

## Fakta eller åsikter – vad är skillnaden?

För att söka sig fram till rätt information och för att kritiskt granska innehållet i medier måste du kunna skilja på fakta och åsikter. Med kunskap om till exempel tidningars delar är det enklare att urskilja vad som är vad.

Nyhets- och ekonomisidorna ska vara **objektiva**, det vill säga bara ta hänsyn till fakta, inte åsikter.

På ledar- och kultursidorna uttrycker tidningen åsikter. Texterna på ledarsidorna påverkas av tidningens politiska tillhörighet. Det kan till exempel stå att privata skolor är bra, medan det på en annan ledarsida står att de är dåliga. Journalister som recenserar musik, spel, böcker och film skriver fritt vad de tycker är bra eller dåligt.

## Sponsrad journalistik och vinklade sajter

Sponsrad journalistik och hårt vinklade sajter med ensidig kritik av olika samhällsfrågor vill till det yttre att innehållet ska likna redaktionell text, men vid närmare granskning finns det stora skillnader.

**Sponsrad journalistik** innebär att företag och organisationer köper reklamutrymme i till exempel en dagstidning. Men istället för att visa en reklambild får läsaren läsa en text som ska likna en objektiv nyhetsartikel. Det texten handlar om beskrivs vanligen på ett positivt sätt. Det är alltså inte objektiv journalistik utan reklam och åsikter som förs fram. Ofta står ordet annons och företagets namn med liten stil över texten.

På hårt vinklade, ensidiga, sajter finns olika artiklar som främst handlar om politik, brottslighet och andra samhällsfrågor. Texterna på sajterna är ofta personligt skrivna, och istället för att beskriva nyheter objektivt dominerar skribentens **subjektiva**, alltså personliga åsikter, som ofta är negativa.

### Fakta och åsikter om en artist

**Caroline Thérèse af Ugglas Liljedahl**, född 7 april 1972 i Stockholm, är en svensk konstnär, pop och soul-sångare samt körledare. Hon gick humanistisk linje vid Danderyds gymnasium. Hon studerade vid Calle Flygare Teaterskola och har arbetat som taltränare och sånglärare.

Ur Wikipedia



**Caroline af Ugglas** är en pur vitamininjektion i svenskt musikliv med sin raspiga röst, yviga scenpersona och sitt chosofria, smittande förhållningssätt till musik och kör-sång. "Varför därför", af Ugglas åttonde soloalbum, vilar på samma grundläggande insikt som det mesta hon gör. Det ska vara kul att göra musik.

Ur recension, Alexandra Sundqvist, DN, 30 september 2018

The screenshot shows the Expressen website layout. At the top left is the Expressen logo and a 'LOGGA IN' button. Below the logo is an 'ANNONS' banner for 'Innehåll från Fastighetsbyrån' featuring a man in a suit. The main headline is 'Så påverkar krisen bostadsmarknaden: "Blir en justering"', with a sub-headline 'Fram till den 20 mars var det högt tryck – köpare kan hitta dolda guldkorn'. Below this is a 'LEDARE' section with the headline 'Tro inte att doktorn alltid är bättre än sjuksköterskan' and a sub-headline 'LEDARE: Mindre revirtänk och ombytta roller kan rädda liv'. To the right of the main article are several smaller articles: 'MITT KÖK: Maten som gör dig lycklig – 9 goda livsmedel', 'HÄLSOLIV: Så tvättar du dina händer på rätt sätt – Skydda dig i coronatider', 'LEVA&BO: Frida och Pontus räddade ett ödehus – nu bor de i sitt drömhem – "Helt sjukt att vi köpte det"', 'MITT KÖK: 5 anledningar att äta mer ägg – Gör underverk för hälsan', 'LEVA&BO: Här är sakerna du aldrig mer behöver köpa nya – "Vi behöver tänka om."', and 'ALLT OM VIN: Övuntade landet dricker mest whisky per person – Läs mer om uppstickaren'. At the bottom left of the screenshot is another 'LEDARE' section with the headline 'Det går inte att trola bort skolsegregationen' and a sub-headline 'LEDARE: Bättre att satsa på att lyfta problemskolorna'.

### UPPGIFTER

**Redogör:** Ge exempel på var i en tidning du hittar faktatexter och åsiktstexter.

**Redogör:** Vad innebär sponsrad journalistik?

**Analysera:** Läs de två citaten om artisten Caroline af Ugglas. Vad är objektiv information och vad är värderande åsikter? Ge exempel från citaten.

**Analysera:** Vad på skärmbilden från Expressen är redaktionellt innehåll och vad är sponsrad journalistik? Hur skiljer du det ena från det andra?

