

Så gör Social design agency för att passera granskning

AV JOHAN JARNESTAD OCH LINA WENNERSTEN-GRADERT

1

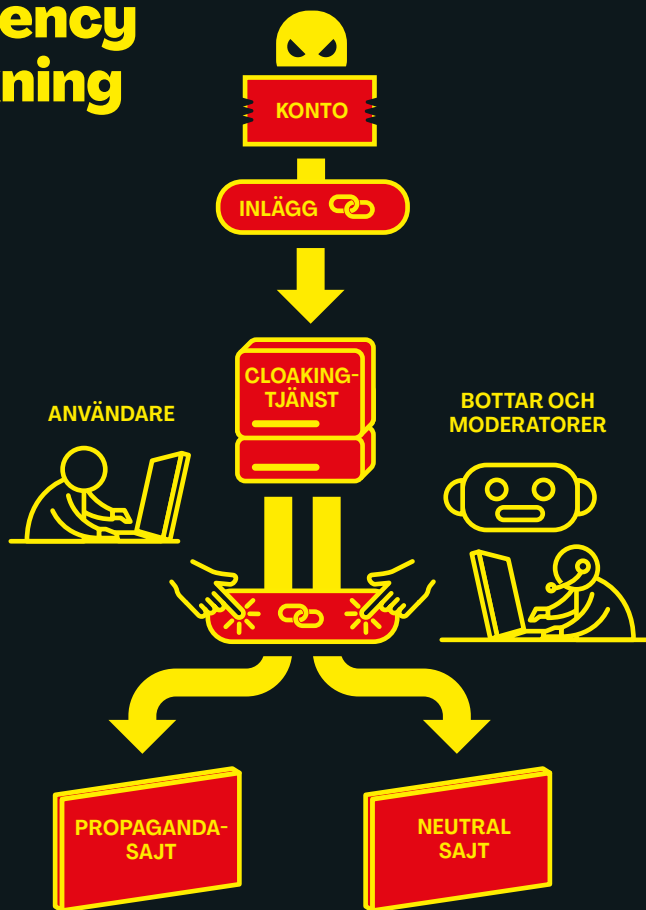
Social design agency skapar ett konto på till exempel Facebook eller någon annan social medieplattform och postar ett inlägg med en länk. (I praktiken har de en stor mängd konton som kan sprida samma länk.) Inlägget kan ses av vanliga användare, liksom av moderatörer och *bottar* som granskar om innehållet håller sig till plattformens riktlinjer.

2

För att passera granskning används *cloaking*, en avancerad teknik som gör att länken presenteras olika för olika mottagare. Med hjälp av antidetekteringswebbläsare döljs också de digitala fingeravtrycken så att plattformar inte kan identifiera eller koppla samman konton skapade från samma dator.

3

När vanliga användare klickar på länken kommer de till ett propagandainnehåll, till exempel en falsk nyhetsartikel inbäddad i en miljö som plagierar en känd nyhetssajt. Plattformens granskare kommer till en neutral sajt, exempelvis den verkliga nyhetssajt som propagandasajten plagierar. På så sätt undviker Social design agency att inlägget stoppas. Antidetekteringsverktygen gör också att Googles sökrbotar inte upptäcker propagandasidan.



Organisationen bakom arbetet

Utifrån målen skapar Social design agency (SDA) övergripande narrativ, som de kallar tematiska linjer, i samråd med president-administrationen. Social design agencys kreativa team producerar sedan innehåll utifrån de tematiska linjerna, på ett sätt som påminner om hur en reklam- eller PR-byrå skulle arbeta.

Mediebevakningen sker parallellt för att hitta konflikter och berättelser som kan användas för att anpassa innehåll till olika sammanhang och målgrupper. Rykten, trender och konflikter som identifieras kan utnyttjas i innehållsproduktionen.

