

BRYTE NED

PROVOSERE

ØYDELEGGE

MANIPULERE

SKREMME

ROPE

BAD LINE WS


ANGRIPE

LÆRARRETTLEIING

JUKSE

HÅNE

FORSTYRRE



Bad News-spelet skaper motstandskraft mot falsk informasjon på nettet ved at spelarane får prøve seg som produsentar av falske nyheiter.

Denne rettleiinga gir grundig bakgrunnsinformasjon om korleis spelet blei utvikla, korleis det fungerer, og kva det er basert på. Det tar også for seg omgrepet desinformasjon i vidare tyding og forklarar korleis spelet dekker dei ulike aspekta ved falsk informasjon. Rettleiinga er meint som ei støtte for lærarar som ønsker å bruke Bad News-spelet som eit undervisningsverktøy. Det inneheld også lenker til tilleggsinformasjon som kan vere nyttig for lærarane.

INNHALD

Korleis blei spelet utvikla?	3
Kva er desinformasjon?	3
Kvifor er desinformasjon eit problem?	3
Kva kan gjerast?	4
Inokulasjonsteorien – vaksine mot desinformasjon	6
Bad News-spelet: Korleis fungerer det?	7
Teknikkar elevane skal meistre	8
Bruk i klasse eller gruppe	14
Aldersgrenser og åtvaring om følsamt innhald	14




KORLEIS BLEI SPELET UTVIKLA?

Den første versjonen av dette spelet blei skriva på nederlandsk og lansert i november 2017. Den nederlandske versjonen kan spelast på www.slechtnieuw.nl. Innhaldet i både den nederlandske og den engelske versjonen av Bad News er skriva av DROG (www.aboutbadnews.com), ein nederlandsk organisasjon som jobbar mot spreiding av desinformasjon, i samarbeid med forskarar ved University of Cambridge i Storbritannia. Den visuelle og grafiske utforming er det Gusmanson (www.gusmanson.nl) som står bak. Den norske versjonen av spelet er tilpassa av Medietilsynet (www.medietilsynet.no).

KVA ER DESINFORMASJON?

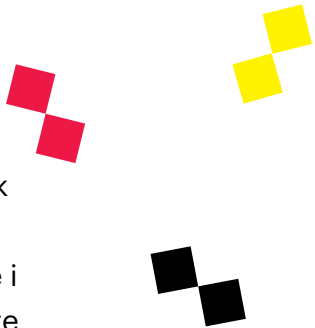
Omgrepet «falske nyheiter» er blitt vanleg i pressa, men det forklarar ikkje og fangar ikkje opp alle aspekta ved dette stadig meir utbreidde fenomenet. Det vi kallar falske nyheiter i dette spelet, handlar om nyheiter som er fabrikkerte eller sminka. Faktisk.no er éin av nettstadene som held auge med historier av denne typen. Eksempla er mange: Det er ikkje uvanleg at overskrifter og påstandar som «Ukraina må [denazifiserast](#)», «Kinesisk [kolkraftverk slepper ut seks gonger meir CO²](#) enn heile Noreg på eitt år» og «[Covid-dødsfall er blåste opp](#) og vaksinedødsfall skjulte» i nyheitsstraumen eller i sosiale medium.



Ei nyheit treng derimot ikkje å vere heilt oppdikta for å vere sleip eller villeiande. Vi bruker omgrepet «desinformasjon» for å fange opp det breie spekteret av teknikkar som blir brukt for å villeie 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 ein eksplisitt eller implisitt politisk agenda.

KVIFOR ER DESINFORMASJON EIT PROBLEM?

Desinformasjon blir brukt av mange, til og med av regjeringar som ønsker å påverke opinionen på ein ureieleg måte. Sosiale medium er ein spesielt fruktbar grobotn for slike forsøk. For eksempel er rundt 16,5 millionar Twitter-kontoar [robotar](#). Mange av desse robotane blir brukte til å spreie politisk desinformasjon, for eksempel under valkampar. Eksempel på desinformasjonskampanjar som har hatt stor innverknad i nyare tid, er MacronLeaks under det franske presidentvalet i 2017, Pizzagate-kontroversen under presidentvalet i USA i 2016 og dei ulike «alternative» forklaringane etter Malaysia Airlines-flystyrten i juli 2014.




