

BREAK THE CHAIN

HANDLEIDING VOOR (NIET ALLEEN) TRAINERS

MANIEREN BIEDEN OM
OM NEPNIEUWS EN
DESINFORMATIE ONLINE
TE BESTRIJDEN

GERICHT OP
VOLWASSENEN

55+

Auteurs, redacteuren en het team van de medewerker: Magdaléna Hanáčková, Tereza Pálková, Radka Muchová, George Papaioannou, Daria Kyslitska, Olivier Rappaport, Vassilis Korakis, Marta Terroba, Paloma de la Puente, Katerina Tsilili

Samenwerking: E-SENIORS: INITIATION DES SENIORS AUX NTIC ASSOCIATION - Frankrijk
KOMICHA LTD - Bulgarije
ATERMON B.V. - Nederland
FEDERACION DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LOS MEDIOS (ICMEDIA) - Spanje
HEARTHANDS SOLUTIONS LIMITED - Cyprus

Uitgever: EDUcentrum, z.ú.
K Lomu 1056, 25229 Dobřichovice
Czech Republic
E-mail: info@educentrum.cz

Grafisch ontwerp: Mgr. MgA Markéta Horáková

Erkenning: Ing. Lukáš Hána, Bc. Lucie Nemešová and Mgr. Michaela Hlaváčová for expert consultations

Afbeeldingen: Canva



Projecttitel: Doorbreek de keten: Manieren om nepnieuws en desinformatie online te bestrijden
Dit project is gefinancierd met steun van de Europese Commissie.

Projectnummer: 2021-1-CZ01-KA220-ADU-000029779
Erasmus+ KA220-ADU- Samenwerkingspartnerschappen in het volwassenenonderwijs

De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie houdt geen goedkeuring in van de inhoud; deze weerspiegelt de opvattingen
De Commissie kan niet verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie in deze publicatie.

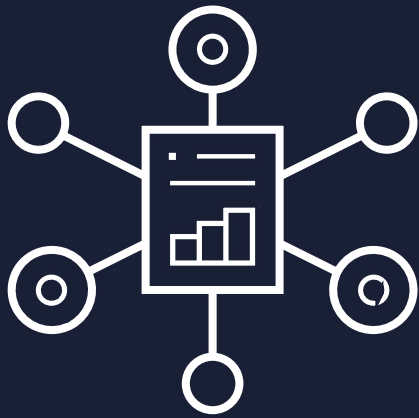
Deze publicatie is beschikbaar als open source document op basis van de Creative Commons licentie CC BY-NC 4.0 (Naamsvermelding-NietCommercieel 4.0 Internationaal). Meer informatie: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>



Deze publicatie wordt gratis verspreid. Praag,
2022



INHOUDSO- PGAVE



Introductie	5
DESINFORMATIE: THEORETISCH GEDEELTE	9
Wat is nodig om desinformatie te bestrijden?	10
Resultaten van de vragenlijst gericht op de huidige behoeften van de opleiders	10
Lijst van termen	12
Gevaar van desinformatie	14
Historische context van desinformatie	17
De doelen van desinformanten	18
Technieken van desinformatie	19
Manipulatietrucs typisch voor desinformatie	20
De rol van het internet en de veranderingen in de mediawereld	20
Betrouwbare bronnen	21
Platforms voor het verspreiden van desinformatie	22
Sociale en filterbubbels	23
Valse reclame	25
Cognitieve processen:	25
Hoe onze hersenen omgaan met desinformatie	27
Emotioneel aspect	28
Positieve verhalen	30

BIJZONDERHEDEN VAN HET ONDERWIJS

Neuroplasticiteit	33
Neuroandragogie	34
Activiteit en diepe gegevensverwerking	35
Wat te overwegen bij behoeftenanalyses	37
Hoe activiteiten te plannen	31
Meer over de methoden die we aanbevelen in onze lesplannen	39
Gebruik van mind maps	39
Jigsaw techniek	40
Volwassenen ondersteunen bij het zelfstudie met behulp van ICT	40
Hybride/online leren	41

DESINFORMATIE: PRAKTISCH GEDEELTE

Strategische communicatie: Tips hoe te praten met mensen met een andere mening en risicopreventie	45
Hoe te zien of het nepnieuws is	46
5 VRAGEN om media-inhoud te beoordelen	47
Een paar opmerkingen over de inhoud van desinformatie voorbeelden	48
Evaluatie	48

LESPLANNEN EN TIPS VOOR HET LESGEVEN

DESINFORMATIE: BASISBEGRIPPEN	51
POSITIEVE VERHALEN	56
STEREOTYPEN EN CONFIRMATION BIAS	60
OPINIE VS FEITEN	64
DESINFORMATIE DOELSTELLINGEN EN TECHNIEKEN BRONNEN	68
FOTOMONTAGE EN FOTOMANIPULATIE	73
KETTINGPOST	77
SOCIALE SITES EN KUNSTMATIGE INTELLIGENTIE	79
Aanbevolen links	82
Sites voor feitencontrole	85
Bronnen	86



INTRODUCTIE



Introductie

Het eerste projectresultaat Break the Chain handboek, dat in de eerste plaats gericht is op trainers in mediageletterdheid van cursussen voor volwassenen, kan belangrijke inzichten bieden in de kwestie van desinformatie aan iedereen die daarin geïnteresseerd is.

Break the Chain wil volwassenen helpen de impact van nepnieuws en desinformatie op ons gedrag te identificeren en manieren te vinden om de situatie af te wisselen. Het project biedt een holistische aanpak, gericht op het introduceren van alle relevante informatie over nepnieuws en desinformatie, het effect ervan op onze beslissingen en manieren om ze te detecteren.

De laatste jaren is desinformatie geëvolueerd van vervelende spam tot een serieuze bedreiging die de publieke opinie aanzienlijk manipuleert, democratische systemen ondermijnt, de gezondheid van burgers in gevaar brengt en uiteindelijk zijn desinformatiecampagnes opgenomen in de hybride oorlogsstrategieën en uitdagingen van het volgende decennium.

In ieder geval zijn zowel de makers van desinformatie als de bestrijders ervan zich gaan realiseren welke radicale macht desinformatie kan hebben in de omgeving van een technologisch geavanceerde samenleving. Tegelijkertijd ontdekken opvoeders dat het probleem niet kan worden opgelost door louter ICT- of mediageletterdheidstraining, maar dat het ook verband houdt met de rijpheid voor kritisch denken van burgers, die niet van de ene op de andere dag kan worden verworven. Ook het psychologische aspect speelt een belangrijke rol en vormt een serieuze uitdaging voor de opvoeders. De strijd tegen desinformatie is een

veeleisend, lang en soms vruchteloos werk. Des te meer is elke poging om de situatie te verbeteren en de burgers te helpen zich te oriënteren de moeite waard en verdient respect. Dit handboek moet ten dienste staan van alle moedige opvoeders die aan deze reis beginnen.

Om redenen die in het theoretische deel van het handboek worden uiteengezet, raden wij ten zeerste aan de training over desinformatie eerder als een discussie te beschouwen dan als een preek van de leraar. De deelnemers moeten begrijpen dat de trainer er is om hen te helpen inzien hoe desinformatie alomtegenwoordig is, zich ongelooflijk snel verspreidt en schade kan veroorzaken, en hoe zij manipulatie kunnen voorkomen. De discussie moet leiden tot het besef van de verantwoordelijkheid die gepaard gaat met ons gebruik van de internetruimte.

De meeste landen zijn zich nu bewust van de gevaren van nepnieuws en desinformatie en investeren in onderwijsprogramma's en opleiding van burgers. Deze zijn echter vooral gericht op scholen en jongeren en missen een specifiek antwoord voor ouderen. Daarom heeft ons team uit zes Europese landen besloten de krachten te bundelen, de keten te helpen doorbreken en bij te dragen aan de strijd tegen desinformatie via de educatie van de kwetsbare doelgroep van volwassenen van 55+ die misschien nog meer hulp nodig hebben met ICT-technologie dan jongere generaties.

Wij moeten aanvaarden dat het veranderen van de overtuigingen van mensen een lang en moeilijk proces is. Er is echter geen betere en doeltreffender manier dan onderwijs, geduld en

wederzijds begrip. Met al deze aspecten moet rekening worden gehouden als u wilt dat het resultaat effectief is. Bereid u voor op de situatie dat het werk van een opvoeder op het gebied van desinformatie niet alleen draait om het overdragen van kennis, maar meer om de verstandhouding met uw leerlingen. Het isolement en het gebrek aan communicatie in de moderne wereld is een van de redenen waarom volwassenen van 55+ zwichten voor de handige verlokkingen die desinformanten bieden.

De handleiding bestaat uit twee delen. Het eerste deel behandelt desinformatie vanuit een theoretisch oogpunt, waarbij het fenomeen in een historische context en in de huidige mediaomgeving wordt uitgelegd. Een aanzienlijk deel van het handboek gaat over de doelstellingen en technieken van desinformatie. Om desinformatie te kunnen bestrijden is het noodzakelijk de motieven en trucs te begrijpen die worden gebruikt om de publieke opinie te manipuleren.

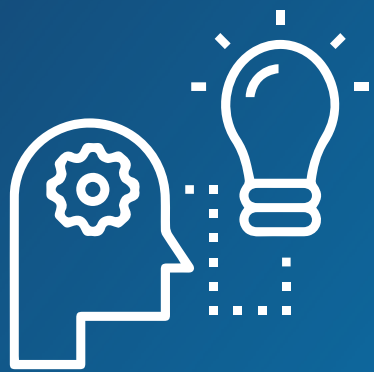
In het tweede deel geven we voorbeelden van lesplannen over cruciale onderwerpen en specifieke tips om volwassenen op een doeltreffende, gevoelige en onderhoudende manier les te geven. Het theoretische deel is te scheiden van het praktische deel. De trainer moet ten minste vertrouwd zijn met de materie in de mate die wij in dit handboek aanbieden en in staat zijn de theoretische kennis in de praktijk toe te passen. Dezelfde taak is er voor de deelnemers aan uw cursussen.



Het doel van dit handboek is u voor te bereiden op taken en activiteiten die uw cursisten verplichten de verworven informatie diepgaand te verwerken, om in de praktijk toe te passen en te integreren in reeds bestaande kennis en vaardigheden. Tegelijkertijd worden digitale middelen aangereikt die de uitvoering van relevante cursussen vergemakkelijken en volwassenen helpen deel te nemen aan virtuele opleidingen.

Het handboek is niet alleen bedoeld voor trainers in mediageletterdheid. Dankzij het gemakkelijk te begrijpen en beknopte (ook al is het een uitdaging voor een zo complex onderwerp als desinformatie) theoretisch gedeelte, kan het voor het grote publiek dienen als een bron om de grondbeginselen van het onderwerp te begrijpen of misschien antwoorden te vinden om te praten met mensen met een ander wereldbeeld. We zijn tenslotte allemaal vatbaar!





DESINFORMATIE THEORETISCH DEEL

DESINFORMATIE: THEORETISCH DEEL

Wat nodig is om desinformatie te bestrijden



Gezien het gevaar dat de verspreiding van nepnieuws en desinformatie vormt voor de democratische wereld, is het duidelijk dat de belanghebbenden uit de overheids-, niet-gouvernementele en particuliere sector hun krachten moeten bundelen en moeten investeren in strategieën ter bestrijding van desinformatie.

Hoewel er veel niet-gouvernementele initiatieven ontstaan, is het gebrek aan fact-checkers, professionals die zich bezighouden met het verifiëren van informatie, een uitdaging die door veel landen wordt gesignaleerd. (iCmedia 2022, blz. 20) Met de snelle ontwikkeling van de technologie gebruiken de desinformanten meer verfijnde technieken en het kost veel tijd, energie en professionele vaardigheden om alle onjuiste informatie te achterhalen. Een algemeen probleem lijkt de zwakke overheidssamenwerking met fact-checkers en/of het ontbreken van fact-checking netwerken, behalve in Nederland. (iCmedia, 2022, p. 30) De situatie vereist aanvullend beleid, verificatie-instrumenten en fact-checking processen.

De proliferatie van gevallen, voornamelijk tijdens verkiezingsprocessen, Covid - 19 pandemie en ook op internationaal niveau, zoals in het geval van de invasie van Rusland in Oekraïne, heeft de urgentie waarmee democratieën moeten reageren op desinformatie vergroot. Daarom hebben veel regeringen nationale wetten ingevoerd om de vijandige activiteiten die desinformatie vertegenwoordigen tegen te gaan,

ook al is het duidelijk dat de wil om desinformatie te reguleren verschilt - West-Europese landen zoals Nederland zijn bijvoorbeeld actiever in het afzetten tegen desinformatie, het hanteren van gedragscodes en het strafbaar stellen van pogingen om de samenleving te schaden dan landen van het voormalige Oostblok zoals Bulgarije of Tsjechië. (iCmedia, 2022, blz. 20-29).

De rol van de staat en zijn regulering van de desinformatie scène is echter problematisch, omdat het grenst aan het probleem van censuur. In een beschaafde democratische samenleving kan de manier om desinformatie te bestrijden niet bestaan uit het reguleren van de publieke opinie door de vrije meningsuiting te verbieden. Bovendien bemoeilijkt de vrijheid van meningsuiting het opleggen van sancties aan desinformanten. Je kunt niemand straffen voor het weergeven en delen van informatie en meningen. Aangezien de cruciale maar ook ongrijpbare factor van het verschil tussen desinformatie en desinformatie opzet is, onttrekt de overgrote meerderheid van desinformatie zich aan bestraffing en sanctionering.

Het lijkt er dus op dat onderwijs, geduld en geestelijk begrip het hardst nodig zijn in deze uitdagende strijd. Het is meer dan duidelijk dat de bescherming van burgers tegen het negatieve effect van desinformatie niet alleen bestaat uit het verschaffen van technologische hulpmiddelen en rationele uitleg van het verschijnsel. Vooral wij opvoeders moeten alle aspecten van desinformatie en de menselijke gevoeligheid ervoor begrijpen. Wij moeten het standpunt van onze medeburgers begrijpen en hen helpen de stress van de informatieovervloed en de chaos te overwinnen.

Wat wij de samenleving in het algemeen moeten helpen bereiken is een gezond scepticisme - een toestand tussen twee uitersten van totale goedgelovigheid, wanneer mensen gemakkelijk gemanipuleerd worden, en totaal wantrouwen, wanneer

mensen twifelen aan alles. Deze extreme verdeeldheid van opvattingen leidt tot polarisatie van de samenleving en het onvermogen om te communiceren. Het is belangrijk uw leerlingen te laten zien waarom en hoe kritisch denken kan worden getraind.

Daarom is het belangrijk in gedachten te houden, en ook uw leerlingen eraan te herinneren, dat het onderwijs in mediageletterdheid en de strijd tegen desinformatie niet gebaseerd is op het idee om te leren welke informatie of bronnen "goed" en "slecht" zijn, maar op het opbouwen van vaardigheden die de deelnemers in staat stellen de waarheidsgetrouwheid van de inhoud te beoordelen en zelfstandig nauwkeurige conclusies te trekken over de betrouwbaarheid ervan.

Met het project Break the Chain willen wij een bijdrage leveren aan de strijd tegen manipulatie en ons richten op de behoeften van docenten mediawijsheid om hun uitdagende missie te vergemakkelijken.

Resultaten van de vragenlijst over de huidige behoeften van de opleiders



Aan het begin van het project Break the Chain vroegen we mediageletterdheidsdocenten, trainers en docenten uit de zes landen om een vragenlijst in te vullen over de huidige situatie rond nepnieuws en desinformatie en de onderwijspraktijk, die een belangrijke input vormt voor de ontwikkeling van deze handleiding.

De vragenlijst werd ingevuld door 116 docenten mediageletterdheid uit zes landen, de meesten werkzaam voor NGO's maar ook in opleidingscentra voor volwassenen,

organisaties voor mediageletterdheid, onderzoekinstellingen of openbare onderwijsinstellingen. Zoals uit ons verslag blijkt, geven zij meestal cursussen aan jongere generaties, zoals de algemene tendens is, terwijl cursussen voor volwassenen van 55+ niet zo vaak voorkomen. Tegelijkertijd is de overgrote meerderheid van de respondenten het ermee eens dat het opleidingsaanbod voor volwassenen onvoldoende is, aangezien zij bijna dagelijks met desinformatie worden geconfronteerd. Uit de resultaten van de vragenlijst blijkt ook dat zelfs trainers in mediageletterdheid voorzichtig zijn wanneer zij hun vermogen om desinformatie te herkennen beoordelen en dat meer dan de helft van hen zichzelf vatbaar acht voor desinformatie. Deze bevindingen zijn niet verrassend. Hoe meer je de principes van desinformatie begrijpt, hoe meer je moet erkennen hoe sluw en subliminaal de technieken zijn, hoe de snelheid van de technologische ontwikkeling het moeilijk maakt om bij te blijven en hoe we allemaal vatbaar zijn voor desinformatie, hoe vaardig we de feiten ook controleren, vanwege het simpele feit dat we mensen zijn met specifieke cognitieve en emotionele processen. Wij stellen voor dit feit tijdens de opleiding voortdurend te benadrukken.

Wat betreft de vraag over de platforms waar de respondenten op desinformatie stuiten, staan sociale netwerken bovenaan, gevolgd door televisie, e-mails en gedrukte media.

Een belangrijk deel van de vragenlijst ging over de methoden, instrumenten en nadelen die opleiders momenteel gebruiken om les te geven over nepnieuws en desinformatie. De populairste hulpmiddelen zijn rechercheactiviteiten, gevolgd door het gebruik van diverse artikelen of video's. Ook online of offline games worden door jeugdtrainers genoemd als aantrekkelijk en interactief middel. Onderzoeksactiviteiten staan hoog genoteerd bij de meest populaire lesmethoden, gevolgd door onderzoekend leren, peer-to-peer leren en blended learning. Op de vraag

over de methoden die opleiders zouden willen verbeteren of waarover zij meer zouden willen leren, voert EQL de lijst aan en wekten andere interactieve methoden zoals onderzoeksactiviteiten, blended en peer-to-peer learning in vergelijkbare mate de belangstelling. Sommige respondenten merkten ook op dat het altijd geweldig is om inspiratie te putten uit nieuwe methoden, instrumenten en benaderingen.

Als belangrijkste uitdagingen die de respondenten in cursussen voor volwassenen tegenkwamen, noemden zij het gebrek aan methodologie het vaakst, gevolgd door het gebrek aan ICT- en mediageletterdheid en de beschikbare middelen. Een aanzienlijk aantal noemde ook het gebrek aan motivatie als gemeenschappelijk probleem. Aangezien het tekort een belangrijk onderdeel van onze inbreng vormt, willen wij op dit punt ruimte geven aan andere opmerkingen. Een van de uitdagingen van cursussen voor volwassenen, genoemd door respondenten uit alle landen, is het wantrouwen van studenten, diepgewortelde overtuigingen, de onwil om hun houding te veranderen of zelfs de onwil om deel te nemen. Het Break the Chain team vindt dit een ernstige zaak en wijdt een uitgebreid deel van de handleiding aan psychologische aspecten van het werk, evenals strategische communicatietips om conflicten tijdens de training te voorkomen.

Op de vraag over mediageletterdheid en de relatie met desinformatie van volwassenen van 55+ in vergelijking met andere leeftijdsgroepen, benadrukten de meeste respondenten het gebrek aan vaardigheden omdat ze niet zijn opgegroeid in het tijdperk van ICT-technologie zoals jongere generaties. Zij hebben geen ervaring met een dergelijk divers medialandschap, begrijpen niet hoe sociale netwerken werken en vergelijken zelden meer bronnen. Vooral respondenten uit Tsjechië wezen er zelfs op dat een aanzienlijke hoeveelheid desinformatie mondeling, van vriend tot vriend of via e-mail wordt gedeeld. Volwassenen van 55+ waren ook

gekenmerkt als minder flexibel in het veranderen van gedachten en minder gemotiveerd om nieuwe dingen te leren. De conclusies die wij dus uit deze praktijk moeten trekken, zijn dat er een methodologie moet komen met zo eenvoudig mogelijke termen, uitleg en hulpmiddelen, die gemakkelijk te begrijpen zijn en een veilige en aangename leeromgeving creëren.

De laatste twee vragen van de vragenlijst hadden betrekking op de ervaring van de respondenten met opleidingen of cursussen over desinformatie. Slechts de helft gaf toe een training/cursus te hebben gevolgd. De praktijken die tijdens de opleiding werden toegepast omvatten meestal een theoretisch gedeelte dat gericht was op termen en gevaren van desinformatie en enkele activiteiten over instrumenten voor het identificeren van de oorsprong en verificatie van foto's en video's, echte voorbeelden van desinformatiecampagnes en niet-formele interactieve onderwijsmethodes. De opleiding heeft hen geholpen nieuwe instrumenten en methoden in hun onderwijs te integreren en te beseffen hoe belangrijk het is rekening te houden met de specifieke kenmerken van elke groep leerlingen.

Break the Chain manual hoopt nieuwe perspectieven en inspiratie te bieden aan alle trainers op het uitdagende en ingewikkelde pad van het onderwijzen van volwassenen van 55+ over het complexe onderwerp nepnieuws en desinformatie.

Lijst van termen



Laten we om te beginnen de belangrijkste termen samenvatten die voorkomen in de context van de desinformatie-scene. In de loop van de opleiding moeten de deelnemers zich bewust zijn... van deze uitdrukkingen en hun betekenis begrijpen. De eerste quiz, kruiswoordraadsel of ander leuk spel over de termen kan dienen als een motiverende en een belangrijke input voor uw behoeftenanalyse. Het is zeer waarschijnlijk dat uw leerlingen sommige termen kennen, maar het kan nodig zijn om de betekenis van andere te verduidelijken:

Bot



Een computerprogramma dat automatisch nepprofielen aanmaakt op sociale sites en kan worden geprogrammeerd om zelfstandig te verspreiden, te delen en te becommentariëren.

Chain mail



Een in bulk doorgestuurde e-mail waarvan de inhoud meestal bestaat uit desinformatie, hoaxes, propaganda of commerciële aanbiedingen en een oproep om de e-mail verder door te sturen. Kettingmails kunnen bijlagen met gevaarlijke computercodes (virus, Trojaans paard) bevatten en de e-mailadressen van de ontvangers kunnen worden misbruikt.

Clickbait



Sensationele kop of een stuk tekst dat een emotionele reactie opwekt, soms vergezeld van een provocerende of opwindende foto/video. Het is bedoeld om de aandacht te trekken en mensen ertoe aan te zetten te klikken op links naar bepaalde websites die vaak reclame bevatten. Ragebait/rage farming is een vorm van clickbait die negatieve emoties zoals woede of angst opwekt om het kijkerspubliek of de interactie te vergroten.

Samenzweringstheorie

Een theorie die een gebeurtenis of een reeks omstandigheden verklaart als het resultaat van een geheim complot van een elite-autoriteit zoals de regering, geheime diensten of economische groepen.

Desinformatie

Verkeerde informatie die wordt gecreëerd en gedeeld met de bedoeling de lezer/luisteraar opzettelijk te misleiden om de publieke opinie te manipuleren of te verwarren.

Elfen

Groepen mensen die in cyberspace zijn ontstaan als reactie op de activiteiten en impact van trollen. Zij controleren feiten en bestrijden desinformatie door ontkrachting. Anders dan bij trollenboerderijen wordt hun activiteit niet betaald.

Fact-checker



Persoon wiens taak het is om feitelijke informatie te verifiëren, vooral in iets dat gepubliceerd wordt.

Valse reclame



Elke vorm van reclame of promotie waarbij de aard, kenmerken, kwaliteiten of geografische oorsprong van goederen, diensten of commerciële activiteiten verkeerd worden voorgesteld. Misleidende of bedrieglijke reclame kan consumenten ertoe brengen producten te kopen die in feite namaakproducten, defecten of zelfs gevaarlijk zijn.

Nepnieuws



Nieuwe term voor een soort desinformatie die de inhoud van de nieuwsmedia imiteert. Het is gedeeltelijk gebaseerd op geloofwaardige informatie, zodat het betrouwbaar lijkt, maar de toon is nogal sensationeel.

Hoax



Een voorbeeld van desinformatie in de vorm van alarmerende kettingberichten die de lezer aanmoedigen om het opnieuw te versturen of te delen.

Desinformatie



Valse informatie die gedeeld wordt zonder de bedoeling te misleiden. Typische voorbeelden zijn urban legends - folkloristische humoristische of gruwelijke verhalen die "een vriend van een vriend" zijn overkomen. De bedoeling is een spannend verhaal te delen met de bedoeling de aandacht te trekken, eerder dan de lezer/luisteraar te misleiden en te manipuleren.

Propaganda



Het verspreiden van informatie om de ideeën, houdingen en gedragingen van het publiek doelbewust te vormen, zodat de reacties in overeenstemming zijn met de bedoelingen en behoeften van de propagandist. Terwijl witte propaganda (= public relations) waarheidsgetrouwe en objectieve informatie gebruikt om de publieke opinie te beïnvloeden (bv. vaccinatiecampagne), zijn de instrumenten van zwarte propaganda desinformatie of scandalisatie met de bedoeling de tegenstander te bekladden of te verzwakken. (Gregor, 2018, p. 15)

Spam



Ongevraagd bericht, meestal een e-mail, dat op grote schaal op internet wordt verspreid. Oorspronkelijk commercieel, maar kan nu allerlei soorten manipulatieve inhoud bevatten.

Troll



Een persoon die deelneemt aan onlinediscussies en geschillen aanwakkert, andere discussianten provoceert en beledigt, afleidt van het onderwerp en alles voedt met cynisme en wantrouwen. Over het algemeen hebben trollen tot doel de publieke opinie te manipuleren en de bevolking tegen elkaar op te zetten. Sommigen doen het voor hun plezier, anderen worden ervoor betaald.

Trollenboerderijen



Georganiseerde groepen trollen die als hoofdtaak hebben een enorme hoeveelheid desinformatie te produceren en de cybernetische ruimte te overbelasten.



Gevaar van desinformatie



"Met COVID-19 beseften we heel snel dat we ons in een communicatiecrisis bevonden die we nog nooit eerder hadden meegemaakt."

(Melissa Fleming, VN-ondersecretaris-generaal voor wereldwijde communicatie)

Waarom is het zo belangrijk het bewustzijn over desinformatie te vergroten en te wijzen op de duidelijke en verborgen gevaren ervan?

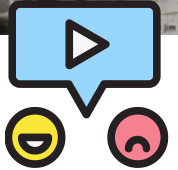
Moderne methoden om desinformatie te verspreiden zijn gebaseerd op diepgaande kennis van de psychologie en menselijke cognitieve processen. Het helpt een specifiek publiek te bereiken en vergemakkelijkt het opnemen van informatie via mechanismen waarvan mensen zich zelden bewust zijn. De sublieme kenmerken van desinformatie worden samen met het gebrek aan bewustzijn van de burgers de zwakte die de weerstand van de samenleving ondermijnt.

Desinformatie is niet langer een domein van sensuele tabloids die de lezers verleiden tot het opslurpen van sappige verhalen uit het leven van beroemdheden. De doelen zijn verstrekkender geworden en de technieken minder ontcijferbaar. We worden geconfronteerd met desinformatiecampagnes die onze manier van denken gevaarlijk kunnen beïnvloeden, valse beschuldigingen, angst en haat kunnen verspreiden en tot extremistische tendensen in de samenleving kunnen leiden.

Een van de recente voorbeelden van hoe desinformatie negatieve emoties aanwakkert en tot ernstige gevolgen leidt, is de opstand en de aanval op het Amerikaanse Capitool in januari 2021. De deskundigen stellen dat dit radicale en agressieve gedrag een direct gevolg is van een onophoudelijke drumbeat van desinformatie die begon vóór de presidentsverkiezingen. De techniek is vergelijkbaar met de zogenaamde "Big Lie" propaganda, die in de geschiedenis veelvuldig is gebruikt, bijvoorbeeld door nazi-propagandist Goebbels voor en tijdens WO2, maar nooit zo effectief als met het internet als verspreidingsinstrument. De desinformanten waren in staat een grote meerderheid van de Trump-stemmers ervan te overtuigen dat Trump de verkiezingen heeft gewonnen, dat er kiezersbedrog is gepleegd en dat het de burgerplicht is het onrecht te bestrijden. (Rash, 2021)



Bron: Just Security



Bron: Just Security

14

Marjorie Taylor Greene for Congress
Yesterday at 1:59 PM · Public

#StopTheSteal

Sign your Official STOP THE STEAL PETITION!
-- Marjorie

STOP THE BIDEN STEAL!

