

IS'T WAAR?!



BABBELBOX MET (NEP)NIEUWSVERHALEN

HOE GEBRUIKEN?

Dit is de Klik & Print-versie van de babbelbox Is't Waar?!

Een geprinte babbelbox kan je aanvragen via www.arteveldehogeschool.be/babbelbox.

SPELINHOUD

De babbelbox Is't waar?! omvat:

- **1 coverkaart**
- **1 kaart** met de **context** van de babbelbox
- **1 kaart** met de **spelregels**
- **3 vraaggidsen**
- **12 spelkaarten** met een tekening en titel aan de voorzijde en het uitgewerkte verhaal aan de achterzijde
- **2 infokaarten** met extra info over (nep)nieuws

HOE GEBRUIKEN



1. Print deze bundel op A4. (**niet** recto verso)



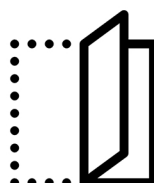
2. Knip de pagina's halverwege op de kniplijn



3. Vouw de blaadjes op de vouwlijn (tekening naar de buitenkant)



4. Herhaal dit voor elke pagina



IS'T WAAR?!



BABELBOX MET (NEP)NIEUWSVERHALEN



www.arteveldehogeschool.be/babelbox
communicatie-media-en-design@arteveldehs.be

 **artevelde**
hogeschool

CONTEXT VAN DE BOX

PRATEN OVER (NEP)NIEUWS?

Deze babelbox is het resultaat van het Praktijkgericht Wetenschappelijk Onderzoeksproject Fake news en ouders van Arteveldehogeschool.

Aan de hand van opvallende, waargebeurde situaties krijgen de spelers inzicht in verschillende soorten nieuwsverhalen: **waar**, **misleidend** of **onwaar** nieuws. Je ontdekt waarom (nep)nieuws wordt gemaakt en verspreid, en wat mogelijke gevolgen kunnen zijn.

De babelbox richt zich in de eerste plaats naar ouders en hun tieners, maar kan ook door anderen gespeeld worden, zoals in de klas of jeugdbeweging

ECHTE VERHALEN?

De situaties die aan bod komen in de babelbox zijn stuk voor stuk gebaseerd op verhalen die echt de ronde deden. Deze verhalen kunnen zowel echt nieuws als nepnieuws zijn. Ze kunnen ook een andere vorm van (misleidende) informatie aannemen, zoals bijvoorbeeld propaganda, complottheorieën of clickbait.

We kiezen bewust voor echte verhalen om aan te tonen dat (nep)nieuws échte gevolgen kan hebben.

MEER WETEN?

Op website www.arteveldehogeschool.be/babelbox vind je het overzicht van alle nieuwsartikels met de originele verhalen. Daarnaast listten we ook relevante bronnen rond jongeren en (nep)nieuws. Neem er gerust een kijkje wanneer je meer wilt weten.

GEÏNSPIREERD?

Indien je suggesties hebt voor andere kaarten, geef gerust een seintje!

CONTACT?

Projectleider: dr. Kristin Van Damme
kristin.vandamme@arteveldehs.be

Onderzoekers: dr. Clio Janssens en Maarten Hazebroek

ILLUSTRATIES?

De tekeningen zijn het werk van illustratrice Yvonne Kengen. Ontdek haar werk op Instagram-pagina [@paper.parades](https://www.instagram.com/paper.parades).



SPELREGELS

Voor het spelen van het spel heb je **tenminste twee spelers** nodig, met meer spelers is het leuker.

HOE WERKT HET?

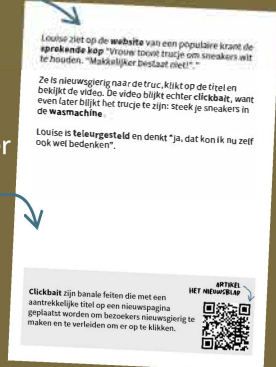
Er zijn twee rollen:

1. De **verteller** is de spelleider. Deze kiest een kaart, en toont de voorkant aan de detective(s). De oplossing aan de achterzijde houdt de verteller voor zichzelf.
2. De **detectives** zijn de spelers. Aan de hand van ja/nee-vragen zoeken ze naar de nieuwsverhalen.

