

BRYT NER

PROVOCERA

FÖRSTÖR

SPLITTRA

SKRÄM

SKRIK

**BAD NEWS SWE**


ATTACKERA

INFORMATIONSBLAD


LURA

FÖRFALSKA

SLÅ TILLBAKA



Spelet [Bad News](#) erbjuder motstånd mot dålig information på nätet genom att försätta spelarna i samma position som de personer som skapar denna information. Detta dokument ger bakgrundsinformation om hur spelet utvecklades, hur det fungerar och vad det är baserat på. Det går också in på begreppet desinformation i en vidare mening, och förklarar hur spelet täcker dess olika aspekter. Detta dokument är avsett som underlag för lärare som vill använda spelet Bad News som ett pedagogiskt verktyg. Det finns även länkar till ytterligare information som kan vara användbar för lärare.



## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Hur utvecklades detta spel?	3
Vad är desinformation?	3
Varför är desinformation ett problem?	3
Vilka lösningar finns?	4
Inokulationsteorin	5
Spelet Bad News: hur fungerar det?	5
Sammanfattning av märken	6
Användning i klass eller grupp	12
Åldersgräns och känslighetsvarning	12



## HUR UTVECKLADES DETTA SPEL?

Den första versionen av detta spel publicerades på nederländska och lanserades i november 2017. Innehållet i både den nederländska och den engelska versionen av spelet Bad News utarbetades av DROG ([www.aboutbadnews.com](http://www.aboutbadnews.com)), en nederländsk organisation som arbetar mot spridning av desinformation, i samarbete med forskare vid Cambridge University i Storbritannien. Den visuella och grafiska designen gjordes av Gusmanson ([www.gusmanson.nl](http://www.gusmanson.nl)).



## VAD ÄR DESINFORMATION?

Termen "fake news" har kommit att bli allmänt förekommande i medierapporteringen. Även om termen är användbar beskriver den inte riktigt den fulla vidden av begreppet. Det vi kallar "fake news" syftar på nyheter som helt och hållet har fabricerats eller hittats på. Viralgranskeran.se är en av de webbsidor som håller reda på sådana historier. Det är inte svårt att hitta exempel på företeelsen: rubriker som "Australien ska [tvångsvaccinera](#) medborgare via s.k. chemtrails", "Melania Trump [förbjuder](#) Vita husets personal att ta influensasprutor" och "Muslimsk läkare [vägrade](#) att behandla en kristen flicka ombord under en flygning", är bara en Google-sökning bort.


Ett nyhetsinslag behöver emellertid inte ha hittats på för att vara opålitligt eller vilseledande. För att bättre beskriva vidden av alla de olika sätt på vilka det går att vilseleda en publik, föredrar vi att använda termen "desinformation". Till skillnad från "felaktig information" som bara är information som inte är korrekt, innebär desinformation att det finns en avsikt att bedra mottagaren. Propaganda är således desinformation med en uttrycklig eller underförstådd politisk agenda.



## VARFÖR ÄR DESINFORMATION ETT PROBLEM?

Desinformation används vanligtvis av en mängd olika parter, inklusive ett antal regeringar, för att påverka den allmänna opinionen. Sociala medier är en särskilt bördig grogrund för sådana försök. För att ge ett exempel: omkring 47 miljoner Twitter-konton (ungefär 15 %) är [robotar](#). Många av dessa robotar används för att sprida politisk desinformation, t.ex. under [valkampanjer](#). Färska exempel på inflytelserika desinformationskampanjer är Macron-läckorna under det franska presidentvalet 2017, Pizzagate-kontroversen under 2016 års amerikanska val, de olika "alternativa" förklaringarna i samband med nedskjutningen av Malaysia Airlines flight MH17 i juli 2014 och de rykten som cirkulerade i Sverige om landets samarbete med NATO.

Desinformation fungerar eftersom många människor inte förmår inse att informationen är falsk när den presenteras för dem. En brittisk undersökning visade t.ex. att endast 4 % av deltagarna kunde skilja på [falska och äkta nyheter](#).



På sätt och vis är detta inte förvånande: människor bombarderas med orimligt stora mängder information när de bläddrar igenom sina nyhetsflöden eller sidor på sociala medier. Mycket av denna information delas till dem av vänner, som ju folk tror sig kunna lita på. En falsk eller desinformativ nyhetsartikel som delas och visas för någon av en vän är därför mer trolig att betraktas som tillförlitlig.