Desinformasjon fungerer fordi mange ikkje klarer å kjenne igjen falsk informasjon når dei støyter på han. For eksempel viser ei av [undersøkingane til Medietilsynet](#) frå 2021 at dei eldste og dei yngste i samfunnet har størst vanskar med å kjenne igjen ei falsk nyheit. Dette er på mange vis ikkje overraskande: Folk blir bombarderte med store mengder informasjon når dei blar gjennom nyheitsstraumen eller er på sosiale medium. Mykje av informasjonen blir delt av venner, og folk stoler gjerne på at venner seier sanninga. Derfor er det meir sannsynleg at folk ser på ein falsk eller desinformativ nyheitsartikkel som påliteleg, når det er ein venn som har delt han eller vist han fram.

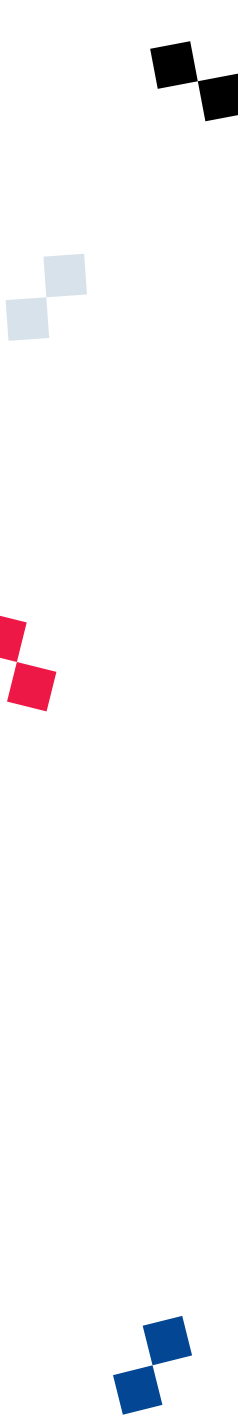
KVA KAN GJERAST?

Desinformasjon kan motverkast på mange måtar: ved å endre søkemotorar eller søke- og visningsalgoritmane til sosiale medium, ved å forbetre faktasjekkingsverktøy, gjennom regulering eller gjennom utdanning og kompetanseheving.

Google og Facebook jobbar kontinuerleg med å finne ut korleis dei kan tilpasse algoritmane sine slik at dei deaktiverer falske eller upålitelege nyheitssider og hindrar at falskt innhald blir vist i nyheitsstraumen til folk på same måten som pålitelege nyheitssider. Dette kunne potensielt ha vore eit svært effektivt verktøy, men algoritmar er dessverre aldri 100 prosent treffsikre når det gjeld å oppdage upålitelege kjelder. Det er også ein risiko for *falske positivar* (som betyr at algoritmen seier at noko er falskt, som ikkje er det) og/eller *falske negativar* (som betyr at noko ekte blir flagga som falskt).



Eit anna verktøy mot desinformasjon er faktasjekking. I Noreg har norske mediehus gått saman om ein uavhengig redaksjon for faktasjekk av samfunnsdebatten og det offentlege ordsiftet i Noreg. [Faktisk.no](#) følger den internasjonale faktasjekkarplakaten, og jobbar for å ha ein transparent og open arbeidsmetode. Dei utviklar stadig måten dei faktasjekkar på, og i samband med Ukraina-krigen har dei funne unike metodar for å verifisere bilde og videoar frå område pressa ikkje når fram til. Fleire myndigheiter og organisasjonar jobbar for å finne måtar å regulere spreininga av falske nyheiter på. Eit eksempel er [Frankrikes nye medielov](#), som under valet ville legge tøffare restriksjonar på media med omsyn til kva innhald dei har lov til å legge ut på nettet. I somme land, for eksempel USA og Noreg, vil lover som dette sannsynlegvis ikkje blir vedtatt på grunn av dei konstitusjonelle rammene som vernar ytringsfridommen. I land som ikkje har eit grunnlovsfesta vern av ytringsfridommen, er det knytt uro til kva slags informasjon slike lover



mot desinformasjon vil kunne fjerne, fordi lovene då kan utgjere ein potensiell risiko for ytringsfridommen.

