uppskjutning av en rymdfarkost. Bilden påstår att energidrycken ger lika mycket kraft som krävs när farkosten skjuts upp. Rymdfarkosten blir en metafor för energidrycken.

## Koder och arketyper, allegori och symbol

Ett annat sätt att gå vidare i bildanalysen är att i bilden försöka hitta och identifiera koder. En kod består av ett uttryck och ett innehåll som förknipats i ett tecken. Tecknet har sitt ursprung i kulturella och historiska företeelser och en överenskommen relation till vad det står för, något man uppfattar och tolkar på ett självklart sätt. Förutsättningen för att man ska kunna använda en kod är att den är tydlig och kan tolkas entydigt. Man kan däremot gestalta och utforma den på flera olika sätt.

När man skapar eller använder bilder är det viktigt att känna till koder för att kunna använda dem på rätt sätt i bildkommunikationen, så att

man når det kommunikativa målet. Koder avgränsar, klassificerar och sätter ramar för kommunikationens möjligheter.

En **symbol** är det närvarande och synliga tecknet – en bild – för något osynligt och frånvarande, till exempel korset, hjärtat, ormen. Ett annat exempel är björnen som står för styrka.

**Arketyper** kan sägas vara uråldriga nedärvda präglingar i det kollektiva medvetandet, något man bär med sig utan att vara medveten om det. Samtidigt kan man utan vidare avläsa och förstå en arketypisk bild. Exempel på arketypiska tecken eller motiv i bildvärlden är hjälten, den stora modern, den vise mannen.

En **allegorisk bild** är uppbyggd av scener, föremål och figurer som lätt kan översättas till ett bestämt begrepp som slughet, oskuld, fåfänga. I vår kultur återkommer ofta en bild på ett gråtande barn. Den kan ses som en allegori för oskuld och sårbarhet.

### Vad är en bra bild?

Att ge ett svar på den frågan är inte lätt, kanske inte ens möjligt. En bild ska inte vara för förutsägbar. Men det får heller inte vara omöjligt för mottagaren att tolka den. Det måste finnas något att känna igen och något som är nytt i bilden om den ska nå fram till mottagaren.

Som i all kommunikation är det mottagaren som har tolkningsföreträde.

Att skapa bilder som balanserar mellan dessa två poler, det förutsägbara och det helt okända är inte lätt.

I den skapande processen av en bild kan man utgå från bildanalysen som ett verktyg för att borra sig djupare in i bildens komposition och budskap, och därmed skapa bilder som har hög kvalitet både kommunikativt och konstnärligt.

Som en ytterligare hjälp vid kompositionen av en bild kan man använda sig av de klassiska gestaltlagarna som symmetri, asymmetri och det gyllene snittet.

Ett fel som man ofta gör är att försöka berätta allt för mycket i en bild.

Man tänker som om man skulle göra en film, en sekvens av bildrutor istället för en enda ruta. För allt bildskapande gäller att förenkla och åter förenkla bilden så långt som möjligt – att minska antalet deltecken i bilden. Fokusera på helheten och dramatisera bilden genom att tillföra det okända – det som fångar mottagarens intresse och skapar kommunikation.



Vad föreställer bilden?  
Vilka personer visas på bilden?



## Liten checklista för bildanalys

Vad föreställer bilden?

Hur är bilden uppbyggd?

Vem vänder sig bilden till?

Vem är bildens avsändare?

Vilket syfte har bilden?

Vilken effekt kan bilden tänkas ha på mottagaren?

Vilka värderingar sprider bilden?