# Kritisk granskning av information

Du behöver kunna kritiskt granska information för att hitta det du söker i medier och för att undvika att bli lurad. Du behöver alltså bli en källkritisk läsare. Källkritik handlar bland annat om att förstå att texter, bilder och filmer har en avsändare och ett syfte, även om det inte sägs tydligt.

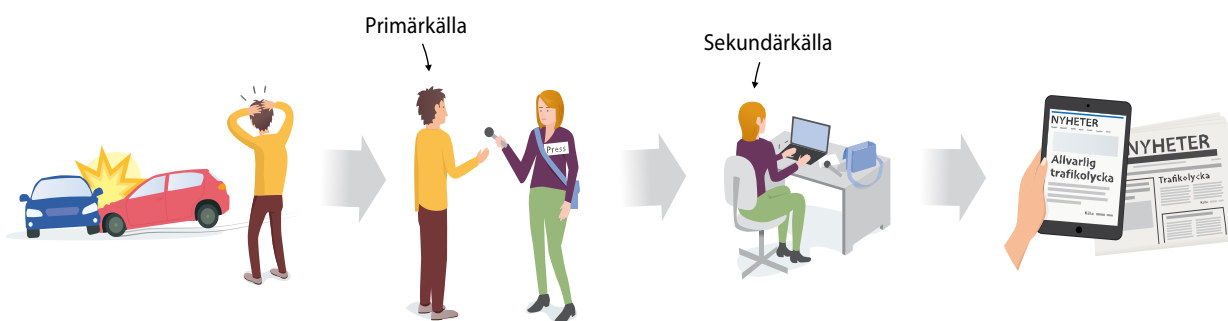
Det är genom en **källa** du får information om något. Källor kan vara allt från texter, bilder och muntligt berättande till intervjuer och vittnesmål.

## Olika slags källor

Allra först kommer information från en **primärkälla** eller en **förstahandskälla**. En primärkälla har förstahandsinformation. Det kan till exempel vara statistik från en undersökning eller en person som har bevittnat en olycka. **Sekundärkällan** eller **andrahandskällan** återger eller analyserar något från förstahandskällan. Ju längre bort från primärkällan informationen kommer, desto större anledning att vara källkritisk.

Seriösa nyhetsförmedlare ska redovisa sina källor. De säger alltså varifrån de har fått sina uppgifter. Om en nyhetsbyrå är källan står det ”enligt TT” eller ”enligt Reuters” i texten.

Märker du att källorna inte är angivna i en artikel gäller det att vara extra vaksam.



## Att få en nyhet bekräftad

Det räcker inte alltid för en journalist att intervjua *en* förstahandskälla, eftersom det kan ge en ensidig bild. Därför brukar de som förmedlar nyheter intervjua flera personer som inte har kontakt med varandra om samma händelse. Det kallas att få en nyhet **bekräftad**.

## Frågor för källkritik

Genom att ställa frågorna *Vem? Vad? Varför? Hur? När?* till de källor du använder blir du en mer källkritisk läsare.

### Vem?

Vem är avsändaren, det vill säga vem har skrivit texten eller står bakom källans innehåll?

- Är det en myndighet, en organisation, ett företag?
- Är det en privatperson, någon som kan ämnet eller en expert?
- Är det någon du litar på och går det att kontakta avsändaren?

### Vad?

- Vad handlar källan om? Är det fakta eller åsikter?

### Varför?

- Varför är innehållet publicerat? Är det för att presentera fakta, övertyga dig om något, sprida åsikter, sälja något eller roa?

### Hur?

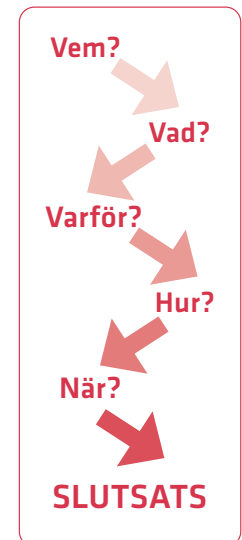
- Hur ser källan ut? Är den tydlig, slarvigt skriven och/eller finns hänvisningar till källor?

### När?

- När är texten skriven?
- När är källans innehåll senast uppdaterat?

### Slutsats

När du har läst en källa och granskat den kritiskt med hjälp av de källkritiska frågorna (vem, vad, varför, hur, när) behöver du dra slutsatser om källan är trovärdig och användbar för dig. Om du upptäcker att källan är **tendentiös**, alltså att den inte redovisar alla fakta eftersom vissa synpunkter tonas ned eller inte redovisas alls, kanske det är bättre att välja en annan källa.



