



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Examensarbete 15 hp – Journalistik

Nyheter på 10 sekunder

En socialsemiotisk analys av CNNs stories på Snapchat



Författare: Emma Öst
Författare: Esmeralda Johansson

Handledare: Mikael Rinaldo
Examinator: Anette Forsberg

Termin: HT15
Ämne: Journalistik
Nivå: Kandidat

Abstract

Author: Emma Öst

Author: Esmeralda Johansson

Title: News in ten seconds. A social semiotic analysis of CNN's stories on Snapchat.

Location: Linnaeus University

Language: Swedish

Number of pages: 35

Journalism as we know it today is facing massive change. Technological advances have enabled new ways of delivering news which differ from traditional means in both practical and content-related matters. This bachelors thesis intended to obtain greater understanding of how journalistic content manifested itself on the new media platform Snapchat. We chose to conduct a socialsemiotic analysis of six of CNNs "stories" on the platform and their corresponding content on CNNs website. By doing this we could distinguish a significant change in both magnitude and form. Compared to the corresponding content the stories contained less information and indicated a higher level of sensation and dramatics. In addition we found that information not conveyed in the stories text could appear in other modalities such as image or music. This suggests a different way of storytelling in news media when distributed on this new platform.

Nyckelord

CNN, Snapchat, mediekonvergens, sensationsjournalistik, socialsemiotik, modalitet

Innehåll

1 Inledning	1
1.1 Problembakgrund	1
2 Litteraturgranskning	5
2.1 Mediekonvergens	5
2.2 Sensationsjournalistik	7
2.3 Multimodalitet	8
2.4 Socialsemiotik	11
3 Syfte och frågeställningar	14
4 Metod	15
4.1 Urval och insamling	15
4.2 Metodval	15
4.3 Genomförande	16
4.4 Material	17
4.4.1 Sökord	18
4.5 Metodkritik	19
4.6 Forskningsetik	19
5 Resultat och analys	21
5.1 Förenkling	21
5.2 Modaliteternas meningskapande	22
5.2.1 Bild	22
5.2.2 Animation	28
5.2.3 Musik	28
5.2.4 Text	30
6 Slutsatser och diskussion	32
6.1 Framtida forskning	34
Referenser	36
Bilagor	I

1 Inledning

Vi diskuterar den digitala utvecklingen och förändringarna som det innebär för journalistiken. Vi introducerar även Snapchat.

1.1 Problembakgrund

Den 27 januari 2015 deklarerade det amerikanska nyhetsföretaget Cable News Network, mest känt som CNN, att de skulle utvidga sina tjänster till en ny digital plattform. De skulle börja publicera nyheter på Snapchat (CNN Pressroom, 2015). En mobil applikation som främst vänder sig till en yngre mediepublik. Den nya medieplattformen och dess tekniska egenheter skulle förändra företagets förutsättningar för nyhetsdistribution.

Bakgrunden till agerandet kan länkas samman med den rådande medieutvecklingen. Medieforskaren Des Freedman (2010) menar att det traditionella sättet att leverera nyheter genom medier såsom tidning och nyhetsteve är hotat. Problemen består till stor del i en minskning i annonsörer samt det falnande intresset från den yngre mediepubliken, som väljer bort traditionella medier för de snabba och interaktiva egenskaperna hos Internet (Freedman, 2010). Dessa två faktorer har förändrat de ekonomiska förutsättningarna för medieföretagen, som famlar efter nya marknadsmodeller för att locka och nå mediepubliken. En konsekvens av utvecklingen har resulterat i en kommersialisering av nyhetsutbudet (Stúr, 2012). Uppkomsten av Internet har genererat nya publiceringsmöjligheter samtidigt som det har medfört större konkurrens. Även från medieföretag som inte tillhandahåller nyheter. I flera fall finns exempel på hur journalistiska företag försöker efterlikna dessa tjänster eller samarbeta med dem genom flerkanalpublicering (Appelgren & Leckner, 2013). Det finns således mycket som talar för att nya taktiker behövs för att finansiera sig i en förändrad medievärld. Vår forskning syftar till att undersöka hur dessa taktiker påverkar det journalistiska materialet.

Vårt intresseområde är nära sammankopplat med konvergens, som är en konsekvens av den tekniska utvecklingen. Ett svårdefinierat begrepp som har många betydelser men som i grund och botten berör hur teknologier närmar sig varandra (Quandt & Singer, 2009). Idag finns det sällan ett sätt att nå en hel population. Vissa läser tidningen, andra

får information via mobilen och andra ser på teve. Konvergens handlar om att anpassa sin publicering för att nå ut till mediepubliken och kan därför sägas böttna i journalistikens uppdrag. Att informera medborgarna om deras omvärld på bästa möjliga sätt (Quandt & Singer, 2009).

Kolodzy (2006) diskuterar att det bästa sättet att nå ut till en numera splittrad mediepublik är att publicera material på flera plattformar. Enligt Lee-Wright (2010) försöker exempelvis det brittiska public service företaget BBC, som främst når ut till sin publik genom television och radio, fånga den yngre mediepubliken genom deras mobiltelefoner med motiveringen att det är ett primärt verktyg för deras kommunikation. Att CNN väljer att publicera material på Snapchat kan således ses som en form av konvergens och ett försök att komma i kontakt med en mediepublik som de inte skulle nå på annat sätt. Enligt ett pressmeddelande från CNN (2015) uttryckte Samantha Barry, CNNs chef för sociala medier, att den nya satsningen skulle bli ett sätt att dela deras innehåll med en ny publik. Vice vd på CNN, Andrew Morse, citerades i samma pressmeddelande där han tilläts säga att satsningen skulle kunna vara ett sätt att nå nya annonsörer. Han fick även säga att det nu är viktigare än någonsin att anpassa innehållet efter plattformen (CNN Pressroom, 2015). Den fråga som intresserar oss är vad som faktiskt händer med nyhetsmaterialet som förflyttas från en medial plattform till en annan. I detta fall till den utforskade och relativt nya plattformen Snapchat.

Snapchat lanserades 2011 och är en mobil applikation som tillåter användare att dela bilder med varandra (Snapchat, 2012). På deras hemsida finns ungefärliga siffror som visar att över 100 miljoner personer använder appen varje dag (Snapchat, 2015). Appen listas dessutom som en av de populäraste på Apples försäljningstjänst iTunes (Apple, 2015). Snapchat (2015) uttrycker själva att det är genom deras tjänst som företag bäst kan nå ut till en ung mediepublik och deras statistik visar att 60% av de amerikanska användarna är i åldrarna 13 till 24. Med hänsyn till att traditionella nyhetsmedier tappar sin unga mediepublik (Freedman, 2010) kan det vara intressant att undersöka ett medium som Snapchat, som själva konstaterar att deras unga mediepublik ökar i antal (Snapchat, 2015).

Den relativt nya funktionen Discover som ligger i appen är en plattform för olika medier att publicera sig på. Trots att de alla är medieföretag kan deras journalistiska potential diskuteras. Nord och Strömbäck (2012) diskuterar att journalistik och medier inte kan

användas som synonym eftersom alla medier inte uppfyller de journalistiska kraven. Medier kan sägas vara plattformen där det journalistiska innehållet distribueras till publiken. Men till skillnad från medieinnehåll som propaganda, reklam, kommersiella teveserier och liknande kan journalistiken fungera som en egen genre med vissa demokratiska uppgifter. Nord och Strömbäck (2012) sammanfattar dessa som kravet på att informera medborgarna om samhälls skeenden så väl att de kan göra fria och självständiga val i olika frågor, att granska makthavare och att vara forum för debatt. Utöver dessa uppgifter menar forskarna att det finns ytterligare krav som bör ställas på ett journalistiskt medieinnehåll. Bland dessa ingår att tydligt skilja mellan fakta och fiktion och således inte överdramatisera och undvika att anspela på fördomar och stereotyper (Nord & Strömbäck, 2002; Nord, Shehata & Strömbäck, 2003). Journalistiken är således beroende av medier, men medier är inte beroende av journalistik (Nord & Strömbäck, 2012). Resonemanget kommer från svenska forskare och deras möjligheter att applicera kriterierna internationellt kan därför ifrågasättas. Deuze (2005) uppmärksammar problemet och diskuterar att journalistiken som begrepp ofta innehar liknande ideologiska värden i demokratiska samhällen världen runt. Dessa består i att journalistiken kan tillhandahålla någon form av public service, att de kan förhålla sig objektiva, att de är självständiga, har en uppfattning om nyheter och dess omedelbara karaktär samt att de besitter en känsla för etik och legitimitet. Eftersom CNNs huvudkontor är beläget i USA och därför kan sägas inneha demokratiska värden borde företaget enligt Deuze (2005) samt Nord & Strömbäcks (2012) resonemang falla under liknande journalistiska värden som presenterat ovan.

CNN klargör att de är världsledande när det kommer till distribution av nätt nyheter, att de har över 4000 nyhetsexperter tillhands och att de använder de nyaste distribueringsmedlen inom multimedia (CNN, 2015). Enligt Nord och Strömbäck (2012) får de flesta fortfarande sin samhälls information från nyhetsmedier. Eftersom CNN anser sig världsledande inom journalistik på nätet kan det antas att många får sina samhällsnyheter därifrån.

Tillsammans med CNNs publicering på Snapchat Discover finns medieföretag som erbjuder nyheter om sport, teknik, mat, skönhet och nöje. I skrivande stund kan CNN anses vara en av de få medier som publicerar samhällsnyheter. Snapchats tekniska format skiljer sig åt i flera avseenden jämfört med traditionell nyhetsförmedling. På Snapchat Discover får CNN publicera fem så kallade "stories" varje dag. Dessa består

av text, bild, animationer och musik och finns tillgängliga att se och hämta under 24 timmar efter publicering. Sammanfattat kan de beskrivas som korta illustrationer som spelas om på nytt efter tio sekunder. Efter de 24 timmarna har gått försvinner materialet från Snapchat och ersätts med nytt (Snapchat, 2015).

Eftersom CNN tillhandahåller nyhetsjournalistik och således omfattas av vissa journalistiska krav kan det vara intressant att undersöka hur materialet presenteras när det kommer till ett nytt medium. Undersökningen kan ge förståelse för vad CNN presenterar för verklighetsbilder genom ett nytt medieformat. Detta är intressant eftersom CNN möjligen får kontakt med en åldersgrupp som är svår för andra nyhetsmedier att komma i kontakt med. I en situation där en persons främsta nyhetsinformation kommer från Snapchat Discover kan resultatet bestå i att CNNs tolkningar av nyheter kan ligga till grund för hur mediekonsumenten uppfattar vissa frågor. Forskningsområdet är också speciellt intressant med tanke på det nya medieformat som Snapchat möjliggör. Vad händer med CNNs publicering när materialet distribueras på en ny plattform?