SIGN YOUR PETITION NOW

MARJORIETAYLORGREENE.COM
STOP THE STEAL - SIGN THE OFFICIAL PETITION

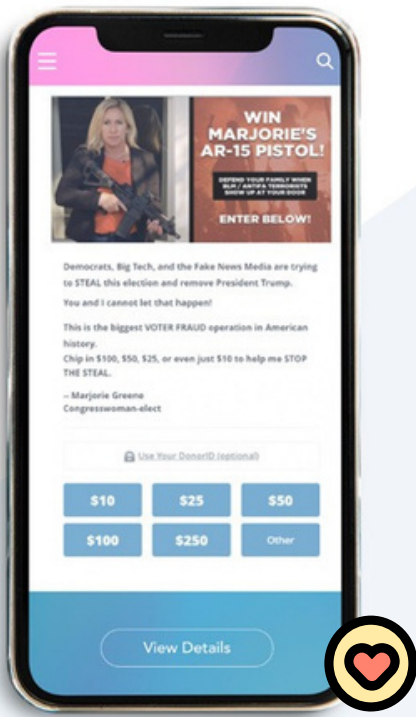
Election officials follow strict rules when it comes to ballot counting, handling and reporting.
Source: Bipartisan Policy Center
[See Election Updates](#)

2K

225 Comments 363 Shares



Bron: Just Security



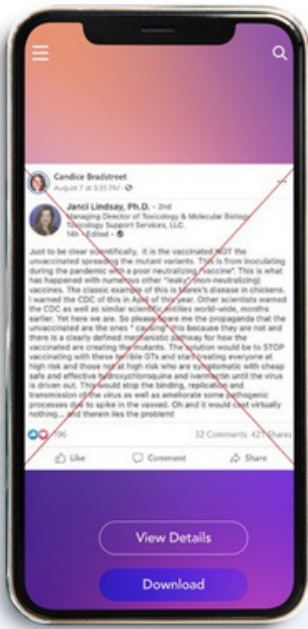
Bron: Just Security



Bovendien vormt desinformatie een bedreiging voor de bescherming van de gezondheid, het milieu en de veiligheid van de EU-burgers. Momenteel is dit probleem bijzonder gevaarlijk en schadelijk gebleken in het kader van Covid-19, dat niet alleen een pandemie is, maar ook een "infodemie" (Sádaba & Salaverría, 2022) of "desinformatie".

De pogingen om de officiële bevindingen, verklaringen en aanbevelingen betreffende de Covid-19 pandemie te verstoren waren talrijk. De onderwerpen omvatten de oorsprong en de verspreiding van het virus (waarbij 5G-netwerk, fabrikanten van chemische wapens of andere actoren de schuld kregen), valse en misleidende statistieken in verband met de incidentie van de ziekte en de sterftecijfers, economische gevolgen (opzettelijke isolatie van burgers, zwendel om de privégegevens van mensen te stelen), het in diskrediet brengen van journalisten en geloofwaardige nieuwsbronnen, gevaarlijke desinformatie over preventie, diagnose en behandeling (bv. bijv. het drinken van koeienurine om te voorkomen dat het virus de longen bereikt), politieke desinformatie (eenzijdige informatie om de betekenis van feiten die de machthebbers onwettig zijn te ontkennen of informatie die bedoeld is om te misleiden met het oog op politiek voordeel) of op beroemdheden gerichte desinformatie, waaronder valse verhalen. (Posetti, 2020) Desinformanten maakten gebruik van de onzekerheid van de wereldwijde kwestie van de Covid-19 pandemie, een perfect onderwerp voor deze doeleinden, en aarzelden niet om de gezondheid en de veiligheid van mensen in gevaar te brengen.





Desinformatie gericht op de gevaccineerde bevolking. Ontkracht door AFP. Bron: <https://www.afp.com/en>

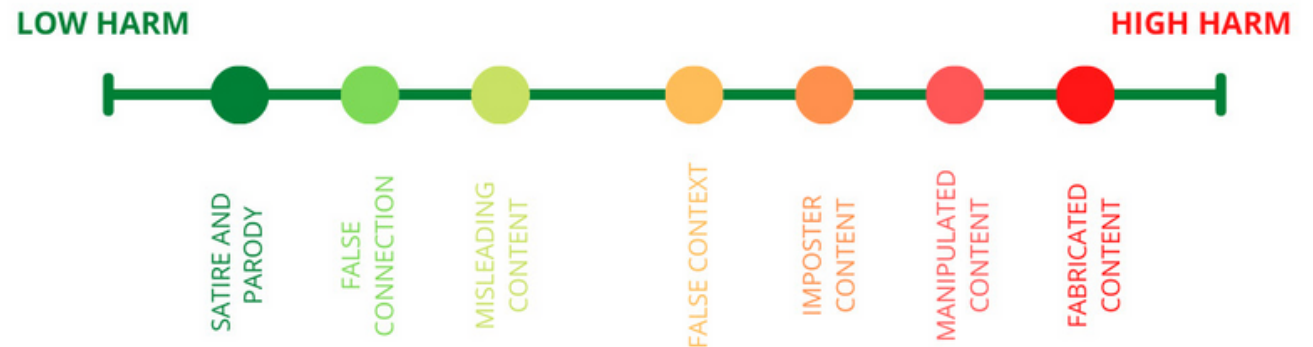
Desinformatie is ook een gevaarlijk wapen geworden in hybride oorlogvoering. In 2022 heeft de NAVO voor het eerst, gezien het conflict in Oekraïne, "desinformatiecampagnes, de instrumentalisering van migratie, en de manipulatie van de energievoorziening en het gebruik van economische dwang" tot de strategieën en uitdagingen voor hybride oorlogvoering in het volgende decennium gerekend. (González, 2022)

Met het afnemende vertrouwen in mainstream media en de toenemende macht van desinformatie wordt de democratie zelf ernstig bedreigd. Het democratische systeem is gebaseerd op de stem van het publiek. Maar zodra we het publiek niet kunnen beschermen tegen manipulatie tot schadelijke beslissingen, verliest de democratie haar relevantie en aanvaarden we vrijwillig de suprematie van verdraaide feiten en berekenende leugens.

En hoewel het internet een ongelooflijke bron van informatie uit de hele wereld is en ruimte biedt aan iedereen die zijn ideeën wil verspreiden, leiden de algoritmen op het internet zelfs tot isolatie in filterbubbels die in de volgende hoofdstukken zullen worden besproken. Vervolgens wordt de samenleving bedreigd door polarisatie, het uiteenvallen van de eenheid, waarbij elke partij overtuigd is van haar "waarheid" en denkt dat de tegenpartij blind is voor wat voor de hand ligt. Polarisation is een ernstig probleem omdat een samenleving zonder het vermogen om een compromis te vinden gemakkelijker te manipuleren is.

Uiteindelijk kunnen de stortvloed en de snelheid van de informatie-instroom leiden tot de onwil om iets te geloven. En een samenleving zonder visie is zwak. Aan de andere kant is het voldoende voor de desinformanten. De chaos is een vruchtbare bodem voor hen, omdat zij klaar staan om "duidelijke anders" te leveren en de samenleving te manipuleren met hun "enige waarheid".

Natuurlijk hebben verschillende soorten desinformatie een verschillend niveau van potentieel gevaar voor de samenleving. Hieronder ziet u een schaal met de soorten desinformatie en desinformatie met betrekking tot de schade die zij kunnen veroorzaken.



Bron: aangepast van Wardle, 2019.

SATIRE OF PARODIE

Geen intentie om kwaad te doen, maar een potentieel om te misleiden. Oorspronkelijk een vorm van kunst die niet pretendeert waar te zijn, maar moet vermaken en commentaar geven op maatschappelijke kwesties. De reden waarom het op de schaal van schade staat is het feit dat het soms voor een feit kan worden aangezien. Ook houden desinformanten die zich verdedigen er van om hun echte bedoelingen als een satire die niet bedoeld was om serieus te worden genomen, serieus genomen te worden.

FALSE VERBINDING

Wanneer koppen, beelden of bijschriften de inhoud niet ondersteunen. Typische voorbeelden zijn clickbaits die proberen de inhoud bij een zo groot mogelijk publiek te krijgen. Ze staan vrij laag op de schade schaal, maar ze beschadigen de reputatie van serieuze journalistiek.

MISLEIDENDE INHOUD

Misleidend gebruik van informatie om een kwestie of persoon in een bepaalde context te plaatsen. Typische technieken zijn fragmenten van citaten presenteren om een breder punt te ondersteunen, statistieken aanhalen op een manier die aansluit bij een standpunt, of besluiten iets niet te behandelen omdat het een argument ondermijnt.

VALSE CONTEXT

Wanneer echte inhoud wordt gedeeld met valse contextuele informatie. Een typisch voorbeeld is een foto die een andere gebeurtenis, tijd en plaats afbeeldt dan wat er in het bijschrift staat.

BEDRIEGLIJKE INHOUD

Wanneer echte bronnen worden geïmiteerd door het gebruik van bekende logo's of het nieuws van gevestigde figuren of journalisten.

GEMANIPULEERDE INHOUD

Wanneer algemene informatie of beelden worden gemanipuleerd om te misleiden. Een deel van de echte inhoud wordt gewijzigd. Dit betreft meestal foto's of video's.

GEFABRICEERDE INHOUD

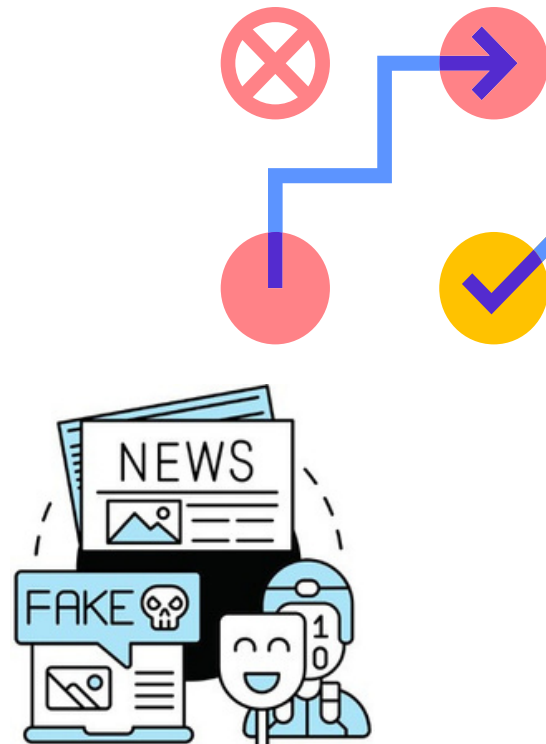
Nieuwe inhoud die 100% vals is, verzonnen en ontworpen om te misleiden en kwaad te doen.

De alomtegenwoordigheid van desinformatie treft niet alleen degenen die erin geloven, maar helaas worden we er allemaal door getroffen. Zoals gezegd hoeft het doel niet te zijn een tegengestelde mening door te drukken. Het overladen van de openbare ruimte met desinformatie die onze hersenen moeten verwerken, leidt tot verlamming van ons kritisch denken. Zelfs als we een stuk desinformatie bizar vinden, zullen ze één voor één ons vermogen om kritisch te denken uitputten, omdat onze hersenen, laten we zeggen, moe worden en het zoeken naar de waarheid opgeven. Wanneer het kritisch denken is verlamd, nemen we of- ten onze toevlucht tot onze onbewust ingeprinte "argumenten", overtuigingen dus, die bewust zijn gevormd door desinformatie. De technieken en vormen ervan zijn complex en worden op de volgende pagina's in detail beschreven.

Historical context of disinformation



Hoewel de term vrij nieuw is, maakt desinformatie al sinds het begin van de beschaafde wereld deel uit van onze samenleving. Eigenschappen van propaganda, die oorspronkelijk vooral in de oorlogsvoering werden gebruikt, zijn al sinds de oudheid bekend. Door te begrijpen hoe het menselijk brein en de emoties werken, kon men het publiek manipuleren voor wat zijn/haar bedoelingen en doelen waren, ongeacht of die gunstig of schadelijk waren voor de samenleving. Hier zijn enkele beroemde voorbeelden van het gebruik van desinformatie in de geschiedenis:



Alexander de Grote staat erom bekend dat hij de cultus van zijn persoonlijkheid bevorderde door standbeelden en gedichten en munten met zijn portret te verheerlijken, wat in die tijd een voorrecht was voor goden en legendarische helden als Hercules. Om het moreel van zijn troepen op te vijzelen deed hij ook "openbaringen" zoals een slang met een masker van een mens in de verte die de soldaten moest doen geloven dat het Asklepios was, de god van de genezers die in een slangengedaante verscheen, en dat zij zich geen zorgen moesten maken over de verwondingen in de strijd.

Meer dan duizend jaar lang had de Kerk de machtigste propaganda. Een van de hoogtepunten waren de kruistochten in de 11e eeuw, toen paus Urbanus II erin slaagde soldaten aan te trekken voor de eerste kruistocht door te beloven de zonden van degenen die meededen te vergeven. Priesters deelden informatie over wrede daden die moslims begingen op pelgrims, zoals castratie, onthoofdingen of ingewanden, zodat de gelovigen een voorwendsel hadden om de ongelovigen te bestrijden.

De geschiedenis toont aan welke verwoestende gevolgen de desinformatie had tijdens de Tweede Wereldoorlog. De nazi's herhaalden voortdurend hun theorieën over de superioriteit van het Germaanse ras en andere etnische of politieke groepen werden zeer negatief afgeschilderd. De media in de vorm van talrijke kranten, radio en televisie hebben de ideeën bij het grote publiek gebracht en we weten allemaal wat voor tragische gevolgen dit heeft gehad voor Joden en andere getroffen groepen.

De decennia van Koude Oorlog tussen de VS en de Sovjet-Unie hebben aangetoond hoe belangrijk de verdeling van media-eigendom en politieke macht is. Zowel het Oostblok als het Westblok manipuleerden hun burgers door een zwart-wit wereld te bieden: wij - de verdedigers van al het goede, en zij - de kwade vijanden. De propaganda van de Koude Oorlog was sterk gebaseerd op het oproepen van angst, etikettering en demonisering aan beide zijden, en het werkte, ook al was het vanuit ons standpunt nog tamelijk naïef en herkenbaar.

Een ander verschijnsel dat vaak in verband wordt gebracht met desinformatie zijn complottheorieën, in feite verhalen over samenzwering, die laten zien hoe desinformanten gebruik maken van de menselijke hersenmechanismen waarvan we ons zelden bewust zijn. Ze zijn meestal gebaseerd op een feit dat uit zijn verband is gerukt en verdraaid of gewijzigd. Werden ze vroeger gesteund door een klein deel van de bevolking en vormden ze een lachertje voor de meerderheid, nu zijn de samenzweringstheorieën onderdeel geworden van de heersende cultuur.

Hoewel de inhoud varieert naar gelang van de huidige problematiek, is de essentie altijd de overtuiging dat ons leven om verschillende redenen (macht, geld, vruchtbaarheidsbeperking...) door iemand anders wordt beheerst of dat we in ieder geval het slachtoffer zijn van leugens. Het absurde is dat de samenzweerder iemand anders de schuld geven van wat ze proberen te doen. Door eerst de "dader" te vinden, leiden ze de aandacht af van zichzelf en hun bedoelingen.

Voorbeelden van complottheorieën:

- De aarde is plat en de geschiedenis is vervalst.
- De wereld wordt gecontroleerd door een bevoorrechte elitegroep (reptielen, Illuminati, George Soros...)
- Chemtrails zijn geen sporen van gecondenseerde damp maar chemische nevels die verschillende gevolgen kunnen hebben (sterilisatie, manipulatie van het weer, verspreiding van griep...)
- Hillary Clinton's pedofiele bende misbruikt en vermoordt kinderen in de kelder van een pizza restaurant.
- Bill Gates is verantwoordelijk voor COVID-19 en hij wil de bevolking controleren door middel van microchip-implantaten die in het vaccin zitten.

Bron: manipulatori.cz

Desinformatie is dus niets nieuws onder de zon. Maar nu beschikken de makers ervan over een instrument dat zijn weerga niet kent in de geschiedenis van de media en dat het probleem van hoe de desinformatie bij een zo groot mogelijk publiek te krijgen, heeft verlicht - het internet. De bijna onbeperkte vrijheid van meningsuiting en de mogelijkheid om de inhoud te delen op sociale media of via e-mail is een uitdaging en de schaduwzijde van deze massamedia geworden. De inhoud wordt niet gecontroleerd zoals in de traditionele media en de makers van informatie negeren opzettelijk de beginselen van serieuze journalistiek. Natuurlijk presenteren zij dit feit als een voordeel ten opzichte van de traditionele "gecensureerde" media die, naar hun mening, de waarheid verbergen. Het doel van desinformatie en nepnieuws is echter niet informeren, maar verwarren, overladen met informatie en opdringen wat we moeten denken.

De doelstellingen van desinformanten



Wij leven in een wereld waarin het beïnvloeden van anderen eenvoudig is: reclame, public relations, zelfs politiek en diplomatie zijn gebaseerd op de macht van de invloed en informatie is hun legitieme instrument. Desinformanten doen alsof ze op dezelfde manier handelen, maar ze gebruiken opzettelijk onwaarheid om hun doelen te bereiken.

In het algemeen is het gemeenschappelijke doel van desinformatie het verspreiden van invloed en het publiek afhouden van een geïnformeerd en redelijk oordeel. De redenen kunnen verschillend zijn, evenals het belang van de schade die aan de samenleving wordt toegebracht. Vaak combineren desinformanten

de technieken en doelen om het hoogste effect te bereiken en onvoorspelbaar te blijven. Daarom is het belangrijk de motieven en principes van desinformatie te begrijpen. (Government Communication Service).

Het is belangrijk er hier op te wijzen dat vooral met de bedoeling de nationale welvaart en veiligheid in diskrediet te brengen, te polariseren en te ondermijnen, het doel niet is het publiek te overtuigen van de tegenovergestelde "waarheid" en de volledige aanvaarding van de desinformatie. Maar eerder om het publiek te overladen met zoveel informatie dat het brein het gewoon opgeeft en wantrouwig wordt tegenover alles en iedereen. Nogmaals, dat is wanneer manipulatie kan plaatsvinden.

De meest voorkomende redenen zijn:

Reden van desinformatie	Kenmerken
Economisch redenen	Het doel is financiële winst. Typische voorbeelden zijn clickbaits. Aangezien het bereik van een advertentie op het internet wordt bepaald door het aantal kliks, zullen de makers van clickbaits alle effectieve methoden gebruiken om mensen aan te trekken om erop te klikken.
Het systeem te slim af zijn	Het doel is respect te krijgen of een persoonlijke uitdaging om slimmer te zijn dan het systeem. Hacken van kritieke systemen, lekken van vertrouwelijk materiaal, misbruik van algoritmen of andere digitale systemen zijn meestal de secundaire gevolgen.
Diskrediet brengen	Het doel is de geloofwaardigheid, betrouwbaarheid en reputatie van een persoon of organisatie aan te tasten. Door leugens of verdraaiing van de waarheid proberen desinformanten het slachtoffer in diskrediet te brengen en de publieke opinie wakker te schudden. Dit is het meest voorkomende doel van desinformatie en vormt een aanvulling op andere bedoelingen zoals polarisatie van de samenleving en informatiebeïnvloeding.
Polarisatie	Het doel is de conflicten te intensiveren door ze aan te wakkeren. De tactiek bestaat erin beide partijen te provoceren zodat er geen ruimte meer is voor een constructief, gematigd compromis. Gevoelige onderwerpen (migratie, vaccinatie enz.) worden aangewakkerd door trollen of bots, zodat ze conflicten veroorzaken in plaats van een constructieve dialoog. Het is bekend dat een verdeelde samenleving gemakkelijker te manipuleren is.
Ondermijning van de nationale welvaart en veiligheid	Het doel is de reputatie van staatsinstellingen en vertegenwoordigers te beschadigen en de doelstellingen van een buitenlands beleid van een vijandige staat te ondersteunen. De gevolgen zijn vergelijkbaar met polarisatie - wantrouwen in het gezag, een verdeelde bevolking die geen compromis kan bereiken en verstoring van bondgenootschappen (en dus macht) van staten.

Technieken van desinformatie



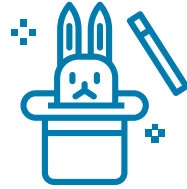
Er zijn zoveel voorbeelden van verschillende manieren waarop inhoud kan worden gemanipuleerd, dat het bijna onmogelijk is ze in één principe samen te vatten. Het is gemakkelijker om de technieken op te splitsen en ze afzonderlijk te beschrijven, zodat uw leerlingen een beter inzicht krijgen in de uitdagingen waarmee we geconfronteerd worden.

De technieken kunnen worden samengevat in een model genaamd FIRST:

- 1. Valse inhoud** - gemanipuleerde inhoud, bv. in Photoshop bewerkte foto's of vervalste documenten
- 2. Identiteit** - valse of geen bronvermelding, nepprofielen op sociale sites, auteur anoniem
- 3. Retoriek** - tendentieuze, provocerende of valse argumenten
- 4. Symboliek** - exploitatie van de symbolische waarde van gebeurtenissen, bijv. terroristische aanslagen, nazisme
- 5. Technologie** - exploitatie van technologische voordelen, bv. bots die berichten versterken

Net als bij de doelstellingen kunnen technieken worden gecombineerd, en dat gebeurt ook meestal, waarbij de inhoud zo overtuigend mogelijk wordt gemanipuleerd.

Typische manipulatietrucs voor desinformatie



Herinner uw leerlingen eraan dat desinformanten getrainde professionals zijn die bewezen methoden gebruiken die gebaseerd zijn op wetenschappelijk onderzoek naar het menselijk brein en cognitieve processen. Bij het beoordelen van een stuk informatie moeten we letten op de typische tekenen van manipulatieve neigingen:

Het doel van desinformatie is de emoties van de lezers aan te wakkeren (angst, woede, afkeer, spot, medelijden, verlangen naar rijkdom...) waardoor het rationele denken wordt uitgeschakeld. Uitdrukkingen met negatieve connotaties worden gebruikt om de emoties aan te wakkeren. (Nepnieuws is in feite een genre van sensatiejournalistiek dat profiteert van onze neiging om aangetrokken te worden door schandalen, sensaties, misdaad, verhalen, andermans ongeluk - in feite alles wat emotioneel kan worden voorgesteld.

Confirmation bias is een eigenschap van het menselijk brein die in meer detail zal worden beschreven.

in het hoofdstuk over de cognitieve processen. Ook al hoeven de desinformanten het zelf niet te geloven, zij zullen opzettelijk zeggen wat de doelgroep denkt (en dus wil horen).

Uitbuiting en versterking van stereotypen. (Stereotypen zijn in wezen niet slecht. Ze helpen ons om ons te oriënteren in een complexe wereld door dingen, gebeurtenissen of mensen te vereenvoudigen en er een categorie aan toe te kennen. We moeten echter altijd voor ogen houden dat generaliseren gevaarlijk kan zijn en dat niets zwart-wit is. NIET ALLE moslims zijn radicale fundamentalisten en NIET ALLE zigeuners maken gebruik van sociale voorzieningen. Door dat te beweren kunnen we degenen kwetsen die het stereotype proberen te weerleggen. Het echte probleem ontstaat wanneer stereotypen mensen onmenselijken, wat uiteindelijk kan leiden tot discriminatie en geweld. Een bekend voorbeeld van slachtoffers van valse stereotypen die tot vreselijke gevolgen leiden zijn de Joden tijdens WOII.

Etikettering. Een aantal kenmerken en namen gebruiken voor individuen of groepen om negatieve emoties zoals afkeer op te wekken. Het is verbonden met stereotypering.

Schuld afschuiven. Een individu of groep (zoals een instelling of organisatie) de schuld geven van de huidige problemen in de samenleving door gebruik te maken van andere trucs zoals etikettering, belachelijk maken, vernederen of vals beschuldigen

interpretatie van de adviezen van de "zwarte schapen".

Foto- en videomanipulatie. Foto's en video's worden bij artikelen gebruikt om bewijs te leveren en de stelling te ondersteunen. Terwijl de jongere generatie zich gemakkelijk kan voorstellen welke technologie we tegenwoordig hebben om het origineel te wijzigen, kunnen oudere generaties moeite hebben met wat ze "met hun eigen ogen" kunnen zien. Behalve het bewerken van kleuren, contrast en licht of het verwijderen van ongewenste voorwerpen of personen uit een foto, is het nog nooit zo gemakkelijk geweest om meerdere opnamen of delen ervan te combineren tot een geheel nieuwe foto en een fotomontage te maken. Tegelijkertijd is het, als het een kwaliteitswerkstuk is, eenvoudigweg niet te herkennen of het om een originele foto of een vervalsing gaat. Bewerken is echter meestal niet nodig. Audiovisueel materiaal in een andere context plaatsen is vaak net voldoende. Het gevaar van gemanipuleerde foto's en video's is dat we allemaal gevoelig zijn voor desinformatie die door beelden wordt ondersteund. Daarom zijn ze een onlosmakelijk onderdeel van alle media-inhoud, ook van nepnieuws.

Niet geverifieerd of oncontroleerbaar bewijs. ("met mijn eigen ogen" bewijs, geen of valse bron)

Polarisatie. De kloof tussen VS en ZIJN wordt opzettelijk verdiept. Er is een oproep om de tegengestelde meningen te bestrijden in plaats van een aanmoediging om een compromis te vinden.

Implicerende bedoeling. Hoewel desinformateurs zichzelf in de positie van eye-opener plaatsen, stellen zij indirect voor wat wij zouden moeten denken. Retorische vragen worden soms gebruikt om aan te geven hoe we de kwestie moeten benaderen. ("Zullen we dit accepteren?").

Oproepen tot actie in plaats van alleen maar informatie te verstrekken. Het impliceert vaak radicalisering, zelfs geweld.

Fallacy - Logische fout in de redenering of in de opbouw van een argument. Sommige worden onbedoeld gebruikt vanwege bepaalde beperkingen van de spreker, maar desinformanten gebruiken ze opzettelijk om te manipuleren of te overtuigen door misleiding. De meest gebruikte fallacy voorbeelden zijn:

Whataboutism - tegenargument dat afwijkt van het punt van het debat. Het is een schending van een logisch bewijs, waarbij emoties worden geraakt, niet de rede. Het doel is de tegenstander of de hele discussie te kleineren.

Argument: "Vrouwen hebben te maken met seksisme op de werkvloer." **Misvatting:** "Hoe zit het met mannen? Die hebben het ook moeilijk."

Vals dilemma - een kwestie wordt vereenvoudigd tot het bestaan van slechts twee tegenstrijdige opties, niets anders.

"Wie niet met ons is, is tegen ons."

De rol van het internet en de veranderingen in de mediawereld



De mediawereld is de afgelopen decennia snel veranderd. De gedrukte media staan op het punt te verdwijnen, vooral de dagbladen, omdat zij de snelheid van het internet niet kunnen bijbenen. Wereldwijd daalt het vertrouwen in de traditionele media. Het onuitputtelijke aantal media dat de publieke ruimte overspoelt en de invloed van desinformatiecampagnes die hard proberen de traditionele media in diskrediet te brengen, zijn de meest waarschijnlijke redenen. De strategie van de desinformanten is duidelijk: ten eerste - mensen laten twijfelen aan de traditionele media, ten tweede - een duidelijk en allesomvattend alternatief bieden.

Hoewel desinformatie niets nieuws is in de geschiedenis van de mensheid, is er nooit zo'n krachtig en snel middel geweest voor de verspreiding ervan als het internet. In een mum van tijd kan de desinformatie het publiek van over de hele wereld bereiken en de mogelijkheid en bereidheid om haar met één klik te delen maakt een bereik mogelijk dat in de tijd van de traditionele media niet eens denkbaar was. Enerzijds is het verbazingwekkend om toegang te hebben tot verschillende wereldbeelden, theorieën en meningen. Aan de andere kant zijn de bronnen die de ene

en alleen de "ongecensureerde waarheid" niet de processen ondergaan die in het verleden de objectiviteit van de media garandeerden. Het komt erop neer dat we nu deels het werk van journalisten en snelle controleurs moeten doen, als we niet willen accepteren dat sommige media zich aan de ethische gedragscode hebben gehouden.

Traditionele objectieve media bevinden zich in een moeilijke situatie. Kwaliteitsnieuws moet het opnemen tegen de concurrentie van amuserende platforms en helaas verkoopt serieuze journalistiek gewoon niet. Het publiek is eraan gewend geraakt dat als de inhoud van de media ons niet bevalt, we gewoon een andere vinden die overeenkomt met onze mening of levensfilosofie. Het probleem is dat de bevooroordeelde media niet bedoeld zijn om te informeren, maar om de informatie te verstrekken die de doelgroep wil horen. Dit laat bijna geen ruimte voor kritisch denken.

Als je het over serieuze journalistiek hebt, is het belangrijk je studenten te benadrukken dat niemand perfect is en dat het beroep van journalist daarop geen uitzondering vormt. Onder de tijdsdruk en de hoge eisen en concurrentie kan het gebeuren dat zelfs serieuze media een fout maken of misleid worden door desinformatie. Journalisten worden blootgesteld aan het constante dilemma tussen kwaliteit en snelheid, dat in de huidige wereld van het internet het belangrijkste is. Er is niet altijd tijd om alle informatie te controleren en de inventiviteit van desinformanten bij te houden. Soms kan zelfs de geverifieerde informatie later onwaar blijken te zijn of

Confirmatiebias - selectie van argumenten die ons standpunt ondersteunen en negeren van argumenten die ons standpunt verwerpen

Vertekende steekproef - generalisatie gebaseerd op een steekproef van de bevolking die vertekend en daarom niet representatief is.

