

BRYTE NED

PROVOSERE

ØDELEGGE

MANIPULERE

SKREMME

ROPE

# BAD LINE WS

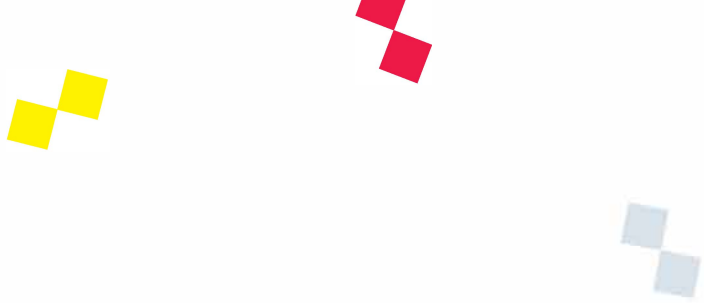
ANGRIPE

LÆRERVEILEDNING

JUKSE


HÅNE

FORSTYRRE



Bad News-spillet skaper motstandskraft mot falsk informasjon på nettet ved at spillerne får prøve seg som produsenter av falske nyheter.

Denne veiledningen gir grundig bakgrunnsinformasjon om hvordan spillet ble utviklet, hvordan det fungerer, og hva det er basert på. Det går også inn på begrepet desinformasjon i bredere forstand, og forklarer hvordan spillet dekker de ulike aspektene ved falsk informasjon. Veiledningen er ment som en støtte for lærere som ønsker å bruke Bad News-spillet som et undervisningsverktøy. Det inneholder også lenker til tilleggsinformasjon som lærerne kan finne nyttig.



## INNHOLD

Hvordan ble spillet utviklet?	3
Hva er desinformasjon?	3
Hvorfor er desinformasjon et problem?	3
Hva kan gjøres?	4
Inokulasjonsteorien – vaksine mot desinformasjon	6
Bad News-spillet: Hvordan fungerer det?	7
Teknikker elevene skal mestre	8
Bruk i klasse eller gruppe	14
Aldersbegrensninger og følsomhetsadvarsel	14




## HVORDAN BLE SPILLET UTVIKLET?

Den første versjonen av dette spillet ble skrevet på nederlandsk og lansert i november 2017. Den nederlandskspråklige versjonen kan spilles på [www.slechtnieuw.nl](http://www.slechtnieuw.nl). Innholdet i både den nederlandske og den engelskspråklige versjonen av Bad News er skrevet av DROG ([www.aboutbadnews.com](http://www.aboutbadnews.com)), en nederlandsk organisasjon som jobber mot spredning av desinformasjon, i samarbeid med forskere ved University of Cambridge i Storbritannia. Den visuelle og grafiske utformingen er utført av Gusmanson ([www.gusmanson.nl](http://www.gusmanson.nl)). Den norske versjonen av spillet er tilpasset av Medietilsynet ([www.medietilsynet.no](http://www.medietilsynet.no)).

## HVA ER DESINFORMASJON?

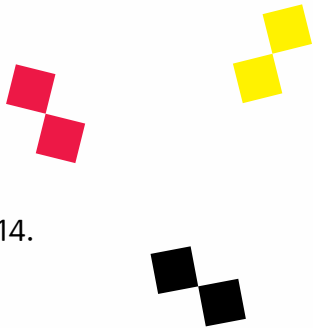
Begrepet «falske nyheter» har blitt vanlig i pressen, men det beskriver ikke og fanger ikke opp alle aspektene ved dette stadig mer utbredte fenomenet. Det vi kaller falske nyheter i dette spillet, handler om nyheter som er fabrikkert eller sminket. [Faktisk.no](http://Faktisk.no) er ett av nettstedene som holder øye med historier av denne typen. Eksempler finnes det mange av: Overskrifter og påstander som «Ukraina må [denazifiseres](#)», «Kinesisk [kullkraftverk slipper ut 6 ganger mer CO2](#) enn hele Norge på ett år» og «[Covid-dødsfall blåses opp](#) og vaksinedødsfall skjules» er ikke uvanlig at dukker opp i nyhetsstrømmen eller på sosiale medier.