2 Litteraturgranskning

Vi redogör för de teoretiska perspektiven mediekonvergens, sensationsjournalistik, multimodalitet, socialsemiotik och diskuterar tidigare forskning.

2.1 Mediekonvergens

Numera har de flesta medieföretag någon form av flerkanalpublicering men effekterna och konsekvenserna av fenomenet är ännu inte helt klara. När det blev möjligt att publicera på Internet var många optimistiska över dess demokratiska potential. Det blev ett nytt sätt att interagera med den tidigare relativt passiva mediepubliken. I många fall blev det också möjligt för mediepubliken att själva vara med och skapa innehållet och en form av deltagarjournalistik växte fram (Enbom, Engström & Lindgren, 2012). Även före Internet hade mediepubliken kunnat göra sig hörd genom att exempelvis höra av sig till en redaktion eller skriva insändare. Men numera är begränsningarna färre. Det är möjligt att diskutera på debattforum, rösta i olika frågor och dela med sig av sina åsikter på ett helt annat sätt. Den digitaliserade världen kan således sägas vara föränderlig och snabb på ett annat sätt än tidigare (Enbom, Engström & Lindgren, 2012).

Andra menar att den tekniska förändringen har inneburit negativa konsekvenser för etiken och trovärdigheten, både för traditionell och digital nyhetsförmedling. Ljuslinder (2012) utförde en studie på mediet Dagens Nyheters rapportering om svininfluensan och jämförde den tryckta kontra den digitala rapporteringen. Forskaren ifrågasatte om det digitala materialet var etiskt försvarbart och syftade på att många artiklar förmedlade en apokalyptisk och skrämnelinriktad journalistik trots att de själva påstod att "paniken är ett större hot än själva influensan" (Ljuslinder, 2012, s. 43). Forskaren riktade också kritik mot att experter och läkare saknades samt att källkritiken ifrågasattes eftersom 47 artiklar innehöll ordet "Pandemi" trots att sjukdomen inte hade blivit pandemiklassad ännu. Resultatet betstod i att det tryckta och digitala materialet visade sig vara ungefär det samma bortsett från några visuella förändringar. Författaren diskuterar att den tveksamma rapporteringen möjligen beror på att den tekniska utvecklingen har förändrat arbetsrutinerna kring etik och källkritik både för traditionella och digitala medier.

Två forskare som understryker den teorin är Nygren och Zuiderveld (2011). Enligt deras forskning har det journalistiska arbetet effektiviserats och det har skapat problem både

för det journalistiska materialet och för journalisterna själva. Publiceringen på flera kanaler har gjort att kraven på den enskilda journalisten har blivit högre.

Effektiviseringen kräver att journalisterna blir multireportrar för att kunna hantera flera delar i arbetsprocessen själva. De gör mer jobb under samma tidsram som förut (Nygren & Zuiderveld, 2011). Informationen de samlar in ska inte bara publiceras på ett medium utan på ett flertal plattformar. Dessutom ska nyhetsmaterialet allra helst formas efter vart och ett av de medium som nyheten ska publiceras i (Singer & Quandt, 2009).

Journalisterna ska bland annat kunna publicera sitt nyhetsmaterial på Internet där snabbhet står i fokus. Singer och Quandt (2009) kallar onlinejournalistiken för "turbojournalistik" och menar att nyheter som ska ut på webben ska publiceras så snabbt som möjligt och att webbjournalisterna jobbar mot ständiga deadlines. Nygren och Zuiderveld (2011) listar snabbheten som en av journalisternas drivkrafter, då många journalister kan se det som en morot att få ut material på webben snabbast och därmed vara före konkurrenter med vissa nyheter. Trots detta ifrågasätter de och flera andra forskare hur flerkanalspublicering påverkar nyhetsmaterialet och dess kvalitet (Nygren & Zuiderveld, 2011; Singer & Quandt, 2009; Wadbring, 2013). Forskare ifrågasätter om journalister hinner kontrollera och verifiera sina nyheter innan de publiceras samt att research kan prioriteras eller glömmas bort när arbetsprocessen fokuseras på själva produktionen (Nygren & Zuiderveld, 2011).

Andra forskare menar att publicering på flera plattformar inte sänker kvaliteten på det journalistiska materialet. Efter att ha intervjuat amerikanska journalister visade en studie av Bettendorf, Davis, Davison, Huang, Nair och Shreve (2006) att det inte var troligt att den journalistiska kvaliteten skulle bli sämre som en konsekvens av konvergens. Forskarna menar att journalisterna värnar om kvaliteten. De journalister som intervjuats svarade att de redan verksamma journalisterna förmodligen kommer att lära sig att skriva för olika slags plattformar och att journaliststudenter kommer att lära sig arbetsrutinerna under sin utbildning.

Doudaki och Spyridou (2015) menar att flerkanalspublicering har förändrat förutsättningarna för journalistiken gällande både form och innehåll. Forskarna menar att dess nya möjligheter till uttryck och berättande förändrar genretraditionen och nyhetsvärden och istället anpassar sig till vad publiken vill ha. Den traditionella nyheten kanske inte ser likandan ut som den har gjort (Doudaki och Spyridou, 2015).

Forskare ser således olika på hur innehållet påverkas av flerkanalpublicering och med dagens nya tillkommande medier finns det anledning att fortsätta forska om påverkan på innehållet. Snapchat utvecklades som följd av den tekniska utvecklingen och är en unik medieplattform. Därför finns inte mycket forskning som kan indikera hur nyhetsmaterialet tar sig uttryck. På ett sätt kan det liknas vid medieföretags digitala publicering eftersom det publiceras via en Internetapplikation. Men olikt dessa nyhetsmedier har Snapchat inget sätt för mediepubliken att interagera med materialet. Andra fördelar som brukar förknippas med digital publicering är möjligheten att uppdatera sitt material, att kunna publicera nyheter snabbt och dygnet runt samt få mer utrymme (Nygren, 2013). Även där skiljer sig Snapchat från den traditionella publicering som sker digitalt. Deras format är begränsat till en fysiskt liten yta med endast tio sekunder att illustrera händelsen på, de får bara publicera fem stories varje dag och när materialet väl har publicerats ligger det uppe i 24 timmar för att sedan försvinna från plattformen. Därvid kan en möjlighet vara att redaktionen får mer tid att planera sitt material. Med det sagt finns det inget som säger att det innebär att nyheterna blir "bättre" enligt demokratiska eller ideologiska kriterier.

I samband med det numera enorma utbudet av medier och därmed den ökade konkurrensen om mediepubliken kan således en fråga vara hur väl anpassad den nya mediala plattformen är för att uppfylla de journalistiska kraven. Är syftet främst att locka en mediepublik eller är det att informera den? Johansson (2012) menar att det har uppstått ett styrfält mellan vad publiken vill och bör veta. I en tid där marknaden styr kan det vara mer fördelaktigt för medieföretag att publicera sensationsjournalistik som lockar en större mediepublik på bekostnad av den informerande och seriösa journalistiken (Ghersetti, 2012).

2.2 Sensationsjournalistik

Ghersetti (2012) definierar sensationsjournalistik som medieinnehåll som innehåller spekulationer och hårdvinklat material som kan uppfattas som överdrivet eller skandalinriktat. Enkelt uttryckt kan det sägas vara nyheter som inte uppfyller kraven på tillförlitlighet och sanning vilka ofta förknippas med mer seriös nyhetsjournalistik. Vissa forskare menar till och med att sensationsjournalistik kan ses som en synonym till underhållningsjournalistik (Franklin, 1997). Andra menar att sensationen i en händelse

behövs för att den överhuvudtaget ska bli en nyhet (Østgaard, 1965). Ett argument som talar för den slutsatsen är teorin om att identifikation behövs för att mediekonsumenten ska kunna engagera sig i händelsen (Nord & Strömbäck, 2012). För att identifikation ska uppstå används ofta stereotypisering som taktik. Detta skapar karaktärsdrag som är lätta att placera i ett sammanhang och känna igen sig i, som den onde och den gode (Ghersetti, 2012). I vissa situationer kan människor med specifika karaktärsdrag åtföljas av exempel på konsekvenser. Lindgren (2009) introducerade begreppet moralisk fostran baserat på forskning utförd av Skeggs, Woods och Thumin (2007). Forskarna undersökte realityserier och diskuterade möjligheten att programmen visar exempel på normativa dygder hos medelklassen. Genom att visa på konkreta exempel där personer med mindre åtråvärda egenskaper eller beteenden fick konsekvenser som följd gick det att visa konkreta samband med orsak och verkan.

Förutom personifiering finns fler sensationshöjande taktiker. En är att hårdvinkla nyheterna och exempelvis hitta en konfliktvinkel. Syftet är att förenkla och dramatisera skeenden för att göra dem attraktiva och läsvärda för mediepubliken. Följaktligen är de verkliga händelserna ofta avskalade och förenklade för att passa berättarstrukturen (Ghersetti, 2012).

2.3 Multimodalitet

Vi har tidigare diskuterat Snapchats unika resurser som medium. Vi betecknar dessa som modaliteter. Modaliteter enligt Kress (2010) kan beskrivas som medel för att uttrycka ett tecken. En skylt kan exempelvis innehålla både skriven text, bild, och färg för att illustrera innebörden. En skylt med texten "stopp", med färgen röd och ett kryss som illustration kan göra att vi uppfattar innebörden som att vi ska stanna. Varje modalitet, det vill säga text, bild och färg, uppfyller sin funktion maximalt och kompletterar varandra i meningskapande (Bergström, 2012). I vår forskning innebär det att varje modalitet som CNN använder i mediet Snapchat är viktig för meningsskapandet i sin helhet.

En studie utförd av Hull och Nelson (2005) understryker det påståendet. Forskarna undersökte olika projekt som elever fått sätta samman med hjälp av olika modaliteter för att illustrera något slags berättande. Ett projekt som kallades för "Lyfe-N-Rhyme" stod ut mer jämfört med de andra utan att forskarna riktigt visste vad det berodde på. De

kunde senare konstatera att det inte hade att göra med fler modaliteter, utan snarare hur de befintliga modaliteterna samverkade i meningsskapande. Den bestod av musik, uttalade ord och bilder i berättandet av en historia. Resultatet bestod i att författarna argumenterade för vikten av multimodalitet och vad det kan innebära för berättandet. Författarna argumenterar, likt Bergström (2012), att olika modaliteter som bilder, musik och skriven text etcetera kan förmedla specifika betydelser och erbjuda olika resurser till meningsskapande. En bild förmedlar inte samma känslor på samma sätt som en skriven text gör. Vidare diskuterar forskarna hur en viss modalitet kan förändra förutsättningarna för hela meningsskapandet. De jämför ett område i ”Lyfe-N-Rhyme” där två typer av musikstilar har lagts på varandra för att illustrera två historiska rörelser. Slutsatsen är intressant och antyder att varje modalitet erbjuder en pusselbit till meningsskapandet och visar dessutom på alla komponenters vikt. Sammanfattat understryker forskarna möjligheterna som framkommer med multimodalt berättande och uppmuntrar till vidare forskning inom området.