Bron: Bezfaulu.net



bevooroordeeld. Belangrijk is de intentie van de journalist en zijn reactie op de fout. De bereidheid om de fout en vergissing toe te geven en recht te zetten is cruciaal. Een bekende misstap van serieuze media kan worden aangetoond door een geval van een ijsbeervideo voor National Geographic uit 2017. In een poging om het bewustzijn te vergroten en emoties op te wekken over de ernstige kwestie van klimaatverandering en opwarming van de aarde, voorzagen verslaggevers van anders een van de meest gerespecteerde publicaties, de video van het bijschrift "Zo ziet klimaatverandering eruit." Hoewel er degelijk wetenschappelijk bewijs is voor een verband tussen het smeltende zee-ijs en een afname van de ijsberenpopulatie, kregen ze vanuit wetenschappelijk oogpunt de kritiek te verduren dat niet bewezen kan worden wat de oorzaak is van de toestand van deze specifieke ijsbeer. National Geographic verontschuldigde zich vervolgens dat ze de hongersnood van de ijsbeer niet direct aan de klimaatverandering hadden moeten koppelen en bewerkte de video. (McGwin, 2018) De betrouwbaarheid van de media leed echter schade, hoewel de intentie om discussies over de effecten van de opwarming van de aarde op het Noordpoolmilieu aan te moedigen nobel was. Om de geloofwaardigheid van de media in stand te houden, zouden ze zich volledig moeten onthouden

van de manipulatieve methoden en technieken die de desinformanten gebruiken. En wanneer zich een fout voordoet, moeten ze het wangedrag uitleggen en rechtzetten, want desinformanten wachten op een gelegenheid om serieuze media in een kwaad daglicht te stellen.

Het is ook belangrijk om uw leerlingen te vertellen dat desinformatiesites en nepnieuws vaak de opzet van serieuze media nabootsen om zoveel mogelijk mensen in verwarring te brengen. Tijdens de campagnes voor de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 2016 bijvoorbeeld, heette een van de sites die het valse nieuws afvuurden (bv. Paus Franciscus verbiedt katholieken op Hillary Clinton te stemmen) NewYork-TimesPolitics.com en zag er bijna identiek uit als de serieuze dagbladers New York Times. In feite waren de auteurs een groep tieners uit een klein Macedonisch stadje die hun desinformatie site deelden in pro-Trump groepen op Facebook. Het door de lezers gedeelde "nieuws" bereikte een lawine-achtige snelheid en voordat Google en Facebook, onder publieke pressure, reageerden, was de schade onherstelbaar. (Gregor, 2018, p. 48)

De laatste paar jaar is er een opkomst van zogenaamde "alternatieve" media die "de enige echte waarheid" bieden die "opzettelijk voor ons geheim wordt gehouden" door de officiële media en de heersende elite. Het is opnieuw een voorbeeld van hoe desinformanten profiteren van de huidige situatie en sfeer in de samenleving en die gebruiken voor hun eigen voordeel. Deze "nieuwe versie van de werkelijkheid" is helaas vaak opgebouwd op manipulatieve technieken, zo blijkt uit onderzoek, waarbij fabulatie, blame-shifting, labeling en spelen met emoties de meest gebruikte technieken zijn. (Gregor, 2018, p. 59)

De kracht van het internet en het feit dat we in een paar seconden overal antwoorden op kunnen vinden, kan ons tot de valse overtuiging brengen dat we

hebben geen deskundigen meer nodig. Wetenschappelijk taalgebruik dat een barrière opwerpt tussen de resultaten van wetenschappelijk onderzoek en het grote publiek helpt evenmin. Daarom wordt dit tijdperk soms post-factueel genoemd. Het betekent niet dat we geen toegang hebben tot wetenschappelijk bewezen feiten, het betekent alleen dat we ze niet vertrouwen. Desinformanten genieten van deze situatie omdat het de ideale grond is voor manipulatie. Geen wonder dat het hun tactiek is om ons wantrouwen in bestaande officiële structuren aan te wakkeren. De populariteit van desinformatie en complottheorieën, en vooral hun penetratie in de reguliere media, zijn ook symptomen van een diepere sociale crisis, een erosie van het vertrouwen in traditionele instellingen, en verwarring over veranderingen in de informatieruimte. Om het negatieve effect van desinformatie op de samenleving te beperken, is het derhalve niet voldoende deze te weerleggen of de aanstichters ervan te onderdrukken, maar moet ook worden ingezet op langdurige en aanhoudende inspanningen om het vertrouwen in instellingen en onafhankelijke media van goede kwaliteit. (Hořejš, 2022)

Betrouwbare bronnen



Als je les geeft over betrouwbare bronnen, wees er dan klaar voor dat er stemmen opgaan die de officiële media in twijfel trekken - zoals de "alternatieve" media adviseren. Onderzoek in de VS toont helaas aan dat Facebook-gebruikers informatie meer geloven wanneer die wordt gedeeld door een "betrouwbare persoon" (wat twijfelachtig is) dan wanneer een bron een betrouwbare instantie is. Het gevolg was dat als de informatie werd gedeeld door een persoon die gebruikers vertrouwden, het niet uitmaakte dat de bron nep was. (NORC, 2018) Dit brengt het gezag van serieuze media in een lastige situatie.

Leer uw leerlingen hoe ze de kenmerken van een betrouwbare bron kunnen herkennen, maar bespreek tegelijkertijd hoe moeilijk en tijdrovend het is om elk stukje nieuws te controleren. Als uw leerlingen zich in de fase bevinden waarin ze vertrouwen hebben in sites die feiten controleren, herinner hen er dan aan dat er professionele fact-checkers zijn die hun tijd en energie steken in het ontcrachten van desinformatie. Voordat ze opgaan in hun eigen onderzoek, hebben uw leerlingen een kans om na te gaan of de professionals het werk niet voor hen hebben gedaan.

Als uw cursus het toelaat, is het een goed gebruik om professionals op het gebied van serieus onderzoek of fact-checking te vragen hun eigen ervaringen met desinformatie en nepnieuws te beschrijven.

Herinner uw studenten eraan

Wij zijn van nature geneigd informatie te kiezen die onze mening of wereldbeeld ondersteunt. Negeer de mening van een deskundige niet alleen omdat die niet strookt met uw overtuiging.

Wees u ervan bewust dat deskundigen en professionele journalisten ook mensen zijn en zich kunnen vergissen. Hun opleiding en praktijk garanderen echter dat hun expertise dichterbij de waarheid ligt dan de mening die iemand heeft gevormd na het lezen van een paar artikelen op internet. En de bedoelingen zijn belangrijk. Terwijl een deskundige zal proberen de informatie door te drukken die door legitieme instrumenten is geverifieerd, zal het doel van de desinformant precies het tegenovergestelde zijn.

Hetzelfde geldt voor betrouwbare bronnen, in het algemeen. Wijs erop dat het onmogelijk is om één 100% betrouwbare bron te noemen. Als mensen daarin zekerheid proberen te vinden, zullen ze teleurgesteld worden. De kennis van het principe van desinformatie zal echter het risico verlagen om gemanipuleerd te worden om nepnieuws te geloven.

Een sterke mening hebben betekent niet dat we de kwestie begrijpen! Probeer onderscheid te maken tussen een mening en een feit.

Uw stem heeft een waarde in een democratische samenleving. Maar u moet toegeven dat uw lekenanalyse van de situatie niet met alle factoren rekening moet houden.

In principe is er geen goede of foute houding, omdat die altijd wordt beoordeeld aan de hand van een of andere norm. In het algemeen hebben psychologen attitudes als juist of onjuist beschouwd in de mate waarin ze worden gezien als gunstig voor iemands fysieke of psychologische welzijn. (Nickerson, 2022) U kunt uw leerlingen verzekeren dat het welzijn van de samenleving voor u prioriteit heeft.



Platforms die desinformatie



In het vorige hoofdstuk noemden we het probleem van desinformatiesites, "alternatieve media" zoals ze zichzelf noemen, die worden voorgesteld als de bronnen van inzicht die de "officiële corrupte media" voor het publiek willen verbergen. Er is een debat geweest over het verbieden van deze sites en in sommige landen hebben de internetproviders ze daadwerkelijk gedeactiveerd (bijvoorbeeld in de Tsjechische Republiek aan het begin van de oorlog in Oekraïne, toen de internetruimte zich vulde met pro-Kremlin desinformatie).

De tegenstanders hebben gelijk als ze zeggen dat er in een democratische samenleving geen plaats is voor censuur. Paradoxaal genoeg is deze poging om de democratie te beschermen contraproductief, omdat het desinformanten in de kaart speelt. Zij gebruiken het als bewijs dat de autoriteiten de waarheid willen verbergen en de tegenstemmen het zwijgen willen opleggen. Educatie in plaats van censuur is een moeilijkere maar ook effectievere manier. Vooral in deze turbulente periode moeten we voorzichtig zijn met het vertrouwen dat het democratische systeem nog heeft.

Volgens de Break the Chain report zijn de grootste verspreiders van nepnieuws en desinformatie echter de sociale mediaplatformen. (iCmedia, 2022, p. 14 - 15) Terwijl traditionele media zoals radio, tv en pers nog steeds als de meest betrouwbare media worden beschouwd (iCmedia, 2022, p. 6), is er een groeiende trend dat gratis en gemakkelijk toegankelijke sociale sites de enige bron van informatie worden.

Het zou niet eerlijk zijn om sociale sites te veroordelen en hun vele voordelen op te geven.

Het is echter belangrijk dat we begrijpen hoe deze sites werken en waarom ze meestal gratis zijn. Dit bewustzijn moet de inhoud die we op sociale sites consumeren filteren.

De werking van sociale sites is gebaseerd op internetalgoritmen. Dit zijn de mechanismen die onze internetruimte personaliseren op basis van onze voorgaande activiteit. Als we video's met honden zoeken of bekijken, zullen de algoritmen ons in de toekomst meer video's met honden laten zien in plaats van met katten. Algoritmen volgen onze interesses, zelfs de tijd die we aan afzonderlijke berichten besteden, en wijzen vervolgens resultaten toe waarin we geïnteresseerd zijn. Als jij en een andere persoon op hetzelfde moment naar een term zoeken, kunnen de geïndividualiseerde algoritmen van het internet aan elk van jullie verschillende resultaten geven. Elke keer dat u klikt, beïnvloedt u de volgende advertenties en nieuwsaanbevelingen die op uw pad komen. Het doel is u meer plezier te geven in het gebruik van technologie, maar we moeten ons altijd bewust zijn van dit mechanisme, omdat het in het uiterste geval kan leiden tot isolatie in een filterbubbel, waarover hieronder meer.

Een controversiële kwestie van de werking van algoritmen lokte discussie uit, bijvoorbeeld in het geval van de Brexit-campagne, de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2016, covid-19 of recentelijk het conflict in Oekraïne. Aangezien de discussie vooral op Face Book of andere sociale netwerken wordt gevoerd, leiden de algoritmen ertoe dat de ondersteunende ideeën worden versterkt en de tegengestelde worden onderdrukt, wat een objectieve kijk onmogelijk maakt.

Een andere manier om een bericht onder de aandacht te brengen, emoties aan te wakkeren en het debat te polariseren zijn commentaren van trollen of automatische bots. Over het algemeen zijn trollen deelnemers aan onlinediscussies die tot doel hebben de publieke opinie te manipuleren en de bevolking tegen elkaar op te zetten.

Sommigen doen het voor hun plezier, maar de meesten worden betaald, vooral als ze georganiseerd zijn in trollenboerderijen. Dit zijn groepen trollen die als hoofdtaak hebben een enorme hoeveelheid desinformatie te produceren en de cybernetische ruimte te overbelasten. Een bekend Glavset-agentschap in Sint-Petersburg bijvoorbeeld heeft meer dan 1000 fulltime bloggers in dienst die een aantal nepaccounts op Facebook en Twitter beheren. Sommigen gebruiken ook zogenaamde bots, computerprogramma's die automatisch nepprofielen aanmaken op sociale sites en kunnen worden geprogrammeerd om autonoom te verspreiden, te delen en commentaar te geven. Door deze tactieken kan het lijken alsof het publieke debat en de argumenten op sociale netwerken scherper zijn dan ze in werkelijkheid zijn. En dat is het doel.



In sommige gevallen is de afgelopen jaren onthuld hoe belangrijk de rol was die Russische trollen speelden bij het beïnvloeden van de publieke opinie. Uit het rapport van 2018 van het Britse communicatiebureau bleek dat de Russische pro-Brexit-interferentie op sociale media tijdens de campagne tot 4,6 miljoen euro waard was en Russische accounts plaatsten in de laatste 48 uur van de campagne meer dan 45 000 Brexit-berichten op Facebook. (Bentzen, 2019)

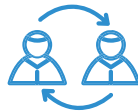
Onder deze druk hebben Facebook, Google en andere sociale netwerken zich verbonden tot een meer evenwichtige en verantwoordelijke aanpak van desinformatie. Met de hulp van fact-checkers zijn ze begonnen met het markeren van berichten waarvan is aangetoond dat ze verkeerd zijn geïnformeerd, met name berichten die de publieke opinie in politieke extremen duwen. De internetgiganten proberen ook de desinformanten het publiceren van advertenties op de platforms onmogelijk te maken en de algoritmen te verzwakken, maar eerlijk gezegd is het een lastige situatie voor hen. Hun winst komt van gepersonaliseerde advertenties waarbij het aantal kliks is wat verkoopt. Dus ook al is hun morele houding respectabel, we kunnen niet verwachten dat ze hun eigen business ondermijnen. Bovenal zal geen enkele vorm van censuur ooit het probleem van de lage mediageletterdheid en het gebrek aan kritisch denken oplossen.

Zorg ervoor dat uw leerlingen begrijpen dat niets, zelfs niet op het internet, gratis is. Als een dienst, zoals Facebook, Google en anderen, gratis is, maken ze hoogstwaarschijnlijk winst met reclame. Gerichte reclame, dat het internet "weet" wat we nodig hebben of willen, is, nogmaals, het resultaat van algoritmen en die werken op basis van gegevensverzameling van onze internetactiviteit. Het is een prijs die wordt betaald voor de dienst die we gebruiken.

Hoewel sociale sites over het algemeen worden beschouwd als het meest gebruikte middel voor het verspreiden van desinformatie, blijkt uit het onderzoek dat hoe ouder de mensen zijn, hoe meer ze e-mail gebruiken als middel om desinformatie te delen in vergelijking met jongere generaties. (iCmedia, 2019, p. 16) Dit probleem is vooral geconstateerd in Tsjechië, waar e-mails sociale sites vervangen of aanvullen. In het verleden was de inhoud van kettingsmails vooral leuk, met uitspraken als "stuur deze e-mail naar tien mensen en het geluk komt naar je toe" die vooral dienden om misbruik te maken van e-mailadressen.

De inhoud is tegenwoordig echter ernstiger geworden, met inbegrip van gevaarlijke hoaxes, desinformatie vol haat, commerciële aanbiedingen of bijlagen met schadelijke computercodes die het apparaat of het netwerk kunnen infecteren. Aangezien mensen vaak e-mails doorsturen naar hun gelijkgestemde vrienden, creëren zij in feite ook de omgeving van echokamers die in het volgende hoofdstuk zullen worden besproken.

Sociale filterbellen en



Omdat het voor een mens niet mogelijk is om alle informatie en sociale groepen grondig te omarmen, verzamelen wij ons van nature in verschillende sociale bubbels die bestaan uit mensen met vergelijkbare wereldbeelden of status. Met opgesloten zijn in onze sociale bubbels verwijzen we naar barrières tussen groepen in de samenleving die cultureel, sociaal of politiek verschillen. Soms hebben we het gevoel dat onze sociale groep de hele samenleving moet vertegenwoordigen. Maar terwijl de echte wereld nog mogelijkheden biedt om in een andere sociale bubbel binnen te dringen en andere motieven te begrijpen, heeft de wereld van het internet het potentieel om mensen te isoleren in onverenigbare meningenwerelden.

Filterbubbels zijn in feite versies van sociale groepen op het internet. Het belangrijkste verschil is dat wij in het echte leven opzettelijk onze afwijzing van bepaalde groepen mensen regelen en er dus controle over hebben, terwijl in het geval van filterbubbels algoritmen dat voor ons doen, zoals beschreven in het vorige hoofdstuk.

Een andere term die onlangs een weg naar het publieke debat heeft gevonden zijn echokamers, die besloten groepen op het internet beschrijven waar gelijkgestemde gebruikers elkaar geruststellen dat hun standpunt gelijk heeft, terwijl alle alternatieve theorieën worden uitgesloten. (Europese Commissie, 2021) Mensen die niet tevreden zijn in hun leven hebben de neiging zich te verschuilen in deze echokamers waar de omgeving eerder bevestigend is en zij zich niet zo angstig voelen voor de onzekerheid van de echte wereld.

Waarom zijn filterbubbels gevaarlijk? Ze beperken onze horizon door een verkeerde voorstelling van de werkelijkheid. Het is echter bevredigender om voorgeschoteld te krijgen wat we willen zien, dan is de botsing met de echte wereld moeilijker. De meningen en wereldbeelden van verschillende filtergroepen kunnen zo lijnrecht tegenover elkaar staan dat er geen gemeenschappelijke basis is om een debat te beginnen. We raken intellectueel geïsoleerd.

Het lijkt erop dat het internet een cruciale rol heeft gespeeld in de ontmanteling van wat we "objectieve werkelijkheid" kunnen noemen. Vanuit sociologisch oogpunt kan "de werkelijkheid" worden opgevat als een sociale constructie, gebaseerd op de gewoonten van de samenleving. De legitimiteit van de werkelijkheid hangt dan af van de instemming van de leden van de samenleving. En als we opgesloten zitten in een luchtbel waar mensen met dezelfde mening elkaar steunen, is het net genoeg om onszelf ervan te overtuigen dat dit de werkelijkheid is.

Wat kunnen we doen om de grenzen tussen sociale en filterbubbels te overstijgen? Mis de kans niet om face-to-face communicatie op te zoeken met mensen van verschillende locaties, culturele achtergronden, verschillende leeftijdsgroepen en meningen. Wees open. Luister. Discussieer. Probeer te begrijpen. De essentie van democratie is discussie. De desinformanten weten wat ze moeten verstoren.

Valse reclame



Valse reclame of misleidende marketing is elke promotie waarbij de aard, kenmerken, kwaliteiten of geografische oorsprong van goederen, diensten of commerciële activiteiten verkeerd worden voorgesteld. De schade ligt in het feit dat het consumenten ertoe kan aanzetten producten te kopen die in feite namaakproducten, defecten of zelfs gevaarlijk zijn.

EU-burgers worden beschermd tegen oneerlijke handelspraktijken door de richtlijn inzake misleidende en vergelijkende reclame, die voorziet in een minimumniveau van bescherming tegen misleidende reclame in heel Europa. (Europees Parlement, 2006) Elk land heeft vervolgens nationale regelgeving en zelfregulerende gedragscodes waaraan de reclame-industrie is onderworpen. Er zijn echter nog steeds gevallen waarin adverteerders proberen de eerlijke praktijken te omzeilen om hun winst te vergroten en oudere burgers kunnen een vatbare groep zijn. Op basis van de behoeftenanalyse aan het begin van uw cursus kunt u overwegen of een opleiding over de valkuilen van misleidende reclame al dan niet wenselijk is.

Laten we eens kijken naar de meest voorkomende vormen die valse reclame kan aannemen, maar vergeet niet uw cursisten erop te wijzen dat marketing, evenals het hele terrein van desinformatie, van nature een creatieve bezigheid is. Dat betekent dat de vertegenwoordigers ervan er altijd naar zullen streven nieuwe manieren te bedenken om een consument te misleiden of te manipuleren en de tactieken die wettelijke definities in verschillende rechtsgebieden kunnen omzeilen.

De meest voorkomende vorm van valse reclame is verkeerde etikettering:

Het afdrukken van onjuiste of misleidende informatie op de verpakking van een product of in enige vorm van reclame in druk of online.

Beweren een product of dienst aan te bieden tegen een bepaalde prijs die eigenlijk nooit te koop is.

Valse of bedrieglijke beweringen doen over de vervaardiging of oorsprong van een product.

Valse milieucclaims, zoals zeggen dat een product "recycleerbaar" of "biologisch afbreekbaar" is, terwijl er geen wetenschappelijk bewijs is om die claims te staven.

Ongelooflijke aanbiedingen kunnen aantrekkelijk zijn, maar we moeten voorzichtig zijn met bait-and-switch-technieken waarbij producten of diensten tegen een bepaalde prijs worden aangeboden zonder de bedoeling ze ooit tegen die prijs te verkopen.

Puffery is een lastige methode gebaseerd op het gebruik van overdreven claims waarvan niet bewezen kan worden dat ze waar of onwaar zijn. Deze beweringen zoals "De beste kant-en-klare maaltijden ter wereld" zijn betwistbaar maar niet illegaal (als ze een concurrent niet dis- pareren) omdat deze beoordeling meer subjectief is dan gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek.

Maar "wetenschappelijke" claims zonder bewijs zijn verboden, maar worden nog steeds toegepast. Een van de recente gevallen is veroorzaakt door het enorme voedsel- en drankverwerkende bedrijf Nestlé. Zij zijn beschuldigd van "overtreding van reclameclaims en misleiding van consumenten met voedingsclaims" over zuigelingenmelk. Zij presenteerden hun voedingsproduct als vergelijkbaar met moedermelk, wat niet bewezen is. Niet alleen wordt dit gedrag als onethisch beschouwd, maar het kan ook gevolgen hebben voor de gezondheid van baby's omdat het objectieve, waarheidsgetrouwe informatie verstoort waarmee vrouwen voor zichzelf de beste beslissing kunnen nemen wanneer ze moedermelk versus flesvoeding overwegen. (Plüss, 2022)

Valse reviews of testimonials komen ook voor in valse reclame. Niet alleen valse reviews maar ook een testimonial voor een product dat je nooit hebt gebruikt (vooral gericht op influencers) is niet acceptabel.



Extra kosten en verborgen kosten zijn ook een probleem. Herinner uw studenten er altijd aan te controleren of het de definitieve prijs is.

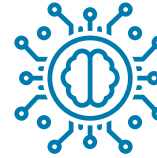
Natuurlijk probeert de rechtspraak de consumenten te beschermen en manipulatieve methoden te voorkomen. Er is een aantal wettelijke voorschriften toegepast, maar soms kunnen die niet op tegen de snelheid van de marketinginventiviteit. En een cruciaal probleem blijft de inconsequente interpretatie en toepassing van de wet of de gedragscode, wat ook het geval is bij desinformatie.



Cognitieve processen



Cognitieve processen: Hoe onze hersenen omgaat met desinformatie



Vanuit neurologisch oogpunt zijn we ALLEMAAL gevoelig voor desinformatie en als we dat ontkennen, ontkennen we onze menselijke aard. Onze samenleving heeft zich de laatste jaren technologisch zeer snel ontwikkeld en wij zijn er niet in geslaagd onze manier van denken aan deze vooruitgang aan te passen. Wij persoonlijk kunnen de vooruitgang van de technologie en de overvloed aan informatie niet veranderen. Maar we kunnen wel ons bewustzijn van de processen achter desinformatie en onze reactie daarop veranderen.

In een ideale wereld zou de toegang tot de onbeperkte hoeveelheid informatie die het internet biedt, leiden tot een geïnformeerde en goed opgeleide samenleving. Onze hersenen zijn echter NIET ontworpen om een constante toevloed van nieuwe informatie te verwerken waarmee vooral sociale netwerken ons bombarderen. De capaciteit van de cognitieve processen van onze hersenen is eenvoudigweg beperkt. Om te kunnen opereren in de stroom van waarnemingen zijn onze hersenen geprogrammeerd om te generaliseren, te vereenvoudigen en stereotypen te maken. Als we iets zien waarmee we al ervaring hebben, verbinden de hersenen automatisch de ervaringen zodat ze het niet helemaal opnieuw hoeven te beoordelen. Dit proces is nodig voor leren en categoriseren. Zonder dat zouden we niet in staat zijn om verbanden en relaties te vinden.

Maar deze supervaardigheid van onze hersenen om "mentale snelkoppelingen" en trucs te gebruiken om de werking ervan te vergemakkelijken, heeft ook een

negatieve invloed op ons vermogen om informatie van desinformatie te onderscheiden. In dit opzicht kan het een groter probleem zijn voor een oudere persoon dan voor een jongere, omdat de hersenen kunnen vasthouden aan de rijke levenservaring en weigeren andere mindmaps te gebruiken dan die waarmee ze vertrouwd zijn.

Uw leerlingen zouden moeten begrijpen dat hun manier van denken niet verkeerd is, maar in een wereld die nog nooit zo overweldigd is geweest door informatie en de snelheid van het leven, moeten we in gedachten houden hoe onze hersenen werken en regelen wat we waarnemen. Als we niet bereid zijn het zelf te doen, kunnen we er zeker van zijn dat de desinformanten het voor ons doen.

Hoe beïnvloedt de intensiteit en de herhaling van desinformatie onze hersenen? Immens. Herhaling is een essentieel leerhulpmiddel vanaf het moment dat we geboren worden. Het laat een bewuste vaardigheid overgaan in iemands onderbewustzijn, waardoor het werkgeheugen vrijkomt en verdere vaardigheden geleerd kunnen worden. (iCan Dream centre, 2021)

Nogmaals, dit vermogen van onze hersenen om informatie van bewust naar onbewust over te brengen kan gemakkelijk worden uitgebuit door de desinformanten. Constante herhaling en frequentie is opzettelijk en even belangrijk als de inhoud en vorm van de desinformatie. Als we elke dag zien of lezen hoe gevaarlijk en schadelijk vaccinatie is - ook al is het maar een kort kopje en besluiten we het artikel te negeren - is het bijna onmogelijk dat onze hersenen niet worden beïnvloed. En als de informatie eenmaal tot ons onderbewustzijn doordringt, is het moeilijk haar te herschrijven.

Hetzelfde geldt voor de constante blootstelling aan bepaalde emoties. Zelfs als we nepnieuws niet geloven, kunnen we niet ontsnappen aan emoties die ze moeten oproepen.

En als we lange tijd herhaaldelijk worden blootgesteld aan angst, haat, woede, minachting en andere emoties, worden ze een deel van ons onderbewustzijn. Dat is de donkere kant van de mogelijkheden van ons brein. En de desinformanten weten dat heel goed. In het tijdperk waarin automatische bots kunnen dienen als de massaverspreiders van herhaalde negatieve boodschappen en onze hersenen kunnen overspoelen met onnatuurlijke hoeveelheden tweeledige informatie, is ons vatbare onderbewustzijn in groot gevaar.

In de psychologie kunnen reacties van onze hersenen op herhaling en intensiteit worden verklaard door het zogenaamde mere-exposure effect. Dit is een psychologisch verschijnsel waarbij mensen een voorkeur ontwikkelen voor dingen of mensen die hen meer vertrouwd zijn dan andere. En herhaalde blootstelling verhoogt de vertrouwdheid. (Palumbo, 2021)



Emotioneel aspect



„Het echte probleem van de mensheid is het volgende: We hebben paleolithische emoties, middeleeuwse instellingen en goddelijke technologie.“

(Edward Wilson)

„Mensen denken graag dat "de feiten voor zichzelf spreken", maar dat is niet zo. Ze hebben een advocaat nodig. En de beste manier om dat te doen is om ze te presenteren op een manier waar de persoon voor open staat.“

(Phil Plait)

De ervaring en het onderzoek bij het ontcrachten van samenzweringstheorieën tonen aan dat louter feiten en gegevens zelden overtuigingen kunnen veranderen waarmee mensen een emotionele band hebben, vooral wanneer ze gebonden zijn aan een groepsidentiteit. Ook al heeft onze rationeel ingestelde beschaving er moeite mee dat toe te geven, het onderzoek toont aan dat in het besluitvormingsproces emoties een belangrijkere rol spelen dan logica. We beslissen in feite eerst via emoties en pas in de tweede stap gebruiken we logica om die beslissing te rechtvaardigen. Het hele proces kan dus een rationele conclusie lijken, maar aan de basis van de beslissing ligt een emotie die pas later door de rede wordt verwerkt. Dat verklaart waarom we ons zo aangetrokken voelen tot emotioneel getint of schokkend nieuws en hoe belangrijk de rol van emoties is bij het ontvangen en beoordelen van informatie. Dat is ook een reden waarom het zo moeilijk is om desinformatie met feiten te ontcrachten - de emotionele binding en de daaruit voortvloeiende mening zit in het fundament. (Gregor, 2018, p. 79 -80)

Dat is ook de reden waarom zoveel desinformanten voortbouwen op reeds bestaande meningen over emotioneel beladen onderwerpen als immigratie, oorlogsconflicten, abortus, feminisme enz.

We zijn van nature geneigd tot informatie die onze mening steeds weer bevestigt. De reden is dat dit gevoel van bevestiging samenhangt met de afgifte van dopamine, het "gelukshormoon". Aan de andere kant veroorzaakt een tegengestelde mening een onaangename spanning, zodat we geneigd zijn die te negeren, of in voorkomend geval geeft ons brein snel een "rationele" reden om de tegengestelde mening te negeren (bv. "Serieuze media is toch gecorrumpeerd").