Desinformasjonen som blir spreidd i Noreg, er i hovudsak lovleg innhald, og Grunnlova har ein høg terskel for statlege inngrep i ytringsfridommen. Slike inngrep skal lovfestast og kunne forsvarast opp mot grunnlaget for ytringsfridommen (sanningssøking, demokrati og den frie meiningsdanninga til individet). Derfor er kritisk medieforståing, redaktørstyrte medium og faktasjekking det viktigaste verkemiddelet mot desinformasjon.

Sosiale medium er den viktigaste kanalen for spreiding av desinformasjon, og på nokre sosiale medieplattformer blir desinformasjon spreidd raskare enn sannferdig informasjon. Sosiale medieplattformer er kommersielle aktørar som konkurrerer om merksemda vår, og det er fleire døme på at algoritmane til plattformene premierer innhald som vekker kjensler målt i tal på kommentarar, reaksjonar og delingar. Dette gir eit systematisk problem der det blir vanskelegare å balansere desinformasjon med kritisk medieforståing, redaktørstyrte medium og faktasjekk.

Som svar på dette har EU utarbeidd ei eiga bransjenorm mot desinformasjon, signert av selskap og tenester som Meta, Google, TikTok, Twitter og Twitch. Bransjenorma etablerer tiltak for å motverke spreinga av desinformasjon og prøver å stanse annonseinntekter frå falske nyheiter og desinformasjon. Det er altså ikkje enkeltinnlegg som blir stansa, men den systematiske spreinga og finansieringa av desinformasjon.



EU har i tillegg foreslått ei regulering av digitale tenester (Digital Services Act) som skal gjere det enklare å varsle om innlegg som er ulovlege etter norsk lov, og der norske myndigheiter kan pålegge ei sosial medieplattform å fjerne denne typen innhald. EU vil også bidra til at det blir innført tiltak for å hindre at sosiale medieplattformer skal få fjerne redaksjonelt innhald. Den mest effektive metoden i kampen mot desinformasjon er likevel å [sørge for at befolkninga har god kritisk medieforståing](#). Kunnskap og utdanning er desidert det beste våpenet mot desinformasjon. Gjennom dette spelet kan elevane lære å forstå kva for mekanismar og motiv som ligg bak produksjonen og spreinga av falske nyheiter.



INOKULASJONSTEORIEN – VAKSINE MOT DESINFORMASJON

Bad News-spelet har inokulasjonsteorien som teoretisk utgangspunkt.

Inokulasjonsteorien, som har røtene sine i sosialpsykologien, seier at menneska kan bygge opp motstand mot falsk eller villeiande informasjon. Det gjer dei ved å bli utsette for ein mindre variant av eit misvisande argument før dei deretter får presentert den «sanne» informasjonen. Det kan nærast samanliknast med å gi folk ein «vaksine» mot desinformasjon. Dersom du kan gjenkjenne noko, kan du stå imot det.



BAD NEWS-SPELET

KORLEIS VERKAR DET?

Bad News-spelet skaper motstand mot desinformasjon ved å sette spelarane inn i posisjonen til dei som vanlegvis skaper desinformasjon. Spelarane får dermed innsikt i dei ulike teknikkane og metodane som blir brukte av dei som spreier falske nyheiter på denne måten. Dette bygger igjen motstand. Spelet fungerer på ein enkel og grei måte: Spelarane får sjå ein kort tekst eller eit bilde (for eksempel eit mem eller ei artikkeloverskrift) og kan velje å reagere på to ulike måtar. Poengsummen – kor vellykka spelarane er – blir målt på to måtar: i «følgarar» og «truverd».

Dersom spelarane vel eit alternativ som er i tråd med det ein «ekte» produsent av desinformasjon ville ha valt, får dei fleire følgjarar og større truverd. Viss dei derimot lyg for openlyst for følgjarane sine, vel eit alternativ som er openbert latterleg eller handlar for mykje i tråd med god journalistisk praksis, forsvinn enten følgjarane eller truverdet søkk. Målet med spelet er å samle så mange følgjarar som mogleg utan å miste truverd.