En nyhet trenger imidlertid ikke å være helt oppdiktet for å være sleip eller villedende. Vi bruker begrepet «desinformasjon» for å fange opp det brede spekteret av teknikker som blir brukt for å villedde publikum. I motsetning til «feilinformasjon», som rett og slett er informasjon som er feil, er intensjonen med desinformasjon å lure folk. Propaganda er altså desinformasjon med en eksplisitt eller implisitt politisk agenda.

## HVORFOR ER DESINFORMASJON ET PROBLEM?

Desinformasjon brukes av mange, til og med av regjeringer som ønsker å påvirke opinionen på en uredelig måte. Sosiale medier er en spesielt fruktbar grobunn for slike forsøk. For eksempel er rundt 16,5 millioner Twitter-kontoer [roboter](#). Mange av disse robotene brukes til å spre politisk desinformasjon, for eksempel under valgkamper. Eksempler på desinformasjonskampanjer som har hatt stor innvirkning i nyere tid, er MacronLeaks under det franske presidentvalget i 2017, Pizzagate-




kontroversen under presidentvalget i USA i 2016 og de ulike «alternative» forklaringene rundt Malaysia Airlines-flystyrten i juli 2014.

Desinformasjon fungerer fordi mange ikke klarer å gjenkjenne falsk informasjon når de støter på den. For eksempel viser en av [Medietilsynets undersøkelser](#) fra 2021 at de eldste og de yngste i samfunnet har mest problemer med å gjenkjenne en falsk nyhet. Dette er på mange vis ikke overraskende: Folk blir bombardert med store mengder informasjon når de blar gjennom nyhetsstrømmen eller er på sosiale medier. Mye av informasjonen blir delt av venner, og folk stoler gjerne på at venner sier sannheten. Derfor er det mer sannsynlig at folk ser på en falsk eller desinformativ nyhetsartikkel som pålitelig, når den er delt og vist av en venn.


## HVA KAN GJØRES?

Desinformasjon kan motvirkes på mange måter: ved å endre søkemotorer eller sosiale mediers søke- og visningsalgoritmer, ved å forbedre faktasjekkingsverktøy, gjennom regulering eller gjennom utdanning/kompetanseheving.

Google og Facebook jobber kontinuerlig med å finne ut hvordan de kan tilpasse algoritmene sine slik at de deaktiverer falske eller upålitelige nyhetssider og forhindrer at falskt innhold vises i folks nyhetsstrømmer på samme måte som pålitelige nyhetssider. Dette kunne potensielt vært et veldig effektivt verktøy, men algoritmer er dessverre aldri 100 prosent treffsikre når det gjelder å oppdage upålitelige kilder. Det er også en risiko for *falske positive* (som betyr at algoritmen sier at noe er falskt, som ikke er det) og/eller *falske negative* (som betyr at noe ekte blir flagget som falskt).




Et annet verktøy mot desinformasjon er faktasjekk. I Norge har norske mediehus gått sammen om en uavhengig redaksjon for faktasjekk av samfunnsdebatten og det offentlige ordskiftet i Norge. [Faktisk.no](#) følger den internasjonale faktasjekkerplakaten, og jobber for å ha en transparent og åpen arbeidsmetode. De utvikler stadig måten de faktasjekker på, og i forbindelse med Ukraina-krigen har de funnet unike metoder for å verifisere bilder og videoer fra områder pressen ikke når fram til. Flere myndigheter og organisasjoner jobber for å finne måter å regulere spredningen av falske nyheter på. Et eksempel er [Frankrikes nye medielov](#), som under valget ville legge tøffere restriksjoner på media med hensyn til hvilket innhold de har lov til å



legge ut på nettet. I noen land, for eksempel USA eller Norge, vil lover som dette sannsynligvis ikke bli vedtatt på grunn av de konstitusjonelle rammene som beskytter ytringsfriheten. I land som ikke har en grunnlovsfestet beskyttelse av ytringsfriheten, er det knyttet bekymring til hva slags informasjon slike lover mot desinformasjon vil kunne fjerne, fordi lovene da kan utgjøre en potensiell risiko for ytringsfriheten.