Bovendien voelen onze hersenen niet de behoefte om te twijfelen, in twijfel te trekken of te verifiëren waar we al in geloven. Dit natuurlijke proces wordt nog verontrustender als we beseffen dat de algoritmen op het internet, vooral op sociale sites, de werking van ons brein nabootsen. Dat sluit ons allemaal op in een vicieuze cirkel en de enige uitweg is om ons bewustzijn en kritisch denken in te zetten.

In het hoofdstuk over filterbubbels en echo-kamers stuiten we al op de neiging van mensen om de voorkeur te geven aan (alleen) informatie die hun bestaande overtuigingen of hypothesen bevestigt. In de psychologie noemen we dit verschijnsel confirmation bias. (Noor, 2020) Bij het zoeken naar bewijis proberen we natuurlijk onze mening te ondersteunen in plaats van deze te verwerpen. Als we er bijvoorbeeld van overtuigd zijn dat vaccinatie slecht is, concentreren we ons op die paar uitzonderingen die tot gezondheidsproblemen leiden en negeren we het hoge percentage gevallen waarin vaccinatie hielp beschermen tegen ernstige problemen. Een evenwichtige objectieve beoordeling wordt gedwarsboemd.

Docenten en studenten zouden zich bewust moeten zijn van deze selectieve functie van onze hersenen, zodat ze niet verbaasd zijn dat het verstrekken van "geverifieerde feiten" de overtuiging van mensen niet verandert. Dit geldt vooral voor complexe zaken die sterke emotionele reacties oproepen.

Verzeker uw leerlingen dat bevestigingsvooringenomenheid normaal is en ons allen treft. Het dient vooral als een efficiënte manier om informatie te verwerken vanwege de beperkte informatie waaraan mensen worden blootgesteld. (Noor, 2020) We hebben niet de capaciteit om elk argument na te gaan, maar we zouden ons tenminste moeten realiseren hoe confirmation bias werkt en hoe desinformanten er misbruik van maken.

CONFIRMATION BIAS



Bron: Noor, 2020

Wat kunnen we doen om de bevestigingsbias te minimaliseren:

Lees hele artikelen, in plaats van conclusies te trekken op basis van de koppen en foto's.

Zoek naar geloofwaardig bewijsmateriaal in het artikel.

Moedig jezelf en anderen aan om op een bewuste manier informatie te verzamelen. (Noor, 2020)

De desinformanten maken ook gebruik van een andere menselijke eigenschap en dat is de zogenaamde tegenwil, een ingebakken verzet tegen elk gevoel van dwang, een automatisch verzet tegen dwang. Het wordt getriggerd wanneer een persoon zich gecontroleerd of onder druk gezet voelt om andermans bevelen uit te voeren. (Maté, 2018, p. 364) Daarom vindt nepnieuws altijd een dader of veroordeelt het iemand anders van manipulatie en leugens. Omdat ze de focus van hun eigen intenties van manipulatie af willen halen.

Elke docent zou op de hoogte moeten zijn van het Thomas-theorema - sociologisch concept dat zegt dat "feiten" geen uniform bestaan hebben los van de personen die ze waarnemen en interpreteren. De "echte" feiten zijn veeleer de manieren waarop verschillende mensen situaties binnenkomen en definiëren. (Daarom kunnen de definities van situaties subjectief zijn voor een specifieke groep of subcultuur. Onthoud dat wanneer je het hebt over "wetenschappelijke feiten", je leerlingen kunnen

een andere autoriteit erkennen dan de wetenschap, dus wees bereid uit te leggen welke criteria u erkent als het bewijs van een betrouwbare bron.

De basis van de stelling van Thomas verklaart ook waarom er een gevaar schuilt in de interpretatie van de werkelijkheid op basis van desinformatie. Er staat: "Als mensen situaties als echt definiëren, zijn ze echt in hun gevolgen." (Oxford referentie) Dus ongeacht de "feiten" waarop we onze meningen en overtuigingen baseren, het gevolg, zoals ons gedrag of onze actie, zal echt zijn en de wereld beïnvloeden. Ook hier kan de aanval op het Capitool als voorbeeld dienen.

De laatste jaren is in verband met radicaal extremisme een andere term in de discussie gekomen. Dit verschijnsel wordt retrotopia genoemd en beschrijft het irrationele verlangen naar "het verleden als toekomst", dat veilig was en waarin men zich gemakkelijk kon oriënteren. De snelheid van de veranderingen veroorzaakt angst. Steeds grotere segmenten van de westerse samenleving delen een gevoel in de steek gelaten te worden, genegeerd (niet 'geluisterd') en overbodig gemaakt. (Önnerfors, 2019) Het is een heimwee naar de verloren identiteit in een snel veranderende wereld waarin vooral el-derlijke mensen zich achtergelaten voelen. We zullen niet ingaan op de details van het fenomeen, omdat het een complexe kwestie is, maar u als docent moet zich bewust zijn van deze sentimenten en erop voorbereid zijn dat sommige van uw studenten zich in deze gemoedstoestand kunnen bevinden. In deze gevallen zijn wederzijds begrip, respect, behoud van de waardigheid van uw studenten en strategische communicatie meer dan noodzakelijk.

Als we de neiging om te bezwijken voor desinformatie nader willen bekijken, kunnen we verklaren op welke zwakke plekken desinformanten zich richten.

Het psychologisch onderzoek tot nu toe suggereert dat mensen zich aangetrokken voelen tot complottheorieën en desinformatie wanneer belangrijke psychologische behoeften onbevredigd zijn. Dergelijke mensen zijn op zoek naar kennis en duidelijkheid over belangrijke gebeurtenissen. Ze hebben ook behoefte om zich veilig en in controle te voelen over hun omgeving en om een positief beeld van zichzelf en de groepen waartoe ze behoren te behouden. (Blauw, 2021) Wanneer deze behoeften in de samenleving niet worden vervuld, gaan mensen op zoek naar groepen die bevrediging bieden.

Was het het begin van de oorlog met het terrorisme in 2001 toen de samenleving zich in een constante staat van nood voelt of is het de culminatie van langdurige tendensen? Hoe dan ook, huidige bedreigingen zoals Covid-19, financiële, ecologische en energiecrises plus dreigende oorlogskonflikten creëren helaas een onveilige omgeving die desinformateurs in de kaart speelt. Het is normaal dat iemand die vreest voor zijn/haar leven en bezittingen op zoek gaat naar een redder die belooft het gevaar en de vijand te bestrijden, of dat nu een echt voornemen is of populisme. En als je een vijand moet bestrijden, moet je hem eerst aanwijzen.

Het paradoxale is dat desinformanten het publiek doen geloven dat zij eigenlijk helden zijn die het kwaad, de corruptie en de manipulatie bestrijden. Vooringenomen informatie en echokamers ondersteunen de overtuiging en vastberadenheid van mensen, zodat ze niet inzien waarom ze hun mening zouden moeten herzien. Het is een vicieuze cirkel.

Wat kunnen wij, als opleiders, hieruit afleiden? Misschien dat leren lang niet alleen een cognitief proces is. De kwaliteit van positieve motivatie om te leren en emoties moeten erbij betrokken zijn.

Vanuit het oogpunt van de neuroandragogie kan ons handelen als opleider met betrekking tot de motivatie van de studenten worden teruggebracht tot de kwestie

van het stimuleren van de afgifte van dopamine, het hormoon dat verantwoordelijk is voor het gevoel van voldoening en motivatie om te handelen, en het beperken van de afgifte van cortisol, dat grotendeels verantwoordelijk is voor het gevoel van stress. De gemeenschappelijke stimuli voor dopamine in een leeromgeving zijn een contact met iets interessants en verrassends en sociale relaties die ons steun en een gevoel van saamhorigheid geven.

Bovendien ontkracht al het recente onderzoek uiteindelijk de mythes over het mobiliserende effect van stress op het leerproces. Een langdurig gevoel van stress bij studenten is alleen maar destructief: het veroorzaakt een aantal psychosomatische aandoeningen, vermindert de efficiëntie van het geheugen, veroorzaakt het afsterven van neuronen in de hippocampus en blokkeert het creatieve denken volledig. (Neuroandragogie tegen uitsluiting, 2019) De rol van de trainer gaat dan niet alleen over de overdracht van informatie, maar over het creëren van een leeromgeving waarin leren niet langer een traumatische ervaring is, maar een aangename vreugde van het verwerven van nieuwe vaardigheden.

Positive
VIBES

Positieve verhalen



„De meeste mensen zijn niet op zoek naar bewijsbare waarheden. Zoals je zei, waarheid gaat vaak gepaard met intense pijn, en bijna niemand is op zoek naar pijnlijke waarheden. Wat mensen nodig hebben zijn mooie, troostende verhalen die hen het gevoel geven dat hun leven enige betekenis heeft.“

—Haruki Murakami

-STAY-
POSITIVE

De laatste jaren stuiten wetenschappers en dus ook leraren en opleiders meer dan ooit op obstakels bij het overbrengen van wetenschappelijk feitenmateriaal aan het grote publiek. Wat missen ze in vergelijking met complottheorieën en desinformatie, die mensen over het algemeen meer aanspreken? Het is duidelijk - ze missen een emotioneel verhaal. Verhalen vertellen is altijd een belangrijk onderdeel geweest van de communicatie die het collectieve overleven van onze soort verzekert. De verspreiding van wetenschappelijke bevindingen omvat echter niet traditioneel een verhaal dat de informatie toegankelijker zou maken voor het gemiddelde publiek.

Desinformatie, het aanwakkeren van negatieve emoties, is gebaseerd op negatieve verhalen. Om ze te verslaan, moeten we het publiek positieve verhalen bieden. Het moet zich richten op wat de samenleving VOOR is, niet TEGEN. (Carthy, 2021, p. 4).

Tegenover de negatieve verhalen is het alternatieve/positieve verhaal niet bedoeld om een extremistische boodschap tegen te spreken en te wijzen op de onnauwkeurigheden ervan. In plaats daarvan moet het een verhaal vertellen dat de extremistische boodschap niet in stand kan houden. (Carthy, 2021, blz. 14)

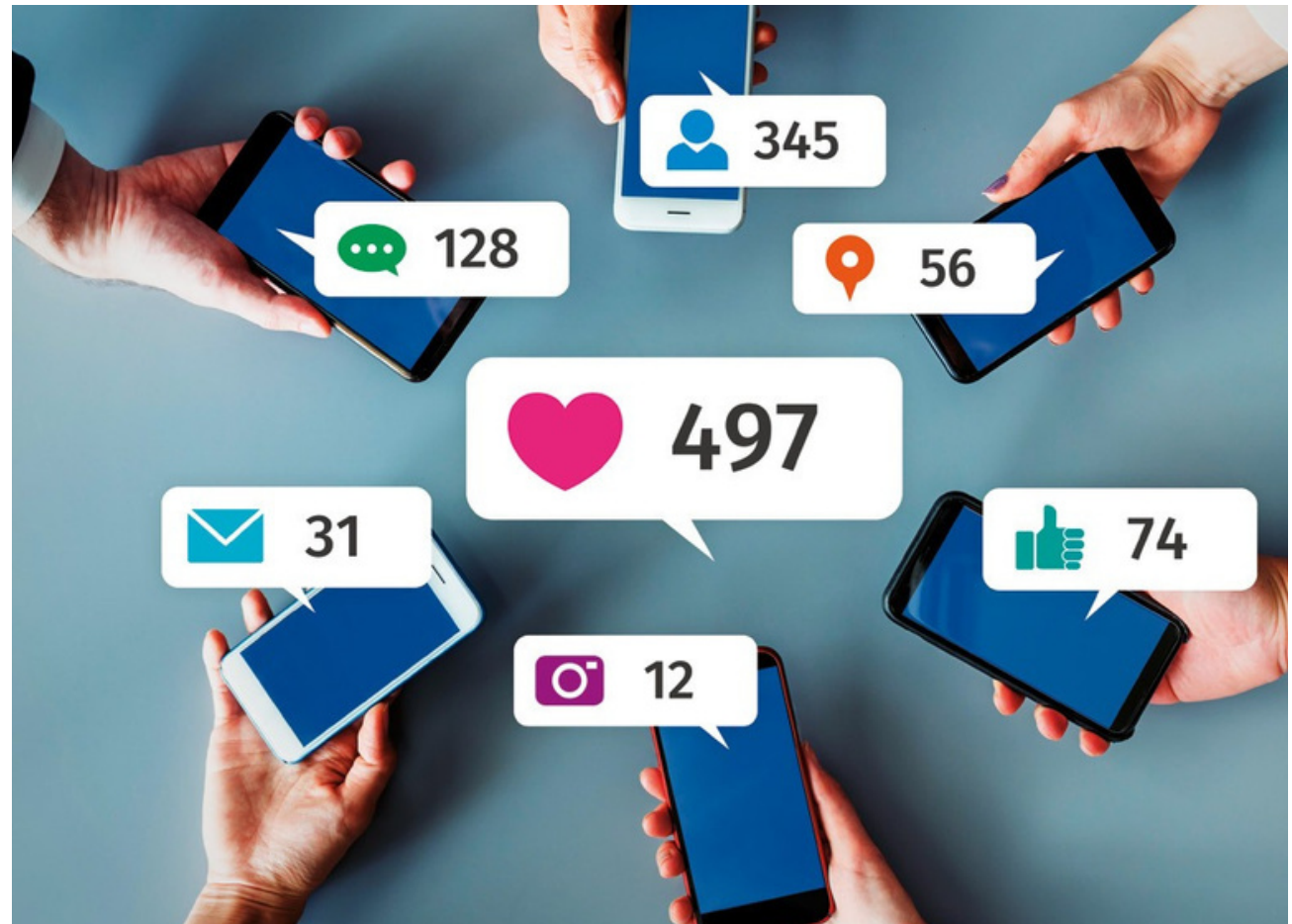
Het leveren van positieve verhalen, visies, aan de society is een rol geweest van de leiders. Nu is het aan jou als trainer om te proberen de barrière te slechten en in plaats van het kaal onkrachten van desinformatie, moet je zorgen voor een adequate compensatie. Positief verhaal of storytelling is in feite een psychologisch spel van overreding. De verhalen combineren geverifieerde feiten met de kracht van emoties en dat is de enige manier om de kracht van desinformatie te verslaan.

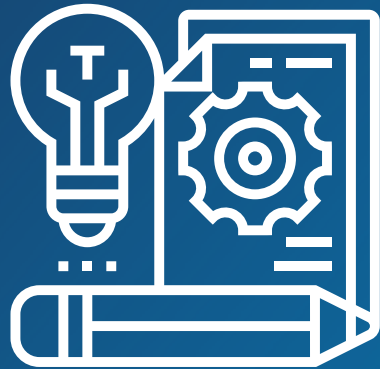
Ons lesplan over positieve verhalen probeert de deelnemers aan uw cursus te laten begrijpen hoe positieve en negatieve verhalen werken. Het is geïnspireerd op public narrative, een praktijk voor leiderschapsontwikkeling ontwikkeld door Marshall Ganz. (Narrative arts, 2021) Het moet de deelnemers motiveren om zich in te zetten voor een gedeeld doel en overtuigingsverschillen voorkomen. In tegenstelling tot storytelling is public narratives geen script, maar een proces waarin verhalen van de deelnemers worden verwerkt. Het gaat om vertellen, luisteren, reflecteren en opnieuw vertellen. Het helpt een gemeenschapsgevoel op te bouwen.

Er is ook een interessant verband gevonden tussen spiritualiteit en complottheorieën die op sociale sites worden gedeeld.

In de virtuele wereld gaan complottheorieën vaak samen met spirituele verhalen. Wat ze gemeen hebben is hun ho- listische karakter - ze verklaren de rol van een individu binnen de samenleving. Zij delen ook een bepaalde vorm van voorbestemming en de overtuiging dat zij de toegang hebben tot de waarheid die voor de anderen verborgen blijft. (Rahimi, 2022)

Missen we spiritualiteit als we zo vatbaar zijn voor complottheorieën? Misschien missen we gewoon het positieve verhaal dat de chaos om ons heen zou verklaren.





SPECIFIEKE KENMERKEN VAN HET ONDERWIJS AAN OUDERE VOLWASSENEN

SPECIFIEK

VAN ONDERWIJS

AAN OUDERE

VOLWASSENEN

In de volgende hoofdstukken besteden wij aandacht aan de bijzonderheden van een onderwijsproces van volwassenen 55+ en introduceren wij de factoren die uw lessen kunnen beïnvloeden. Ook al is het noodzakelijk om er rekening mee te houden, u moet te veel generalisatie vermijden en uw groep leerlingen altijd zien als individuen met verschillende vaardigheden, levenservaring en achtergrond.

Neuroplasticiteit



De hersenen zijn net als het hele lichaam onderhevig aan veroudering, dus de hersenfuncties veranderen ook met de leeftijd en we moeten rekening houden met die processen:

- de snelheid van hersenoperaties neemt af, een volwassen persoon heeft meer tijd nodig om een bepaalde mentale operatie uit te voeren dan een jong persoon
- functies zoals: remming, concentratie, reflexreacties (gelegen in de frontale kwabben, in de eerste plaats onderhevig aan degeneratie) worden verzwakt
- de capaciteit van het werkgeheugen is verminderd - de mens is in staat om minder informatie die door de zintuigen wordt verstrekt gelijktijdig te verwerken
- de mentale flexibiliteit is verminderd (het vermogen om snel te schakelen tussen de ene en de andere intellectuele handeling)
- selectieve aandacht is onderhevig aan interferentie (het vermogen om belangrijke zich te concentreren op belangrijke gebeurtenissen in de omgeving)
- divergente aandacht is verzwakt (het vermogen om de aandacht te richten op verschillende acties die tegelijkertijd plaatsvinden)
- semantisch geheugen (verantwoordelijk voor regels en definities) en episodisch geheugen... (het vastleggen van gebeurtenissen in de tijd) zijn verzwakt (Neuroandragogie, 2019, p. 6 -7)

Het goede nieuws is echter dat, hoewel de hersenen aanzienlijke veranderingen ondergaan en volwassenen andere onderwijsmethoden nodig hebben dan jongeren, dit niet betekent dat hun leren minder effectief is. Het voordeel voor volwassenen is dat zij nieuwe informatie kunnen verbinden met bestaande ervaring en verworven vaardigheden. Je kunt aanvoeren dat deze processen kunnen leiden tot rigide denken en de onwil om diepgewortelde overtuigingen te veranderen, maar de mentale rigiditeit wordt vaker beïnvloed door een uiting van halsstarrigheid in het denken en het gebrek aan zelfkritiek over hoe de gemiddelde volwassene zijn/haar vroegere ervaringen waarneemt, dan door het biochemische proces in onze hersenen.

Wij mogen de neuroplasticiteit niet vergeten - de eigenschap van het menselijk brein dankzij welke het in staat is zich aan te passen, te veranderen, zichzelf te herstellen en te leren op alle leeftijden. Op volwassen leeftijd worden nog steeds nieuwe neuronen aangemaakt, maar meestal binnen de bestaande neurale netwerken, niet als nieuwe structuren. Daarom zijn kinderen beter in "out-of-the box" denken dan volwassenen. Door de neuronale netwerken echter te stimuleren met nieuwe informatie en ervaringen, kan de leraar gebruik maken van dit levenslange proces van neuroplasticiteit, omdat het leren van volwassenen een proces is van voortdurende aanpassing van eerdere ervaringen door de ervaring die erop volgt.



Neuroandragogie



Om de onderwijsmethoden aan te passen aan de behoeften van onze doelgroep van volwassenen van 55+, moeten wij rekening houden met de bevindingen van het meest recente onderzoek op het gebied van neuroandragogie, de jongste en meest dynamisch ontwikkelde strategie inzake volwassenenonderwijs. Het richt zich op de cognitieve functies en graduatie van het volwassen brein en past zo het leerproces aan. Laten we eens kijken naar de belangrijkste principes:

GEHEUGEN

De doeltreffendheid van het leren hangt af van de doeltreffendheid van het memoriseren en vervolgens het ophalen van specifieke informatie uit het geheugen. Aangezien het geheugen op oudere leeftijd over het algemeen verzwakt, moeten wij het versterken door verschillende cognitieve, emotionele en fysieke technieken toe te passen, zodat de informatie wordt opgeslagen in een langetermijngeheugen.

ERVARING

Niets nieuws onder de zon - een volwassene leert het meest effectief door directe ervaring of het combineren van nieuwe informatie of vaardigheden met zijn/haar eerdere ervaringen, wat mogelijk wordt gemaakt door de neuroplasticiteit van de hersenen. Ervaring beïnvloedt onze perceptuele en cognitieve vaardigheden door de reorganisatie van de hersenstructuur. Volwassenen en ouderen geloven vaak alleen in hun eigen ervaring en daarom is ervaringsleren

moeten cruciaal zijn voor de opleiding. Wees er ook op voorbereid dat volwassenen patronen van leermethoden hebben ontwikkeld die een voordeel, maar ook een belemmering kunnen vormen bij het aanvaarden van nieuwe methoden en hulpmiddelen. Zij hebben vooral ervaring met frontaal onderwijs en kunnen moeite hebben met het aanvaarden van samenwerkingsmethoden.

INFORMATIEVERWERKING

Ervaring draagt ook bij tot een hoger niveau van redeneren. Volwassenen verwerken informatie langzamer omdat zij fouten willen vermijden. Reconstructie en terughalen van informatie gaat ook langzamer omdat de volwassen hersenen tijd nodig hebben om verbanden te leggen met de opgeslagen informatie. Wees geduldig.

HERHALING

Zoals vermeld in de vorige hoofdstukken, is een van de technieken die desinformatie zo doeltreffend maakt, de voortdurende blootstelling eraan en de veelvuldige herhaling ervan. Hetzelfde geldt voor het onderwijsproces. Je kunt niet verwachten de overtuigingen van je leerlingen te veranderen en hen alle technieken in één les te leren. Hoe meer herhaling, hoe sneller de overdracht naar het onderbewustzijn.

STRATEGISCHE COMMUNICATIE

Ouderen voelen zich soms ondergewaardeerd en eenzaam in onze snelle en veranderende wereld. Wees respectvol en begripvol.

Wijs niet op hun tekortkomingen maar bied een helpende hand. Probeer manieren te vinden om gebruik te maken van hun levenslange ervaring in nieuwe omstandigheden en omgevingen. Specifieke tips voor strategische communicatie vindt u in het praktische gedeelte.

BENADERING VAN INFORMATIE- EN COMMUNICATIETECHNOLOGIE

Het gebrek aan ICT-vaardigheden van volwassenen van 55+, of de terughoudendheid en onwil om technologie te gebruiken, is een van de grootste uitdagingen voor een trainer. Ga echter niet generaliseren - niet alle ouderen hebben dezelfde benadering van technologie. Het is belangrijk om na te gaan wat het niveau van ICT-vaardigheden van de specifieke groep is. We kunnen alleen maar veronderstellen dat de deelname aan een cursus over het bestrijden van desinformatie basiskennis en bediening van technologische apparatuur vereist.

BEDREIGINGEN EN OBSTAKELS

Ouderen zullen vaak moeite hebben met details die hen verhinderen hun online taak uit te voeren. Het is belangrijk om hun vertrouwen in het omgaan met obstakels en bedreigingen tijdens het online zijn te vergroten. Een manier om dat te doen is simpelweg met herhaling in taken met minder ondersteuning en het aanmoedigen van zelfstandigheid in het gebruik van ICT. U kunt de cursisten laten zien dat de bedreigingen en obstakels vaak vergelijkbaar zijn en hen een standaard veilige manier bieden om de stress en worstelingen als gevolg van het gebruik van ICT te overwinnen. Volwassen leerlingen stellen over het algemeen leer

doelen vóór het eigenlijke leerproces en nagaan of de inhoud van de opleiding relevant is voor het bereiken van de doelen.

MOTIVATIE

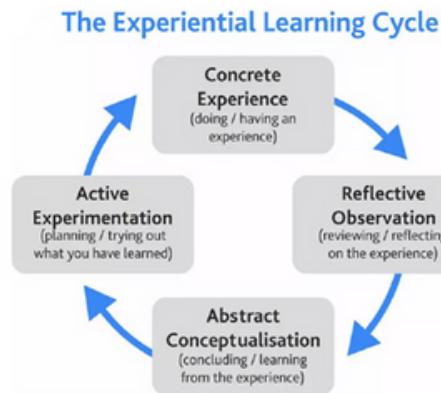
De belangstelling en motivatie van de ouderen tijdens het leren is een belangrijke factor voor het succes van een training. Positieve motivatie ("Samen gaan we uitzoeken hoe we ons kunnen oriënteren op desinformatie") is doeltreffender dan negatieve motivatie ("U moet leren hoe u nepnieuws van serieus nieuws kunt onderscheiden, zodat u niet gemanipuleerd wordt."). Trainers vinden dit advies uiterst belangrijk. Meer dan als trainer ben je coach voor de juiste motivatie en zorg je ervoor dat ze zich bij elke stap betrokken voelen! Om de resultaten van de training te maximaliseren, moet u niet aarzelen om deze interactief te maken en spelletjes te gebruiken. Het is ook belangrijk om de cursisten duidelijk te maken dat de digitale technologie relevant is voor hun behoeften en voorkeuren. Volwassen lerenden zijn over het algemeen innerlijk gemotiveerd om nieuwe vaardigheden en kennis te verwerven die hen zullen helpen bij alledaagse situaties, taken en problemen.

Activiteit en diepe gegevensverwerking



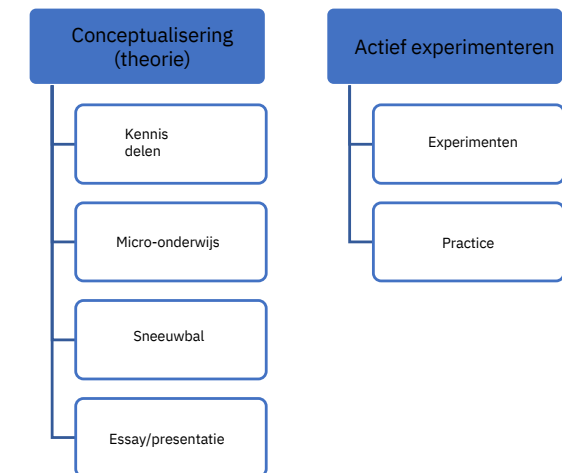
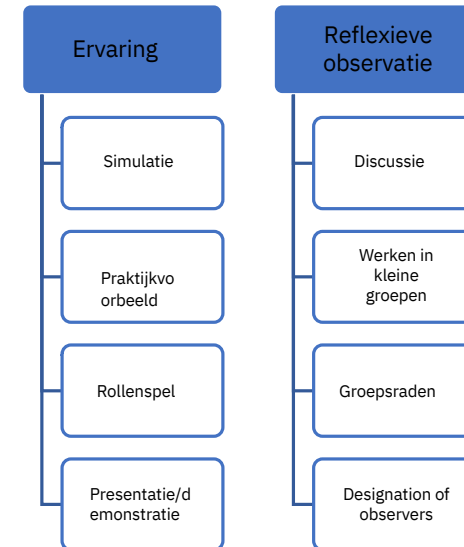
Het resultaat van een effectief leerproces is dat de nieuwe kennis/vaardigheid wordt opgeslagen in het langetermijngeheugen van een leerling en er vervolgens wordt uitgehaald bij het oplossen van een probleem. Als de nieuwe kennis/vaardigheid er niet in slaagt het langetermijngeheugen te bereiken, creëert het een vergankelijk geheugenspoor en wordt het vergeten. Als de hersenactiviteit in verband met het werken aan een bepaalde informatie een dieper karakter heeft, vereist het een directe fysieke, mentale of psychologische betrokkenheid en worden er meer affectieve en cognitieve processen bij betrokken. Dit geheugenspoor in het neurale netwerk ligt vast en de informatie wordt opgeslagen in een langetermijngeheugen. (Neuroandragogie, 2019, p. 8 - 9)

Wat betekent dit voor het opstellen van een lesplan? De opleiding moet gebaseerd zijn op de cyclus van Kolb die de ervaring van de leerling centraal stelt in het didactische proces:



Bron: McLeod, 2013

Uw taak als trainer is de specifieke technieken en methoden in de juiste fase van een reeks te plaatsen. Hier zijn enkele voorbeelden:



En welke principes moet een trainer hanteren zodat aan de behoeften van de volwassen leerlingen wordt voldaan en het onderwijsproces effectief is?

- VAN CRUCIAAL BELANG! Diagnosticeer de behoeften van uw volwassen studenten - dat bepaalt het succes van het trainingsprogramma. Elke groep zal anders zijn en verschillende doelen, verwachtingen, bedoelingen en huidige vaardigheden en kennis hebben. Maak uw lessen leerlinggericht en weerspiegel hun behoeften.
- Creëer een veilige, betrouwbare en gastvrije leeromgeving met een cultuur van empathie, respect, vriendelijkheid en authenticiteit. Soms ontbreekt het mensen aan vertrouwen ten opzichte van politici, media of andere autoriteiten. Hoewel het voor u als docent een uitdaging is, is vertrouwen essentieel.
- Een intieme omgeving met minder studenten is veel beter dan grote evenementen. Een gevoel van veiligheid is wenselijk.
- Wees u ervan bewust dat uw leerlingen moeite hebben met horen of zien. Gebruik een luidere stem, maar wek niet de indruk te schreeuwen. Probeer kalm te blijven.
- Toon belangstelling voor de mening van de leerlingen en moedig hen aan deel uit te maken van het leerproces: stel vragen, verbind informatie met de praktijk.
- Zorg ervoor dat alle taken haalbaar zijn, zodat u uw leerlingen niet belast tijdens de les.
- Toon een positieve houding en geef constructieve en positieve feedback.