Sidan det er umogleg å dekke i detalj alle aspekta ved desinformasjon, har vi i spelet valt å dekke dei mest sentrale. Spelet er bygt opp rundt seks teknikkar som spelarane skal lære seg å meistre: etterlikning, følelsar, polarisering, konspirasjon, diskreditering og trolling. Desse strategiane er delvis baserte på rapporten [«Digital Hydra: Security Implications of False Information Online» av Nato Strategic Communications Centre of Excellence](#), som blant anna gjer greie for dei ulike metodane for å skape og spreie informasjon. Nedanfor finn du ei oversikt over kva dei enkelte teknikkane omfattar.

TEKNIKKOVERSIKT



ETTERLIKNING

Det er veldig enkelt å starte ein nettstad og publisere innhald som ser heilt legitimt ut. Det er nærmast ingen inngangsbarriere når det gjeld kostnader, så stort sett kan alle gjere det. Hensikta med denne teknikken er å vise kor enkel denne prosessen er, og at ein profesjonell utsjånad eller eit gjenkjenneleg namn ikkje nødvendigvis betyr at nettstaden er det han gir seg ut for å vere. I spelet handlar «etterlikning» om to ting:

- å gi seg ut for å vere ein ekte person eller organisasjon ved å etterlikne måten dei står fram på, for eksempel ved å bruke eit litt anna brukarnamn
- å gi seg ut for å vere ein legitim nyheitsnettstad eller ein blogg, men utan å vise til journalistisk praksis og redaksjonelle retningslinjer som redaktørstyrte medium gjer

Spelarane legg først ut ein tweet om noko som frustrerer dei, det kan vere alt frå ei regjering som sviktar, til kjende konspirasjonsteoriar som Flat Earth Society. Dette gir dei dei første følgarane, og spelet forklarar korleis følgarteljaren og truverdmålaren fungerer. Spelarane etterliknar deretter den offisielle kontoen til enten Jonas Gahr Støre (som erklærer at Sverige bør bli ein del av Noreg), Norsk romsenter (som åttvarar om ein meteorittfare utanfor norskekysten) eller NRK (som kunngjer at Fantorangen blir fjerna frå sendeflatene). Spelarane får deretter sjå to reaksjons-tweets frå Twitter-brukarar som blei lurte av den falske kontoen. Spelet ber dei deretter om å bli profesjonelle og starte si eiga nyheitsside. Spelarane vel deretter namn, tittel og slagord for nettstaden.

Utfyllande lesing: Her finn du meir informasjon om [korleis du kan gjenkjenne ein falsk konto på sosiale medium](#).



FØLELSAR

Emosjonelt innhald er innhald som ikkje nødvendigvis er «falskt» eller «ekte», men som bevisst spelar på grunnleggande følelsar som frykt, sinne eller empati. Målet med denne teknikken er å viser korleis spelarane kan bruke desse følelsane i innhaldet dei skaper. Dette er den første teknikken der spelarane produserer innhald til nyheitssida si. Dei blir bedne om å bla gjennom nyheitsoverskrifter for eit tema dei kan publisere på nettstaden sin. Dei kan velje mellom klimaendringar eller genmodifisert mat (GMM). Spelarane blir deretter bedne om å publisere si meining om temaet dei vel. Spelet ber dei om å seie at temaet deira enten vil føre til apokalypsen (når det gjeld GMM) eller er ein fullstendig bløff (i tilfellet klimaendringar), sidan dette er den enklaste måten å få følgarar på. Spelet ber dei om å velje framgangsmåte for å ta saka vidare: angripe forskarane bak det, legge ut ei kjensleladd historie eller snakke om vitskapen. Det siste alternativet vil gi negativ respons frå følgarane, ettersom spelarane blir oppfordra til å bruke reaksjonært innhald for å irritere følgarane. Spelarane kan då enten lage eit mem (ein humoristisk medie-snutt, vanlegvis eit bilde eller ein GIF som spreier seg frå person til person på internett) eller skrive ein artikkel som speglar valet dei har gjort. Spelarane kan få forskjellig respons på det dei legg ut, og den eine responsen er alltid dårleg (fordi det er kjedeleg eller følgarane går glipp av poenget). Somme av følgarane reagerer på Twitter-innlegget på ein emosjonell, sint måte. Spelarane har då oppnådd målet sitt.