Desinformasjonen som spres i Norge er i hovedsak lovlig innhold, og Grunnloven har en høy terskel for statlige inngrep i ytringsfriheten. Slike inngrep skal lovfestes og kunne forsvares opp mot ytringsfrihetens begrunnelser (sannhetssøken, demokrati og individets frie meningsdannelse). Derfor er kritisk medieforståelse, redaktørstyrte medier og faktasjekking det viktigste virkemiddelet mot desinformasjon.

Sosiale medier er den viktigste kanalen for spredning av desinformasjon, og på noen sosiale medieplattformer spres desinformasjon raskere enn sannferdig informasjon. Sosiale medieplattformer er kommersielle aktører som konkurrerer om vår oppmerksomhet, hvor det er flere eksempler på at plattformenes algoritmer premierer innhold som vekker følelser målt i antall kommentarer, reaksjoner og delinger. Dette gir et systemisk problem der det blir vanskeligere å balansere desinformasjon med kritisk medieforståelse, redaktørstyrte medier og faktasjekk.




Som svar på dette har EU utarbeidet en egen bransjenorm mot desinformasjon, signert av selskaper og tjenester som Meta, Google, TikTok, Twitter og Twitch. Bransjenormen etablerer tiltak for å motvirke spredningen av desinformasjon og forsøker å stanse annonseinntekter fra falske nyheter og desinformasjon. Det er altså ikke enkeltinnlegg som stanses, men den systemiske spredningen og finansieringen av desinformasjon.

EU har i tillegg foreslått en regulering for digitale tjenester (Digital Services Act), som skal gjøre det enklere å varsle om innlegg som er ulovlige etter norsk lov, hvor norske myndigheter kan pålegge en sosial medieplattform å fjerne denne typen innhold. EU vil også bidra til å innføre tiltak for å hindre at sosiale medieplattformer skal få fjerne redaksjonelt innhold. Den mest effektive metoden for å bekjempe desinformasjon på er likevel å [sørge for at befolkningen har god kritisk medieforståelse](#). Kunnskap og utdanning er desidert det beste våpenet mot desinformasjon. Dette spillet er en måte å trene opp elevenes



forståelse for hvilke mekanismer og motiver som ligger bak produksjon og spredning av falske nyheter.



## INOKULASJONSTEORIEN – VAKSINE MOT DESINFORMASJON

Bad News-spillet har inokulasjonsteorien som teoretisk utgangspunkt.



Inokulasjonsteorien, som har sine røtter i sosialpsykologien, sier at mennesker kan bygge opp motstand mot falsk eller villedende informasjon ved å bli utsatt for en mindre variant av et misvisende argument før de så får presentert den «sanne» informasjonen. Det kan nærmest sammenlignes med å gi folk en «vaksine» mot desinformasjon. Hvis du kan gjenkjenne det, kan du motstå det.

# BAD NEWS-SпилLET

## HVORDAN VIRKER DET?

Bad News-spillet skaper motstand mot desinformasjon ved å sette spillerne inn i posisjonen til dem som vanligvis skaper desinformasjonen. Spillerne får dermed innsikt i de ulike teknikkene og metodene som benyttes av dem som sprer falske nyheter på denne måten. Dette igjen bygger motstand. Spillet fungerer på en enkel og grei måte: Spillerne får se en kort tekst eller et bilde (for eksempel en meme eller artikkeloverskrift) og kan reagere på dem på ulike måter. Poengsummen – hvor vellykket spillerne er – måles på to måter: i «følgere» og «troverdighet».

Velger spillerne et alternativ som er i tråd med det en «ekte» produsent av desinformasjon ville valgt, får de flere følgere og økt troverdighet. Hvis de derimot lyver for åpenlyst til sine følgere, velger et alternativ som er åpenlyst latterlig eller handler for mye i tråd med god journalistisk praksis, forsvinner enten følgerne eller troverdigheten synker. Målet med spillet er å samle så mange følgere som mulig uten å miste troverdighet.