## VILKA LÖSNINGAR FINNS?

Desinformation kan bemötas på flera olika sätt: genom att ändra sökmotorer eller sökmotoralgoritmer på sociala medier, genom att förbättra faktakontrollerande verktyg, genom reglering eller genom utbildning.

För det första: [Google](#) och [Facebook](#) försöker lösa hur de ska optimera sina algoritmer för att sortera bort falska eller otillförlitliga nyhetssidor och förhindra att oriktigt innehåll dyker upp i människors nyhetsflöden på samma sätt som pålitliga nyhetssidor. Även om detta potentiellt skulle kunna vara ett mycket effektivt verktyg, är algoritmer aldrig till 100 % effektiva när det gäller att upptäcka otillförlitliga källor eller delar av utdata. Det finns alltid en risk för felaktiga positiva identifieringar (vilket innebär att algoritmen anser att något är falskt fastän det inte är det) och/eller felaktiga negativa identifieringar (algoritmen flaggar något falskt som verkligt).

Ett annat exempel är faktakontrollerande verktyg. Plattformer för sociala medier [experimenterar](#) med faktakontroll i realtid. Artiklar som visar sig vara opålitliga får en etikett som säger "omtvistat" eller något liknande. Faktakontroll är ett nödvändigt verktyg för att bekämpa desinformation, men dess största brist ligger i det faktum att begränsade resurser leder till en "underförstådd sanningseffekt": eftersom det är omöjligt att faktakontrollera alla nyhetsartiklar kommer en viss mängd opassande utdata att förbli okontrollerad och på så sätt inte få en etikett med "omtvistat". Forskning visar att personer till och med bedömer uppenbart falska artiklar som mer tillförlitliga om de vet att dessa kunde ha fått en etikett men inte fick någon.

För det tredje utarbetar ett antal regeringar och andra organisationer olika sätt att reglera spridningen av falska nyheter. Ett framträdande exempel är Frankrikes "[lag om falska nyheter](#)", som under valtider skulle innebära hårdare restriktioner på medieföretag beträffande vilket innehåll de får sända ut. I några länder, t.ex. i USA, skulle förmodligen sådana lagar inte godkännas på grund av de konstitutionella ramar som skyddar yttrandefriheten. I länder utan sådant konstitutionellt skydd är det oklart hur sådana lagar i slutändan bör utformas och det finns de som [uttrycker oro](#) över deras potentiella hot mot åsikts- och yttrandefriheten.

Det mest effektiva sättet att bekämpa desinformation på är att [fostra kritiska och välinformerade nyhetskonsumenter](#). Kunskap och utbildning är de överlägset bästa vapnen mot desinformation. Sådana lösningar är emellertid kostsamma eftersom de kräver ett individuellt tillvägagångssätt (eller åtminstone ett tillvägagångssätt på klassrumsnivå).

## INOKULATIONSTEORIN

[Inokulationsteorin](#), vilken har sina rötter i socialpsykologin, säger att människor kan bygga upp ett motstånd mot falsk eller vilseledande information genom att presenteras för en försvagad version av ett vilseledande argument, innan man utsätts för den "verkliga" informationen. Man kan se detta som att ge människor ett slags "vaccin" mot vilseledande information. Om man kan känna igen den, kan man motstå den. Spelet Bad News hämtar sitt teoretiska berättigande från inokulationsteorin.

## SPELET BAD NEWS HUR FUNGERAR DET?

Bad News erbjuder motstånd mot desinformation genom att försätta spelarna i samma position som de personer som skapar den, och på så sätt får de insyn i de olika strategier och metoder som används av "verkliga" falska nyhetsmakare för att sprida sina budskap. Detta bygger i sin tur upp ett motstånd. Spelet fungerar på ett enkelt och rättframt sätt: spelaren visas en kort text eller bild (t.ex. ett meme eller en artikelrubrik) och kan reagera på dem på olika sätt. Poäng mäts på två olika sätt: "följare" och "trovärdighet". Att göra ett val som ligger i linje med vad en "verklig" desinformatör skulle välja ger spelaren fler följare och större trovärdighet. Om spelaren emellertid ljuger alltför påtagligt för sina följare, gör ett val som är uppenbart löjligt eller agerar alltför mycket i linje med journalistisk praxis, tar spelet antingen bort följare eller sänker spelarens trovärdighet. Syftet med spelet är att samla så många följare som möjligt utan att förlora alltför mycket trovärdighet.