Vidare diskuterar andra forskare vikten av att inse olika modaliteters egenskaper och påverkan. I vissa fall kan en modalitet vara dominerade för hela meningsskapandet. Coleman (2010) diskuterar vikten av bildens roll i ett nyhetssammanhang. Inte bara kan bilden underlätta vid förståelsen av en händelse, den kan också förändra själva karaktären och tolkningen av händelsen. Forskning visar nämligen att människor påverkas mer av bilder jämfört med text (Gamliel & Kreiner, 2013). I ett sammanhang där bild och text inte överensstämmer är det mer sannolikt för mediekonsumenten att minnas bildens innebörd jämfört med textens innebörd (Coleman, 2010). Gibson och Zillmann (2010) utförde en studie med bild och text där bilderna innehöll information som inte uttalades i texten. Trots att informationen i bilderna inte skrevs ut i ord var det ändå bildens innebörd som mediekonsumenten uppfattade. Forskarna diskuterar därefter att journalisten kan bidra till vidare berättande i sina valda bilder som de kanske inte är medvetna om.

Annan forskning visar att rasistiska eller stereotypa bilder ofta förekommer utan journalistens avsikt. Bilder kodas och läses annorlunda än ord och kan därför ofta innehålla omedvetna budskap som aldrig skulle godkännas redaktionellt om det stod uttalat i skriven text (Messaris & Abraham, 2001). Detta kan vara relevant och intressant för vår undersökning. En till synes opartisk nyhetstext kan kombineras med en negativ bild. Eftersom forskning visar att mediekonsumenten har större sannolikhet

att uppfatta bildens budskap kan det ha betydelse för hur hela nyheten uppfattas. Konsekvenserna av en sådan situation gör vårt undersökningsområde med Snapchat än mer relevant. Med hänsyn till forskningen om bildens betydelse för hur en händelse uppfattas fastställer Coleman (2010) att forskning bör göras på medier som innehåller både text och bild. Detta för att få en helhetsuppfattning om vad mediekonsumenten blir erbjuden för tolkningar.

Flera komponenter som kan ha betydelse för text och bild är typsnitt och färg. Enligt Bergström (2012) kan typsnittet förstärka ett budskap. Beroende på hur bokstäverna är utformade kan de skapa en viss stämning. Författaren diskuterar även att en av färgens kommunikativa krafter är att skapa stämning. Färg kan också informera och attrahera genom att anspela på associationer. Men Bergström (2012) menar att färger är olika kodade i olika kulturer och därmed kan bidra till olika tolkningar.

Författaren diskuterar också att ljud kan vara lika intressant för hur en händelse kan uppfattas. Enligt Bergström (2012) kan ljudet i visuella illustrationer förstärka, addera känslor och djup till vissa sammanhang. Författaren resonerar även att musik kan vara en av de viktigaste komponenterna för stämningsskapande eftersom musik kan vara nära sammankopplat till olika mediekonsumenters emotionella associationer. Enligt Burkholder (2006) genomgår publiken vissa steg när de lyssnar på musik. De första stegen handlar om att identifiera vissa element i musiken som vi känner igen och som vi associerar med annan musik där liknande element ingår. Det kan handla om genre eller melodier. Därefter undersöker publiken vad som är annorlunda i den nya sammansättningen och tolkar därefter vad den nya kompositionen betyder. Wingstedt (2008) menar att musik har berättande egenskaper. Exempelvis kan kompositörer göra musik som låter ondskefull. I spel och film kan den ondskefulla musiken användas för att utmåla en karaktär och publiken kan därigenom förstå att denne är ond. Murch (I Chion, 1994) diskuterar att musik i kombination med bild kan bidra till andra tolkningar än om modaliteterna tolkades enskilt. Forskaren menar att bilden kan få en annan betydelse när den kombineras med musik och att bildens nya mening i sin tur kan skapa ytterligare mening till musiken.

Vidare måste också språkets meningsskapande potential diskuteras. Gherseti (2012) diskuterar hur vissa ordval kan ge olika associationer och fungera som perspektivmarkörer i olika situationer. Orden kvinna och flicka kan vara menat att

illustrera samma person men visar på två olika attityder gentemot personen. Ordet flicka associerar tanken på ett barn medan ordet kvinna får oss att tänka på en vuxen människa. Valet är nödvändigt och är en del av processen i att återberätta händelsen. Mediernas format är begränsade och rymmer bara en viss del, därför förstärks vissa delar och andra skalas bort. Därför lär sig många journaliststudenter tidigt att hitta vinkeln (Ghersetti, 2012). Författaren diskuterar således att processen inte sker slumpmässigt. Varje detalj är ett val som syftar till att återskapa händelsen på ett sätt som ter sig intressant för mediepubliken.

Vi har hittills berättat om Coleman (2010), som pekar på en lucka i modalitetsforskning. Bergström (2015), som betonar ljudets betydelse, forskning som belyser bildens betydelse (Gamliel & Kreiner, 2013; Gibson & Zillmann, 2010) samt hur text kan skapa olika associationer (Ghersetti, 2012). På grund av Snapchats egenhet som medium innehar den modaliteter som text, bild och ljud som samverkar för att illustrera en nyhet. Vi hoppas därmed fylla i en lucka med vår forskning och sprida ljus över hur ett nytt medium brukar modaliteter.

2.4 Socialsemiotik

En teori som går hand i hand med multimodalitet är socialsemiotik. Roland Barthes lade en viktig grund för den socialsemiotiska teorin genom sin forskning på bland annat bilder, skriven text, fotografier och liknande, där han undersökte hur meningskapande sker multimodalt. Det vill säga genom olika modaliteter som text och bild och hur de skapar mening genom samverkan. Forskaren introducerade begrepp som polysemi, som betyder flertydlighet. Barthes menade att alla bilder är polysema och således innehåller flera lager av betydelser som går att tolka på olika sätt. För att smalna av antalet möjliga betydelser behövs en till modalitet, som exempelvis ord (Barthes, 1977). Begreppet "förankring" illustrerar ordens funktion för att belysa vissa tolkningar eller betydelser i en bild. Detta kan exempelvis vara en bildrubrik eller en bildtext som således fungerar kontrollerande eftersom vissa betydelser med hjälp av förankringen förstärks samtidigt som andra dämpas. En bild på en sol där bildtexten exempelvis antyder att för mycket solljus kan skada huden pekar på att bilden syftar till att illustrera just solens inverkan på huden. Barthes (1977) utvecklade således semiotiken till en vetenskap om hur människor kan använda olika modaliteter för att uppnå ett visst meningskapande.

Gemensamt för alla teoretiska grenar inom semiotikforskning är intresset för tecken och bygger på övertygelsen om att allting som går att tolka rymmer mening och betydelse. Tecken, i den traditionella semiotiken, är nära sammankopplat med föreställningen om regler. På samma sätt som fotbollsspelare måste vara överens om spelets regler för att kunna spela tillsammans finns det vissa regler som talar om hur människor uppfattar och tolkar tecken. Det är när människor är överens om tecknets betydelse som de kan kommunicera med varandra (van Leeuwen, 2005). Vi kommer att fokusera på socialsemiotiken, som olikt den traditionella semiotiken hävdar att regler inte är generella för alla människor. Enligt Kress (2009) innebär socialsemiotiken att meningsskapande alltid är motiverat. Det innebär att tecknet alltid ingår i ett sammanhang. Det går således inte att prata om ett teckens absoluta eller självklara betydelse. Detta eftersom betydelsen alltid är beroende av kontexten som texten skapades i.

Ett nyckelbegrepp inom socialsemiotiken är följaktligen "provenance" (Ekström & Moberg, 2008), som kan översättas till ett objekts historiska bakgrund. Begreppet står mot övertygelsen om att någonting har uppkommit naturligt eller står som en självklarhet. Att studera hur en företeelse har uppstått syftar till att sprida ljus över kulturella och kontextuella förändringar och kan ge större förståelse för varför ett tecken ser ut som det gör.

Ytterligare ett nyckelbegrepp inom socialsemiotiken är semiotiska resurser. Van Leeuwen (2005) beskriver begreppet som de handlingar och objekt med vilka vi kommunicerar med varandra. Vare sig det handlar om tekniskt producerad kommunikation, exempelvis via en dator, eller om det är fysiskt producerat, genom kroppsspråk eller ansiktsuttryck. Semiotiska resurser kan vara allting som en människa gör eller skapar, då detta alltid kan göras på olika sätt beroende på sociala och kulturella konstruktioner. Exempelvis kan något så vanligt som gångstil vara en semiotisk resurs. Gångstil kan variera mellan kön, det kan även finnas utvecklade gångstilar inom en institution som modeindustrin eller armén. Resurserna begränsar sig därmed inte enbart till text, tal eller bild (van Leeuwen, 2005). För att förtydliga skillnaden mellan semiotiska resurser och modaliteter kan semiotiska resurser liknas som verktyg som skapar mening, exempelvis bokstäver. När de organiseras i meningsskapande kan de bilda en modalitet, som exempelvis text.

Efter att ha bildat en semiotisk resurs kan dess semiotiska potential diskuteras. Alltså vilken eller vilka betydelser en resurs kan tänkas ha. Dessa måste dock, liksom allt annat inom socialsemiotik, studeras inom en specifik kontext (van Leeuwen, 2005). Att studera semiotisk potential innebär inte att forskaren enbart studerar de betydelser som en semiotisk resurs redan har och som är känt för samhället. Van Leeuwen (2005) menar att det kan innefatta att studera hur resurserna har använts förr, hur de används i dag och hur de kan komma att användas i framtida kommunikation. I vår studie är det relevant att undersöka de resurser som CNN använt sig av när de har format sina stories. Vilken semiotisk potential har de resurser som CNN använder sig av och i vilka kontexter finns dessa?

3 Syfte och frågeställningar

Studiens syfte presenteras och vi för en diskussion om dess samhällliga relevans. Vi formulerar en huvudfråga samt två underfrågor.

Syftet med vår forskning är att få större insikt i hur CNN formar sitt nyhetsmaterial efter en ny medieplattform. Relevansen för att undersöka CNNs stories på Snapchat Discover är hög med tanke på att medieplattformen Snapchat är relativt ny och outforskad, att CNN har stor geografisk spridning genom appen och att de möjligtvis får kontakt med en annars svårnådd mediepublik. Samt att de kan ses som det enda nyhetsmediet på Discover som erbjuder samhällliga nyheter.