Siden det er umulig å dekke i detalj alle aspekter ved desinformasjon, har vi i spillet valgt å dekke de mest sentrale. Spillet er bygget opp rundt seks teknikker som spillerne skal lære seg å mestre: etterligning, følelser, polarisering, konspirasjon, diskreditering og trolling. Disse strategiene er delvis basert på rapporten [«Digital Hydra: Security Implications of False Information Online» av Nato Strategic Communications Centre of Excellence](#), som blant annet gjør rede for de ulike metodene for å skape og spre desinformasjon. Nedenfor finner du en oversikt over hva de enkelte teknikkene omfatter.

# TEKNIKKOVERSIKT



## ETTERLIGNING

Det er veldig enkelt å starte et nettsted og publisere innhold som ser helt legitimt ut. Det er nærmest ingen inngangsbarriere når det gjelder kostnader, så stort sett kan alle gjøre det. Hensikten med denne teknikken er å vise hvor enkel denne prosessen er, og at et profesjonelt utseende eller et gjenkjennbart navn ikke nødvendigvis betyr at nettstedet er det det gir seg ut for å være. I spillet handler «etterligning» om to ting:

- å utgi seg for å være en ekte person eller organisasjon ved å etterligne deres opptreden, for eksempel ved å bruke et litt annet brukernavn
- å utgi seg for å være et legitimt nyhetsnettsted eller en blogg, men uten å vise til journalistisk praksis og redaksjonelle retningslinjer som redaktørstyrte medier gjør

Spillere legger først ut en tweet om noe som frustrerer dem, som kan være alt fra en sviktende regjering til kjente konspirasjonsteorier som Flat Earth Society. Dette gir dem deres første følgere, og spillet forklarer hvordan følgertelleren og troverdighetsmåleren fungerer. Spillerne etterligner deretter den offisielle kontoen til enten Jonas Gahr Støre (som erklærer at Sverige bør bli en del av Norge), Norsk romsenter (som advarer om en meteorittfare utenfor norskekysten), eller NRK (som kunngjør at Fantorangen fjernes fra sendeflatene). Spillerne får deretter se to reaksjons-tweets fra Twitter-brukere som ble lurt av den falske kontoen. Spillet ber dem så om å bli profesjonelle og starte sin egen nyhetsside. Spillerne velger deretter navn, tittel og slagord for nettstedet.

**Utfyllende lesing:** Her finner du mer informasjon om [hvordan gjenkjenne en falsk konto på sosiale medier](#).





## FØLELSER

Emosjonelt innhold er innhold som ikke nødvendigvis er «falskt» eller «ekte», men som bevisst spiller på folks grunnleggende følelser som frykt, sinne eller empati. Målet med denne teknikken er å vise hvordan spillerne kan bruke disse følelsene i innholdet de skaper. Dette er den første teknikken der spillerne produserer innhold til nyhetssiden sin. De blir bedt om å bla gjennom nyhetsoverskrifter for et tema de kan publisere på nettstedet sitt. De kan velge mellom klimaendringer eller genmodifisert mat (GMM). Spillerne blir deretter bedt om å publisere sin mening om temaet de velger. Spillet ber dem om å si at temaet deres enten vil føre til apokalypsen (når det gjelder GMM) eller er en fullstendig bløff (i tilfellet klimaendringer) siden dette er den enkleste måten å få følgere på. Spillet ber dem velge framgangsmåte for å ta saken videre: angripe forskerne bak det, legge ut en følelsesladet historie eller snakke om vitenskapen. Det siste alternativet vil gi negativt respons fra følgerne, ettersom spillerne oppfordres til å bruke reaksjonært innhold for å irritere følgerne sine. Spillerne kan da enten lage en meme (en humoristisk medie-snutt, vanligvis et bilde eller en GIF som sprer seg fra person til person på internett) eller skrive en artikkel som gjenspeiler valget de har gjort. Spillerne kan få forskjellig respons på det de legger ut, og den ene responsen er alltid dårlig (fordi det er kjedelig eller følgerne går glipp av poenget). Noen av følgerne reagerer på Twitter-innlegget på en emosjonell, sint måte. Spillerne har da oppnådd målet sitt.