Utfyllande lesing: Meir informasjon om klimaendringar og klimaskepsis finn du på [Skeptical Science](#), ein blogg som tar for seg fornekinga av klimaendringane og grunnsetningane den bygger på. Dei ulike teoriane rundt genmodifiserte organismar er forklarte i detalj av [Mark Lynas](#). Du kan også lese om ein norsk studie om [korleis nyheitssaker påverkar følelsane, via denne artikkelen frå nrk.no](#).



POLARISERING

Polarisering, i vår definisjon, inneber bevisste forsøk på å utvide gapet mellom den politiske venstresida og den politiske høgresida. Det kan også påvirke konfliktlinja mellom by og land, eller nord og sør. Unge nyheitsnettstader bruker ofte polarisering som ein metode for å få følgjarar og lage seg ein plass i medielandskapet. Denne teknikken dekker også omgrepet «falsk forsterking»: ideen om at du ikkje treng å fortelje ei fullstendig falsk historie for å få fram eit poeng. I staden kan du forsterke eksisterande klager og få dei til å sjå viktigare eller meir populære ut enn dei eigentleg er.

I starten på denne delen av spelet blir spelarane spurde om dei vil publisere noko falskt eller noko ekte. Å velje «falskt» fortel dei at dei ikkje alltid treng å forfalske nyheitene for å skape overskrifter, men at dei også kan finne ei ekte historie og blåse den opp. Slik kan dei køyre venstre- og høgresida lenger frå kvarandre. Dei kan velje mellom tre lokale nyheiter som tilfeldige personar har rapportert om på Twitter: eit kjemisk utslepp, ein skandale knytt til bestikking i ein småby, og arrestasjonen av ein kriminell. Spelarane vel seg først eit mål: I to tilfelle kan dei angripe store selskap eller regjeringa, og i éi sak enten politiet eller valdelege kriminelle. Dei kan prøve å gi ekstra stemme til historia ved å seie kva dei meiner om henne på Twitter-kontoen til nettsida si, men dette blir mislykka. Dei blir bedne om å få historia til å sjå større ut enn ho er ved å skrive ein artikkel om henne eller ved å legge ut eit mem. Dette gir dei fleire følgjarar, og folk begynner å fange opp historia. Deretter spør spelet om dei vil kjøpe Twitter-robotar som kan forsterke historia for dei. Dersom dei gjentatte gonger nektar, sluttar spelet, men dersom dei godtar det, får dei 4000 robotfølgjarar. Dei får sjå eksempel på korleis robotar forsterkar historia dei har valt. Målet spelarane har sett seg, avgjer om historia blir polarisert mot venstre (ved å fokusere på store selskap eller politibrutalitet) eller høgre (ved å fokusere på offentlege eller kriminalitetsrelaterte spørsmål).

Utfyllande lesing: for ekstra referanse: [Denne artikkelen av Pew Forskingssenter](#) ser på politisk polarisering og medievanar. [NRK Beta har skrive ein artikkel](#) om Noreg og polarisering.

Eit eksempel på korleis Twitter-robotar kan fungere, finn du i [denne artikkelen frå Politico](#).



KONSPIRASJONAR

Konspirasjonsteoriar høyrer til ytterkanten av nyheitskjeldene på nettet. Konspirasjonar kan definerast som trua på at uforklarlege hendingar er sette i scene av ei skjult gruppe eller ein skjult organisasjon. Når spelarane skal lære denne teknikken, blir dei først oppmuntra til å kome med ein interessant ny teori og legge han ut på nyheitssida si. Sidan alle alternativa er openbert latterlege (for eksempel at offentlege skolar ikkje lenger lærer elevane å lese kursivert skrift for å få folk til å slutte å lese det kommunistiske manifestet), blir teorien deira sett på som for langt unna verkelegheita til å vere truverdig for følgjarane. Somme følgjarar seier imot spelarane som kjem med den merkelege teorien. For å redde truverdet sitt må spelarane finne ein meir truverdig konspirasjon dei kan selje til følgjarane sine. Dei kan enten velje mellom Agenda 21, ein ikkje-bindande FN-traktat om berekraftig utvikling, den såkalla «vaksinekonspirasjonen» eller ideen om at Verdhelseorganisasjonen (WHO) bruker vaksiner for å indoktrinere menneske. Spelarane skårar poeng dersom dei sår tvil om den offisielle forteljinga og stiller spørsmål som leier folk i retning av konspiratorisk tenking.