Vi har tidigare presenterat möjligheterna med multimodala medier (Coleman, 2010) och hur dessa kan samverka i meningskapande. Vi har även presenterat hur Snapchat är annorlunda utformad jämfört med andra digitala plattformar. Sammanfattat anser vi att det är av hög relevans att undersöka hur CNN formar sina nyhetsinslag på Snapchat Discover för att få insikt i hur materialet förändras när det publiceras på en ny plattform. Vi kommer att undersöka hur CNNs stories är formade semiotiskt för att se hur materialet har förändrats och formats till den specifika plattformen. Våra frågeställningar är följande:

- Hur samspelar modaliteter som text, musik, bild och animation i meningskapande i CNNs stories på Snapchat Discover?

Utöver vår huvudfrågeställning har vi underfrågor för att komplettera huvudfrågan.

- Hur ser storyns innehåll ut jämfört med dess motsvarande nyhetsinnehåll på CNNs hemsida?
- Vilka meningsskapande resurser finns i modaliteterna i CNNs stories på Snapchat Discover?

4 Metod

Vi redogör för studiens urval, socialsemiotik som metod samt analysens genomförande.

Vi för också ett etiskt resonemang och beaktar Vetenskapsrådets rekommendationer.

4.1 Urval och insamling

Varje dag publicerar CNN fem stories på Snapchat Discover. I anslutning till dessa finns också tillhörande material, som filmer eller text, som kan ses som en komplettering till storyn. Vi valde att spara dessa stories och deras tillhörande material. Det material som innehöll en video gick inte att spara från Snapchat och vi löste detta genom att hitta videon på CNNs hemsida eftersom den var likadan. Det förekom att CNN publicerade samma story på Snapchat två gånger och vi valde då att inte spara dubblen.

Med hänsyn till att analysperioden behövde falla inom tidsramen för vår undersökning valde vi att samla in material med start den 18 november till den 25 november. Vi fick slutligen ihop 38 stories från onsdag till onsdag. Det blev sammanlagt 38 stories och inte 40 eftersom två av CNN stories var dubletter. Eftersom vår undersökning inte riskerade att påverkas av att flera dagar i rad färgas av samma nyhet valde vi att göra ett slumpmässigt urval med hjälp av Excel. Där skrev vi upp alla stories i en lista och använde oss av en slumpformel. Därefter sorterade vi listan som på grund av formeln blev en slumpmässig lista. Vi sparade listan och började sedan uppifrån med att analysera stories tills vi uppfattade att vårt urval var mättat och likadana mönster började upprepa sig. Vi analyserade slutligen sex stories.

4.2 Metodval

Vi har tidigare diskuterat socialsemiotik som teori. Eftersom vi ville undersöka hur meningskapande sker multimodalt i CNNs stories valde vi att tillämpa socialsemiotik som metod också.

Vi använde oss av konnotation i vår analys. Konnotation är ett begrepp inom semiotiken som står för mångtydlighet och går djupare i förståelsen för vad en bild eller text innehåller eller förmedlar. Dessa associationer, betydelser, känslor och idéer om vad en bild eller text kommunicerar formas av mottagarens egna erfarenheter och kunskaper

och är främst kulturellt rotade (Ekström & Moberg, 2008; Svensson, Pettersson & Wærn, 2009; Bergström, 2012).

Också metaforer hänger samman med semiotisk analys. Enligt Ekström och Moberg (2008) fungerar metaforer som ett sätt att illustrera verkligheten med hjälp av en annan symbol. En sax i ett redigeringsprogram på en dator kan exempelvis illustrera handlingen att "klippa" i ett material. I nyhetstexter kan metaforer användas för att förenkla komplicerade samhälls skeenden, exempelvis genom att beskriva politiken som ett spel. En nackdel med dessa är att effekten bara blir märkbar om de associationer som skaparen vill förmedla överensstämmer med associationerna som mediekonsumenten redan har. För CNN kan det vara ett problem med tanke på att deras publikationer når människor över hela världen som kanske har olika associationer än de själva. Eftersom CNN är ett amerikanskt tevebolag vars kultur kan sägas ligga nära den västerländska kulturen i Sverige är vår förhoppning att vi som forskare ska kunna uppfatta metaforerna som de var tänkta att uppfattas.

Metonymi är ett begrepp som ligger nära sammankopplat med metafor. Men olikt metafor syftar metonymi till att låta en del representera något större eller mindre (Ekström & Moberg, 2008). En metonym kan vara att låta vita huset representera det amerikanska presidentkansliet. Men det kan också vara att säga att tågen strejkar när det handlar om konduktörerna.

4.3 Genomförande

Efter att ha samlat in vårt material valde vi CNNs stories utefter den slumpmässiga listan vi skapat i Excel. Det mesta av materialet som finns på CNNs stories på Snapchat finns på CNNs hemsida i mer utförlig form. Därvid rekommenderar alltid CNN sina läsare att gå in på CNN.com för att läsa mer i slutet av varje story. Eftersom vi ville undersöka hur materialet manifesterades på en ny plattform började vi med att undersöka det motsvarande materialet på CNNs hemsida. Detta kunde bestå av både video samt artikel med text och bild. Vi hittade dessa genom att söka på nyckelord som vi ansåg var relevanta för nyhetens innehåll. Sökorden finns redovisade på sidan 21.

Som tidigare diskuterat poängteras betydelsen av provenance (Ekström & Moberg, 2008) i en socialsemiotisk analys, som understryker den historiska kontext som företeelsen har uppkommit i. Genom att ta del av storyns motsvarande material fick vi

en omfattande bild om vad händelsen handlade om och fick förståelse för kontexten. Vi kunde också analysera hur CNN hade tillämpat olika modaliteter och resurser för att bilda mening. Detta gjorde vi inte lika djupgående som för själva storyn eftersom vi snarare ville få en uppfattning om hur materialet hade förändrats. Därefter gick vi vidare med att läsa eller se på den tillhörande texten eller filmen kopplat till storyn på Snapchat. Det fungerar som en mer förklarande bilaga över materialet men som inte är lika utförlig som materialet på CNNs hemsida. Efter att ha bildat oss en allmän uppfattning om händelsen kunde vi enklare definiera vilken information som innehållsskaparen/innehållskaparna hade valt att belysa i storyn, vilken som saknades samt hur de hade illustrerat händelsen. När vi analyserade storyn fokuserade vi på modaliteterna text, bild, ljud samt animation, som vi definierar som rörlig bild som inte är en inspelad film. Vi analyserade varje modalitet för sig med dess semiotiska resurser, vad dessa konnoterade samt eventuella metaforer och metonymer. Vi analyserade sedan hur modaliteterna samverkade med varandra, vad som skapade mening och hur de gjorde det. Vi gick således från delarna till helheten.

4.4 Material

Vårt material bestod av sex stories som är de sex första i den slumpmässiga listan vi skapade i Excel. I vårt material ingick även varje storys motsvarande material på CNNs hemsida (Se Bilagor). För att hitta dessa gick vi in på CNNs hemsida, CNN.com, och sökte på nyckelord eller meningar från storyn eller rubriken i dess tillhörande material.



FIGUR 1



FIGUR 2



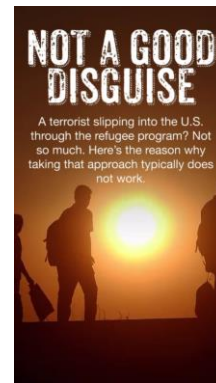
FIGUR 3



FIGUR 4



FIGUR 5



FIGUR 6

CNNs stories på Snapchat Discover. Källa: CNN. Snapchat Discover. (2015). I Snapchat för Android (Version 9.20.5.0) [Mobil applikation]. Hämtad från <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.snapchat.android>

4.4.1 Sökord

Vi skrev in sökorden på CNNs hemsida för att hitta dess motsvarande artikel eller video.

Figur 1: Abdelhamid Abaaoud dead (första plats)

Figur 2: Rape kit (första plats)

Figur 3: Egregious failure ebola (första plats)

Figur 4: Our hearts broke too (fjärde plats)

Figur 5: Charlie Sheen HIV (femte plats)

Figur 6: Refugee program (fjärde plats)

Hälften av de motsvarande artiklarna på CNNs hemsida hamnade högst upp på sökningen. De övriga kom lägre ner på fjärde och femte plats men vi kände igen dessa eftersom innehållet var det samma som i storyns tillhörande material.

4.5 Metodkritik

Semiotik är en tolkande vetenskap. Den grundar sig på att förstå och undersöka ett fenomenens betydelse med hjälp av kulturella koder. Det innebär att vi som forskare tolkade materialet med det kulturella bagage som vi redan har. Att tolka någonting är en aktiv process och således inget passivt observerande. Kritik kan därför riktas mot vår analys eftersom den grundar sig på våra egna tolkningar och världsbilder. Det resultat som vi slutligen kom fram till hade kunnat bli helt annorlunda om andra forskare hade genomfört undersökningen. Enligt Ekström och Larsson (2010) är dock förförståelse essentiellt för att materialet ska bli begripligt och en förutsättning för att resultatet ska bli värdefullt. Tolkningen är det intressanta även om det inte kan sägas att en tolkning är mer sann än en annan.

Då vi utför en kvalitativ studie med de tolkningar som hör till en socialsemiotisk analys anser vi att det är svårt att diskutera kring och applicera reliabilitet och validitet på vår undersökning. Ekström och Larsson (2010) listar ett antal begrepp som vi tar hänsyn till i vår studie för att så långt som möjligt uppehålla det vetenskapliga värdet samt tillförlitlighet och giltighet. Koherens innebär att en tolkning bör hänga ihop och vara konsekvent. Vi analyserade därför allt material på samma sätt som vi förklarade ovan. Begreppet omfattning innebär att alla möjliga uppgifter inom tolkningen tas hänsyn till. Vi applicerade det på vår undersökning genom att vara uppmärksamma på uppgifter som inte överensstämde med de mönster som vi kunde urskilja. Det handlar om att inte bara lyfta fram det som bekräftar våra upptäckter. Vi har också försökt vara öppna inför alla möjliga tolkningar och har dessutom strävat efter att hitta ett djup bakom betydelserna istället för att skrapa på ytan. Som diskuterat tidigare har vi också varit noga med att analysera olika betydelser i den befintliga kontexten eftersom det kan ha olika betydelser i olika sammanhang (Ekström & Larsson, 2010).

4.6 Forskningsetik

Vi har tagit del av Vetenskapsrådets rapport och följt deras riktlinjer för god forskningsetik. Vetenskapsrådet (2011) anser att forskning syftar till att få kunskap inom ett specifikt område som sedan kan leda till förbättringar i samhället. Eftersom forskning kan komma att förändra samhället är det viktigt att ställa krav på god forskning. Vetenskapsrådet menar att forskningskravet innebär att god forskning ska ha ett relevant syfte. Vi anser att vår forskning om CNN på Snapchat Discover har ett

relevant syfte som vi argumenterat för och att studien således uppfyller detta krav. Vidare poängterar Vetenskapsrådet vikten av klarhet, struktur och ordning i forskningen. Vi har beskrivit undersökningens genomförande så tydligt och utförligt som möjligt eftersom Vetenskapsrådet ställer krav på öppenhet och insyn i forskningen. Den som läser vår studie ska ha möjlighet att bedöma studiens vetenskapliga kvalitet och dess resultat genom vår redogörelse. Vi anser att vår undersökning inte innehåller vetenskaplig oredlighet som exempelvis förfalskningar, plagiat eller annan form av oredlighet. Samt att vi har varit hederliga i vårt utförande och inte på något sätt manipulerat forskningsprocessen.