---

Utfyllende lesning: Mer informasjon om klimaendringer og klimaskepsis finner du på [Skeptical Science](#), en blogg som tar for seg fornektelse av klimaendringene og dens grunnsetninger. De ulike teoriene rundt genmodifiserte organismer er blitt detaljert beskrevet av [Mark Lynas](#). Du kan også lese om en norsk studie om [hvordan følelsene påvirkes i nyhetssaker via denne artikkelen fra nrk.no](#).



## POLARISERING

Polarisering, i vår definisjon, innebærer bevisste forsøk på å utvide gapet mellom den politiske venstresiden og den politiske høyresiden. Det kan også påvirke konfliktlinjen mellom by og land, eller nord og sør. Unge nyhetsnettsteder bruker ofte polarisering som en metode for å få følgere og lage seg en plass i medielandskapet. Denne teknikken dekker også begrepet «falsk forsterkning»: ideen om at du ikke trenger å fortelle en fullstendig falsk historie for å få frem et poeng. I stedet kan du forsterke eksisterende klager og få dem til å se viktigere eller mer populære ut enn de egentlig er.

I starten på denne delen av spillet blir spillerne spurt om de vil publisere noe falskt eller noe ekte. Å velge «falskt» forteller dem at de ikke alltid trenger å forfalske nyhetene for å skape overskrifter, men at de også kan finne en ekte historie og blåse den opp. Slik kan de kjøre venstre- og høyresiden lenger fra hverandre. De kan velge mellom tre lokale nyheter som tilfeldige personer har rapportert om på Twitter: et kjemisk utslipp, en bestikkelsesskandale i en småby og arrestasjonen av en kriminell. Spillerne velger seg først et mål: i to tilfeller kan de angripe store selskaper eller regjeringen, og i en sak enten politiet eller voldelige kriminelle. De kan prøve å gi historien en ekstra stemme ved å si sin mening om den på sin nyhetssides Twitter-konto, men dette mislykkes. De blir bedt om å få historien til å se større ut enn den er ved å skrive en artikkel om den eller ved å legge ut en meme. Dette gir dem flere følgere, og folk begynner å fange opp historien. Deretter spør spillet om de vil kjøpe Twitter-roboter som kan forsterke historien for dem. Hvis de gjentatte ganger nekter, slutter spillet, men hvis de godtar det, får de 4000 robotfølgere. De får se eksempler på hvordan roboter forsterker historien de har valgt. Målet spillerne har satt seg, avgjør om historien blir polarisert mot venstre (ved å fokusere på store selskaper eller politibrutalitet) eller høyre (ved å fokusere på offentlige eller kriminalitetsrelaterte spørsmål).

Utfyllende lesning: For ekstra referanse: [Denne artikkelen av Pew Forskningscenter](#) ser på politisk polarisering og medievaner. [NRK Beta har skrevet en artikkel](#) om Norge og polarisering.

Et eksempel på hvordan Twitter-bots kan fungere finner du i [denne artikkelen fra Politico](#).



## KONSPIRASJONER

Konspirasjonsteorier tilhører ytterkanten av nyhetskildene på nettet. Konspirasjoner kan defineres som troen på at uforklarlige hendelser er satt i scene av en skjult gruppe eller organisasjon. Når spillerne skal lære denne teknikken, blir de først oppmuntret til å komme med en interessant ny teori og legge den ut på nyhetssiden sin. Siden alle alternativene er åpenlyst latterlige (for eksempel at offentlige skoler ikke lenger lærer elevene å lese kursivt skrift for å få folk til å slutte å lese det kommunistiske manifestet), anses teorien deres å være for langt unna virkeligheten til å være troverdig for følgerne. Noen følgere sier imot spillerne på grunn av den merkelige teorien. For å redde sin troverdighet må spillerne finne en mer troverdig konspirasjon de kan selge til følgerne sine. De kan enten velge mellom Agenda 21, en ikke-bindende FN-traktat om bærekraftig utvikling, den såkalte «vaksinekonspirasjonen» eller ideen om at Verdens helseorganisasjon (WHO) bruker vaksiner for å indoktrinere mennesker. Spillerne skårer poeng hvis de sår tvil om den offisielle fortellingen og stiller spørsmål som leder folk i retning av konspiratorisk tenkning.