- Zorg ervoor dat alle inhoud gemakkelijk te begrijpen is.
- Respecteer de gevoelens en de perceptie van elke individuele leerling.
- Houd de les dynamisch. Volwassen leerlingen kunnen ongeveer 20 minuten luisteren en nieuwe informatie opslaan - neem pauzes en wissel van methode.
- Maak van een les een opwindende ervaring, gebaseerd op ervaringsleren. Door "leren door te doen" wordt een ervaring gekoppeld aan een persoonlijke reflectie.
- Verspil geen tijd met het uitleggen van moeilijke theoretische concepten als uw leerlingen niet bijzonder geïnteresseerd zijn.
- De kennis en vaardigheden die uw leerlingen leren, moeten leiden tot een praktische toepassing en een positief effect op hun dagelijks leven.
- Als u de kans krijgt, herhaal en herzie dan om het geheugen te consolideren.
- Gebruik duidelijke taal en maak pauzes in uw betoog. Geef uw leerlingen de tijd om een vraag te verwerken en het antwoord te bedenken.
- HAAST U NIET! Tijdsdruk en snelheidseisen kunnen een ernstige stressfactor zijn.
- Motivatie is een drijvende kracht. Pas op dat u uw studenten niet overprikkelt en indien nodig, verminder de cognitieve overbelasting:
 - Presenteer sommige informatie via het visuele kanaal en sommige via het verbale kanaal.
 - Verdeel de inhoud in kleinere segmenten en laat de leerling het tempo bepalen
 - Verwijder niet-essentiële inhoud

- Woorden moeten zo dicht mogelijk bij de bijbehorende afbeeldingen worden geplaatst.
- Lees de tekst op het scherm niet woord voor woord.
- Naast het lesmateriaal is het belangrijk de technologie meer inclusief te maken en ouderen te informeren over hoe zij hun apparaten kunnen aanpassen voor een beter en gemakkelijker gebruik. gebruik. Bijvoorbeeld: Tekstgrootte aanpassen: de meeste ouderen hebben baat bij ten minste een kleine vergroting van de tekstgrootte.
 - Kleurcontrast aanpassen: met het ouder worden vermogen om onderscheid te maken tussen bepaalde bepaalde kleurenparen, vooral tussen wit/geel en blauw/grijs.
 - Het gebruik van sneltoetsen introduceren: het gebruik van een paar algemene sneltoetsen kan de frustratie verminderen zonder dat het uit het hoofd leren.
 - Verander de snelheid, kleur en grootte van de muis: met de jaren neemt de snelheid en precisie van de muis over het algemeen af.
 - Als uw leerlingen moeite hebben met Engels of andere talen, help hen dan een vertaler in hun browser te installeren. Leer ze vervolgens ze de rechtermuisknop te gebruiken om de basisvertaling te krijgen. Deze vertalers zijn niet de beste taalkundigen, maar ze helpen met het algemene idee van een tekst.
- Geef geen instructies in gebiedende wijs. Gebruik de indirecte modus zoals: "Laten we dit artikel samen bekijken".
- Creëer mogelijkheden om verworven kennis en vaardigheden te oefenen. Oefenen is essentieel als u wilt dat uw leerlingen de opgedane kennis internaliseren.

- o Volwassenen kunnen zich, vooral door het traditionele onderwijssysteem dat zij hebben ondergaan, schamen voor het maken van fouten. Introduceer het moderne concept van het maken van een fout, waarbij deze wordt opgevat als een belangrijke ervaring die de volgende stappen van het onderwijsproces bepaalt. Benadruk dat het geen mislukking is om een fout te maken, maar wel om er een les uit te trekken voor de toekomst.
- o Nodig zo mogelijk professionals uit het veld van serieuze journalistiek of fact-checking uit om hun eigen ervaring met desinformatie en nepnieuws te beschrijven.
- o Monitor risicofactoren. Als er een meningsverschil ontstaat in de lessen, probeer dit dan op te lossen in een dialoog. Benadruk dat alle meningen aanvaardbaar zijn, maar dat we ze moeten onderscheiden van feiten.
- o Betrek uw leerlingen bij de beoordeling van hun eigen leerproces. Moedig hen aan hun prestaties en vooruitgang zelf te evalueren.
- o Ondersteun de zelfregulering en verantwoordelijkheid van uw studenten. Uw opleiding moet leiden tot individualisering van uw leerlingen en een levenslang leerproces bevorderen waar we allemaal deel van uitmaken.

Waarop letten bij behoefteanalyses



Aan de opleiding bestede tijd. Deze factor wordt bepaald door de omvang en de mogelijkheden van uw training. Het verdient aanbeveling om ten minste drie afzonderlijke sessies over het onderwerp desinformatie te organiseren, zodat er voldoende ruimte is voor theorie en praktijk en de deelnemers de ruimte hebben om nieuwe informatie en vaardigheden in zich op te nemen.

Vaardigheden. Een essentieel onderdeel van alle cursusvoorbereidingen is het kennen van de huidige vaardigheden van uw leerlingen. Dit omvat het niveau van ICT-vaardigheden, mediageletterdheid en ook de beheersing van het Engels. Ouderen zouden een debat over de huidige situatie op het gebied van desinformatie als ijsbreker aan het begin van de cursus kunnen waarderen. Het helpt om sociale banden te smeden, geeft de studenten de kans om gehoord te worden en het geeft u, de docent, aanwijzingen hoe de strategie te kiezen. Het is ook raadzaam om na te gaan welke internetplatforms uw studenten gebruiken en in hoeverre zij denken te maken te hebben met nepnieuws en desinformatie.

Interesse/motivatie. Bepaal welke doelen en interesses je leerlingen hebben en welke hulpmiddelen en technieken je in je cursus gebruikt. De dominantie van interne of externe motivatie is ook bepalend, evenals de identiteit van je cursisten waarmee ze zich verbonden voelen. Het kan ook een interessante ijsbrekende activiteit zijn om de verwachtingen van de deelnemers weer te geven. Welke doelen willen zij bereiken door uw cursus te volgen?

Zodra u alle invoer informatie over uw leerlingen hebt, beslist u of u de centrale route of de perifere route volgt. Het Elaboration likelihood model verklaart deze verwerking van informatie in meer detail.

Het Elaboration Likelihood Model probeert te onderzoeken hoe mensen stimuli verschillend verwerken en hoe de uitkomsten van deze processen resulteren in veranderende attitudes en, bijgevolg, gedrag. (Barradas, 2021)

De elaboratie verwijst naar de hoeveelheid moeite die elk publiekslid van een boodschap moet doen om een boodschap te verwerken en te evalueren, te onthouden en vervolgens te accepteren of af te wijzen. (Barradas, 2021)



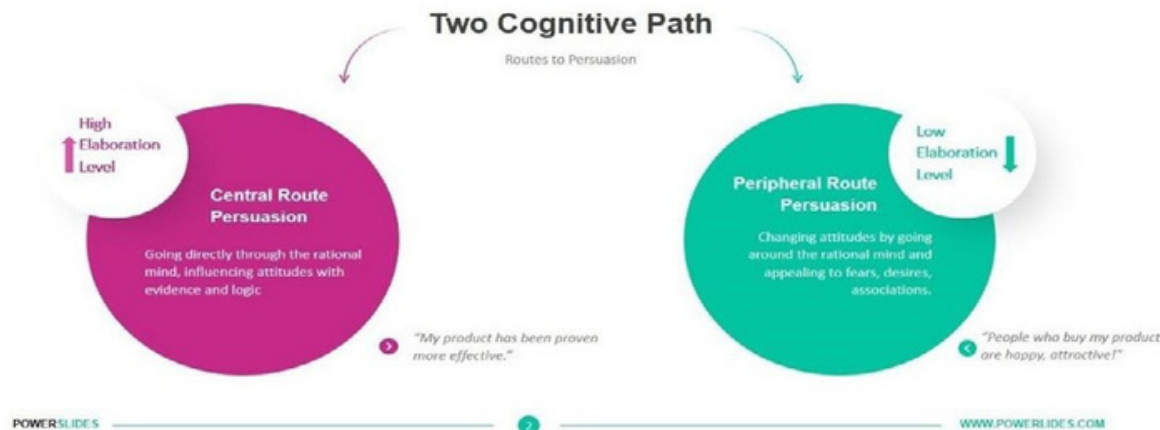
De centrale route nemen betekent dat je je richt op het leveren van gegevens en feiten om je publiek te overtuigen van je boodschap. Het is logisch gedreven en studenten zijn geïnteresseerd in het analyseren van informatie en het diepgaand begrijpen van dingen. Deze route creëert een langdurige houding en studenten worden minder afgeleid bij het volgen van hun doel.

De perifere route daarentegen richt zich op signalen om positiviteit met de boodschap te associëren.

De verwerking van informatie is niet zo diepgaand en de attitudes zijn van korte duur. Het gaat meer om de context dan om de informatie zelf.

Natuurlijk zullen er groepen zijn waar de combinatie van beide routes nodig is, afhankelijk van de specifieke omstandigheden.

ELABORATION LIKELIHOOD MODEL



Bron: Barradas, 2021.



Activiteiten plannen



De keuze van de activiteiten moet gebaseerd zijn op de resultaten van uw behoeftenanalyses. Definieer eerst het probleem en volg dan de procedure:

Definieer de behoefte/probleem

bijv. Deelnemers weten niet zeker hoe ze een foto moeten verifiëren.

Stel de doelen vast in termen van van gewenste kennis en vaardigheden (ideale toestand van wat uw leerlingen zouden moeten leren)

b.v. De deelnemers zijn zich bewust van de van fotomanipulatie en hebben vertrouwen in het gebruik van hulpmiddelen om een foto te controleren.

Denk aan activiteiten die zullen leiden tot verbetering van de kennis en vaardigheden die u in de vorige stap hebt vastgesteld. Probeer frontale instructie zoveel mogelijk te combineren met verschillende interactieve activiteiten.

bijv. Verspreid artikelen met afbeeldingen die geverifieerd moeten worden in Google Reverse Search of TinEye. (zie meer in Lesplannen)

Meer over de methoden die we aanbevelen in onze lesplannen

Gebruik van mindmaps

Ofwel presenteert u een onderwerp aan uw leerlingen of wordt de deelnemers gevraagd aan een taak te werken, op papier of in elektronische vorm, individueel of in een groep, met ondersteuning van mindmaps, die een geweldig hulpmiddel zijn om het leerproces en het onthouden te verbeteren. Mindmaps zijn grafische weergaven van ideeën door middel van trefwoorden en meestal ook vergezeld van afbeeldingen.

In het traditionele leerproces, dat gebaseerd is op het lezen van een tekst, wordt vooral de linker hersenhelft gebruikt. Maar met grafische voorstellingen, afbeeldingen en kleuren wordt een groter deel van de rechter hersenhelft geactiveerd. Betrokkenheid van beide hersenhelften leidt tot een grotere creativiteit, zodat nieuwe concepten en ideeën kunnen ontstaan.

Bovendien stelt de helderheid van de mindmap ons in staat informatie in een bredere context te zien, niet alleen geïsoleerd, en maakt het ons meer bewust van de verbanden. (Posolda)

Mindmaps helpen ons dus nieuwe ideeën te creëren, beter te begrijpen en ze ondersteunen ook in belangrijke mate ons geheugen. We kunnen ze bijvoorbeeld gebruiken om te leren, te plannen, problemen op te lossen of projecten op te zetten.

Dus hoe werkt het? Begin met het hoofdonderwerp (woord of beeld) in het midden van een stuk papier/scherm. Vanuit de hoofdtop zijn er

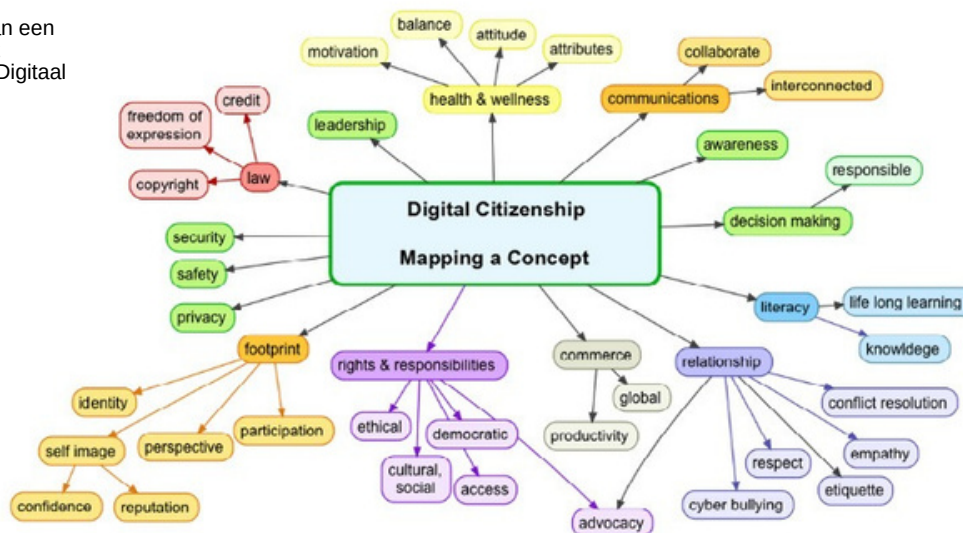
gebogen lijnen (gebogen vanwege de stimulatie van de rechter hersenhelft) die leiden naar subonderwerpen. Vanuit deze zijn er kleinere vertakkingen enz. Het verdient aanbeveling afbeeldingen, symbolen en verschillende kleuren te gebruiken. Mindmaps zijn bedoeld om beknopt en duidelijk te zijn, dus gebruik geen volledige zinnen maar alleen trefwoorden, korte kopjes of korte zinnen.

Het voordeel van leren met mindmaps is dat als je een kaart tekent, je tegelijkertijd ook leert en je je tijdens het tekenen ontspant. We kunnen zeggen dat het een manier van leren is op een natuurlijke manier die niet de re-luctantie veroorzaakt die bij sommige mensen kan ontstaan bij traditioneel leren.

Het wordt aanbevolen om met de hand te tekenen voor een grotere hersenstimulatie, maar er zijn verschillende mind map generatoren online die je kunt gebruiken (zoals <https://www.mindmup.com>). Hun voordeel is dat je ook plaatjes van het internet kunt uploaden als je geen goede tekenaar bent.

Een voorbeeld van een mindmap met het hoofdonderwerp Digitaal Burgerschap

Bron: DeWaard



Jigsaw techniek

De Jigsaw-techniek is een doeltreffend alternatief voor de frontale lesmethode. Het omvat peer-to-peer leren en samenwerking in een team in plaats van alleen maar passief luisteren naar de presentatie van de trainer. Het kan worden toegepast op verschillende activiteiten, zowel theoretisch onderzoek als praktische activiteiten.

Het maakt lessen meestal leuker en motiveert deelnemers omdat ze actief bijdragen aan het leerproces.

De deelnemers worden in groepen verdeeld en elke deelnemer (of paar) krijgt een aparte taak in de groep (bv. de taal van een artikel analyseren, de ander de bronnen controleren, enz.) Maak na enige zelfstudie "expertgroepen" waarin de leden met dezelfde taak uit elke groep samenkomen. Geef hen dan enige tijd om samen het onderwerp te bespreken en presentaties over het onderwerp voor te bereiden. Stuur ze vervolgens

terug naar hun oorspronkelijke groepen en laat hen hun onderwerp voorstellen. Moedig de andere leden van de groep aan om vragen te stellen. Op deze manier, bijvoorbeeld bij het analyseren van een artikel op manipulatietechnieken, krijgen ze samen een volledige analyse en leren ze van elkaar. Door het onderwerp uit te leggen aan andere deelnemers wordt het onderwerp ook dieper in het geheugen gegrift.

De rol van een docent die deze techniek gebruikt is meer die van mentor dan die van trainer. Hij/zij moet assisteren en helpen waar nodig, maar de verantwoordelijkheid moet bij de deelnemers liggen.

Ondersteuning van volwassenen bij het volgen van zelfstudie met behulp van ICT



Een effectieve workshop moet uw leerlingen enthousiast maken om het proces van verdere ontdekking en zelfstudie voort te zetten. In dit opzicht is zelfmotivatie de belangrijkste factor om het kennis- en vaardigheidsniveau van de studenten te verhogen.

Deelnemers zouden uw workshops ook moeten verlaten met een lijst van praktische hulpmiddelen die zij in hun dagelijks leven kunnen toepassen.

Ter ondersteuning van verdere oefening, kijk uit naar de Break the Chain Web app en Dynamic demonstrator die beschikbaar zullen zijn in alle zeven talen!

Hybride/online leren



Hoewel de organisatie van een face-to-face training over desinformatie ten eerste wordt aanbevolen vanwege het in dit handboek belichte rapport en psychologische aspect, kan de situatie vragen om leren op afstand, zoals in het geval van covid-19. Zowel opleiders als studenten moeten er dus rekening mee houden dat het nodig kan zijn een online opleiding te volgen, wat een uitdaging kan zijn voor volwassenen van 55+ en hun opleiders, aangezien sommigen geen ervaring hebben met communicatietechnologieën en afstandsonderwijs.

Wij delen enkele tips die de schok van de overgang naar de digitale omgeving kunnen voorkomen.

Het formaat, de vaardigheden van de deelnemers en de mogelijkheden van uw cursus bepalen of u gebruik maakt van synchroon of asynchroon online leren - of beide. Synchroon leren betekent dat zowel de deelnemers als de trainer tegelijkertijd aan het leren zijn en met elkaar kunnen communiceren. Typische voorbeelden zijn webconferenties of virtuele klaslokalen. Tot de meest vriendelijke behoren Zoom, Google Meet of Microsoft Teams. De link naar de conferentiezaal kan via e-mail worden verzonden en deelnemers kunnen in principe met een paar klikken deelnemen, zodat zelfs minder vaardigen het kunnen redden. Een groot voordeel van synchroon leren is dat een trainer de deelnemers kan bijstaan bij het oplossen van verschillende problemen en hen live via een videogesprek of chat kan begeleiden in de online omgeving. Een geweldige hulpmiddel is ook de functie van schermdeling waarmee trainers vooraf voorbereid materiaal en presentaties kunnen tonen. Het voordeel van het opnemen van een training is dat deze op elk moment kan worden bekeken of herhaald.

Andere voordelen van synchroon leren zijn:

- o Interactie tussen deelnemers.
Uitwisseling van kennis
- o en ervaring tussen
deelnemers.
- o Realtime feedback voor de
instructeur.
- o Training gebeurt op een vast
schema. (Priscila, 2020)

Om de eenrichtingscommunicatie tussen een trainer en de deelnemers tijdens on-linelessen te voorkomen, moet u nagaan of het platform breakout rooms toelaat - privéruimtes die ontworpen zijn om groepsinteractie te vergemakkelijken. Zoom, Google Meet en Teams ondersteunen deze. U kunt uw groep opdelen in kleinere teams en ze apart laten werken. Groepswork is belangrijk en dit kan een online vervanging zijn.

De voordelen van asynchroon leren zijn:

- o Deelnemers kunnen in hun
eigen tijd en schema leren
Minder werk voor trainers
- o Geautomatiseerde taken
verminderen
repetitief werk zoals het geven
van
online lessen en het
beoordelen van
examens (Priscila, 2020)

Bij asynchroon leren daarentegen is er geen real-time interactie tussen de deelnemers. Het gaat om het vooraf creëren van online inhoud die voor de deelnemers op elk moment toegankelijk is. Leerbeheersystemen (LMS) zoals Moodle, waar je het hele lesplan kunt maken, zijn daar een voorbeeld van.

In de onderstaande tabel kunt u verschillende vormen van synchroon en asynchroon leren vergelijken:

Synchroon leren	Asynchroon leren
Traditioneel klaslokaal	Opgenomen les
Instant messaging	E-mail
Onmiddellijke feedback van docent en collega's	Een vraag sturen en wachten op een antwoord
Telefoongesprek	Opgenomen spraakbericht
Persoonlijke training	Online trainingen (zonder live video)
Live webinar	Opgenomen webinar
Groepsgewijs	Zelfstudie
Zelfde tijd	Verschillende tijden

(Priscila, 2020)

De beste optie voor volwassenen van 55+ is waarschijnlijk de combinatie van beide, synchroon en asynchroon leren - het zogenaamde hybride of gemengd leren. Het is een combinatie van live lessen/webinars met vooraf opgenomen lezingen of presentaties die afzonderlijk toegankelijk zijn.



DESINFORMATIE PRAKTISCH DEEL



PRAKTISCH DEEL

Strategische communicatie: Tips hoe te praten met mensen met een andere mening en risicopreventie

Het voorkomen van conflicten is een belangrijk onderdeel van de uitrusting van een docent wanneer hij het terrein van een desinformatie-onderwerp betreedt. Aangezien het emotionele aspect een essentiële rol speelt in dit onderwerp, kan een debat gemakkelijk escaleren in een turbulent conflict. U kunt de emoties van uw leerlingen niet volledig onder controle hebben, maar u moet er klaar voor zijn dat deze situaties zich kunnen voordoen. De volgende tips kunnen u helpen om escalatie van ruzies te voorkomen.

PROBEREN TE BEGRIJPEN, NIET TE OVERTUIGEN

Wees strategisch wat betreft het doel van de training - het doel zou moeten zijn te begrijpen in plaats van te overtuigen. Als je weet wat een uitdagend en langdurig proces het is om iemands overtuiging te veranderen, moet je de verwachtingen van je superkrachten als leraar naar beneden bijstellen en je richten op de juiste voorwaarden die de deur naar het bewustzijn van je leerling kunnen openen.

EEN GOEDE VERSTANDHOUDING IS CRUCIAAL

Hoeveel feiten u ook verstrekt, het zal niet effectief zijn als u er niet in slaagt een goede verstandhouding met uw leerlingen op te bouwen. Je moet respect tonen voor hun mening en een sfeer van vertrouwen scheppen. Maak deel uit van de groep en kijk niet neer op hun meningen en vaardigheden.

Zij moeten voelen dat het niet jij tegen hen is, maar wij tegen een probleem. Daag hen niet uit, maar nodig hen uit om samen naar de waarheid te zoeken.

VRIJHEID OM DE FOUT TE VINDEN

Nogmaals, proberen je leerlingen over te halen hun mening te veranderen op basis van de feiten die je geeft, zal zelden effectief zijn. Hun terughoudendheid wordt vaak veroorzaakt door de angst dat ze gemanipuleerd worden tot een andere mening, dus tenzij ze je echt vertrouwen, kunnen ze moeite hebben te accepteren wat je hen probeert te leren. Laat hen zien dat je vertrouwen hebt in hun capaciteiten en laat hen zelf de fout vinden in plaats van alleen maar te preken. U kunt hen zachtjes navigeren door hen te wijzen op de inconsistenties in hun visie en deze te bespreken.

PREEK NIET, ONDERZOEK

Aangezien de eerste voorwaarde altijd moet zijn dat je de doelgroep begrijpt, moet je niet preken maar vragen stellen. Gebruik geen "Waarom ...?" vragen die uw geconcentreerde studenten kunnen stressen, maar ondersteun hen bij het uitleggen van hun redenen. Vraag hen om meer uitleg door vragen als: "Wat denk je van...?" "Waarop is je veronderstelling gebaseerd?" "Wat zou je mening veranderen?" Door dit onderzoek krijg je ook de kans om de situatie te beoordelen, je verwachtingen bij te stellen en je methoden aan te passen.

OP ZOEK NAAR DE OVEREENKOMST

Het benadrukken van verschillen en het wijzen op de onbekwaamheid en het gebrek aan vaardigheden van uw leerlingen zal alleen maar leiden tot verdere frustratie. Begin met de

vaste grond onder de voeten en zoek uit waar jullie het over eens zijn, bijvoorbeeld: "De internetwereld is verwarrend en het is moeilijk om er de weg in te vinden." "Niemand wil gemanipuleerd worden." Uw leerlingen moeten het gevoel hebben dat ze iets met u gemeen hebben. Om het veld van overeenstemming te versterken, kunt u de extremistische standpunten van uw standpunt opofferen en toegeven dat niets alleen zwart-wit is.

GOUDEN BRUG

Het is belangrijk dat uw leerlingen niet ten koste van alles hun gezicht en waardigheid verliezen. Laat hen zien dat het niet erg is om van overtuiging en mening te veranderen en dat het natuurlijk is om te leren en te groeien.

DUW ZE NIET.

Het kost veel tijd en moeite om iemands overtuiging te veranderen, dus dring niemand op. U kunt alleen navigatie en hulp bieden, maar de uiteindelijke beslissing moet door de studenten zelf worden genomen.

GEEF EEN VOORSPRONG

Wees eerlijk tegen jezelf. Je moet accepteren dat we allemaal vatbaar zijn voor cognitieve vooringenomenheid en dat we allemaal fouten maken die voor onze hersenen vanzelfsprekend zijn. Geef aan jezelf toe hoe moeilijk het is om te veranderen wat we geloven of willen geloven. We zitten in hetzelfde schuitje, alleen onze mate van openheid verschilt. Het enige wat ons kan redden in deze woelige wateren is empathie en het besef van onze kwetsbaarheid. Leg uit waardoor je je mening hebt gevormd en dat je bereid bent je eigen overtuigingen te veranderen.

Hoe weet je of het nepnieuws is?

Vergeet niet erop te wijzen dat er geen gegarandeerd recept is om desinformatie in alle gevallen te herkennen. De situatie verandert zeer snel en met behulp van technologie vinden desinformanten nieuwe manieren om desinformatie te camoufleren. Onderwerpen veranderen ook, omdat ze overeenkomen met brandende kwesties die het publieke debat aanwakkeren. Als het gemakkelijk was, zouden fact-checkers geen uren nodig hebben om feiten te verifiëren en zou desinformatie niet zo wijdverspreid en effectief zijn. Er zijn echter een paar tips om kwaliteitsnieuws van nepnieuws te onderscheiden.

KWALITEITSNIEUWS	FAKE NEWS
Het nieuws moet feiten weergeven die door getuigen zijn vastgesteld. Er mag geen evaluatie, commentaar of speculatie door de verslaggever zijn. Als het verslag gericht is op feitenanalyses of evaluatie, moeten eerst ALLE feiten worden geïntroduceerd, niet slechts één gezichtspunt.	Evaluatie, commentaar, speculaties, slechts één standpunt.
Laten we zelf onze mening vormen.	Legt ons een mening op.
De naam van de auteur is aanwezig.	Anoniem (niemand wil verantwoordelijk zijn).
Bronnen zijn vermeld en traceerbaar.	Er worden geen bronnen genoemd of ze zijn nep.
Ook andere media behandelen de informatie.	Er zijn geen andere media die de informatie behandelen.
De tekst is neutraal, informatief en bevat goede argumenten.	Tekst bevat etiketten, denigrerende uitdrukkingen, slechte of geen argumenten en is overtuigend.
Geeft rationele argumenten.	Roept sterke emoties op.
Foto's staan in de juiste context en de auteur wordt vermeld.	Foto's zijn bewerkt, in de verkeerde context en de oorsprong is twijfelachtig.
Legt de ontvanger geen verplichting op.	Oproepen tot actie.

5 VRAGEN om media-inhoud te beoordelen



De grootste mensenrechten-NGO in Tsjechië, People in Need, pleitbezorgers en leiders van mediageletterdheid op lagere en middelbare scholen, creëerde een praktisch instrument (JSNS, 2018) dat we aanpasten voor het doel van deze handleiding. Om een media-inhoud te beoordelen, moet je 5 basiske vragen overwegen:

HOE?

Hoe trekt de boodschap aandacht? Hoe is de taal en de audiovisuele vorm? Welke emoties roept het op?

Focus op clickbaits en foto's en gebruikte video's. De taal van desinformatie is emotioneel, veroordelend en de auteur spreekt rechtstreeks tot de lezer.

WIE?

Wie is de doelgroep en hoe komt de boodschap bij hen aan? Hoe wordt ze gedeeld? Hoe kan de boodschap de mening, de houding en het gedrag van de ontvangers beïnvloeden?

De desinformatie richt zich op een specifiek publiek. De inhoud en de vorm zijn precies afgestemd op de eigenaardigheid die wordt bepaald door gegevensverzameling en algoritmen.

WIE?

Wie is de auteur? Kunt u informatie over hem/haar vinden? Wie geeft toestemming voor de publicatie?

De specialisatie van de auteur (marketing, journalistiek...) en de verantwoordelijke persoon voor de publicatie van de media kunnen ons helpen de context van de informatie en de mogelijke redenen voor de publicatie ervan te bepalen. Als de auteur zijn/haar identiteit verbergt, moeten we op onze hoede zijn voor de inhoud ervan.

WAT?