Andra riktlinjer som Vetenskapsrådet har för god forskningssed handlar bland annat om intervjupersoner och forskarens ansvar att skydda deras integritet. I vår studie undersöker vi publicerat material och dessa regler går därför inte att applicera på vår undersökning.

5 Resultat och analys

Vi fann att nyheterna förenklades vid övergången från CNNs hemsida till Snapchat. Vi redogör också för hur modaliteterna skapade mening i Snapchat.

5.1 Förenkling

Nyheten på CNNs hemsida bestod i regel av en artikeltext som ibland kombinerades med bilder eller filmer som erbjöd information och olika infallsvinklar. Omfattningen och antalet på dessa varierade. Redan vid övergången från hemsidan till storyns motsvarande artikel var det mycket information som hade sorterats bort. I storyn fann vi slutligen att nyheten ofta hade omformats till att belysa mindre information än vad som presenterades på CNNs hemsida.

För enkelhetens skull kan detta exemplifieras genom figur 4, eftersom den uppvisar en tydlig förändring. Den handlar om att den amerikanska presidenten Obama och den franska presidenten Hollande resonerade om hur de skulle gå tillväga för att tillsammans bekämpa hotet från terrorgruppen IS. På hemsidan gestaltas detta med en video från presskonferensen där presidenterna närvarade samt en förklarande artikel. I artikeln får vi veta att Hollande är mer offensiv i sin krigföring medan Obama gestaltas som mer återhållsam med skäl av tidigare erfarenhet av terrorattacker.

“Now, Hollande is the one who's beating the drums of war, calling for a robust international coalition in the Middle East and declaring that France is in a state of emergency. Obama, by contrast, is the one warning against a major new ground operation in Syria that he fears could degenerate into another years-long entanglement for America in the Middle East.” (CNN International Edition 2015-11-25 *Obama: We are all French now*)

“The U.S. and French leaders might have a similar goal, but their separate political perspectives lead them to view the struggle against ISIS differently.” (CNN International Edition 2015-11-25 *Obama: We are all French now*)

Informationen om presidenternas oenighet saknas redan i storyns tillhörande artikel. Där finns istället formuleringar och ordval som insinuerar att presidenterna är eniga i sina taktiker. Detta kan illustreras bland annat med mellanrubrikerna “The U.S. and France are sharing fighting tactics” och “Both presidents want others to join the fight”. Detta kan stå i kontrast mot artikeln på CNNs hemsida som innehåller mellanrubrikerna

“Different takes on ISIS” och “Divergent domestic standing” (CNN International Edition 2015-11-25 Obama: We are all French now).

Vid övergången från artikeln på CNNs hemsida till artikeln på Snapchat har uppfattningen av presidenternas möte förändrats från att ha varit till viss del oeniga om taktikerna till att endast vara eniga. Detta budskap förstärks i själva storyn. Där möts betraktaren av rubriken “Fighting the same fight” och den förklarande texten “The presidents of France and the U.S. are serious about joining forces to defeat ISIS. Here’s the latest on their strategy.”.

Det här mönstret återkom i nästan alla stories som vi analyserade. Av all den information som fanns på CNNs hemsida komprimerades detta till ett mindre format i storyns artikel. Mycket information föll därvid bort. I storyn fanns än mindre information.

5.2 Modaliteternas meningskapande

Efter att ha analyserat sex olika stories började vi ana hur modaliteterna musik, text, bild och animation uppfyllde olika roller i meningskapandet. Vi besvarar frågeställningen inledningsvis med att diskutera modaliteten bild.

5.2.1 Bild

I Snapchats stories är ofta bilden, till skillnad från många andra digitala medier, över hela skärmen. Övrig information som text och animation ligger över bilden. Det innebär att bilden får stor plats i storyn och kan antingen dra stor uppmärksamhet eller fungera som en mer subtil bakgrund. I båda fallen fann vi att dess inverkan var betydelsefull för nyhetens meningskapande.

I figur 1 är bildens betydelse intressant för hur materialet kan uppfattas. I storyn är bilden på Abdelhamid Abaaoud beskuren. Hela bilden går att se i videon på CNNs hemsida. Där står Abdelhamid Abaaoud med en IS-flagga i ena handen och Koranen i den andra och håller upp bägge föremål mot kameran. På Snapchat har bilden beskurets så att både mannen och Koranen syns. Men IS-flaggan är borta. En mörk vinjett runt bilden gör även att ljuset ligger på Abdelhamid Abaaouds ansikte samt Koranen. Att bilden är beskuren på detta sätt anser vi är relevant att diskutera eftersom vi anser, likt

Coleman (2010), att avsaknaden av företeelser i en kontext ibland kan vara minst lika intressant som närvaron av andra. Att CNN valt att beskära bilden och därigenom behålla Koranen i bild men inte IS-flaggan anser vi kan ha betydelse för uppfattningen av nyheten. Om vi undersöker Koranens provenance förstår vi att det är en helig skrift för religionen islam. I den här kontexten håller en man från IS i skriften. I Nationalencyklopedin definieras IS som en sunniislamistisk terrororganisation, fakta som också är viktig för förståelsen av kontexten. En annan islamistisk rörelse som kopplas samman till terrordåd är gruppen al-Quaida. Arvidsson skriver i Nationalencyklopedin att organisationen tog på sig ansvaret för 11 september attacken i USA. Enligt Curtis (2011) ökade islamofobin i USA som en konsekvens av attacken. Därvid diskuterar forskaren att islam för många blev en synonym för terrorism. Att storyns bild således är beskuren så att terroristen Abdelhamid Abaaoud syns i bild hållandes Koranen och inte IS-flaggan kan därför vara intressant. Eftersom vi förstår deras provenance och resursernas semiotiska potential i olika kontexter hade komponenterna terrorist och IS-flagga kunnat konnotera terrororganisationen IS. I storyns bild kan dock betydelsen bli en annan. Terroristen hållande i Koranen kan bli en metonym för något större.

En möjlig tolkning kan vara att storyn erbjuder uppfattningen om att problemet inte ligger i en enskild terrororganisation, utan en hel religion. Här kan vara värt att uppmärksamma studier av Messaris och Abraham (2001) som förespråkade att rasistiska eller stereotypa bilder ofta förekommer utan journalistens avsikt. De meddelanden som hade förbjudits i ord förekommer i större utsträckning i bilder eftersom de läses på ett annorlunda sätt än skriven text. Att bilden på Abdelhamid Abaaoud har beskrivits på det sätt som vi har försökt beskriva kan således ha olika förklaringar. En möjlighet är att redaktionen inte hade en tanke bakom beskärningen mer än möjligen den stilistiska utformningen. En annan möjlighet kan vara att det faktiskt fanns ett bakomliggande meddelande. Vi kan inte veta hur upphovsmakarna tänkte eftersom vår forskning inte inkluderar intervjuer. Men vi kan uppmärksamma ett resonemang av Gibson och Zillman (2010) som föreslår att journalister kan bidra till vidare berättande i sina valda bilder som de kanske inte är medvetna om.

Färg har också betydelse för meningskapandet i modaliteten bild. I figur 1 är det inte färgen i sig som är meningskapande, utan snarare avsaknaden av färg. Bilden på Abdelhamid Abaaoud går nämligen från färg till svartvit. Det här är intressant i sitt

sammanhang eftersom nyheten behandlar hans död. Bergström (2012) diskuterar att färg kan ha till uppgift att informera. Precis som när svarta krafter blir röda när de kokar och därigenom informerar oss om att de är klara kan färgskiftningen i figur 1 ha en informerande betydelse. I det här fallet kan färgen som försvinner från bilden konnotera mannens bortgång. Detta eftersom färgen svart kan konnotera död i flera kulturer (Bergström, 2012).

Figur 2 handlar om uppkomsten av rape kits. Ett rape kit används för att samla bevismaterial när någon blivit utsatt för sexuella övergrepp. Storyn är helt tecknad och illustrerar föremål som tops, kammar, påsar för bevismaterial och anmälningsblanketter. Föremålen som är ritade med tjocka, ojämna linjer för tankarna till en teckning ritat av ett barn och konnoterar därför en avslappnad och lättsam karaktär. Även om de tecknade föremålen illustrerar sådana som ingår i ett rape kit är det färgerna som vi anser är mest intressant i bilden. CNN har använt sig av ljusa färger i storyn. Bakgrunden är ljusrosa och bildernas konturer samt texten har inte gjorts helt svarta utan har en brun ton. Enligt Bergström (2012) kan de ljusa färgerna konnotera kvinnlighet. Likadant är det med färgen rosa som täcker storyns bakgrund. Rosa är en färg som är djupt kodad i västvärlden och associerar kvinnlighet (Bergström, 2012). Som vi tidigare nämnt har vi upptäckt att viss information som finns i artikeln på CNNs hemsida kommer till uttryck genom andra modaliteter i dess motsvarande story. I det här fallet saknas information om våldtäktsoffer i nyhetsversionen på Snapchat. Alla de våldtäktsoffer som får komma till tals i artikeln på CNNs hemsida är kvinnor. Sett till nyhetens innehåll på CNNs hemsida samt den rosa färgens kulturella association kan det vara ett sätt för CNN att illustrera de kvinnliga våldtäktsoffrena genom färg i storyn.

I figur 3 består hela bakgrunden av mörker med illustrationer som kan liknas vid svävande snören med knut. Om betraktaren sedan tidigare vet att formen konnoterar virus förstår vi vad bilderna ska föreställa. Om betraktaren dessutom har sett formen av ett ebolavirus sedan innan kan denne också förstå att det rör sig om just ebolavirus. CNN har använt sig av en grön färg på viruset samt som bakgrund till rubriken. Den är intensivt neongrön, även kallad giftgrön. Denna nyans av grönt kan tyda på osundhet enligt Nationalencyklopedin och kan därmed konnotera något giftigt eller dödligt. I det här fallet handlar nyheten om ebola och kan därför konnotera död.

I figur 4 anser vi att bildens funktion syftar till att belysa presidenternas enande mot IS som vi diskuterat i den tidigare frågeställningen. Bilden består av ett montage med Vita huset i bakgrunden samt den franska presidenten Hollande och amerikanska presidenten Obama i förgrunden. Presidenterna står med ryggarna mot varandra. En position som kan vara en metafor för ett samarbete. Det kan också konnotera det engelska uttrycket “I got your back”, där dess mening kan översättas till att skydda och backa sin kompanjon. Sett till ländernas provenance förstår vi att det inte är första gången som de backar upp varandra.