Dei mistar poeng dersom dei går heilt over styr. Følgjarane reagerer meir positivt på det første alternativet, og spelarane blir oppfordra til å skrive ein seriøs nyheitsartikkel om temaet dei har valt. Dersom dei gjer det bra, får dei ein følgarskare som stoler meir og meir på nyheitssida deira og blir meir skeptisk til den såkalla redigerte pressa.

Utfyllande lesing: Meir informasjon om konspirasjonsteoriar kan du lese i [denne artikkelen frå forskning.no](#). Denne [Guardian-artikkelen gir ei oversikt over Agenda 21-konspirasjonen](#), og [denne artikkelen frå Pacific Standard](#) går inn på konspirasjonen om WHO-vaksinasjonsprogrammet.



DISKREDITERING

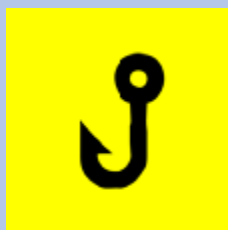
Å diskreditere motstandarane er ein sentral taktikk for å spreie desinformasjon. Når desinformative nyheitssider blir skulda for dårleg journalistikk, leier dei merksemda bort frå skuldinga ved å angripe dei som kritiserer, eller avise at problemet eksisterer. I denne delen av spelet blir spelarane konfronterte av ein faktasjekk som avkreftar konspirasjonsteorien dei kom med i førre teknikken. Spelarane får velje mellom tre alternativ: å be om unnskyldning, å ikkje gjere noko eller å ta hemn.

Det første alternativet kostar dei poeng; dei får forklart at å beklage aldri er ein god idé. Å ikkje gjere noko fører til at ein av følgjarane spør om kvifor dei ikkje svarer på skuldingane frå faktasjekkaren. Alle dei tre framgangsmåtane fører til slutt fram til det same resultatet: Spelarane må velje mellom enten å nekte for påstandane eller å angripe faktasjekkaren. Begge alternativa er like gyldige og lar spelarane velje mellom eit sett av gode eller dårlege svar. Heftig forneking frå spelarane eller omsynslause angrep på faktasjekkarane utløyser støttande svar frå følgjarane, og spelarane held på sitt «gode» rykte.

Utfyllande lesing:

Meir informasjon om angrep mot faktasjekkarar finn du [i denne Forbes-artikkelen](#).





TROLLING

Trolling vil seie å ergre, forstyrre og manipulere folk gjennom ytringar og handlingar på digitale samhandlingsplattformer. Nemninga stammar frå nettfiskingsmetoden «trolling» og blei opphavleg brukt om ein teknikk for å avsløre nye brukarar på eit diskusjonsforum. I korte trekk gjekk metoden ut på å lure nykomarar til å svare på innlegg som meir erfarne brukarar skjønnte var tull og tøys. På feltet desinformasjon betyr trolling å bevisst framkalle ein kjenslemessig respons ved å bruke agn.

I denne delen kombinerer spelarane dei fem teknikkane dei har lært. Denne gongen kan dei berre velje eitt emne, og dei blir i starten bedne om å velje mellom tre tema (dei 25 mest romantiske byane i Europa, ei flyulykke, ein nyoppdaga sjøstjerneart). Berre tema nummer to leier til eit fullverdig scenario. Å velje det første eller det tredje temaet resulterer i negativ tilbakemelding frå spelmoderatoren. Deretter får spelarane to alternativ: enten å vise respekt for offera for flystyrten eller å begynne å så tvil om årsaka til at flyet styrta. Det første alternativet ber om respons frå følgjarane, som spør kvifor hendinga ikkje blir undersøkt nærare. Begge alternativa resulterer i at spelarane til slutt spør om krasjet var ein dekkoperasjon. På grunn av det høge truverdet og talet på følgjarar trekker innlegget til spelarane til seg merksemd frå andre nyheitssider, og historia begynner å eskalere. Spelarane kan deretter kaste bensin på bålet ved å gi seg ut for å vere ein familiemedlem av eit ulykkesoffer, eller dei kan photoshoppe bildebevis.