Wat is de inhoud van de informatie en welke meningen en waarden zijn aanwezig? Ontbreken andere gezichtspunten? Worden de bronnen vermeld en zijn ze controleerbaar?

Het doel van de boodschap moet duidelijk en gescheiden zijn. Is het nieuws, commentaar of een betaalde advertentie? Bronnen moeten altijd worden vermeld, zodat de lezer de betrouwbaarheid ervan kan controleren. Anders kan iedereen alles verzinnen.

WAAROM?

Waarom is de boodschap gemaakt? Wie profiteert ervan?

De reden waarom informatie werd gecreëerd helpt de motieven en bedoelingen van de auteur te begrijpen. De voordelen kunnen divers zijn: publiciteitsstunt, commerciële winst, empowerment, educatie, enz.

Enkele opmerkingen over de inhoud van desinformatie voorbeelden



Sta open voor de behoeften van uw leerlingen. Vraag hen om u voorbeelden te sturen/mee te nemen naar de klas van informatie die zij op het internet zijn tegengekomen of een stuk informatie/post dat zij willen controleren. Het maakt de relatie met uw leerlingen sterker en u laat zien dat het in de eerste plaats uw bedoeling is hen te helpen zich te oriënteren in de internetjungle.

Ook al is het verleidelijk, probeer voorbeelden van desinformatie te vermijden die gaan over de huidige nr. 1 controversiële politieke kwesties beladen met stormachtige emoties. Je moet altijd klaar zijn om om te gaan met leerlingen met verschillende meningen en overtuigingen, maar als je bijvoorbeeld het gevoel hebt dat sommige politieke kwesties een ongewenste sfeer kunnen brengen, probeer dan voorbeelden van andere onderwerpen te kiezen. Het verdient aanbeveling voorbeelden van valse reclame op te nemen, omdat oudere volwassenen daar gevoelig voor kunnen zijn.

Anderzijds is de motivatie en elaboratie hoger als de informatie persoonlijk relevant is voor het publiek en op een of andere manier verband houdt met de identiteit van de leden. Mensen zullen eerder bereid zijn informatie over de veiligheid van hun gezin te bespreken dan politieke tendensen op een ander continent. Daarom moet uw keuze van de onderwerpen evenwichtig zijn, motiverend maar zonder onaangename emoties op te roepen. U kunt proberen te beginnen met desinformatie die meestal niet gekoppeld is aan overtuigingen of meningen en waarbij de technieken van

manipulatie duidelijker kan zijn. En pas later dezelfde principes toepassen op andere doelwitten van desinformatie. In de lesplannen in het tweede deel van dit handboek gebruiken we enkele algemene voorbeelden in het Engels, maar trainers worden verzocht hun eigen desinformatievoorbeelden voor te bereiden in de moedertaal van de deelnemers en met betrekking tot de culturele achtergrond van het land en de andere kenmerken van de groepen.

Zorg ervoor dat uw cursisten begrijpen dat u er niet bent om hen te vertellen welke informatie goed of fout is. U bent hier om de kennis van technieken en instrumenten door te geven die de informanten gebruiken. Blijf om dezelfde reden objectief en vermijd het uiten van uw persoonlijke overtuigingen en neigingen. Blijf aan de andere kant menselijk en erken dat het een echte uitdaging is om de inventiviteit en sluwheid van desinformanten bij te houden en dat je leerlingen de moed hebben om desinformatie het hoofd te bieden.

Evaluatie



Voor de revisie van verworven kennis, maar ook voor andere activiteiten, kunt u de online quizplatforms gebruiken. Het controleren van begrip in de vorm van een quizspel is niet zo stressvol als toetsen en motiveert leerlingen, jong of oud, meestal om spelenderwijs te leren. Op platforms als Join a Quizizz of Kahoot kunt u gemakkelijk uw eigen test voorbereiden of kiezen uit een quizdatabase over diverse onderwerpen en in verschillende talen, waaronder nepnieuws en desinformatie.

Om feitenkennis, fact-checking vaardigheden, het herkennen van manipulatieve strategieën en de vaardigheid om digitale apparaten effectief te gebruiken te toetsen, kunt u een test geven.

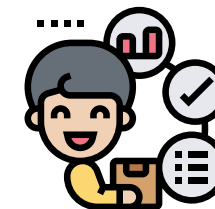
uw leerlingen zeer vergelijkbare of dezelfde ingangs- en finitieve toetsen en meet de vooruitgang.

Een andere methode die de leerlingen helpt hun kennis en vaardigheden te structureren en de opleider in staat stelt het begrip te controleren, wordt 3-2-1 genoemd. Aan het einde van de les wordt de deelnemers gevraagd op te schrijven:

- **Drie dingen die ze geleerd hebben van deze les of van deze tekst.**
- **Twee vragen die ze nog hebben.**
- **Eén aspect van de les of de tekst waar ze van genoten hebben.**

Gebruik de antwoorden van de leerlingen als leidraad voor uw onderwijsbeslissingen. 3-2-1 reacties kunnen u helpen om gebieden van het curriculum te identificeren die u misschien opnieuw moet bekijken of concepten of activiteiten die speciale belangstelling hebben voor leerlingen.

Het delen van 3-2-1 antwoorden is ook een effectieve manier om een klassikale discussie op gang te brengen of om materiaal van de vorige les te bekijken. (Geschiedenis en onszelf onder ogen zien, 2014)





LESPLANNEN EN TIPS VOOR HET LESGEVEN

Lesplannen en tips voor het onderwijs

Het volgende deel van de handleiding bevat enkele tips voor lesplannen over de belangrijkste onderwerpen die uw cursussen kunnen inspireren. In het proces van de les zijn er links naar het theoretische deel van het handboek ter ondersteuning van abstracte conceptualisering. De volgorde van de lessen is aanbevolen, maar kan aangepast aan uw behoeften. De lessen werken individueel, dus u kunt alleen afzonderlijke delen.

Na de opleiding moeten de deelnemers in staat zijn om:



- basisbegrippen in verband met desinformatie en nepnieuws begrijpen en uitleggen
- begrijpen waarom negatieve verhalen worden gebruikt in desinformatie
- begrijpen hoe stereotypen en confirmation bias onze beslissingen beïnvloeden.
- onderscheiden wanneer stereotypen en bevestigingsvooroordelen door desinformanten worden uitgebuit de grondbeginselen van informatieverificatie begrijpen
- de doelstellingen van desinformatie en de gebruikte technieken begrijpen
- de kennis toe te passen op de onafhankelijke verificatie van informatie
- de gevolgen begrijpen van het delen van valse informatie voor de maatschappij en zichzelf
- een foto of video online te verifiëren
- een foto/video onderscheiden die een van een andere gebeurtenis, tijd en plaats (in de verkeerde context)
- begrijpen hoe een foto kan worden bewerkt
- onderscheid maken tussen een mening en een feit in de berichtgeving in de media
- begrijpen welke rol feiten en meningen spelen in een functionerende democratie
- de betrouwbaarheid van de media beoordelen
- begrijpt de werking van gratis sociale sites
- is zich bewust van het bestaan van nepaccounts op sociale sites - trollen en bots
- is zich bewust van de gevaren die sociale sites kunnen inhouden
- begrijpt hoe algoritmen van invloed zijn op wat we online zien
- is zich bewust van de aard van kettingmailings
- begrijpt hoe te reageren op ketting e-mails en desinformatie
- verder kritisch denken en analytische vaardigheden ontwikkelt voor het beoordelen van media-inhoud

TIJD: De aanbevolen tijd is bij benadering. Deze hangt af van het werktempo van de deelnemers en het materiaal/de informatievoorbeelden die in de lessen worden gebruikt. Het doel is niet om zo snel mogelijk te werken, maar om een motiverende werkomgeving te creëren.

VOORBEREIDING VAN DE DOCENT/BENODIGD MATERIAAL: Er wordt verwacht dat u een aantal elektronische apparaten gebruikt in uw lessen (tablets, laptops, mobiele telefoons, enz.) dus het materiaal dat u met de deelnemers deelt is al gedownload naar de apparaten of u kunt een vorm van materiaaldistributie afspreken.

VOORBEELDEN VAN DESINFORMATIE: Er wordt verwacht dat u materiaal in uw eigen taal zult gebruiken en in uw land zult delen. De handleiding is gemaakt voor alle projectpartners en bevat daarom alleen algemene voorbeelden in het Engels. Pas het aan volgens uw behoeften.

Voor voorbeelden in het Engels over diverse onderwerpen, van pandemie tot politiek, vindt u bijv. op de pagina Demagog

DESINFORMATIE: BASISBEGRIPPEN

**TOPIC: VERTROUWD RAKEN
MET DE WERELD VAN
DESINFORMATIE - BASISBEGRIPPEN**

LEERDOELEN:

Het onderwerp desinformatie op een speelse manier introduceren.

Een aangename motiverende omgeving creëren waarin het verwerven van nieuwe kennis leuk is. Basisbegrippen die gebruikt worden in de context van desinformatie en nepnieuws kunnen begrijpen en uitleggen.

(Trainer: Om de huidige kennis en at ties over desinformatie).

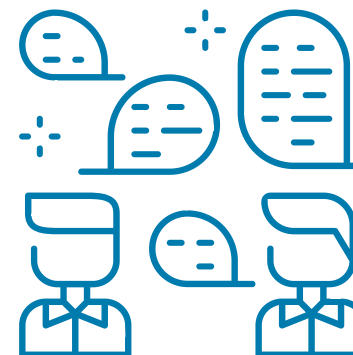
RATIONALE VRAAG:

De les is niet dat volwassenen de termen uit hun hoofd moeten leren. Het is echter belangrijk dat ze de betekenis de betekenis ervan begrijpen en in staat zijn ze te koppelen met voorbeelden.

Aanbevolen wordt dat de deelnemers de lijst met termen te bewaren als persoonlijk naslagwerk en deze te gebruiken wanneer dat nodig is.

TIJD:

45 - 60 min. afhankelijk van de discussie



TRAINER VOORBEREIDING/MATERIAAL NODIG:

kruiswoordraadsel over desinformatie uitgeprint - gebruik een van de gebruiksvriendelijke online kruiswoordraadsels (bijv. <https://crosswordlabs.com>), echte voorbeelden die de termen demonstreren en op een scherm kunnen worden geprojecteerd, naamkaartjes, briefpapier



Lead-in

Frontaal

- Verwelkom uw publiek in de snel veranderende wereld van technologie en media. Verzeker hen dat met zijn tempo, het zeker geen schande is om niet om alle veranderingen bij te houden. Er zijn echter enkele principes die hen zullen helpen niet te verdwalen in de overweldigende toevloed van informatie en het negatieve effect van desinformatie te beperken.

- Nodig hen uit om de belangrijkste termen op het gebied van desinformatie en te begrijpen wat ze betekenen.

- Als deelnemers elkaar niet kennen, gebruik dan naamkaartjes totdat zij (en jij) zich de namen herinneren.

Expositie /
ervaring

Groepen

- Verdeel de deelnemers in groepen.

- Geef iedereen een kruiswoordraadsel.

- Geef ze de ruimte om het eerst individueel door te lezen en op te lossen, daarna in groepjes te controleren en te bespreken.

- Monitor de activiteit en help indien nodig.

Reflecterende
observatie
+
Abstracte
conceptualisering

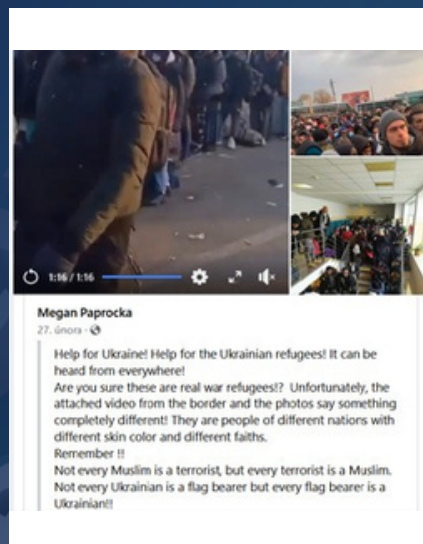
Klasse /
frontaal

- Vraag de antwoorden van de deelnemers en controleer de antwoorden samen.

- Gebruik een bord en zet de termen in een mindmap voor een beter begrip en effectiever onthouden.

- Controleer samen de resultaten en moedig een discussie aan over hoe uw leerlingen de concepten begrijpen. Nodig hen uit om voorbeelden te geven waarmee ze ervaring hebben.

- Het is aanbevolen om een vooraf voorbereide presentatie te hebben vanvoorbeelden die de kenmerken van elk begrip demonstreren. Hoe meer zintuigen erbij betrokken zijn, hoe beter de informatie behouden blijft. De discussiekan zich ontwikkelen als de termen worden gekoppeld aan voorbeelden uit de praktijk.

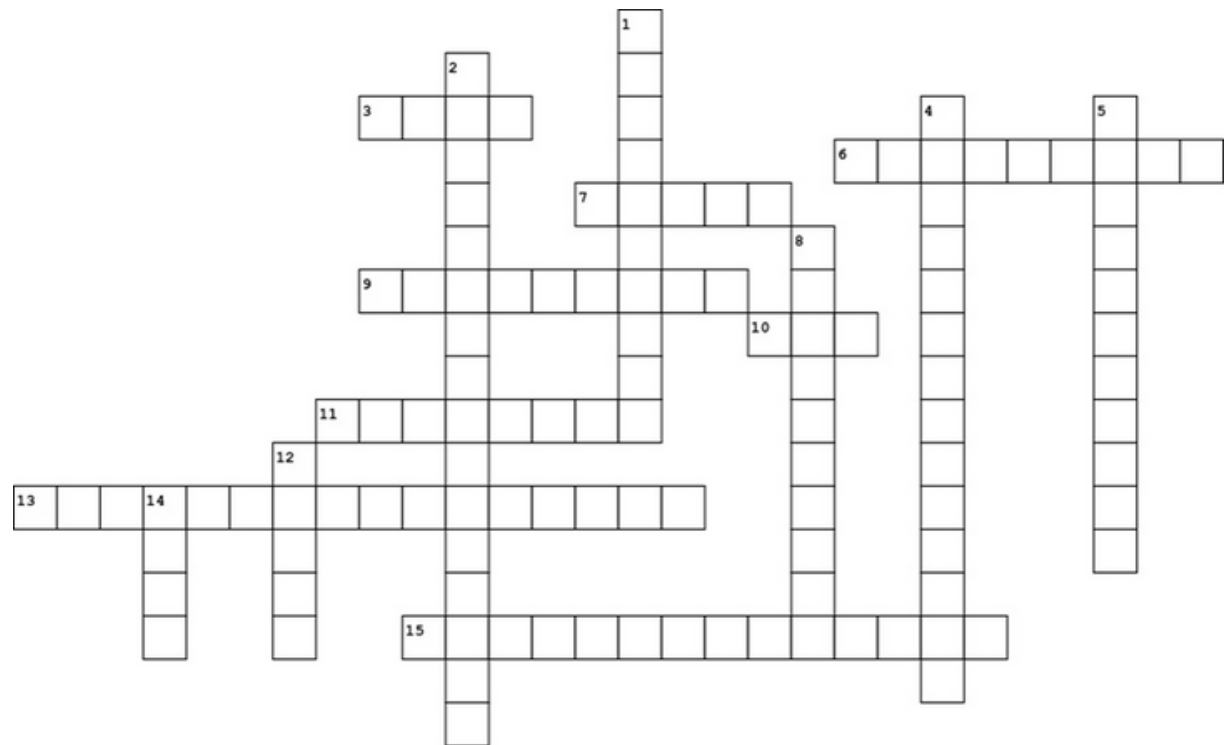


Actief experimenteren

Groepen /
frontaal

- Verdeel de deelnemers in groepen en geef elke groep een reeks voorbeelden van desinformatie (clickbaits, spam, nepnieuws, valse reclame, bijdragen van trollen op sociale sites, enz.)
- Laat hen de kenmerken van de voorbeelden opschrijven en de kenmerken samen.
- Controleer het begrip. Vraag niet "Begrijp je het onderwerp?" maar gebruik specifieke vragen om het begrip van de inhoud van de les, bv. "Wat is het verschil tussen verkeerde en verkeerde informatie?"

Voorbeeld van een
kruiswoordpuzzel in het
Engels:



Over

3 Een voorbeeld van desinformatie in de vorm van alarmerende kettingberichten die de lezer aanmoedigen om het opnieuw te versturen of te delen.

6 Sensationele kop of een stuk tekst dat een emotionele reactie opwekt, soms vergezeld van een provocerende of spannende foto/video. Het is bedoeld om de aandacht te trekken en mensen aan te moedigen te klikken op links naar bepaalde websites die vaak reclame bevatten.

7 Groepen mensen die in cyberspace zijn ontstaan als reactie op de activiteiten en impact van trollen. Zij controleren feiten en bestrijden desinformatie door ze te ontkrachten. Anders dan bij trollenboerderijen wordt hun activiteit niet betaald.

9 Een bulk doorgestuurde e-mail waarvan de inhoud meestal bestaat uit desinformatie, hoaxes, propaganda of commerciële aanbiedingen en een oproep om de e-mail verder door te sturen. Ze kunnen bijlagen bevatten met gevaarlijke computercodes (virus, Trojaans paard) en de e-mailadressen van de ontvangers kunnen worden misbruikt.

10 Een computerprogramma dat automatisch nepprofielen aanmaakt op sociale sites en kan worden geprogrammeerd om autonoom te verspreiden, te delen en commentaar te geven.

11 Nieuwe term voor een soort desinformatie die de inhoud van de nieuwsmedia nabootst. Het is gedeeltelijk gebaseerd op geloofwaardige informatie zodat het betrouwbaar lijkt, maar de toon is nogal sensationeel.

13 Een theorie die een gebeurtenis of een reeks omstandigheden verklaart als het resultaat van een geheim complot van enkele elitaire autoriteiten zoals de regering, geheime diensten of economische groepen.

15 Onjuiste informatie, gecreëerd en gedeeld de intentie om de lezer/luisteraar opzettelijk te misleiden om luisteraar te misleiden om de publieke opinie te manipuleren of te verwarren. publieke opinie te manipuleren of te verwarren.

Naar beneden

Naar beneden

1. Georganiseerde groepen die als hoofdtaak hebben een enorme hoeveelheid desinformatie te produceren en de cybernetische ruimte te overbelasten. Een bekend Glavset-agentschap in Sint-Petersburg bijvoorbeeld heeft meer dan 1000 fulltime bloggers in dienst die een aantal nepaccounts op Facebook en Twitter beheren.

2. Elke vorm van reclame of promotie waarbij de aard, kenmerken, kwaliteiten of geografische oorsprong van goederen, diensten of commerciële activiteiten verkeerd worden voorgesteld. Misleidende of valse reclame kan consumenten ertoe aanzetten om producten te kopen die in werkelijkheid nagmaakt, defect of zelfs gevaarlijk zijn.

4. Valse informatie die wordt gedeeld zonder de bedoeling te misleiden. Typische voorbeelden zijn urban legends - folklore humoristische of gruwelijke verhalen die "een vriend van een vriend" zijn overkomen. De bedoeling is een spannend verhaal te delen met de bedoeling de aandacht te trekken in plaats van de lezer/luisteraar te misleiden en te manipuleren.

5. Persoon wiens taak het is om feitelijke informatie te verifiëren, vooral in iets dat gepubliceerd wordt.

8. Informatie verspreiden om doelbewust ideeën, houdingen en gedrag van het publiek te vormen zodat de reacties in overeenstemming zijn met iemands bedoelingen en behoeften.

12. Een persoon die deelneemt aan online discussies en geschillen aanwakkert, andere discussianten provoceert en beledigt, van het onderwerp afleidt en alles voedt met cynisme en wantrouwen. Over het algemeen is hun doel de publieke opinie te manipuleren en de bevolking tegen elkaar op te zetten. Sommigen doen het voor hun plezier, anderen worden betaald voor deze activiteit.

14. Ongevraagde berichten, meestal een e-mail, die op grote schaal op het internet worden verspreid. Oorspronkelijk commercieel, nu kan het allerlei soorten manipulatieve inhoud bevatten.

TIPS:

- IAls uit de behoeftenanalyse blijkt dat de kennis over het onderwerp zeer gering is, overweeg dan eerst voorbeelden te introduceren en te bespreken en ga dan verder met de kruiswoordtaak. Voor sommige deelnemers kan het namelijk frustrerend zijn om met zoveel nieuwe termen tegelijk geconfronteerd te worden.
- Afhankelijk van het kennisniveau van de deelnemers ipers, geef het kruiswoord MET of MET-OUT hint = de lijst van termen waaruit gekozen kan worden. Met de doelgroep 55+, raden wij aan het op te nemen in de opdracht op te nemen om de oriëntatie te vergemakkelijken.
- Benadruk het concept intentie als het verschil tussen tussen verkeerde informatie en desinformatie.
- Herinner uw leerlingen eraan dat het beslist niet nodig is dat het zeker niet nodig is om de termen en definities uit het hoofd te leren. Integendeel, de lijst moet dienen als een referentie waarnaar de studenten kunnen teruggrijpen tijdens het proces van de opleiding. Moedig hen aan de lijst de lijst mee naar huis te nemen, zodat ze het kunnen gebruiken als een woordenboek wanneer nodig.



POSITIEVE VERHALEN

**TOPIC: HET OPBOUWEN VAN EEN
GOEDE VERSTANDHOUDING,
VERTROUWEN EN HET MOTIVEREN
VAN LEERLINGEN OM NEGATIEVE
VERHALEN TE BESTRIJDEN**

LEERDOELEN:

Om deelnemers te motiveren om samen met jou in actie te komen voor een gezamenlijk doel. Om te begrijpen waarom negatieve verhalen worden gebruikt in desinformatie.

RATIONALE:

Het lesplan is geïnspireerd door openbare vertellingen, een praktijk voor leiderschapsontwikkeling ontwikkeld door Marshall Ganz. (Narratieve kunsten, 2021) Het sociale aspect van de les is evident: onforhelaas, soms kan zelfs het gebrek aan communicatie volwassenen tot desinformatie kan leiden. Een groep vindt een gemeenschappelijk posien begrijpt hoe het kan worden gebruikt om desinformatie te bestrijden. gebruikt kan worden om desinformatie te bestrijden.

TIJD:

90 min (+ 30 min) - kan worden gesplitst

TRAINER PREPARATION/MATERIAL NODIG:

flip chart/scherm, vooraf voorbereid onderwerp voor een aactiviteit: "controversiële" gebeurtenis of situatie in zijngeschiedenis die is misbruikt voor het verspreiden van desintegratie (bijvorming (bv. oorsprong van COVID-19, 5G-netwerkenz.)

Lead-in

TIPS:

- U kunt deze les aan het begin gebruiken, evenals en gedurende de hele cursus. Het voordeel van voordeel van het gebruik als eerste activiteit is het opbouwen van contact en motivatie terwijl later of aan het eind van de cursus, na het verwerven van enige kennis overdesinformatie, geeft het de deelnemers meer kansen om zich bewust te worden van de impact van desinformatie op ons gedrag.

Groepen / klas

- Afhankelijk van het aantal deelnemers, een discussie uitlokken in kleine groepjes of als hele klas.
 - o Wat is een complottheorie?
 - o Ken je voorbeelden?
 - o Waarom denk je dat complottheorieën succesvol kunnen worden? Welke technieken gebruiken samenzweerdere?
- Bespreek samen. Jullie moeten komen tot het onderwerp van negatieve en positieve verhalen.

Concrete

ervaring

- Als u vindt dat uw leerlingen zich nog schamen om in de klas te spreken, begin dan met kleinere groepjes en bespreek die dan samen.

VERHAAL VAN ZELF

- Ga in een kring zitten en geef de deelnemers een minuut om na te denken over een vraag:
- "Waarom ben jij, persoonlijk, hier?" (In een andere context dan een klas kun je vragen: "Waarom ben je je geroepen tot waartoe je geroepen bent?")
- Iedereen heeft een verhaal te vertellen en een ervaring die hem/haar naar de zaak heeft geleid. Het is belangrijk te leren luisteren naar verhalen van anderen en deze oefening nodigt luisteraars om zich te verbinden met de verteller.
- Het is aanbevolen om de antwoorden op te schrijven voor de volgende stappen.

VERHAAL VAN ONS

- In het tweede deel creëer je een collectief verhaal dat ook kan worden omschreven als "gedeelde doelen, doelstellingen en visies".
- Laat de deelnemers het collectieve verhaal definiëren samen bepalen: "Waarom zijn we hier?"

VERHAAL VAN NU

- In de woorden van Ganz, moet deze fase bepalende uitdaging waar deze gemeenschap nu voor staat, de keuzes die ze moet maken en de hoop waarnaar we kunnen streven. (Verhalende kunsten, 2021)
- Dit verhaal moet de voorgaande fasen weerspiegelen.
- U kunt het debat ook leiden naar de waarden die zij willen volgen. Hoogstwaarschijnlijk zul je de positieve krijgen (veiligheid, vrijheid, vrede enz. - fundamentele menselijke behoeften)
- Deze stap creëert een gevoel van gemeenschap belangrijk voor het opbouwen van vertrouwen.

DE VERHALEN MET ELKAAR VERBINDEN

- De laatste fase van de activiteit is het koppelen van de verhalen aan elkaar.
- Elke persoon zal nu zijn positieve verhaal inclusief een uniek persoonlijk en het verhaal van de gemeenschap.
- Je publieke verhaal kan in de loop van de tijd veranderen tijd veranderen, bijvoorbeeld volgens de uitdagingen waarmee uw gemeenschap wordt geconfronteerd - dit dit proces is nuttig omdat het doel niet is om een definitief script te produceren, maar eerder om te leren het proces. Vervolgens kunt u de verhalen steeds opnieuw genereren, afhankelijk van uw behoeften.

Klasse

**Reflexieve
observatie**

Klasse

- Reflecteer en bespreek wat er in de vorige activiteit gebeurde.
- Moedig de deelnemers aan om uit te drukken hoe ze zich in afzonderlijke fasen voelden.

**Abstracte
conceptualisering**

Klasse

- Keer nogmaals terug naar de onderwerpen negatieve en positieve verhalen. Op basis van de ervaringen van deze les moeten de deelnemers zich bewust zijn van de voordelen die verhalen in ons leven brengen en hoe desinformanten en samenzweersers deze tendens kunnen uitbuiten.

**Actief
experimenteren**

**Groepen
/ klas**

- Zoek een "controversiële" gebeurtenis of situatie in de geschiedenis die misbruikt is misbruikt voor het verspreiden van desinformatie (bv. oorsprong van COVID-19, 5G-netwerk enz.)
- De deelnemers krijgen de opdracht het internet af te struinen en een artikel dat het nieuws meldt.
- Eén groep (groepen) zal zich richten op het vinden van een artikel gebaseerd op positieve verhalen en de andere groep(en) zal (zullen) zich richten op nieuws met negatieve verhalen.
- Laat ze na afloop de artikelen presenteren.
- Vergelijk en contrasteer samen de resultaten. Bespreek hoe wat we lezen ons gedrag kan beïnvloeden.

**Actief
experimenteren
(activiteit 2 -
optioneel)**

**Groepen /
Individueel
(ingesteld als
huiswerk)**

- U kunt uw les eindigen met een creatieve en leuke opdracht, maar aangezien het een uitdaging kan zijn voor de deelnemers, moet u ervoor zorgen dat zij het doel van de activiteit begrijpen.
- Net als in de vorige fase verdeelt u uw leerlingen in groepen verantwoordelijk voor positieve of negatieve verhalen. Stel een onderwerp vast, bv. MAANLANDING
- Laat de groepen een kort artikel schrijven - de ene groep gebruikt de ene groep gebruikt negatieve verhalen, de andere groep positieve verhalen. (Als u denkt dat schrijven te moeilijk zou zijn voor uw leerlingen, kunt u ze gewoon artikelen over het onderwerp analyseren en argumenten voorbereiden argumenten voor te bereiden als positieve of negatieve verhaallijnen worden gebruikt, zoals ze in de les hebben gedaan in de les.)
- Lees, bespreek en heb plezier.

STEREOTYPEN EN BEVESTIGINGSVOORoorDELEN

TOPIC: MENSELIJKE GEVOELIGHEID VOOR BESLUITVORMING OP BASIS VAN STEREOTYPEN EN BEVESTIGINGSVOORoorDELEN

LEERDOELEN:

Begrijpen hoe stereotypen en bevestigingsvooroordeelen onze beslissingen beïnvloeden.

Kunnen onderscheiden wanneer stereotypen en confirmation bias worden uitgebuit door desinformanten.

Verder kritisch denken en analytische vaardigheden ontwikkelen om media-inhoud te beoordelen.

RATIONALE VRAAG:

Onze besluitvorming wordt beïnvloed door vele factoren. Stereotypen en bevestigingsvooroordeelen, die ons gewoonlijk helpen ons te oriënteren in de ingewikkelde wereld, worden vaak uitgebuit door de desinformanten, omdat ze weten hoe onze hersenen werken.

De les is om aan te tonen dat het niet gemakkelijk is om aan de invloed van stereotypen en confirmation bias te ontsnappen, maar het bewustzijn van deze verschijnselen helpt de negatieve gevolgen ervan te beperken.

TIJD:

90 min.