Eftersom det är omöjligt att täcka alla aspekter av desinformation på ett utförligt sätt har vi valt att beröra de vanligaste aspekterna av företeelsen i spelet. Spelet delas in i sex utmärkande drag, eller märken: bedragare, känslor, polarisering, konspiration, misskreditering, och trollning. Dessa märken är delvis baserade på rapporten "[Digital Hydra](#)" av NATO:s East Strategic Command (East StratCom), vilken ger en detaljerad redogörelse för de olika former som desinformation kan anta. En sammanfattning av varje märke och vad de inbegriper finns nedan.

# SAMMANFATTNING AV MÄRKEN



## BEDRAGARE

Det är mycket enkelt att starta en webbsida och publicera innehåll som ser helt legitimt ut. Eftersom det nästan inte finns några ingångshinder vad gäller kostnader, kan nästan vem som helst göra det. Syftet med detta märke är att visa hur lätt denna process är och hur ett professionellt utseende eller ett imponerande namn inte nödvändigtvis behöver innebära legitimitet. I spelet refererar "imitation" till två saker:

- Att utge sig för att vara en verklig person eller organisation genom att härma deras utseende, t.ex. genom att använda ett snarlikt användarnamn.
- Att uppträda som en legitim nyhetssida eller blogg utan de vanliga journalistiska referenserna eller riktlinjerna.

Spelarna lägger först upp en tweet om något som irriterar, vilket kan vara vad som helst från en misslyckad regering till Flat Earth Society. Detta ger dem deras första följare och spelet

förklarar hur följareäkaren och trovärdighetsmätaren fungerar. Spelarna uppträder sedan som det officiella kontot för antingen Försvarmaktens överbefälhavare, (Som varnar om attack från Ryssland), NASA (som varnar för en meteorit som ska slå ned i Skåne) eller Nickelodeon (som meddelar att programmet SpongeBob SquarePants kommer att läggas ned). Spelarna visas sedan två reaktionstweets av Twitteranvändare som gick på imitationsbluffen. Spelet uppmanar dem då att bli professionella och starta sin egen nyhetssida. De väljer ett namn, en titel och en slogan för sin webbsida.

### Kompletterande läsning:

Mer information om imitation på nätet finns att läsa [här](#), [här](#) och [här](#).



## KÄNSLOR

Känslomässigt innehåll är innehåll som inte nödvändigtvis är "falskt" eller "verkligt", men som avsiktligt leker med människors grundläggande känslor som t.ex. rädsla, vrede, eller empati. Syftet med detta märke är att visa hur spelarna kan dra nytta av dessa känslor i sina inlägg .

Detta är det första märket där spelarna själva skapar innehåll för sin nyhetssida. De uppmanas att bläddra igenom nyhetsrubriker i jakt på ett ämne som de kan publicera något om på sin sida. De kan välja mellan klimatförändringar eller genetiskt modifierade organismer (GMO). Spelarna utfrågas sedan om sin åsikt om det valda ämnet. Spelet uppmanar dem att säga att deras ämne antingen kommer att framkalla en apokalyps (i fallet med GMO) eller är en fullständig bluff (i fallet med klimatförändringar), eftersom detta är det lättaste sättet att vinna följare.

Spelet ber dem att välja en strategi för det aktuella ämnet: gå till angrepp mot vetenskapsmännen bakom det, lägga ut en känslösam historia eller tala om vetenskapen. Det senare valet får ett negativt svar eftersom spelarna uppmanas att använda reaktionärt innehåll för att reta upp sina

följare. De kan antingen skapa ett meme (ett humoristiskt medieinslag, vanligtvis en bild eller en GIF, som sprids från person till person på nätet) eller skriva en artikel som återspeglar deras val. Var och en har flera olika val, ett av dessa är alltid dåligt (eftersom det är tråkigt eller missar poängen).