“The changing dynamic between the two old allies reflects the impact of 14 long years of war that has left America weary of foreign intervention, as well as the insistence by Obama that a rush to war after terror attacks often goes away.” (CNN International Edition 2015-11-25
Obama: We are all French now)

Presidenterna blir metonymier för sina nationer. I artikeln på CNNs hemsida kan vi dessutom avläsa att det är Hollande som går främst i ledet mot IS.

“Now, Hollande is the one who's beating the drums of war, calling for a robust international coalition in the Middle East and declaring that France is in a state of emergency. Obama, by contrast, is the one warning against a major new ground operation in Syria that he fears could degenerate into another years-long entanglement for America in the Middle East.” (CNN International Edition 2015-11-25
Obama: We are all French now)

I storyn är bilden på Hollande positionerad en liten bit framför bilden på Obama. Det faktum att Obama står en bit bakom samt har Vita huset i bakgrunden kan illustrera att det är Hollande och Frankrike som går i täten och att Obama, med resten av det amerikanska folket i ryggen, backar upp honom.

“Influential conservative commentators see the dynamic between Hollande and Obama as one of a resolute French leader and an American who prefers to lead from behind.” (CNN International Edition 2015-11-25
Obama: We are all French now)

Förutom resurser som komposition och position är färgen även viktig för meningsskapandet i figur 4. Det är intressant hur färgerna rött, vitt och blått genomlyser bilden. Franska Hollande är röd och amerikanske Obama är blå. Det röda kan dels symbolisera röda socialistpartiet som Hollande står bakom och det blå kan symbolisera Obamas demokratiska parti. Vita huset är passande nog vitt. I kombination med varandra är färgerna också densamma som både USAs och Frankrikes flaggor. Här

samverkar färgerna i meningskapande och förstärker bilden av de enade nationerna, som behöver varje färg för att bilda nationernas färger.

I figur 5 består modaliteten bild av tre stycken fotografier på Charlie Sheen.

Fotografierna är tagna på vad som verkar vara en fest. Charlie Sheen är klädd i kostym, bakgrunden består av en skymning och han lysas upp som av en kamerablixt. Det konnoterar känslan av att bilderna är tagna av en festfotograf eller av paparazzi. En annan resurs som stärker den tolkningen är Charlie Sheens ansiktsuttryck i de tre bilderna. I det första fotografiet ler han och ser bortom kameran. I det andra fotot som följer är hans mun öppen som om han säger något. I det sista fotot pekar han mot kameran och ler. I handen som han pekar med håller han en cigarett. Intressanta resurser här kan alltså vara de möjliga paparazzibilderna som konnoterar att han är på en festlig tillställning och roar sig. Möjligen också hans sista ansiktsuttryck, som konnoterar att han vet om att han blir fotograferad. Eftersom nyheten behandlar att Charlie Sheen har kommit ut med att han har HIV och nyheten illustreras med paparazzibilder kan det vara intressant att beakta hans provenance.

Om vi undersöker CNNs motsvarande artikel på deras hemsida förstår vi att Sheen är en känd skådespelare och att han har haft HIV i fyra år. En hemlighet som han nu har valt att berätta om. I samband med hans uttalande finns bland annat det här avsnittet ifrån artikeln.

In the "Today" interview, Sheen denied any possibility that he got the disease via drug use. "No needles," Sheen said. He also said he was no longer on drugs, but did continue to drink and seek the company of prostitutes. (CNN International Edition 2015-11-17 *Charlie Sheen says he is HIV-positive*)

In the past, Sheen has admitted to frequent visits to prostitutes at various times in his life. In July 1995, he testified in the tax evasion trial of "Hollywood madam" Heidi Fleiss that he had spent \$53,000 in one 15-month period on "sexual services." (CNN International Edition 2015-11-17 *Charlie Sheen says he is HIV-positive*)

Texten kan uppfattas innehålla spekulationer rörande vart han har fått viruset ifrån.

Annan information som kommer fram rör ett mentalt sammanbrott.

Sheen was fired from "Two and a Half Men" in 2011 after a public meltdown that had the actor lashing out at the show's creator. (CNN International Edition 2015-11-17 *Charlie Sheen says he is HIV-positive*)

Among the more notorious points of his career, Sheen entered drug rehab twice and lived at one time with three women. (CNN International Edition 2015-11-17 *Charlie Sheen says he is HIV-positive*)

Förutom nyheten om att Charlie Sheen berättar om sin diagnos förmedlar således texten information om hans mentala sammanbrott, hans drogmissbruk och att han har köpt sexuella tjänster. Att undersöka provenance av HIV kan här vara intressant. Enligt Norrbys formulering i Nationalencyklopedin står namnet för humant immunbristvirus och kan vara ett förstadium till AIDS, som ofta leder till döden. Det finns bromsmedicin men inte något botemedel. Att få diagnosen är därför en högst negativ nyhet. En intressant detalj som vi uppfattade var därför avsaknaden av någon formulering som visade på någon form av sorg eller empati i CNNs artikel på deras hemsida. Texten kan snarast säga fokusera på mannens turbulenta bakgrund. Att storyn därefter innehåller bilder där Sheen festar och röker kan också tyckas vara intressant. Cigaretter är som allmänt känt inte bra för hälsan. Kombinationen av texten som förklarar att Sheen bryter HIV-tystnaden och bilderna av honom där han roar sig på ett ohälsosamt sätt anser vi kan ha en djupare betydelse än som står utskrivet.

Vi introducerade tidigare begreppet moralisk fostran som innebär att vissa egenskaper kan åtföljas av negativa konsekvenser i medier för att visa samband mellan orsak och verkan (Lindgren, 2009). På CNNs hemsida kan en form av moralisk fostran bestå i de negativa aspekterna som inkluderas om Charlie Sheens bakgrund samt spekulationer om hur han har fått viruset. Detta i kombination med nyheten om att han smittats med HIV kan tolkas som att CNN illustrerar ett samband med orsak och verkan. Missbruk och köp av sexuella tjänster kan leda till HIV.

I figur 6 illustrerar bilden en familjekonstellation som befinner sig i förgrunden för en solnedgång eller soluppgång. De hamnar således i motljus, vilket resulterar i att figurerna blir svarta silhuetter mot en orange bakgrund. Både Ghersetti (2012) och Gripsrud (2011) resonerar att identifikation är en förutsättning för att kunna känna empati. Att mörka människorna till silhuetter och därmed frånta deras identitet kan neutralisera och utjämna skillnader mellan betraktaren och bildens karaktärer. Det kan därmed fungera som ett sätt att möjliggöra identifikation. Vi erbjuds att uppfatta att de är människor men kan inte hitta några detaljer som skiljer dem från oss själva eftersom vi bara ser deras gestalter. Känslan om att "det hade kunnat vara jag" blir möjlig. Bilden av en soluppgång eller solnedgång kan också konnotera en annan betydelse. Vi vet att

solen ser ut så både under tidig morgon och kväll. Bilden av familjen som går kan därför berätta om människor som är ute och vandrar tidigt på morgonen eller sent på kvällen, när många andra antagligen precis har vaknat eller lagt sig för att sova.

5.2.2 Animation

Animation är en modalitet som används flitigt på Snapchat och i mindre utsträckning på CNNs hemsida. Vi fann att dessa fungerade som verktyg i berättandet och hittade dem i någon form i nästan varje story. I många fall handlade animationerna om subtila inzoomningar eller svepningar och ibland om mer avancerade illustrationer.

Den story som brukade animation mest var figur 3 som handlade om ebola. Klippet tar sin början i en mörk plats och zoomar in på ett ebolavirus. I bakgrunden rör sig små ljusa fläckar i en pulserande rytm mot samma riktning som kan konnotera blod. Sammansättningen av animationer är ett intressant exempel på hur olika resurser kan användas för att skapa mening och rörelse. Det är även en illustration på hur modaliteter kan användas för att uttrycka något utan att klä det i ord. Mörkret, de pulserande fläckarna och de svävande ebolavirus som finns i bakgrund och förgrund skapar tillsammans en illusion om att befinna sig i en kropp. Bara genom våra konnotationer.

I figur 6 finns som diskuterats ovan en familjekonstellation av svarta silhuetter. Animationen består i en svepning till vänster som visar ännu fler personer. Eftersom silhuetterna är vända till höger och verkar gå kan svepningen till vänster fungera för att visa hur många som står bakom de första. Det kan i sin tur fungera som metafor för hur många som drabbas av flyktingkrisen.

Bergström (2012) diskuterar hur rörelse kan skapa uppmärksamhet. Det kan förklara varför vissa stories endast hade subtila inzoomningar. Animationerna ger betydelse till storyn eftersom de skapar dynamik och rörelse till illustrationen.

5.2.3 Musik

Bergström (2012) beskriver musik som en effektiv stämningsskapare. I synnerhet när mediepubliken har emotionella associationer kopplat till musiken som spelas. I alla stories upptäckte vi att ljudet eller musiken tonsatte stämningen för nyheten.

I figur 1 finns en mörk, spännande musik. I artikeln på CNNs hemsida förstår vi att det fortfarande finns flera terrorister som efterlyses. Musikens mystik och dess potential i storyns sammanhang kan därför signalera en mening som inte blir uttalad i storyns text. Det är inte över. Figur 2 presenterar positiv och glad musik till nyheten om rape kitet. Vi anser likt Murch (I Chion, 1994) att musiken påverkar bildens betydelse. Tillsammans med den ljusa bakgrunden och de lekfullt stilistiska illustrationerna blir stämningen lättsam. I samverkan kan det bidra till att vår uppfattning gentemot nyheten om rape kits är positiv. På grund av ämnets allvarliga karaktär hade en negativ melodi kunnat erbjuda en helt annan betydelse.

I andra figurer fann vi att musikens berättande egenskaper kunde förstärka betydelsen av storyn ytterligare. Figur 3 om ebola ackompanjeras med en dyster och olycksbådande musik. Detta förstärker den negativa nyheten om att WHO blivit kritiserad och understryker allvaret av sjukdomen. I figur 4, som handlar om Obama och Hollande, är musiken positiv och hoppfull. Vi får veta i den tillhörande artikeln på Snapchat att länderna Frankrike och USA ska samarbeta för att bekämpa IS. Musiken kan tillsammans med presidenternas positioner i bilden illustrera den stämning som framkommer av deras sammanslagning och gemensamma vision.

I figur 5 finns ett musikstycke som låter närmast latinoinspirerat, med gitarrspel och framåtanda. Det kan vara intressant att begrunda vad som hade hänt med innehållets karaktär om det istället hade ackompanjerats med en sorglig melodi. Då hade erbjudandet om händelsens karaktär varit märkbart annorlunda. Som vi redan har diskuterat anser vi att det kan föreligga en moralisk fostran i storyn och att musiken därmed kan bidra till den upplevelsen. En möjlighet är således att bilderna som konnoterar fest, cigaretten och musiken i kombination med texten på Snapchat kan förmedla den moraliska fostran som framkommer i artikeln på CNNs hemsida.