TRAINER VOORBEREIDING/MATERIAAL

NODIG:

screenshots/artikelen video's van desinformatie uitbuiten van stereotypen, scherm/bord/flipschets

Lead-in



Frontaal / klasse

- Breng een discussie op gang over stereotypen. Wat zijn stereotypen? Waarvoor dienen ze? Zijn ze goed of slecht? Op welke manieren kunnen ze schadelijk zijn?
- Als voorbeeld kunt u een mindmap maken en stereotypen oproepen over een volk, bijvoorbeeld Tsjechen.

Concrete
ervaring /
Reflexieve
observatie

Groepen

- Verspreid enkele voorbeelden/screenshots/video's van stereotypering in desinformatie, bv. immigranten in Europa zoals in het ontcrachte nieuws hieronder. U kunt één voorbeeld gebruiken (gemakkelijker) of elke groep kan aan een ander werken.

- Geef hen de opdracht het artikel te analyseren en voorbeelden te vinden wanneer voorbeelden waarin stereotypen zijn gebruikt om haat te zaaien.



Bron: EU vs. Disinfo, Demagog

In Sweden, Swedish women have no protection from sexual assault by men of colour. Raping Swedish women is becoming a right for men of colour. Swedish women are afraid to report rapes because they might be accused of hate crimes by the police just because they denounced sexual assault by a man of colour.

The Swedes are such sheep that they reelect governments that favor immigrant invaders over ethnic Swedes.

Reflexieve
observatie /
Abstract
conceptualisering

Frontaal / klasse

- Vraag de groepen naar hun bevindingen.
- Bespreek het gebruik van stereotypen in desinformatie en probeer meer voorbeelden te vinden die de deelnemers zijn tegengekomen.
- Leg uit dat stereotypen onder andere versterkt worden door confirmation bias. In het volgende deel van de les zullen de deelnemers leren wat het is en hoe het samenhangt met de kwestie.

Expositie /
Concrete ervaring

Frontaal / groepen

- Verdeel uw leerlingen in groepen of werk allemaal samen.
- Begin met een probleemoplossend spelletje/puzzel. Vertel de deelnemers om de getallenreeks af te maken en te raden aan welke regel de reeks voldoet:

2	4	8	?	?	?
---	---	---	---	---	---
- Geef hen een minuut om over het antwoord na te denken, in groepjes of alleen.
- Vraag de antwoorden. Vraag eerst naar de cijfers. Bevestig door JA te zeggen of wijs af door NEE te zeggen. In de meeste gevallen zal het antwoord bevestigend zijn. Ten tweede, vraag naar de regel (zeg hen voorzichtig te zijn met het antwoord) - en bevestig of verwerp opnieuw.
- Uw regel is heel eenvoudig: Elk getal moet groter zijn dan het vorige... het. De meeste volwassenen, getraind door ervaring, zullen met een lastig antwoord komen: Elk getal is het dubbele van het vorige. En dan maken ze een klassieke psychologische fout. Ze verwachten niet het antwoord "nee" te horen. Soms, kunnen de reacties emotioneel zijn. Laat ze raden totdat iemand de regelregel juist raadt of de klas het opgeeft.

Voor Engelstaligen is de puzzel [hier](#) ook online beschikbaar.
- U kunt ook voorstellen (misschien als huiswerk) om Mahzarin Banaji-tests uit te proberen als deze beschikbaar zijn in uw taal ([hier online](#)). Het zijn algemeen erkende impliciete associatietesten, of IAT, die helpen wijzen op de "duimafdruk van de cultuur op onze hersenen."

**Reflexieve
observatie /
Abstract
conceptualisering**

Klasse / frontaal

- De reactie die volgt op het moment dat het antwoord "nee" is, wordt confirmation bias genoemd. Mensen geloven eerder informatie die past bij hun reeds bestaande overtuigingen en gaan ook eerder op zoek naar dergelijke informatie. Het laat ook zien hoe we beslissen op basis van onze eerdere ervaringen. Bij deze oefening neigt de overgrote meerderheid van de mensen eerder naar het bevestigen van hun theorie dan naar het ontcrachten ervan. We nemen beslissingen onder invloed van onze reeds bestaande overtuigingen - confirmation bias. Het is niet slecht, maar we moeten ons bewust zijn van het feit dat er andere gezichtspunten zijn, misschien tegenstrijdig.
- Bespreek het proces van onze besluitvorming met de hele klas. Leg uit wat er gebeurde tijdens het oplossen van de puzzel en hoe confirmation bias werkt.
- Eliciteer een discussie over de boodschap die we uit deze kennis: Als we een theorie willen testen, kunnen we niet alleen zoeken naar voorbeelden die hem bewijzen. Zelfs als we denken dat we gelijk hebben, moeten we ervoor zorgen dat we vragen stellen die daadwerkelijk een antwoord van "nee" opleveren. Maar we zijn ook maar mensen.
- Als je weet dat het onderwerp COVID-19/vaccinatie je klas niet zal storen gebruik het dan als voorbeeld en wijs erop hoe de desinformatie is aangewakkerd door de twee tegengestelde partijen terwijl ze elk de neiging hadden hun standpunt te verdedigen door zich alleen te richten op het kiezen van de ondersteunende argumenten.

63

**Actief
experimenteren**

Groepen / klas

- Verdeel de deelnemers in groepen en verdeel artikelen/posts waarin opzettelijk stereotypen worden gebruikt. Laat ze zoeken naar voorbeelden van stereotypering.
- Vraag hen te beschrijven welk type lezer geneigd zou zijn om op dit artikel te klikken en de inhoud ervan te geloven.
- Bespreek samen.

MENING VERSUS FEIT

**TOPIC: HET SAMENVOEGEN VAN
EEN MENING MET EEN FEIT ALS
METHODE VAN
NIEUWMANIPULATIE**

LEERDOELEN:

Onderscheid maken tussen een mening en een feit in de berichtgeving in de media.

Verder ontwikkelen van kritisch denken en analytische vaardigheden voor het beoordelen van media-inhoud.

Begrijpen welke rol feiten en meningen spelen in een goed functionerende democratie.

RATIONALE:

Het publiek verwacht meningen vaak met feiten en desinformanten buiten deze situatie uit. In een democratische democratische samenleving kan niemand gestraft worden voor zijn meningen, dankzij de vrijheid van meningsuiting.

Maar wanneer desinformatie opzettelijk opinie/vervormde werkelijkheid als feiten en hetpubliek het zo ervaart, moeten we het onbegrijpen als een vorm van manipulatie. In deze les oefenen de deelnemers in het onderscheiden tussen meningen en feiten in media-inhoud.

TIJD:

60 min

TRAINER VOORBEREIDING/MATERIAAL

NODIG:

voorbeelden van meningen vs. feiten

Lead-in



64

Frontaal / klasse

- Stimuleer een discussie over deze onderwerpen:
 - o Wat is journalistiek? Hebben meningen een plaats in de journalistiek?
- Wijs op het verschil tussen nieuws berichtgeving en opiniestukken.

Concrete ervaring

Groepen



- Deel door elkaar gehusselde voorbeelden van meningen en feitelijke uitspraken in de groepen, zoals:

Mensen hebben zuurstof nodig om te overleven. X Zuurstof is het belangrijkste element.

De hoofdstad van Italië is Rome. X Rome is de mooiste stad van Italië.

Mensen houden katten als huisdier. X Katten zijn de beste huisdieren.

Oudejaarsavond is op 31 december. X Oudejaarsavond geeft je een kans om je leven te veranderen.

In 2021 maakte 95% van de jongeren in de EU dagelijks gebruik van het internet. X Tieners gebruiken het internet om hun tijd te verdoen op sociale media.

De wettelijke drinkleeftijd is 18 jaar. X De wettelijke drinkleeftijd moet omlaag naar 16.

- Een gemakkelijkere versie is het geven van variaties op hetzelfde onderwerp zoals in de voorbeelden hierboven. In een moeilijkere versie gebruikt u verschillende onderwerpen.
- Laat de deelnemers beslissen of een uitspraak een feit of een mening is en waarom ze dat denken.

Reflexieve
observatie /
Abstracte
conceptualisering



Klasse



Bron: Facebook / Twitter

- Vraag de groepen om antwoorden. Laat hen bepalen hoe we een feit van een mening kunnen onderscheiden. Hier zijn enkele hints:

ADVIES:

- o Gebruik van bevooroordeelde woorden (beste, betere, goede, slechtste, waardeloos...)
- o Gebruik van kwalificerende woorden (altijd, zou kunnen lijken, zou niet mogen, nooit...)

FEITEN:

- o Kunnen worden bewezen of aangetoond.
- o Kan worden geverifieerd aan de hand van betrouwbare documenten of getuigen.
- Voor een beter begrip en het verband met de journalistiek kunt u voorbeelden geven van desinformatie-artikelen op basis van meningen en nieuwsberichten op basis van feiten en bespreken of feiten of meningen worden gebruikt.

**Actief
experimenteren**

Twee groepen

- Vraag de deelnemers om een spelletje Reporters en commentatoren te spelen. Verdeel ze in twee groepen.
- Moedig hen aan een kort artikel te schrijven voor hun krant met behulp van dezelfde hints, maar de verslaggevers maken een nieuwsbericht, terwijl de de commentatoren een opiniestuk maken. Natuurlijk kunnen de deelnemers informatie van internet halen.
- Stel een onderwerp vast, bijvoorbeeld WAT ZIJN CHEMTRAILS.
- Moedig beide groepen aan hun artikelen hardop voor te lezen. Bespreek



TIPS:

De les is ook een goed uitgangspunt voor een discussie over vrijheid van meningsuiting.

o Zijn we vrij om alles te zeggen over iedereen, ook al is het maar onze mening is?

o Zijn er grenzen aan de vrijheid van in een democratische samenleving?



DOELSTELLINGEN EN TECHNIEKEN VAN DESINFORMATIE

**TOPIC: IDENTIFICATIE VAN
DESINFORMATIEDOELLEN EN -
TECHNIEKEN IN MEDIA-INHOUD**

LEERDOELEN:

De grondbeginselen van informatieverificatie begrijpen

De doelen van desinformatie begrijpen en de gebruikte technieken

Vaardigheden oefenen die nodig zijn voor een onafhankelijke en kritische beoordeling van media-inhoud

De gevolgen begrijpen van het delen van valse informatie voor de samenleving en zichzelf

RATIONALE VRAAG:

Vooraf oudere mensen, gewend aan een bepaald niveau van moraal in de samenleving, argumenteren vaak: "Waarom zouden ze het doen? Waarom zouden ze liegen?" Dat is waarom wij het belangrijk om een discussie te leiden over de mogelijke motieven en doelen die desinformanten kunnen hebben.

Media-inhoud kan op zoveel manieren worden gemanipuleerd dat het onmogelijk is de technieken samen te vatten in één principe.

technieken in één principe samen te vatten. Hoewel het misschien klinkt als een moeilijke uitdaging voor uw leerlingen, is het belangrijk hen te kalmeren door een manier aan te bieden om zich op de technieken afzonderlijk te het gebruik van een beknopte handleiding.

TIJD:

90 - 120 min + 30 min optionele taak

TRAINER VOORBEREIDING/MATERIAAL

NODIG: artikelen/video's waarin deelnemers verschillende desinformatie technieken kunnen herkennen, samenvatting van doelen en technieken
(opgenomen in de handleiding - links in het lesplan)

TIPS

- Adviseer de deelnemers de handleiding met 5 vragen te gebruiken totdat zij zich zeker genoeg voelen om de inhoud zonder zijn aanwijzingen te beoordelen.

Frontaal / klasse

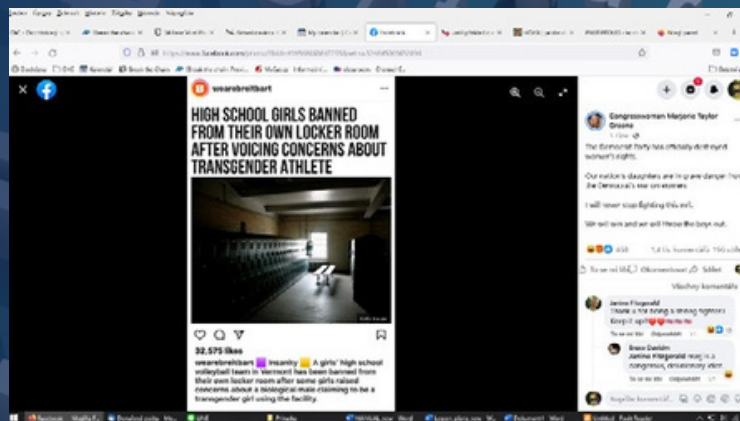
Lead-in

- Breng een discussie op gang over de motieven en doelen die kunnen leiden tot het creëren van nep nieuws en desinformatie in het algemeen.
- Geef voorbeelden en vermeld de mogelijke redenen in visuele vorm.
- Leg uit waarom informatieverificatie een moeilijke taak kan zijn en bespreek het beroep van een feitencontroleur.
- Introduceer de hulpmiddelen die de deelnemers kunnen gebruiken om informatie te verifiëren. Verwijs hen naar de samenvatting van 5 vragen uit de handleiding.

Concrete
ervaring

Groepen

- Verdeel voorbeelden van desinformatieve media-inhoud in groepen.
 - Instrueer de groepen te zoeken naar verdachte technieken die manipulatieve inhoud kunnen signaleren.
 - Moedig hen aan de informatie te verifiëren bij andere bronnen, op Google maps, enz. afhankelijk van het soort inhoud.
- Vergeet bij socialemediaposts niet de aandacht van de deelnemers te wijzen op het commentaar van degene die de post heeft gedeeld, vooral als het een publiek figuur is. Desinformanten delen desinformatie met een specifieke bedoeling, niet alleen om te informeren.



Bron: Facebook / Twitter

Reflexieve

observatie

Klasse

- **Scherp** de voorbeelden af zodat iedereen ze samen kan zien en analyseren.
- Controleer het begrip tijdens het proces en leg nieuwe concepten uit.
- Eliciteer een **discussie**:
 - o Wat zou het doel kunnen zijn van de auteur van het artikel, in volgens u? Waarom denk je dat?

**Abstracte
conceptualisering**

Klasse

- Geef een visuele lijst van technieken en trucs en neem ze samen door. Leg zo nodig uit en geef meer voorbeelden.

70

**Actief
experimenteren**

Individueel

- Deze opdracht kan worden uitgevoerd als onderdeel van de les of als huiswerk.
- Laat de deelnemers een artikel/post maken met behulp van desinformatie technieken en trucs. Ze kunnen hun artikel voorzien van een afbeelding.
- Het onderwerp kan willekeurig zijn of u kunt er een bepalen zoals: Een groep van volwassenen komt regelmatig samen op (compleet met de naam van uw locatie).
- De dapperen kunnen hun resultaten in de klas delen. Het is meestal een leuke activiteit.

BRONNEN

TOPIC: KWALITEITSCRITERIA VOOR DE BEOORDELING VAN SERIEUZE JOURNALISTIEK IN VERGELIJKING MET ONBETROUWBARE BRONNEN

LEERDOELEN:

De betrouwbaarheid van media kunnen beoordelen Criteria van betrouwbare bronnen invoeren.

RATIONALE VRAAG:

Hoewel het een kwestie van overtuiging en overtuigingen, is het essentieel om het onderwerp van de geloofwaardigheid van de media met uw leerlingen te bespreken. In het dagelijks leven verifiëren mensen meestal niet elk stukje informatie, maar vertrouwen zij op een specifieke bron die zij als betrouwbaar en onafhankelijk beschouwen. Hoewel het lastig kan zijn om daar achter te komen, zijn er tekenen die ons moeten waarschuwen dat de bron eerder subjectief en manipulatief is dan objectief en informatief. Deze les helpt volwassenen het verschil te zien.

U kunt ook vermelden dat de voorstanders van serieuze, kwaliteitsvolle en objectieve journalistiek in Europa de kwestie van de mediawaardering behandelen, die als referentie kan dienen voor uw leerlingen. (U vindt de links naar de nationale mediawaardering in de bijlage)

TIJD:

45 min

TRAINER VOORBEREIDING / MATERIAAL NODIG:

links naar zowel betrouwbare als onbetrouwbare/vertrouwde bronnen in uw land, samenvatting van betrouwbare criteria voor betrouwbare bronnen (opgenomen in de handleiding)

Lead-in

TIPS:

- Geïnteresseerden kunnen de wereldpersvrijheidindex van Reporters without borders [hier](#) op hun webpagina bekijken.



71

Pairs / class

- Begin met een discussie in tweetallen (deelnemers kunnen in paren wisselen als u relaties bevordert of wilt dat ze elkaar elkaar leren kennen):

o Welke media/platforms gebruik je om het nieuws te volgen?

o Welke andere media leest/kijkt/luistert u?

**Concrete
ervaring**

Groepen

- Verspreid links naar media webpagina's/sites die actief zijn in uw land. Voor een betere vergelijking raden wij aan om elke groep twee links te geven - één naar serieuze kwaliteitsmedia en de tweede naar minder serieuze of zelfs desinformatieplatforms.
- Laat de groepen de pagina's analyseren en zeggen of zij de media betrouwbaar achten en waarom. Werk met het concept dat niets zwart-wit is en terwijl betrouwbare bronnen niet altijd aan ALLE criteria voldoen, kunnen de onbetrouwbare aan sommige ervan voldoen. Het is aan ons om te concluderen welke kenmerken overheersen.
- Als u weet dat het vaardigheidsniveau laag is, kunt u de deelnemers een samenvatting geven van betrouwbare broncriteria. Voor een meer uitdagende taak kunt u de samenvatting overlaten aan de abstracte conceptfase.

**Reflexieve
observatie**

Groepen

- Vraag de groepen na te denken over hun ervaring en de media aan andere groepen voor te stellen.

72

**Abstracte
conceptualisering**

Frontaal / klasse

- Neem samen de samenvatting van betrouwbare mediacriteria door. Gebruik de mediaplatforms uit de opdracht om de kenmerken te demonstreren.
- Wijs op het verschil tussen traditionele massamedia en sociale media - er is een aparte les over algoritmen.

FOTOMONTAGE EN FOTOMANIPULATIE

TOPIC: VERIFICATIE VAN FOTO'S EN VIDEO'S ONLINE

LEERDOELEN:

Een foto of video online kunnen verifiëren.

Om een foto/video te kunnen onderscheiden die van een andere gebeurtenis, tijd en plaats (in de verkeerde context).

Begrijpen hoe een foto kan worden bewerkt.

Oefenen van peer-to-peer leren in kleine groepjes.

RATIONALE:

Vooraf deelnemers met lagere ICT-vaardigheden kunnen zich nauwelijks voorstellen hoe krachtig de technologie is voor het manipuleren en monteren van foto's en video's. De technologische vooruitgang en de mogelijkheid om foto's en video's buiten hun oorspronkelijke context te delen, maken ons allemaal vatbaar voor manipulatie. Na de les zouden de deelnemers zich bewust moeten zijn van de instrumenten die desinformanten in handen hebben en de manieren waarop we foto/video-inhoud kunnen verifiëren. Aangezien video's niet zo gebruikelijk zijn voor desinformatie, werken we in het lesplan met foto's, maar die kunnen altijd worden vervangen door video's.

TIJD:

60 – 90 min

TRAINER **VOORBEREIDING/MATERIAAL NODIG:**

voorbeelden van foto/videomontage en foto/video videomanipulatie, plug-in InVid geïnstalleerd op de apparaten voor het verifiëren van video's

Lead-in / Ervaring /
Reflexieve observatie

Klasse

73

- Zoek enkele voorbeelden van fotomanipulatie en meng ze met objectieve fotojournalistiek. Hieronder staan enkele suggesties. Leuke online tools zijn het genereren van valse (niet bestaande) gezichten - <https://thispersondoesnotexist.com> of een spel waarbij het de taak is om te vertellen of het gezicht nep of echt is - <http://www.whichfaceisreal.com/>
- Organiseer een stemronde over de waarheidsgetrouwheid van de fotodocumentatie. Scherm de foto's af en/of laat de deelnemers de foto's op hun apparaten bekijken.
 - Stem - ofwel traditioneel om een beetje lichaamsbeweging in de klas te krijgen of als de deelnemers graag technologie willen gebruiken, gebruik dan enkele online polling tools, bv. Slido.
 - Controleer samen de antwoorden.
 - Discussieer waarom de deelnemers denken dat foto's en video's een gevaarlijke bron van desinformatie kunnen zijn.
 - Het doel van de ijsbrekeractiviteit is te laten zien dat het onmogelijk is om zonder verificatie met het blote oog te zien of een foto niet nep is.

Abstracte conceptualisering

Frontaal

- De eenvoudigste methoden om een foto te verifiëren zijn via Google Image reverse search of TinEye.
- Gebruik een voorbeeld om de deelnemers te leren hoe ze te werk moeten gaan.
- Vergeet na het uploaden van de foto in de zoekbalk van Google niet om de Tools knop te vermelden waarmee u kunt zoeken naar verschillende grootte versies van de foto.
- TinEye kan zelfs bewerkte versies van foto's vinden. Raad uw leerlingen een Grootste Afbeelding optie te gebruiken om de mogelijke oorspronkelijke foto te vinden, omdat elke bewerking de grootte vermindert en de kwaliteit van de foto aantast.
- Voor de verificatie van video's, eerst de deelnemer instrueren om te zoeken naar verdachte borden - vervormde verhoudingen, schaduwen, als autonummers, winkelborden en straatnamen overeenkomen met de stad waar ze zouden moeten zijn gefilmd u kunt de plaats ook controleren op Streetview van Google maps (ook van toepassing op foto's), bekijk het weer voor de specifieke tijd en plaats met behulp van de archieven van weersvoorspellingswebsites (bijv. Weather Underground)
- Om een originele video te vinden kun je de YouTube Data Viewer van Amnesty International gebruiken, waarmee je een exacte uploaddatum en -tijd kunt verduidelijken en kunt controleren of een YouTube-video al eerder op het platform is geplaatst.
 - Laat de deelnemers zien dat je ook screenshots van een video kunt maken en gebruik dan dezelfde procedure als bij afbeeldingen.
 - Meer gevorderde leerlingen kunnen ook de InVid plug-in installeren op hun toestellen, die allerlei informatie geeft over de video, onder meer wanneer hij werd geüpload.

74

Actief experimenteren

Groepen

- Verspreid artikelen in digitale vorm met te controleren afbeeldingen.
- U kunt elke groep dezelfde foto geven (gemakkelijkere optie) of verschillende foto's gebruiken (moeilijker).
- Geef de groepen de opdracht om de beelden te verifiëren.
- Observeer en help indien nodig.

Reflexive observation

Voorbeeld van fotomanipulatie **VOOR** het nemen van de foto:

- scèneopstelling, verschillende hoeken/perspectieven - uitzicht van boven, onder, zoom in of uit...



Een voorbeeld van hoe het perspectief van belang is. Terwijl het lijkt dat Prins William een middelvinger geeft vanuit één perspectief, laat hij in feite zien dat hij nu vader is van drie kinderen.

Class discussion

Voorbeeld van fotomanipulatie **NA** het nemen van de foto.

- fotobewerking - bijsnijden, wijziging van kleuren, retoucheren, fotomontage (meerdere foto's samenvoegen tot één)...



Voorbeeld van een fotomontage. Een post die werd gedeeld met het onderschrift: "Shock! Personeel van een van de kraamklinieken in Dnipropetrovsk vernam dat de geboortemoeder een vluchteling uit Donbas was en de vrouw van een dode militieman. Ze besloten een snee in de vorm van een hakenkruis op de baby's arm. Drie maanden later is er nog steeds een litteken te zien." De tweede foto toont het origineel dat gemakkelijk te vinden is op het internet.

- Ask each group (speaker) to present their results and describe the steps they have taken. Let them comment on the **process of verification**.
- Check understanding. Do not ask „Do you understand the topic?“ but use specific questions checking the understanding of the content of the lesson, e.g. „How and why can a photo be manipulated?“

Een ander voorbeeld van fotomontage is deze virale afbeelding (d.w.z. die snel en op grote schaal circuleert van de ene internetgebruiker naar de andere) van het bevroren Venetië. In feite is het ijsoppervlak afkomstig van het Baikalmeer in Rusland.

75

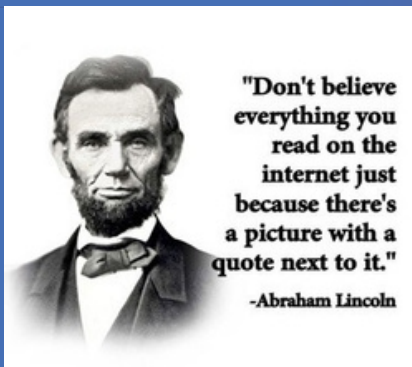


Bronnen van foto's: *E-bezpeci.cz, Global Investigative Network, Facebook, Twitter.*

- Voorbeeld van contextuele **fotomanipulatie**: echte foto in een andere context - andere tijd, plaats of gelegenheid, gebruik van illustratieve foto...



Een collage van het Tsjechische Facebook waarin wordt beweerd dat de immigranten uit Duitsland naar een Tsjechische stad zijn verbannen. Tegelijkertijd verwijt het bericht de Tsjechische televisie dat zij het nieuws niet verslaat en voor het publiek verborgen houdt. Het is een voorbeeld van fotomontage en de verkeerde context - hieronder ziet u de originele foto's - de eerste is een leeg treinstation in Cheb, de andere foto is genomen in Indonesië.



Op tekst gebaseerde memes zijn vooral populair op sociale sites. Niets is gemakkelijker dan een foto te nemen en die te koppelen aan een tekst die verzonnen is of tenminste met woorden die de afgebeelde persoon nooit heeft uitgesproken.

Hoewel het lastig kan zijn om de originele foto te vinden, herinner uw leerlingen eraan dat als ze een eerder gebruik uit een andere situatie kunnen vinden, ze weten dat ze met verkeerde informatie te maken hebben en voorzichtig moeten zijn.

Deze foto werd verspreid vóór de nationale vlaggetjesdag van Oekraïne in 2015 met een artikel getiteld De dag van de Slaaf. In feite is hij genomen in 2010 in Tadzjikistan en de soldaat die de vlag kust is een Tadzjikse douanebeambte. De Oekraïense vlag op zijn mouw werd later toegevoegd in een fotobewerkingsprogramma en de foto werd horizontaal omgekeerd met behulp van een spiegeleffect.



TIPS:

- Hoewel het de bedoeling is uw leerlingen te leren online foto's te controleren, moet u hen ervan bewust maken dat het soms geen gemakkelijke klus is die altijd een bevredigend resultaat oplevert. Het internet is een voortdurend veranderende ruimte en zowel de desinformanten als de technologie worden met de dag geraffineerder.

- Om tijd en energie te besparen kunt u uw leerlingen aanraden gebruik te maken van **fact-checking sites** (de lijst met aanbevelingen voor elk land staat in de bijlage). **Professionele** fact-checkers hebben vaardigheden en instrumenten om desinformatie grondig te analyseren.

CHAIN MAIL

TOPIC: HET DELEN VAN DESINFORMATIE VIA E-MAIL OF OP SOCIALE SITES

LEERDOELEN:

Zich bewust zijn van de aard van kettingmailings
Begrijpen hoe we moeten reageren als we kettingmails ontvangen.

De gevolgen begrijpen van het delen van valse informatie voor de samenleving en zichzelf.

RATIONALE VRAAG:

Hoewel kettingmails niet meer zo vaak voorkomen als voor de hausse van sociale sites, komen ze nog steeds voor, vooral bij mensen die geen account hebben op sociale sites. Wij vinden het belangrijk de kwestie in uw klas aan de orde te stellen, vooral als u weet dat de deelnemers kettingmails lezen. Het gevaar is dat de lezers de rol van algoritmes kunnen spelen en nog vatbaarder zijn voor desinformatie omdat die afkomstig is van een persoon die ze persoonlijk kennen. De laatste jaren zijn mensen dit soort berichten ook gaan delen op communicatieplatforms zoals WhatsApp en sociale sites, dus de aandacht moet vooral uitgaan naar de vorm van de berichten om de deelnemers te helpen ze op verschillende platforms te herkennen.

TIJD:

45 min

TRAINER

VOORBEREIDING/MATERIAAL

NODIG:

voorbeelden van kettingmail/boodschappen, scherm/bord/flipkaart

Lead-in

- Begin met een discussie over de ervaring van de deelnemers met het ontvangen van e-mails:

o Als u in uw mailbox zou kijken, wat voor soort e-mails zou u dan aantreffen?

o Denkt u dat u wel eens gevaarlijke gevaarlijke kettingmails ontvangt? Van wie krijg je die? Hoe reageert u daarop?