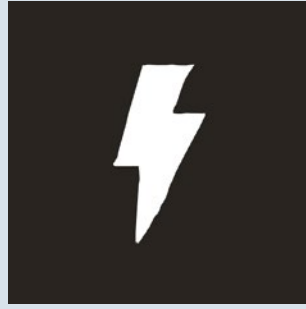
Några av deras följare reagerar på deras inlägg på Twitter på ett känslösamt, förargat sätt. Spelaren har då nått sitt mål.

### Kompletterande läsning:

Mer information om klimatförändringar och klimatskepticism finns att läsa på [Skeptical Science](#), en blogg om förnekelse av klimatförändringar och dess grundsatser.

De olika teorierna som har att göra med genetiskt modifierade organismer har redogjorts för i detalj av [Mark Lynas](#).

Mer information om det allmänna bruket av emotionellt innehåll i medier finns att läsa [här](#), [här](#) och [här](#).



## POLARISERING

Polarisering i vår definition innebär avsiktliga försök att vidga gapet mellan den politiska vänstern och den politiska högern. För att vinna följare använder nya nyhetssidor ofta polarisering som ett sätt att staka ut en nisch i medielandskapet. Detta märke täcker också begreppet "falsk förstärkning", dvs. tanken att man inte behöver berätta en helt falsk historia för att få fram sitt budskap. I stället kan man förstärka befintliga klagomål och få dem att se viktigare eller mer populära ut än de faktiskt är.

När detta märke introduceras tillfrågas spelarna om de vill publicera något falskt eller något verkligt. Om de väljer "falskt" får de veta att de inte alltid behöver förfälska nyheterna för att skapa rubriker, utan att de också kan hitta en verklig historia och förstora den. De kan sedan tvinga vänstern och högern längre ifrån varandra genom att välja mellan tre lokala nyhetshistorier som rapporterats av slumpmässiga medborgare på Twitter: ett kemiskt utsläpp, en mutskandal i en småstad och ett hårdhänt gripande av en brottsling. Spelarna väljer först en måltavla: i två fall kan de antingen gå till angrepp mot stora företag eller regeringen, och i ett fall antingen polisen eller våldsamma brottslingar.

De försöker få historien känd genom att tala om den på Twitterkontot på sin nyhetssida utifrån det perspektiv som de har valt, men detta misslyckas.

Spelet ber dem att få historien att se större ut än den är genom att skriva en artikel om den eller genom att lägga ut ett meme. Detta ger dem fler följare, eftersom folk börjar intressera sig för historien. Därefter frågar spelet spelarna om de vill köpa Twitter-robotar som kan förstärka framställningen av historien åt dem. Om de vid upprepade tillfällen vägrar avslutas spelet, men om de accepterar vinner de 4 000 robotföljare. Man visar dem exempel på robotar som broderar ut deras valda historia. Deras mål avgör om de polariserar sitt valda ämne mot vänstern (genom att fokusera på stora företag eller polisbrutalitet) eller mot högern (genom att fokusera på regeringen eller brottsrelaterade frågor).

### Kompletterande läsning:

Ytterligare referensmaterial: [denna](#) artikel av Pew Research Center undersöker politisk polarisering och medievänor.

Denna [uppsats](#) undersöker effekterna av polarisering på människors förmåga och beredvillighet att känna igen "fake news".

Och [denna](#) artikel undersöker konsekvenserna av ökad polarisering.

Slutligen kan mer information om användningen av Twitter-robotar och "beräkningspropaganda", inklusive exempel från verkliga livet, hittas [här](#), [här](#) och [här](#).





## KONSPIRATION

Konspirationsteorier är ett väsentligt inslag på mindre kända nyhetssidor på nätet. Konspirationer kan definieras som tron på att oförklarliga händelser iscensätts av en hemlig grupp eller organisation.