Som vi tidigare diskuterat anser vi att figur 6 har vissa element som erbjuder betraktaren att känna empati. Bilden på den vandrande familjen och den svepande rörelsen som illustrerar dess eventuella omfattning kan skapa sympati. Dess mörka gestalter kan fungera neutraliserande och vi kan därmed erbjudas identifikation. Musiken bidrar med pianotoner till svepande dynamiska toner i en melankolisk komposition. Tillsammans skapas en nedstämd melodi.

5.2.4 Text

I många fall är modaliteterna bild, musik och animation inte tillräckligt för att berätta vad nyheten handlar om. Barthes (1977) menade att en bilder är polysema och således har flera betydelser. Bilder behöver därför kompletteras av text för att förankra och begränsa alla möjliga betydelser som kan utläsas i bilden. Vi fann att texten i CNNs stories fyllde en liknande roll i nästan varje exempel.

Vi har tidigare diskuterat hur bilden på Abdelhamid Abaaoud ser ut i figur 1 samt hur dess tillhörande modaliteter fungerar i meningskapande. Kombinationen av alla semiotiska resurser gör att vi förstår att någonting inte står rätt till. Men det är först tillsammans med texten som någon egentlig nyhet kan utläsas ur storyn. Den förklarar att mannen är en misstänkt IS terrorist som nu har dött. Rubriken "Target achieved" är röd och har en form som påminner om en sekretesstämpel. Den röda färgen anser vi är intressant. Färg innehåller olika betydelser beroende på olika kulturella associationer och i vilka sammanhang som de ingår i (Bergström, 2014). Färgen röd kan i många fall konnotera kärlek. Som färgen på röda rosor eller hjärtat. I det här fallet kan den röda färgen symbolisera något annat. Dels förstärks konnotationen sekretesstämpel. Men i sitt sammanhang leder färgen också tankarna till blod.

Bergström (2012) diskuterar att typsnittet syftar till att levandegöra och förstärka budskapet. Detta blir än tydligare om rubriken knyter an till något som läsaren känner till. Både orden "Target achieved", och dess stil kan vara meningskapande för storyn. Uttrycket kan översättas till att måltavlan har blivit träffad, eller att ett mål har uppnåtts. Själva stilen påminner om en sekretesstämpel, som konnoterar något av polisiär eller militär karaktär. Eftersom nyheten i det här sammanhanget handlar om en terrorist som har blivit dödad anser vi att rubriken kan fungera avhumaniserande. Typsnittet konnoterar att ett mål har träffats eller har uppnåtts. Det är inte en människa som har blivit dödad, utan en måltavla som nu har träffats.

Figur 2 domineras av en rosa bakgrund med föremål i vardera hörn som sakta rör sig mot mitten av bilden. Föremålen består av tops, kammar, påsar och papper och är ritade med breda och ojämna linjer. Till detta spelar en positiv musik. Trots att orden "evidence" och "report" finns skrivet på påsarna och papprena hade det varit svårt att konnotera nyheten till rape kits utan hjälp av flera resurser i modaliteten text. Faktum är att topsen och kammarna samt den rosa färgen snarare konnoterar en nyhet om

exempelvis skönhet, förslagsvis riktat till kvinnor på grund av dess rosa färg. Det är den förklarande texten som förankrar och gör att vi kan förstå vad nyheten faktiskt handlar om.

“Not long ago, the rape kit - the way sexual assault forensic evidence is collected - didn't exist. Here's how it came to be.” (CNN International Edition 2015-11-22 *The story behind the first rape kit*)

Bergström (2012) diskuterar att några av rubrikens uppgifter är att fånga intresset hos betraktaren och skapa förväntningar. I figur 2 har CNN valt rubriken “This invention changed everything”. En rubrik som vi anser passar in på de egenskaper som Bergström talar om. Den kan locka mediekonsumenten samtidigt som den, liksom den förklarande texten, förankrar och informerar oss om att rape kitet är en uppfinning som förändrat livet för många.

I figur 3 anser vi att texten till viss del har en förankrande funktion. Vi får veta att WHO har blivit kritiserad i sitt hanterande av en kris och rubriken “The most egregious failure” talar om ett misslyckande. En intressant detalj kan däremot vara avsaknaden av ordet ebola, som nyheten handlar om. Som vi tidigare diskuterat bidrar modaliteterna i figuren till en negativ story och resultatet kan bestå i att betraktaren ser en negativ nyhet utan att egentligen veta vad den handlar om. Det är ett exempel på hur avsaknaden av informationen ibland kan bidra till ett nytt sorts meningskapande. I den här sammansättningen kan modaliteterna konnotera en ny medicinsk kris istället för den tidigare kända ebolakrisen.

6 Slutsatser och diskussion

Vi diskuterar nyheternas sensationisering på Snapchat men resonerar att vi inte kan säga om det är en positiv eller negativ utveckling. Vi ger också förslag till framtida forskning.

Efter analysen kan vi konstatera att det multimodala berättandet på Snapchat skiljer sig nämnvärt åt från dess motsvarande material på CNNs hemsida. De olika förutsättningarna till berättande öppnar upp för fler uttrycksformer samtidigt som den fysiskt mindre plattformen begränsar mängden information. Som konsekvens av detta har vi observerat hur CNNs stories ofta fokuserar på en beskärddel av de aspekter som presenteras i CNNs motsvarande nyhetsmaterial på deras hemsida. Ghersetti (2012) diskuterar fenomenet som en naturlig del av den journalistiska dramaturgin. Verkliga händelser är ofta komplicerade och det kan vara svårt att förklara orsak och verkan på ett överskådligt sätt. Genom att skala av och förenkla händelser anpassas nyheterna bättre till den utvalda plattformen.

På Snapchat hade nyheterna fått en sensationell prägel som illustrerades genom personifiering, konfliktvinklar och dramatiska skildringar, taktiker som Ghersetti (2012) definierar som några av sensationsjournalistikens kännetecken. Vi ansåg att det var svårt att föreställa oss att materialet skulle passa in på CNNs hemsida och resonerade att det kunde röra sig om att CNN anpassat materialet till en yngre målgrupp. I kontrast mot hemsidan, som dominerades av ett opersonligt och mestadels opartiskt rapportering, anser vi att plattformen Snapchat erbjöd ett annat sorts berättande. CNNs stories innehöll inte bara information, utan en hel historia.

Bilderna fick stort utrymme och gav mening genom metaforer och konnotationer. Texten lockade med dramatiska rubriker och formuleringar. Musiken satte ton för nyheten och skapade stämning och animationerna gav dynamik och rörelse. Men som Bergström (2012) resonerar, anser vi att det är först i modaliteternas samverkan som vi kan inse kraften i helheten. I det här fallet fanns flera komponenter som stimulerade olika sinnen för att belysa en vinkel och således få aspekter av den verkliga händelsen. Vissa ordval kunde exempelvis spetsa till historien genom att visa på en tydlig perspektivmarkör. Sammantaget fungerar modaliteterna som dramatiserande medel som kan resultera i ett mer filmiskt berättande jämfört med CNNs hemsida. Som Ghersetti

beskriver (2012) kan sensationella aspekter ibland förstärkas på bekostnad av det relevanta och sakliga. Detta anser vi resulterar i ett historieberättande som inte bara presenterar en händelse, utan också ett sätt att tänka och känna om händelsen.

Vidare behöver det inte vara motiverat från skaparens sida. I dagens digitala värld arbetar onlinejournalistiken med nyheter som ska publiceras på webben så snabbt som möjligt (Singer & Quandt, 2009). Ibland kan alltså mening skapas utan avsikt som ett resultat av stress eller tidsbrist. Å andra sidan har Snapchat, som tidigare diskuterat, ett unikt format där redaktionen har 24 timmar på sig innan det är dags att publicera igen. Det är inte heller lätt att uppdatera som det är med annan webbjournalistik. CNN måste därmed lägga mer tid på att forma sina stories. Vi kan därför anta att sammansättningen av olika resurser och modaliteter är aktiva val och ingenting som har utformats slumpmässigt.

Att dramatisera nyheter kan vara en taktik som syftar till att engagera mediekonsumenterna i nyheten. Freedman (2010) pekar bland annat på vikten i att anpassa plattformen efter publiken (Bergström, 2012; Doudaki & Spyridou, 2015). Konsekvenser kan bestå i att dessa skildringar av verkligheten får dominera nyhetsutbudet på Snapchat. Som vi tidigare diskuterat är CNN i skrivande stund en av de få medier som erbjuder samhällseliga nyheter på Snapchat Discover. Eftersom publiken enligt Snapchat dessutom befinner sig i ung ålder (Snapchat, 2015) och således är en svårnådd publik till att börja med (Freedman, 2010) är det möjligt att CNNs rapportering blir en primär nyhetskälla för vissa. Eftersom Freedman (2010) beskriver att en av egenskaperna hos Internet som lockar den unga publiken är dess snabbhet kan vi kan anta att många väljer att inte läsa allt motsvarande material på CNNs hemsida. Att enbart få en aspekt av en händelse i storyn kan därför få konsekvenser för hur vissa människor uppfattar sin omvärld.

Vi kan däremot inte generalisera våra slutsatser eftersom vår studie är så liten. Vi kan inte heller tala om konsekvenser kopplade till att vi fann dessa stories avsevärt mer sensationella och dramatiserade än dess motsvarande material på CNNs hemsida. Eftersom plattformerna skiljer sig åt både i sina möjligheter till uttryck och i sina begränsningar är det inte säkert att de kan bedömas på samma sätt. En möjlighet är att plattformens karaktäristiska berättande i allra högsta grad är medveten och behövlig. En taktik från CNNs sida för att locka en yngre publik som söker sig till det snabba och

underhållande. Vi anser visserligen att CNNs stories strider mot vissa av de journalistiska kraven som forskare presenterar när det kommer till att dramatisera händelser och anspela på stereotyper (Nord & Strömbäck, 2002; Nord, Shehata & Strömbäck, 2003). Men det är också möjligt att de ideologiska värden som har dominerat journalistiken förändras i takt med den tekniska utvecklingen och blir omöjliga att applicera på nya plattformar. I en tid då det journalistiska begreppet blir mer och mer diffust ökar osäkerheten om vad som kan klassas som bra eller dålig journalistik. En del skulle möjligen vända sig mot att sensationell journalistik, som många definierar som underhållning (Franklin, 1997), skulle dominera ett nyhetsflöde. Andra skulle resonera att det är ett bra sätt att informera ungdomar om sin omvärld på ett påtagligt sätt. Hur framtidens journalistiska dygder kan komma att utvecklas återstår att se.