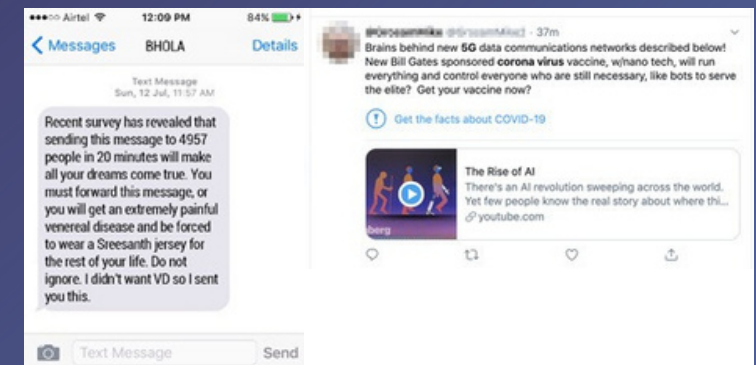
Frontaal / klasse

Concrete ervaring

- Toon enkele voorbeelden van kettingmails/berichten met verkeerde informatie of desinformatie.
- Laat wat tijd om ze door te lezen.
- Wijs erop dat de inhoud altijd moet worden geverifieerd moet worden, net als bij andere media-inhoud.

77

Frontaal / klasse



**Reflexieve
observatie**

Groepen

- Verdeel de deelnemers in groepen en laat ze bespreken wat de juiste reactie op kettingmail zou moeten zijn:

- a. voor het geval we om de afzender geven

- b. voor het geval we niet om de afzender geven

**Abstracte
conceptualisering**

**Klasse /
frontaal**

- De antwoorden van de groepen vragen en samen bespreken
Leg uit waarom we het advies moeten opvolgen:
- a. empathische reactie, begrip in plaats van ruzie met feiten en tegenargumenten, steun als de afzender in paniek is, intentie om opnieuw te sturen is meestal niet slecht, persoonlijke (liefst face-to-face) dialoog, vertrouwen in de goede bedoelingen van je kennissen, maar twijfelen aan de intenties van de daders
- b. markeren als spam/disinformatie, niet delen - **de keten doorbreken**

78

Wijs erop dat deze eenvoudige maar doeltreffende regel het beste advies is om op desinformatie te reageren.

TIPS:

- De beste voorbeelden zijn praktijkvoorbeelden. U kunt uw mailbox of die van uw deelnemers als bron gebruiken, maar zorg ervoor dat u hen instrueert **GEEN BEWERKINGEN TE OPENEN!**

SOCIALE SITES EN KUNSTMATIGE INTELLIGENTIE

**TOPIC: HOE SOCIALE SITES
WERKEN (ALGORITMEN, TROLLEN
EN BOTS, CLICKBAITS)**

LEERDOELEN:

De werking van gratis sociale sites begrijpen Zich bewust zijn van het bestaan van nepaccounts op sociale sites - trollen en bots.

Zich bewust zijn van de gevaren die sociale sites kunnen inhouden.

De gevolgen begrijpen van het delen van valse informatie voor de samenleving en voor jezelf.

Begrijpen hoe algoritmen van invloed zijn op wat we online zien.

RATIONALE VRAAG:

Aangezien de concepten van kunstmatige intelligentie interessant maar ook moeilijk te begrijpen kunnen zijn voor volwassenen, moet u proberen alleen de belangrijkste kenmerken uit te leggen zonder al te veel in detail en verwarring te treden. De methode van onderzoekend leren wordt in deze les gebruikt voor de onderwerpen trollen, bots en clickbaits, gemakkelijker concepten, om de motivatie van volwassenen om zelf onderzoek te doen te ondersteunen. Het resultaat van de les moet een lijst zijn van verantwoord gedrag op sociale sites.

TIJD:

60 - 90 min

TRAINER **VOORBEREIDING/MATERIAAL
NODIG:**

scherm/folder, apparaten met toegang tot het internet voor drie groepen

Lead-in

**Groepen
/ klas**

- Moedig de deelnemers aan om in groepjes over de volgende onderwerpen te spreken:
 - o Wat zijn uw hobby's en interesses?
 - o Wie zou u online willen benaderen en hoe kunnen ze u bereiken?
 - o Wat kunnen de redenen daarvoor zijn?
- Vraag de groepen om antwoorden. Leid de discussie naar het onderwerp online marketing.
- Bespreek op een zo eenvoudig mogelijke manier hoe algoritmen werken en noem de voor- en nadelen ervan. Wijs op de gepersonaliseerde online ervaring en op gepersonaliseerde reclame. Als de deelnemers moeite hebben om JA te begrijpen, het is een ingewikkeld probleem, kunt u op YouTube enkele video's met uitleg bekijken, zoals:
<https://www.youtube.com/watch?v=prx9bxzns3g>
- Breng een discussie op gang over hoe sociale sites nog meer kunnen worden misbruikt om het publiek te manipuleren. Breng het onderwerp trollen, bots en clickbaits ter sprake.

Concrete
ervaring/
Reflexieve
observatie

Groepen

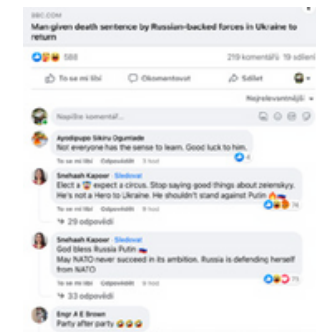
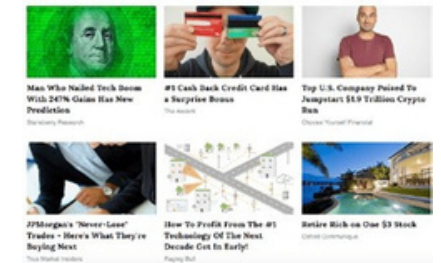
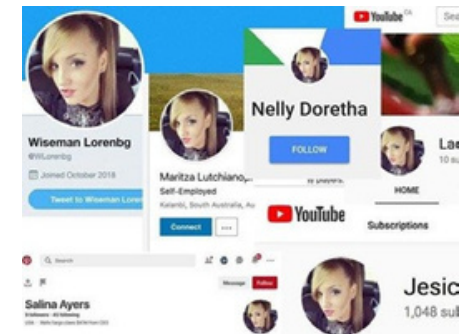
- Voor deze activiteit kunt u onderzoeksgebaseerde leermethoden gebruiken.

- Verdeel de deelnemers in drie groepen en geef elk een onderwerp:

1. *Wie is een trol en wat zijn de typische tekenen ervan?*
2. *Wat is een bot en wat zijn de typische kenmerken ervan?*
3. *Wat is een clickbait en wat zijn de typische bezienswaardigheden?*

- Laat de groepen onderzoek doen en een korte presentatie voor hun klasgenoten voorbereiden. Meer gevorderde deelnemers kunnen ook wat visueel materiaal voorbereiden, zoals een poster of Powerpoint/Keynotes/Google slides presentatie.

- Voor Engelstaligen is een goede bron DW webpagina: shorturl.at/bcefs



Abstracte
conceptualisering

Klasse

- De groepen geven presentaties en de trainer becommentarieert en verduidelijkt indien nodig.
- Bespreek of de technologie zelfeffectief desinformatie kan verspreiden.

**Actief
experimenteren**

**Groepen
/ klas**

- Op basis van de bevindingen van de les van vandaag brainstormen over hoe we ons moeten gedragen op sociale netwerken en waar we op moeten letten.

- Maak een visuele voorstelling van verantwoord gedrag op sociale sites, bv. een mindmap.

- Zo controleert de trainer ook het begrip.



Aanbevolen links



IN HET ENGELS:

- **AFP FACT-CHECK** - Europees programma ter bestrijding van desinformatie, real-time fact-checks van de belangrijkste nepnieuwsverhalen van de week, toegang tot onderzoek van academici over desinformatie, hoe nepnieuws zelf te ontcrachten dankzij beschikbare tools en tutorials, beschikbaar in 6 talen. <https://factcheck.afp.com/>
- **BAD NEWS** – een gratis te spelen online browserspel waarin spelers het perspectief innemen van een nepnieuws magnaat. Nu beschikbaar in 18 talen! <https://www.getbadnews.com/books/english/>
- **CEDMO (Central European Digital Media Observatory)** - een onafhankelijk niet-partijgebonden multidisciplinair knooppunt, met als doel het opsporen, onderzoeken en verminderen van de verspreiding van onjuiste informatie en het gebruik van kunstmatige intelligentie om het controleren van feiten sneller en efficiënter te maken. <https://cedmohub.eu/>
- **EUvsDISINFO** - project van de East StratCom Task Forces van de Europese Dienst voor extern optreden. Hoofddoelstelling is het publiek bewuster te maken van en inzicht te verschaffen in de desinformatieoperaties van het Kremlin en de burgers in Europa en daarbuiten te helpen weerstand te ontwikkelen tegen digitale informatie- en mediamanipulatie. EUvsDisinfo houdt toezicht op de media in 15 talen en identificeert, compileert en onthult gevallen van desinformatie afkomstig van pro-Kremlin media die verspreid zijn over de EU en de landen van het Oostelijk Partnerschap. <https://euvsdisinfo.eu/>
- **GET YOUR FACTS STRAIGHT** - een toolkit voor opvoeders en trainers, het resultaat van een Europees project over media-educatie via workshops over desinformatie voor jongeren en hun ouders, beschikbaar in 9 talen <https://www.alldigitalweek.eu/get-facts/>
- **STOP FAKE** – een journalistiek initiatief gericht op

over het controleren en weerleggen van verifieerbare verkeerde informatie over Oekraïne die in de media verschijnt en analyse van de propaganda van het Kremlin, beschikbaar in 14 talen. <https://www.stopfake.org/en/main/>

- **STREET EPISTEMOLOGY** - manieren om mensen te helpen nadenken over de kwaliteit van hun redenering door middel van een civiel gesprek. Biedt hulpmiddelen om de moeilijkste onderwerpen te bespreken en de standpunten van anderen beter te begrijpen, en misschien onderweg een mening of twee te veranderen. <https://streetepistemology.com/>
 - **THE GLOBAL DISINFORMATION INDEX** - een webtool die nieuwsbronnen beoordeelt op basis van de "waarschijnlijkheid van desinformatie over een specifiek mediakanaal". <https://www.disinformationindex.com/>
- ## BULGARIJE:
- **CENTRE FOR THE STUDY OF DEMOCRACY** - fact-checking, met speciale aandacht voor desinformatie met betrekking tot de politiek <https://csd.bg/>
 - **THE MEDIA LITERACY COALITION** - heeft tot doel de mediageletterdheid in de Bulgaarse samenleving te vergroten en relevante acties in het onderwijsproces te integreren <https://gramoten.li/>

CYPRUS:

- **ANTIBODIES TO MISINFORMATION** (Open University Cyprus) – een project gericht op het de ontwikkeling en toepassing van een model rvaringsprogramma voor media-educatie egen verkeerde informatie op proefschole <https://misinfoantibodies.cyi.ac.cy/>
- **CYBERSAFETY** – het doel is een veilige internetcultuur, waarbij creatieve, innovatieve en kritische burgers in de digitale samenleving, een samenleving, een bewustmakingsplatform met informatie, middelen en nuttige informatie, hulpmiddelen en nuttige instrumenten, gedeelde ervaring, deskundigheid en goede praktijken. <https://cybersafety.cy/>

- **YOUTH MYTHBUSTERS (YMB)** – een project ter bevordering van de betrokkenheid van jongeren en degenen die het risico lopen op sociale uitsluiting, bij het democratische en burgerlijke leven; het beoogt ook hun kritisch denken en mediageletterdheid te vergroten om de democratie te versterken en manipulatie, propaganda en nepnieuws te bestrijden <https://www.youthmythbusters.eu/>

TSJECHISCHE REPUBLIEK:

- **ČEŠTÍ ELFOVÉ** – burgerinitiatief en een internetgroep die tot doel heeft buitenlandse desinformatiecampagnes en Russische propaganda in de Tsjechische cyberspace te bestrijden. Hun activiteiten omvatten het bestrijden en ontmaskeren van trollen op sociale netwerken, analyses en periodieke verslagen, een database van kettingmails met desinformatie en het populariseren van desinformatiecampagnes bij journalisten, politici en het grote publiek. <https://cesti-elfove.cz/>
- **DIGIKOALICE** - verbindt de wereld van scholen en ICT in digitaal onderwijs met een focus op de ontwikkeling van digitale vaardigheden voor kinderen en volwassenen <https://digikoalice.cz/>
- **FAKESCAPE** – leren over mediageletterdheid en kritisch denken via online of offline spelletjes <https://www.fakescape.cz/>
- **JSNS (Člověk v tísni)** – educatief programma van de grootste Tsjechische non-profitorganisatie gericht op lagere en middelbare scholen, creëerde eigen lesmateriaal over mediageletterdheid en kritisch denken, bood ondersteuning en onderwijs aan docenten <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani>
- **OBČANKAŘI** - vereniging van docenten sociale wetenschappen met als doel de kwaliteit van het onderwijs op Tsjechische scholen te verhogen <https://www.obcankari.cz/>
- **PROJECT FAKT?** – uitgevoerd in het kader van het programma Actief Burgerschap.

programma dat tot doel heeft het maatschappelijk middenveld te ondersteunen en de capaciteit van non-profitorganisaties te versterken, samenwerking van Elpida, een organisatie die zich inzet voor de educatie van senioren, en Transitions, versterking van de onafhankelijkheid en professionaliteit van onderzoeksjournalistiek, media, digitale en burgerschapseducatie voor senioren en oudere volwassenen, voorbereiding en organisatie van cursussen <https://medialka.elpida.cz/>

- **ZVOLSI.INFO** - een groep studenten, afgestudeerden en onderwijzers van de Masaryk Universiteit, een platform over het bestrijden van desinformatie, organiseert lezingen over mediageletterdheid en publiceerde een boek genaamd "The Best Book about Fake News, Disinformation and Manipulations". <https://zvolsi.info/>
- **PROJECT NELEŽ.CZ** - waarschuwt adverteerders dat hun advertenties in een negatieve context kunnen verschijnen en zo de reputatie van het geadverteerde merk zelf in gevaar kunnen brengen; het is niet de bedoeling desinformatie en manipulatieve websites te financieren waarvan de inhoud de samenleving verdeelt. <https://www.nelez.cz/>
- **HOAX.CZ** - informeert gebruikers over de valkuilen die zij dagelijks online tegenkomen en die hun normale gebruik van het internet ongemakkelijk of bedreigend maken <https://hoax.cz/cze/>
- **FOUNDATION FOR INDEPENDENT JOURNALISM** – onafhankelijke beoordeling van de geloofwaardigheid van Tsjechische nieuwswebsites op basis van naleving van journalistieke normen, met de bedoeling een overzicht te geven van de wijze waarop de geanalyseerde media informatie behandelen en aan de lezers leveren, alsmede een leidraad voor bedrijven die in specifieke media adverteren (hun instrument Media rating deelt Tsjechische media in verschillende categorieën in, waaronder Marktgestuurde media en Anti-systeemmedia) <https://www.nfnz.cz/rating-medii/>

FRANKRIJK:

- **ARCOM** - voert educatieve ondersteuningsacties uit: opstelling van verslagen en aanbevelingen voor informatieplatforms, verstrekt ook online hulpmiddelen via een pagina "Media-educatie"
- **DISINFO** - fopen instrumenten om alle publieke, particuliere en maatschappelijke actoren die tegen informatiemanipulatie strijden, in staat te stellen de kwetsbaarheid van grote particuliere actoren te verminderen. <https://disinfo.quaidorsay.fr/fr>
- **EUROPEAN COMMISSION (Les Décodeurs de l'Europe)** - **spoort valse informatie over de Europese Unie op en zet deze recht met goed onderzochte artikelen.** https://france.representation.ec.europa.eu/les-decodeurs-de-leurope_fr
<https://odii.org/politique-publique/france/>
<https://www.arcom.fr/nos-ressources/education-et-citoyennete-numerique#collapse-QR3962>
- **LA FRANCOPHONIE** - een onlineplatform ODIL: "La plateforme francophonede initiatives de lutte contre la désinformation" somt alle initiatieven ter bestrijding van nepnieuws op (acties, instrumenten, enz.) die door de leden van La Francophonie zijn ontwikkeld. <https://odil.org/> in samenwerking met het ministerie van Onderwijs een lespakket over mediageletterdheid samenstellen voor onderwijzend personeel - <https://www.csa.fr/Proteger/Education-aux-medias-et-a-l-information-EMI/Ressources-pedagogiques>
- **The Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI)** - De missie bestaat erin leerkrachten op te leiden in media- en informatievaardigheden, onderwijsmateriaal te produceren of te coproduceren en mediageletterdheid op scholen te bevorderen. <https://www.clemi.fr/>

NEDERLAND:

• DUTCH MEDIA LITERACY NETWORK

(Netwerk Mediawijsheid) - een netwerk dat werkt aan de verbetering van de mediageletterdheid door middel van kennis en de ontwikkeling van de nodige vaardigheden. Het is een overheidsinitiatief dat kinderen, jongeren, ouders en opvoeders helpt veilig en verantwoord gebruik te maken van media, door middel van een aanpak op verschillende niveaus die verschillende deskundige organisaties samenbrengt en hun samenwerking bevordert.

<https://netwerkmediawijsheid.nl/over-ons/about-dutch-media-literacy-network/>

• **SLO** (Stichting Leerplan Ontwikkeling) - voortdurend leren in digitale geletterdheid met aandacht voor mediageletterdheid, informatievaardigheid, computational thinking en IT-basisvaardigheden <https://www.slo.nl/>

SPANJE:

• **BE CRITICAL** - een door Educaixa aangeboden onderwijsprogramma voor mediacompetentie en kritisch denken, met een pedagogische oriëntatiegids voor leerlingen van de eerste en tweede graad van het verplicht secundair onderwijs

<https://educaixa.org/es/programa-be-critical>

• **FUNDACIÓN LUCA DE TENA** - onderzoeken opleidingsactiviteiten om het effect van desinformatie te bestuderen en te beperken

<https://fundacionlucadetena.org/>

• **ALFA-MEDIA** - vereniging zonder winstoogmerk, bestaande uit deskundigen uit de associatieve, professionele en academische wereld op de verschillende technologische, educatieve, juridische en communicatiegebieden, met als hoofddoel de bevordering van en de samenwerking bij de ontwikkeling van initiatieven op het gebied van media- en informatievaardigheden. <http://alfamedia.es/>

• **EXPERTCLICK** - een opleidingsprogramma om ouderen de nodige instrumenten te verschaffen

die hen in staat stellen nieuwe technologieën ten volle te benutten om hun levenskwaliteit te verbeteren <https://expertclick.org/>

- **VERIFICA2** - een programma van Fundación Ciber voluntarios, in samenwerking met Newtral Educación om desinformatie en nepnieuws te bestrijden, gratis cybertraining om het publiek bewuster te maken, de nodige instrumenten te verschaffen om informatie te verifiëren en de verspreiding van valse inhoud op sociale netwerken te stoppen. <https://www.cibervoluntarios.org/en/news/post/verifica2-launched-eng>
- **LEARN TO CHECK** - een educatief en informatief project dat wil nadenken over desinformatie en digitale verificatie en media-educatie dichterbij de samenleving wil brengen. Naast trainingen voor alle doelgroepen, biedt het open bronnen <https://learntocheck.org/>

Fact-checking sites



BULGARIJE:

- **FACTCHECK.BG** – een onafhankelijk platform voor fact-checking, ontwikkeld op initiatief van de Vereniging van Europese Journalisten <https://factcheck.bg/>

TSJECHISCHE REPUBLIEK:

- **DEMAGOG.CZ** - fact-check of the factual claims of the political elite <https://demagog.cz/>

- **MANIPULATORI.CZ** - fact-checking is de belangrijkste activiteit, het ontkrachten van hoaxes, verklaringen van politici en andere desinformatie, ook het signaleren van zwendel (nepwedstrijden, frauduleuze e-shops en producten), regelmatige monitoring van de desinformatie-scene, media-educatie en andere initiatieven op het gebied van mediageletterdheid en het bestrijden van desinformatie. <https://manipulatori.cz/>

- **STOP FAKE** - journalistiek initiatief gericht op het controleren en weerleggen van verifieerbare onjuiste informatie over Oekraïne die in de media verschijnt en op het analyseren van de propaganda van het Kremlin.

<https://www.stopfake.org/cz/domu/>

- **CEDMO (Central European Digital Media Observatory)** - een onafhankelijk niet-partijgebonden multidisciplinair knooppunt, met als doel het opsporen, onderzoeken en verminderen van de verspreiding van onjuiste informatie en het gebruik van kunstmatige intelligentie om het controleren van feiten sneller en efficiënter te maken. <https://cedmohub.eu/cs/>

NEDERLAND:

- **EDMO** (Europees Waarnemingscentrum voor digitale media) een internationaal netwerk van hubs waarin deskundigen op het gebied van desinformatie hun krachten bundelen en kennis, expertise en diverse onderzoeks- en publicatieactiviteiten delen <https://edmo.eu/>

- **NIEUWSCHECKERS.NL** - een studentgericht project van de Universiteit Leiden met als doel nieuwsartikels op hun feiten te controleren. <https://nieuwscheckers.nl/>

- **NUCHEKT** - een fact-checking initiatief van het Nederlandse persbureau NU.nl. <https://www.nu.nl/nucheckt>

SPANJE:

- **IBERIFIER** - een waarnemingscentrum voor digitale media in Spanje en Portugal, gestimuleerd door de Europese Commissie en gekoppeld aan het Europees Waarnemingscentrum voor digitale media (EDMO), mediaonderzoek en fact checking <https://iberifier.eu/>

- **LA CHISTERA** - fact-checking blog van de El Confidencial, zij controleren waarheden, leugens en goocheltrucs van de belangrijkste protagonisten van de huidige politieke en sociale zaken.

<https://blogs-elconfidencial.com/espana/la-chistera/>

- **NEWTRAL** – fact-checking, cursussen mediageletterdheid voor volwassenen <https://www.newtral.es/zona-verificacion/fact-check/>

Bronnen



- Barradas, S. (2021, May 28). *Elaboration Likelihood Model: Influence on Persuasive Appeals*. Medium. <https://sbarradas.medium.com/elaboration-likelihood-model-influence-on-persuasive-appeals-ea9a69349d51>
- Bentzen, N. (2019, Feb). *Online disinformation and the EU's response*. European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/620230/EPRS_ATA\(2018\)620230_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/620230/EPRS_ATA(2018)620230_EN.pdf)
- Blue, C. (2021, Feb 26). *Debunking Misinformation and Confronting Conspiracy Theories*. Association for Psychological Science. <https://www.psychologicalscience.org/observer/debunking-misinformation>
- Carthy, S. (2021). *Lessons learnt from alternative narrative campaigns*. European Union. https://home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2022-03/ran_lessons_learned_from_alternative_narrative_campaigns_032022_en_1.pdf
- Disinfo database. (2021, May). *Disinfo: In Sweden raping women is becoming a right for men of colour*. EU vs. Disinfo. <https://euvsdisinfo.eu/report/in-sweden-raping-women-is-becoming-a-right-for-men-of-colour#>
- European Commission, European Education and Culture Executive Agency. (2021) *Teaching media literacy and fighting disinformation with eTwinning*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2797/268>
- Facing history and ourselves. (2014, March 14). *3-2-1. Facing history and ourselves*. <https://www.facinghistory.org/resource-library/3-2-1#overview>
- Fleming, M. (2022). *Tackling disinformation – how can we combat the lies that go viral?* World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2022/09/tackling-disinformation-agenda-dialogues/>
- González, M. (2022, June 29). *Actores autoritarios, ataques híbridos, integridad territorial y otras claves del nuevo Concepto Estratégico de la OTAN*. El País. <https://elpais.com/internacional/2022-06-29/actores-autoritarios-ataques-hibridos-integridad-territorial-y-otras-claves-del-nuevo-concepto-estrategico-de-la-otan.html>
- Government Communication Service. *RESIST: Příručka pro boj s dezinformacemi*. Government Communication Service.
- Gregor, M. et al (2018). *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* CPress.
- Holt, J. (Atlantic Council's DFRLab) (2021, Feb 10). *#StopTheSteal: Timeline of Social Media and Extremist Activities Leading to 1/6 Insurrection*. Just Security. <https://www.justsecurity.org/74622/stopthesteal-timeline-of-social-media-and-extremist-activities-leading-to-1-6-insurrection/>
- Hořejš, N. et al. (2022, Feb 7). *Desatero pro lepší porozumění a člení dezinformacím*. ÚMV. <https://www.iir.cz/desatero-pro-lepsi-porozumeni-a-celeni-dezinformacim>
- iCan Dream Center. (2021, Jan 27). *Can you repeat that? How repetition enhances learning outcomes*. iCan Dream Center. <https://icandreamcenter.com/can-you-repeat-that-how-repetition-enhances-learning-outcomes/>
- iCmedia. (2022). *Global Report. Break the Chain*. https://www.break-the-chain.eu/data/files/globalreport_final.pdf
- JSNS. (2018, Aug). *5 klíčových otázek*. JSNS. https://www.jsns.cz/nove/projekty/media/ni-vzdelavani/vyzkumy/clk_5_otazek_srpen_2018_02.pdf
- Maté, G. (2018). *In the realm of the hungry ghosts*. Ebury Publishing.
- McGwin, K. (2018, Aug 3). *National Geographic admits skeletal polar bear-global warming link 'went too far'*. Arctic Today. <https://www.arctictoday.com/national-geographic-admits-skeletal-polar-bear-global-warming-link-went-far/>

- McLeod, S. (2017). *Kolb's learning styles and experiential learning cycle*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/learning-kolb.html>
- Narrative arts. (2021). *What is public narrative and how can we use it*. Narrative arts. <https://narrativearts.org/article/public-narrative/>
- Neuroandragogy against exclusion. (2019). *Neuroandragogy in the Education of Adults from Groups at Risk of Exclusion: Materials for Educators Working with Adult Learners*. Erasmus+ project Neuroandragogy against exclusion. http://www.neuroandragogy.eu/wp-content/uploads/2018/10/neuro_io2_en_lekki.pdf
- Nickerson, C. (2022, April 26). *Elaboration Likelihood Model*. Simply Psychology. www.simplypsychology.org/elaboration-likelihood-model.html
- Noor, I. (2020, June 10). *How confirmation bias works*. Simply Psychology. www.simplypsychology.org/confirmation-bias.html
- Önerfors, A. (2019, January 4). *Does 'Retrotopia' explain the Rise of the Radical Right?* Centre for Analyses of the Radical Right. <https://www.radicalrightanalysis.com/2019/01/04/does-retrotopia-explain-the-rise-of-the-radical-right/>
- Oxford reference. *Thomas Theorem*. Oxford reference. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803104247382>
- Palumbo, R. et al. (2021, February 6). *When twice is better than once: increased liking of repeated items influences memory in younger and older adults*. BMC Psychology. <https://bmcpublishing.com/articles/10.1186/s40359-021-00531-8>
- Plüss, J. (2022, Feb 23). *WHO slams baby milk industry for rampant manipulative marketing*. Swissinfo. <https://www.swissinfo.ch/eng/who-slams-baby-milk-industry-for-rampant-manipulative-marketing/47369706>
- Posetti, J. et al. (2020). *Disinfodemic: deciphering COVID-19 disinformation*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416>
- Posolda, V. *Myšlenkové mapy*. Paměť a učení. <https://pametauceni.cz/clanek-3880-myslenkove-mapy/>
- Priscila. (2020, July 22). *Synchronous vs asynchronous learning: what's the difference*. Easy LMS. <https://www.easy-lms.com/knowledge-center/learning-training/synchronous-vs-asynchronous-learning/item10387>
- Rahimi, F. et al. (2022, August 29). *Konspirativita: svět konspiračních teorií a influencerské spirituality*. Radio Wave. [https://wave.rozhlas.cz/konspirativita-svet-konspiracnich-teorii-a-influencerske-spirituality-8815702?player=on&fbclid=IwAR1aL-jIGzAST2tRWIipPITt1Dw6ZwEJlfVs612ynRaia9Pny0uXZvPsqlERash, W. \(2021, Jan 19\). *Disinformation Propelled by Social Media and Conspiracy Theories Led to Insurrection*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/waynerash/2021/01/19/disinformation-propelled-by-social-media-and-conspiracy-theories-led-to-insurrection/?sh=3aa6f61f34e0>](https://wave.rozhlas.cz/konspirativita-svet-konspiracnich-teorii-a-influencerske-spirituality-8815702?player=on&fbclid=IwAR1aL-jIGzAST2tRWIipPITt1Dw6ZwEJlfVs612ynRaia9Pny0uXZvPsqlERash, W. (2021, Jan 19). Disinformation Propelled by Social Media and Conspiracy Theories Led to Insurrection. Forbes. https://www.forbes.com/sites/waynerash/2021/01/19/disinformation-propelled-by-social-media-and-conspiracy-theories-led-to-insurrection/?sh=3aa6f61f34e0)
- Sádaba, C. & Salaverría, R. (2022). *Combating disinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea*. *Revista Latina de Comunicación Social*. The European Parliament and the Council of the European Union. (2006, Dec 12). *Misleading and Comparative Advertising Directive*.
- European Commission. https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/unfair-commercial-practices-law/misleading-and-comparative-advertising-directive_en
- Wardle, C. (2019). *Understanding Information Disorder*. First Draft.
- Wilson, E. (2009). *Quotes*. Goodreads. <https://www.goodreads.com/quotes/9770741-the-real-problem-of-humanity-is-the-following-we-have>



Web: <https://www.break-the-chain.eu/>



Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100077920479913>



Twitter: <https://twitter.com/breakchain4>