De mister poeng hvis de går helt over styr. Følgerne reagerer mer positivt på det første alternativet, og spillerne oppfordres til å skrive en seriøs nyhetsartikkel om sitt valgte tema. Hvis de gjør det bra, får de en følgerskare som stoler mer og mer på nyhetssiden deres og blir mer skeptisk til den såkalte redigerte pressen.

---

Utfyllende lesning: Mer informasjon om konspirasjonsteorier kan du lese i [denne artikkelen fra forskning.no](#). Denne [Guardian-artikkelen gir en oversikt over Agenda 21-konspirasjon](#), og [denne artikkelen fra Pacific Standard](#) går inn på konspirasjonen om WHO-vaksinasjonsprogrammet.



## DISKREDITERING

Å diskreditere motstanderne er en sentral taktikk for å spre desinformasjon. Når desinformative nyhetssider blir anklaget for dårlig journalistikk, avleder de oppmerksomheten bort fra anklagen ved å angripe den som kritiserer, eller avvise at problemet eksisterer. I denne delen av spillet blir spillerne konfrontert av en faktasjekker som avkrefter konspirasjonsteorien de kom med i forrige teknikk. Spillerne får velge mellom tre alternativer: enten å be om unnskyldning, å ikke gjøre noe eller å ta hevn.

Det første alternativet koster dem poeng; de får forklart at å beklage aldri er en god idé. «Å ikke gjøre noe» fører til at en av nyhetssidens følgere spør hvorfor de ikke svarer på faktasjekkerens anklager. Alle de tre framgangsmåtene fører til slutt fram til det samme resultatet: Spillerne må velge mellom enten å benekte påstandene eller å angripe faktasjekkeren. Begge alternativene er like gyldige og lar spillerne velge mellom et sett av gode eller dårlige svar. Spillernes heftige fornektelse eller hensynsløse angrep på faktasjekkerne utløser støttende svar fra følgerne, og spillernes rykte forblir intakt.

Utfyllende lesning:

Mer informasjon om angrep mot faktasjekkere finner du [i denne Forbes-artikkelen](#).



## TROLLING


Trolling betyr det å ergre, forstyrre og manipulere folk ved hjelp av ytringer og handlinger på digitale samhandlingsplattformer. Betegnelsen stammer fra nettfiskingsmetoden «trolling» og ble opprinnelig brukt om en teknikk for å avsløre nye brukere på et diskusjonsforum. I korte trekk gikk metoden ut på å lure nykommere til å svare på innlegg som mer erfarne brukere skjønte var tull og tøys. På feltet desinformasjon betyr trolling å bevisst fremkalle en følelsesmessig respons ved å bruke agn.

I denne delen kombinerer spillerne de fem teknikkene de har lært. Denne gangen kan de bare velge ett emne, og de blir i starten bedt om å velge mellom tre tema (de 25 mest romantiske byene i Europa, en flyulykke, en nyoppdaget sjøstjerne-art). Bare tema nummer to leder til et fullverdig scenario. Å velge det første eller det tredje temaet resulterer i negativ tilbakemelding fra spillets moderator. Deretter får spillerne to alternativer: enten å vise respekt for ofrene for flystyrtten eller å begynne å så tvil om flystyrtens årsak. Det første alternativet ber om respons fra følgerne, som spør hvorfor hendelsen ikke blir undersøkt nærmere. Begge alternativene resulterer i at spillerne til slutt spør om krasjet var en dekkoperasjon. På grunn av den høye troverdigheten og antallet følgere tiltrekker innlegget til spillerne seg oppmerksomhet fra andre nyhetssider, og historien begynner å eskalere. Spillerne kan deretter kaste bensin på bålet ved enten å utgi seg for å være et familiemedlem av et ulykkesoffer eller å photoshoppe bildebevis. Begge valgene fører til flere emosjonelle reaksjoner, og nå begynner den redaksjonelle pressen også å skrive om historien. Spillerne blir bedt om å øke presset, enten ved å diskreditere etterforskningen eller ved å bruke en hær av Twitter-roboter for å spre emneknaggen #UndersøkNå. Avhengig av om spillerne velger å utgi seg for være i familie med et av ofrene eller å photoshoppe bildebevis, kan de utføre det siste angrepet sitt ved å lage en ny nyhetsartikkel om ulykken eller ved å velge det alternativet som de ikke tok tidligere. Flyhavarikommisjonen, det fiktivt ansvarlige byrået for etterforskningen, svarer deretter på Twitter. Spillerne angriper dette svaret enten ved å kreve at lederen for komiteen må gå fra stillingen sin, eller ved å bruke robothæren sin på Twitter en gang til. Spillet avsluttes med at kommisjonens leder fratrer stillingen sin.