Begge vala gir fleire emosjonelle reaksjonar, og no begynner den redaksjonelle pressa også å skrive om historia. Spelarane blir bedne om å auke presset, enten ved å diskreditere etterforskinga eller ved å bruke ein hær av Twitter-robotar for å spreie emneknaggen #UndersøkNå. Avhengig av om spelarane vel å gi seg ut for å vere i familie med eit av offera eller dei photoshoppar bildebevis, kan dei utføre det siste angrepet sitt ved å lage ein ny nyheitsartikkel om ulykka eller ved å velje det alternativet dei ikkje tok tidlegare. Flyhavarikommisjonen, det fiktivt ansvarlege byrået for etterforskinga, svarer deretter på Twitter. Spelarane går til angrep på dette svaret enten ved å krevje at leiaren for komiteen må gå frå stillinga si, eller ved å bruke robothæren sin på Twitter ein gong til. Spelet blir avslutta med at leiaren for kommisjonen går frå stillinga si.

Utfyllande lesing: [Denne artikkelen frå utforsksinnet.no gir meir detaljert innsikt i trolling](#). Forsking publisert i tidsskiftet [Social Media and Society](#) gir meir innsikt om motiva og personlegdomstrekk til internettroll.



BRUK I KLASSE ELLER GRUPPE

Det tar omtrent 20 minutt å fullføre spelet. Det er eigna for bruk i ein klasesituasjon, for eksempel under opplæring i mediekunnskap. Under ein workshop spelar elevane spelet først og diskuterer deretter teknikkane dei har lært. Vi anbefalar at elevane spelar spelet saman to og to mens dei aktivt reflekterer over det dei gjer. Etter vår erfaring gir spelet elevane god (om enn noko avgrensa) innsikt i dei ulike aspekta ved desinformasjon og viser tydeleg kor enkelt det er å manipulere informasjon. Det er viktig at du som lærar sørger for at elevane bruker tid på refleksjonsoppgåvene. Bruk gjerne også andre læremiddel om falske nyheiter og kjeldekritikk, for eksempel frå [Medietilsynet](#), [NDLA](#), [DSB](#) eller [Faktisk](#).

ALDERSGRENSER OG ÅTVARING OM FØLSAMT INNHOLD

Spelet er laga for personar frå 14 år og oppover. Det inneheld noko potensielt kjensleladd innhald, for eksempel informasjon om ei fiktiv flyulykke, i tillegg til eksisterande konspirasjonsteoriar som kan oppfattast som noko forstyrrende. Spelet bruker ikkje valdelege bilde, bannord eller anna støytande språk. Men sidan spelarane blir bedne om å gå inn i rolla som «skurken», kan dei kanskje oppleve eit noko mildt psykisk ubehag rundt avgjerdene som spelet pressar dei til å ta. Men fordi spelet går føre seg i eit virtuelt miljø som ikkje påverkar verkelegheita deira på nettet, er dette ubehaget vonleg avgrensa. Snakk gjerne med elevane om dette.

Spelet¹ er utvikla av forskarar ved University of Cambridge og DROG, ei Nederland-basert plattform som arbeider mot desinformasjon. Vil du ha meir informasjon om spelet og korleis det blei utvikla, eller har du idear eller tilbakemelding, høyrer vi gjerne frå deg:

Du når Ruurd Oosterwoud, grunnleggar av DROG, på
ruurd@wijzijndrog.nl.
Besøk gjerne DROGs nettside på www.aboutbadnews.com.

¹ Copyright © 2018 DROG (www.aboutbadnews.com) Alle rettar reservert. Dette dokumentet er meint for bruk som undervisningsmateriell. Denne øyremerkte kopien høyrer til personen eller organisasjonen som kjøpte han, og er ikkje meint for bruk av tredjepartar. Følgande vilkår gjeld: • Du kan ikkje bruke eller reprodusere dette verket til kommersielle formål, og det kan heller ikkje brukast som støtteinnhald for eit kommersielt produkt eller ei kommersiell teneste. • Du kan ikkje endre, forme om eller bygge vidare på dette verket. • All urettmessig reproduksjon eller deling av dette dokumentet er eit brot på opphavsretten.