Genom detta märke uppmuntras spelarna först att komma med en intressant ny teori och lägga upp den på sin nyhetssida. Men eftersom alla val är direkt löjliga (t.ex. att privatskolor inte längre lär ut skrivstil, så folk slutar att läsa Kommunistiska manifestet), uppfattas deras teori som alltför långt borta från verkligheten för att vara trovärdig för deras följare. Några följare tar avstånd från spelaren på grund av dennes egendomliga teori. För att rädda sin trovärdighet söker då spelarna efter en mer trovärdig konspiration som de kan sälja till sina följare. De kan antingen välja mellan Agenda 21, ett icke-bindande FN-avtal om hållbar utveckling, eller den så kallade "vaccinkonspirationen", eller åsikten att Världshälsoorganisationen (WHO) använder vaccinationer för att indoktrinera folk. Spelarna får poäng om de ifrågasätter den officiella berättelsen och ställer frågor som leder folk i riktning mot

konspirationstankar, och de förlorar poäng om det spårar ut helt och hållet. Följarna reagerar mer positivt den här gången och spelarna uppmuntras att skriva en seriös nyhetsartikel om det ämne de valt. Om de lyckas bra uppnår de kultstatus och folk litar mer och mer på deras nyhetssida och blir mer skeptiska mot de så kallade "traditionella" medierna.

### Kompletterande läsning:

Mer information om effekterna av konspirationstänkande på den motiverade avvisningen av vetenskapliga rön kan hittas [här](#).

[Snopes](#) håller reda på konspirationsteorier. Många intressanta exempel från verkliga livet kan hittas där.

[Denna](#) artikel från Guardian ger en översikt över Agenda 21-konspirationen, och [den här](#) artikeln undersöker konspirationen kring WHO:s vaccinationsprogram.



## MISSKREDITERING

Att misskreditera sina motståndare är en viktig del av desinformation. När desinformativa nyhetssidor anklagas för dålig journalistik, tenderar de att avleda uppmärksamheten från anklagelsen genom att gå till angrepp mot källan till kritiken eller förneka att problemet existerar.

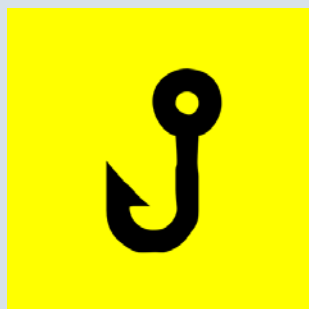
Genom detta märke konfronteras spelarna med en faktakontrollant som avslöjar konspirationsteorin från det tidigare märket. De får tre val: antingen be om ursäkt, inte göra någonting eller hämnas. Det första valet kostar dem poäng, och det förklaras att det aldrig är en bra idé att be om ursäkt. Att "inte göra någonting" frammanar en reaktion från en av nyhetssidans följare som undrar varför spelaren inte bemöter faktakontrollen. I slutändan leder alla tre valen till samma punkt där spelarna måste välja mellan

att antingen förneka påståendena eller angripa faktakontrollanten. Båda valen är likvärdiga och leder till en uppsättning bra eller dåliga svar att välja mellan. Ett bestämt förnekande eller ett hänsynslöst personangrepp på faktakontrollanten utlöser ett stödjande svar från spelarnas följare och deras anseende förblir intakt.

### Kompletterande läsning:

Mer information om angrepp mot faktakontrollanter finns att läsa i [denna](#) artikel från Forbes.

[Denna](#) artikel ger mer information om hur man kan misskreditera åsiktsmotståndare under politiska debatter.



## TROLLNING

Att "trolla" är en term som ursprungligen innebär "att långsamt dra ett fiskedrag eller en agnad krok från aktern av en fiskebåt". I samband med desinformation betyder det att avsiktligt framkalla ett emotionellt svar genom att använda ett bete.

Med hjälp av detta märke lägger spelarna ihop de tekniker som de har lärt sig genom de andra fem märkena. Den här gången kan de endast välja ett ämne. När detta märke introduceras ber man dem att tala om ett av tre ämnen (de 25 mest romantiska städerna i Europa, en krasch med ett passagerarplan, eller en nyligen upptäckt art av sjöstjärna) av vilka enbart det andra leder till ett fullfjädrat scenario. Att välja ett av de andra två framkallar en utskällning från spelets moderator. Efter detta får spelarna två val: antingen att visa sin medkänsla för offren för flygplanskraschen eller att börja så tvivel om orsaken till den. Det första valet framkallar ett svar från deras följare som undrar varför de inte undersöker historien mer noggrant. Båda valen leder till att spelaren till sist ställer frågan om kraschen var en mörkläggning. På grund av deras högre trovärdighet och stora antal följare får deras inlägg uppmärksamhet även från andra nyhetssidor, och historien börjar trappas upp. Spelarna kan då hålla bensin på elden genom att antingen låtsas vara en familjemedlem till ett offer för kraschen eller använda photoshoppade bevis för en mörkläggning. Båda valen leder sedan till ännu mer emotionella svar och nu börjar

traditionella medier att ta del av historien. Spelarna instrueras att fortsätta öka trycket, antingen genom att ytterligare misskreditera undersökningen eller genom att använda en stor mängd Twitter-robotar för att sprida hashtaggen #UndersökNu.