6.1 Framtida forskning

Eftersom nya taktiker behövs för att nå mediepubliken anser vi att framtida forskning kan syfta till att intervjua Snapchats målgrupp och undersöka deras uppfattningar om CNNs stories. Vi diskuterar tidigare att CNNs stories kan vara en primär källa för vissa och att det således kan få konsekvenser för publikens världsbilder. Därför vore det intressant att direkt undersöka publikens uppfattningar.

Ytterligare forskning kan bygga på intervjuer med de journalister som jobbar på CNN och främst de som arbetar med CNNs stories eftersom vi är intresserade av processen med att överföra material från en plattform till en annan. I vårt resultat har vi noterat både förenkling och dramatisering som resultat av publicering på Snapchat. En annan undersökning hade kunnat syfta till att studera hur journalisterna tänker kring att vinkla materialet. Redaktionens diskussion kring nyhetsvärdering är också värt att undersöka i framtida forskning. Vilka nyheter väljer CNN att publicera på Snapchat Discover och varför just de nyheterna?

Vidare är en möjlighet att teknisk personal är med och formar nyheterna som CNN publicerar på Snapchat. Ett annat intressant forskningsområde hade därmed varit att se hur samarbetet mellan journalister och storyns utformare fungerar och hur de tillsammans skapar CNNs stories. Detta är särskilt intressant då det finns möjlighet att

viss del av den tekniska personalen inte har en journalistisk bakgrund och därmed inte har samma tankesätt vad gäller objektivitet och andra journalistiska värderingar.

Referenser

Tryckta källor

- Appelgren, E., & Leckner, S. (2013). Tröga processer i en snabb medievärld - en introduktion till att förutspå medieutvecklingen. I I. Wadbring & G. Nygren (Red.), *På väg mot medievärlden 2020* (s. 41-57). Lund: Studentlitteratur.
- Barthes, R. (1977) *Elements of Semiology*, New York: Hill and Wang.
- Bergström, B. (2012). *Effektiv visuell kommunikation*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Bettendorf, E., Davis, T., Davison, K., Huang, E., Nair, A., & Shreve, S. (2006). Facing the Challenges of Convergence Media Professionals' Concerns of Working Across Media Platforms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol 12(1), 83-98.
- Burkholder, J.P. (2006). Simple Model for Associative Musical Meaning. I A. Byron & E. Pearsall (Red.), *Approaches to Meaning in Music* (s. 76-106). Bloomington : Indiana University Press
- Chion, M. (1994). *Audio-Vision: Sound on Screen*. New York: Columbia University Press.
- Coleman, R. (2010). Framing the pictures in our heads: Exploring the framing and agenda-setting effects of visual images, I P. D'Angelo & J. Kuypers (Red.), *Doing news framing analysis: Empirical, theoretical, and normative perspectives* (s. 233-261). New York: Routledge.
- Curtis, E. (2011). The Islamophobic history of the United States. *Bulletin for the Study of Religion*, vol 40(2), 30-35.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, Nov 6(4), 442-464.
- Doudaki, V., & Spyridou, L. (2015). News content online: Patterns and norms under convergence dynamics. *Journalism*, Feb vol 16(2), 257-277.
- Ekström, M., & Larsson, L. (2010). Inledning. I M, Ekström, & L, Larsson (Red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s. 13-24). Lund: Studentlitteratur.
- Ekström, M., & Moberg, U. (2008). Semiotik. I M. Ekström (Red.), *Mediernas språk* (s. 17-39). Malmö: Liber .
- Enbom, J., Engström, K., & Lindgren, S. (2012). I S. Lindgren (Red.), *Nya medier och kommunikation. Makt och meningsskapande i den digitala tidsåldern* (s. 7-21) Malmö: Gleerups Utbildning AB.
- Franklin, B. (1997). *Newzak & the News Media*. London: Arnold.
- Freedman, D. (2010). The Political Economy of the 'New' News Environment. I N, Fenton (Red.), *New Media, Old News* (s. 35-50). London: SAGE Publications Ltd.

- Gamliel, E., & Kreiner, H. (2013). Is a picture worth a thousand words? The interaction of visual display and attribute representation in attenuating framing bias. *Judgement and Decision Making*, vol. 8(4), 482-491.
- Ghersetti, M. (2012). Sensationsjournalistikens mekanismer. I L. Nord & J. Strömbäck (Red.), *Medierna och demokratin* (s. 241-259). Lund: Studentlitteratur.
- Gibson, R., & Zillmann, D. (2000) Reading between the photographs: The influence of incidental pictorial information on issue perception. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(2), 355-366 .
- Gripsrud, Jostein. (2011). *Mediekultur och mediesamhälle*. Göteborg: Daidalos AB.
- Hull, G., & Nelson, M. (2005). Locating the semiotic power of multimodality. *Written Communication*, 22(2), 224-261.
- Johansson, B. (2012). Journalistikens nyhetsvärderingar. I L. Nord & J. Strömbäck (Red.), *Medierna och demokratin* (s. 223-238). Lund: Studentlitteratur.
- Kolodzy, J. (2006). *Convergence journalism: Writing and reporting across the news media*. Lanham, Md: Rowman & Littlefield.
- Kress, G. (2009). *Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. New York: Routledge
- Lee-Wright, P. (2010). Culture shock: New media and organizational change in the BBC. I N. Fenton (Red.), *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age* (s. 71-87). London: SAGE Publications
- Lindgren, S. (2009). *Populärkultur: teorier, metoder och analyser*. Stockholm: Liber.
- Ljuslinder, K. (2012). Medielogik och medieetik flyttar online. I S. Lindgren (Red.), *Nya medier och kommunikation. Makt och meningsskapande i den digitala tidsåldern* (s. 41-54). Malmö: Gleerups Utbildning AB.
- Messaris, P. & Abraham, L. (2001) The role of images in framing news stories. I S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Red.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (s. 215-226). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Nord, L., & Strömbäck, J. (2002). *Tio dagar som skakade världen – En studie av mediernas beskrivningar av terrorattackerna i USA och kriget i Afghanistan hösten 2001*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.
- Nord, L., & Strömbäck, J. (2012). Demokrati, medier och journalistik. I L. Nord & J. Strömbäck (Red.) *Medierna och demokratin* (s. 9-45). Lund : Studentlitteratur.
- Nord, L., Shehata, A., & Strömbäck, J. (2003). *Från osäker källa. Bevakningen av Irakkriget i svenska medier*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.
- Nygren, G. (2013). Bland multireportrar och innehållsleverantörer. I I. Wadbring & G. Nygren (Red.), *På väg mot medievärlden 2020* (s. 269-291). Lund: Studentlitteratur.

Nygren, G., & Zuiderveld, M. (2011). *En himla många kanaler: flerkanalpublicering i svenska mediehus*. Göteborg: Nordicom.

Quandt, T., & Singer, J. B. (2009). Convergence and Cross-Platform Content Production. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The Handbook of Journalism Studies* (s. 130-146) New York: Routledge.

Stúr, E. (2012). Den globaliserade medievärlden. I L. Nord & J. Strömbäcks (Red.), *Medierna och demokratin* (s. 49-67). Lund: Studentlitteratur.

Svensson, G., Pettersson, R., & Wærn, Y. (2009). *Bild och föreställning - om visuell retorik*. Lund: Studentlitteratur AB.

Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. New York: Routledge.

Wadbring, I. (2013). I snigeltakt eller raketfart? Journalistikens förändring över tid. I G. Nygren & I. Wadbrings (Red.), *På väg mot medievärlden 2020* (s.185-202). Lund: Studentlitteratur AB.

Wingstedt J. (2008). *Making Music Mean* (Doctoral Thesis Luleå University of Technology School of Music). Luleå: Luleå tekniska universitet, Tillgängligt: <http://epubl.ltu.se/1402-1544/2008/43/LTU-DT-0843-SE.pdf>

Østgaard, E. (1965). *Nyhetsvärdering*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Digitala källor

Apple. (2015). *Itunes Charts: Free Apps*. Hämtad den 11 november 2015 från <http://www.apple.com/itunes/charts/free-apps/>

Arvidsson, U. Terrorism. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad den 10 december från <http://www.ne.se.proxy.lnu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/terrorism>

CNN. (2015). *About CNN.com*. Hämtad den 26 november 2015 från <http://edition.cnn.com/about>

CNN Pressroom. (2015). *Discover CNN on Snapchat*. Hämtad den 13 november 2015 från <http://cnnpressroom.blogs.cnn.com/2015/01/27/discover-cnn-on-snapchat/>

Grön. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad den 8 december från <http://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/grön>

Lund, A. Islamiska Staten. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad den 10 december från <http://www.ne.se.proxy.lnu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/islamiska-staten>

Norrby, E. HIV. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad den 9 december från <http://www.ne.se.proxy.lnu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/hiv>

Skeggs, B., Wood, H., & Thumin, N. (2007). *Making Class through Moral Extension on Reality TV*. Hämtad den 8 december från http://www.medfak.umu.se/digitalAssets/29/29326_workshop_intimacy_ahorarkop.pdf

Snapchat. (2015). *Overview and FAQ*. Hämtad den 12 november 2015 från <https://www.snapchat.com/ads>

Snapchat. (2015). *Snaps*. Hämtad den 17 november 2015 från <https://support.snapchat.com/ca/snaps>

Snapchat. (2015). *Using Discover*. Hämtad den 18 november 2015 från <https://support.snapchat.com/a/discover-how-to>

Snapchat. (2012). *Let's chat*. Hämtad den 12 november 2015 från <http://blog.snapchat.com/post/22756675666/lets-chat>

Vetenskapsrådet. (2011). *God forskningssed*. Hämtad den 27 november 2015 från <https://publikationer.vr.se/produkt/god-forskningssed/>

Bilagor

CNN International Edition 2015-11-17 *Charlie Sheen says he is HIV-positive*
<http://edition.cnn.com/2015/11/17/health/charlie-sheen-health/>

CNN International Edition 2015-11-23 *Ebola crisis: WHO slammed by Harvard-convened panel over slow response* <http://edition.cnn.com/2015/11/23/africa/ebola-lancet-report/>

CNN International Edition 2015-11-21 *Entering the U.S. as refugees would be the hardest way for would-be terrorists* <http://edition.cnn.com/2015/11/20/politics/paris-attack-refugee-visa-waiver/>

CNN International Edition 2015-11-25 *Obama: We are all French now*
<http://edition.cnn.com/2015/11/24/politics/obama-francois-hollande-washington/>

CNN International Edition 2015-11-20 *Paris attacks ringleader Abdelhamid Abaaoud dead* <http://edition.cnn.com/2015/11/19/world/paris-attacks/>

CNN International Edition 2015-11-22 *The story behind the first rape kit*
<http://edition.cnn.com/2015/11/20/health/rape-kit-history/>