Utfyllende lesning: [Denne artikkelen fra utforskinnet.no gir mer detaljert innsikt i trolling](#). Forskning publisert i tidsskriftet [Social Media and Society](#) belyser motivene og personlighetstrekkene til internettroll.



# BRUK I KLASSE ELLER GRUPPE



Det tar omtrent 20 minutter å fullføre spillet. Det er egnet for bruk i en klassesituasjon, for eksempel under opplæring i mediekunnskap. Under en workshop spiller elevene spillet først og diskuterer deretter teknikkene de har lært. Vi anbefaler at elevene spiller spillet sammen to og to mens de aktivt reflekterer over hva de gjør. Etter vår erfaring gir spillet elevene god (om enn noe begrenset) innsikt i de ulike aspektene ved desinformasjon og viser tydelig hvor enkelt det er å manipulere informasjon. Det er viktig at du som lærer sørger for at elevene bruker tid på refleksjonsoppgavene. Bruk gjerne også andre læremidler om falske nyheter og kildekritikk, for eksempel fra [Medietilsynet](#), [NDLA](#), [DSB](#) eller [Faktisk](#).

## ALDERSBEGRENSNINGER OG FØLSOMHETSADVARSEL

Spillet er laget for personer fra 14 år og oppover. Det inneholder noe potensielt følelsesladet innhold, for eksempel informasjon om en fiktiv flyulykke, samt eksisterende konspirasjonsteorier som kan anses som noe forstyrrende. Spillet bruker ikke voldelige bilder, banneord eller annet støtende språk. Men siden spillerne blir bedt om å påta seg rollen som «skurken», kan de kanskje oppleve noe mildt psykologisk ubehag om avgjørelsene som spillet presser dem til å ta. Men fordi spillet foregår i et virtuelt miljø som ikke påvirker deres virkelighet på nettet, vil dette ubehaget forhåpentligvis være begrenset. Snakk gjerne med elevene om dette.

Spillet<sup>1</sup> er utviklet av forskere ved University of Cambridge og DROG, en Nederland-basert plattform som jobber mot desinformasjon. Vil du ha mer informasjon om spillet og hvordan det ble utviklet, eller har du ideer eller tilbakemelding, hører vi gjerne fra deg:

Ruurd Oosterwoud, grunnlegger av DROG,  
kan nås på [ruurd@wijzindrog.nl](mailto:ruurd@wijzindrog.nl).  
Besøk gjerne DROGs nettside på [www.aboutbadnews.com](http://www.aboutbadnews.com).  
Tilrettetlegging på norsk av Medietilsynet.

---

<sup>1</sup> Copyright © 2018 DROG ([www.aboutbadnews.com](http://www.aboutbadnews.com)) Alle rettigheter reservert. Dette dokumentet er ment for bruk som undervisningsmaterieell. Denne øremerkede kopien tilhører personen eller organisasjonen som kjøpte den, og er ikke ment for bruk av tredjeparter. Følgende betingelser gjelder: • Du kan ikke bruke eller reproducere dette verket til kommersielle formål, og det kan heller ikke brukes som støtteinnhold for noe kommersielt produkt eller tjeneste. • Du kan ikke endre, transformere eller bygge videre på dette verket. • Enhver uautorisert reproduksjon eller deling av dette dokumentet vil utgjøre et brudd på opphavsretten.