Beroende på om de först valt att låtsas vara en familjemedlem eller använda photoshoppade bevis, kan de sedan leverera dödsstöten genom att antingen dikta ihop ännu en nyhetsartikel om kraschen eller göra det val som de inte gjorde tidigare. Den (påhittade) myndighet som ansvarar för undersökningen, Fygkatasstrofkommitén, varar sedan på den uppdiiktade kontroversen på Twitter. Spelarna går sedan till angrepp mot detta svar, antingen genom att kräva att ordföranden för kommittén avgår eller genom att använda hela armén av Twitter-robotar igen. Spelet avslutas genom att ordföranden för kommittén avgår på grund av hanteringen av undersökningen.

### Kompletterande läsning:

[Denna](#) artikel ger en mer detaljerad inblick i begreppet trollning dess grundprinciper.

Ett scenario som används i detta märke är att på konstgjord väg få en Twitter-hashtag att bli viral. [Denna](#) artikel från Politico ger ett färskt exempel på detta fenomen från verkligheten och förklarar hur det går till.

## ANVÄNDNING I KLASS ELLER GRUPP

Spelet tar ungefär 20 minuter att genomföra. Det är lämpligt att använda i en klass, t.ex. under mediekunskapsundervisning. I våra workshoppar spelar vi först spelet och diskuterar sedan de tekniker som eleverna har tillägnat sig. Vi rekommenderar att man delar upp eleverna parvis och låter dem spela spelet tillsammans medan de aktivt tänker på vad de håller på med. Enligt vår erfarenhet ger spelet spelarna en rimlig (låt vara något begränsad) insyn i de olika principerna för desinformation och klargör hur lätt det är att manipulera information.

## ÅLDERSGRÄNS OCH KÄNSLIGHETSVARNING

Spelet utvecklades för att vara lämpligt för personer från 15 år och uppåt. Det innehåller inslag som potentiellt kan vara emotionellt laddade, t.ex. information om en påhittad flygplanskrasch samt befintliga konspirationsteorier som eventuellt kan uppfattas som omskakande. Spelet använder inte våldsamma bilder, svordomar eller annat stötande språk.

Men eftersom spelarna uppmanas att ta på sig rollen som "skurk" kan de möjligtvis uppleva ett lätt psykologiskt obehag när det gäller de beslut som spelet tvingar dem att ta. Den typen av obehag är dock förhoppningsvis begränsad eftersom spelet helt och hållet äger rum i en virtuell verklighet som inte påverkar den verkliga nätmiljön.



Detta spel utvecklades av forskare vid Cambridge University och DROG, en nederländskbaserad plattform mot desinformation. Den svenska versionen av detta spel har utvecklats av Uppsala Universitet i samarbete med RISE Interactive tillsammans med DROG. För mer information om spelet och dess utveckling, eller om du har några idéer eller feedback, vore vi mycket glada om du hör av dig. Ruurd Oosterwoud, grundare av DROG, kan nås på [ruurd@wijzijndrog.nl](mailto:ruurd@wijzijndrog.nl) eller Thomas Nygren forskare vid Uppsala universitet [thomas.nygren@edu.uu.se](mailto:thomas.nygren@edu.uu.se). Om du vill veta mer om hur undervisning och kan bidra till digital källkritik besök gärna [www.nyhetsvarderaren.se](http://www.nyhetsvarderaren.se) där forskning och utveckling pågår av digitala verktyg och metoder.

Copyright © 2018 DROG ([www.aboutbadnews.com](http://www.aboutbadnews.com)) All rights reserved. This document is intended for use as educational material. This earmarked copy is the property of the individual or organization that purchased it, and is not intended for use by third parties. The following conditions apply:

- You may not use or reproduce this work for any commercial purposes, nor may it be used as supporting content for any commercial product or service.
- You may not alter, transform, or build upon this work.
- Any unauthorized reproduction or sharing of this document will constitute an infringement of copyright.