Frågor för källkritik.

# FALSKA NYHETER



## Att skilja sant från falskt

De flesta traditionella medier som tidningar, radio och tv har en **ansvarig utgivare**. Hen ansvarar för att det som sägs i en artikel eller ett program är sant. En ansvarig utgivare kan ställas till svars i domstol om hen publicerar felaktiga uppgifter. Men internet ägs inte av någon och därför kan enskilda människor, organisationer och länder sprida information som ingen tar ansvar för.

Ibland missförstår människor sitt ämne och statistik. Fakta kan vara gammal eller fel. Men ibland förvränger människor medvetet fakta och sprider **falska nyheter** eller hårt vinklad information. Syftet med de falska nyheterna är dels att vilseleda och påverka människor, inte minst i samband med politiska val, dels att tjäna pengar. Företag som Google och Facebook försöker bland annat blockera vissa sajter och införa filter för att stoppa falska nyheter, men det hindrar bara en del.

I Sverige kan vi tack vare vår yttrandefrihet uttrycka oss fritt i medierna, men det ökar också risken att falsk information sprids. Därför ställs det i dag allt högre krav på vår förmåga att kritiskt granska det vi läser och hör i medier.

### UPPGIFTER

**Redogör:** Ge tre exempel på varför du behöver kunna granska källor kritiskt.

**Redogör:** "Ju längre bort från primärkällan, desto större anledning att vara källkritisk." Varför? Finns det argument som talar mot påståendet?

**Undersök:** Välj en nyhetsartikel och granska den utifrån de källkritiska frågorna.

## Vad säger bilden?

Undersökningar visar att 80 procent av all information som når oss kommer från bilder. Ingen bild i medierna väljs av en slump. Det är alltid någon som har valt bilden för att den ska förmedla ett visst budskap. Det är alltså lika viktigt att kritiskt granska bilder och filmer som texter.

Bilder och filmer kan **manipuleras**. Det betyder att någon ändrar i originalet så att det delvis får nytt innehåll och ändrar betydelse. Personer och föremål kan tas bort, läggas till eller flyttas, miljöer kan bytas ut och vinklar ändras. Vinkeln i en bild kan påverka om du ser upp till eller ner på en person. Om människor i reklam blir lite smalare, får lite tjockare läppar eller längre hår spelar kanske inte så stor roll. Det är allvarigare om bilder och filmer ändras för att medvetet luras eller sprida falsk information.



Oljebolaget BP manipulerade bilder efter en stor oljeläcka i Mexikanska golfen 2010.

Originalbilden överst visar personal som övervakar oljeläckan på stora bildskärmar. Tre av skärmarna är inte i bruk.

Den nedre bilden är manipulerad. Där har BP lagt till innehåll på de skärmar som tidigare var tomma, för att det skulle se ut som om man jobbade hårdare med att täta läckan.



## Analysmodell för bilder

Den här modellen kan hjälpa dig att förstå och se kritiskt på bilder.

### 1 Vad ser jag?

Beskriv först vad bilden visar, vad du ser. Hur är bilden sammansatt, ljus/skugga, färger, kameravinkel?

### 2 Är bilden beskuren eller retuscherad?

Undersök om viktiga delar av bilden har förändrats eller tagits bort.

### 5 I vilket sammanhang?

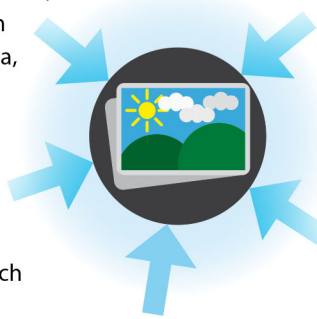
Undersök hur bilden samspelar med rubrik och bildtext.

### 4 Stämmer bildtexten?

Undersök om bildtexten stämmer med innehållet i bilden.

### 3 Varför har bilden använts?

Vad är syftet med att publicera bilden? Vilket budskap har den? Vill den få dig att tänka på ett visst sätt? Vem är avsändaren? Vem är den tänkta mottagaren?



Om tidningar publicerar en förändrad eller manipulerad bild, ska det stå att den inte är äkta.

I dag kan även rörlig bild manipuleras med hjälp av digital teknik och AI, artificiell intelligens, som ständigt utvecklas. Det i sin tur kräver att vi blir än mer kritiska i vår konsumtion av olika medier.

## UPPGIFTER

**Resonera:** Håller du med om att manipulerade reklambilder är mindre problematiska jämfört med manipulerade nyhetsbilder? Motivera ditt svar.

**Analysera:** Välj en nyhetsbild i en dagstidning eller bild i den här boken och analysera den enligt modellen ovan.