Elke kaart beschrijft een bepaalde situatie.

De kernwoorden kan de verteller gebruiken als **tip** wanneer de detectives vastzitten.

Onderaan elk kaartje staat ook een korte **toelichting** over welke soort misleidende informatie het gaat. Je vindt er ook een **QR-code** met link naar origineel bericht.



WELKE VRAGEN?

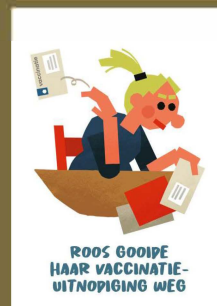
De detectives mogen **enkel ja/nee-vragen** stellen.

In deze box zitten ook **drie vraaggidsen**, die spelers kunnen gebruiken als inspiratie voor extra vragen.

Natuurlijk komt het vaak genoeg voor dat de detectives volledig in het duister tasten. Een mild gestemde verteller zal dan een **tip** geven. Een iets strengere verteller zal niets toegeven en zo de spelers met een flinke uitdaging opzadelen.

TWEE NIVEAUS

Sommige kaarten zijn meer voordehandliggend dan andere. We maakten dan ook blauwe starterkaarten. Gaat het vlot? Waag je gerust aan de bruine (nep)nieuwsverhalen.



STARTER



VERDIEPEND

VRAAGGIDS



WAT is er gebeurd met de persoon op het kaartje?



WELKE (MISLEIDENDE?) INFORMATIE zette dat in gang? En waar stond die informatie?

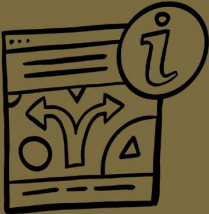


WAAROM werd die (misleidende?) informatie verspreid?

VRAAGGIPS



WAT is er gebeurd
met de persoon op het kaartje?



**WELKE (MISLEIDENDE?)
INFORMATIE** zette dat in gang?
En waar stond die informatie?

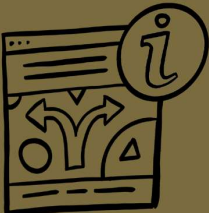


WAAROM werd die (misleidende?)
informatie verspreid?

VRAAGGIPS



WAT is er gebeurd
met de persoon op het kaartje?



**WELKE (MISLEIDENDE?)
INFORMATIE** zette dat in gang?
En waar stond die informatie?



WAAROM werd die (misleidende?)
informatie verspreid?



JANNE WAS IN EEN KLAP 25.000 EURO KWIJT

Janne werd het slachtoffer van **oplichting** (phishing) door **nepnieuws**.

Janne bladert door haar tijdslijn op **Facebook** wanneer haar oog valt op een uitspraak van **bekende Vlaming** en komiek Philippe Geubels. Hij vertelt hoe hij snel rijk is geworden door investeringen in de digitale munt **bitcoin**.

De uitspraak maakt Janne nieuwsgierig en ze klikt op het bericht. Het artikel leidt naar de website Bitcoin Future. Ze vult een inschrijvingsformulier in en krijgt vervolgens **telefoon**. De man aan de telefoon slaagt erin het vertrouwen van Janne te winnen. Ze deelt haar bankgegevens, waarna hij haar oplicht **voor 25.000 euro**.

De getuigenis van Philippe Geubels leek gepubliceerd op nieuwsblad.be, maar eigenlijk staat het op een site die de nieuwswebsite imiteert.

Phishing is een vorm van oplichting waarbij beveiligingscodes uit een persoon 'gevist' worden. Een van de vormen van phishing is via **nepnieuws**: het ziet er dus uit als nieuws, maar dat is het niet.

ARTIKEL
VRT NWS



Ontdek deze truc!



LOUISE'S NIEUWSGIERIGHEID BLEEK TIJDVERLIES

Louise ziet op de **website** van een populaire krant de **sprekende kop** "Vrouw toont trucje om sneakers wit te houden. "Makkelijker bestaat niet!"."

Ze is nieuwsgierig naar de truc, klikt op de titel en bekijkt de video. De video blijkt echter **clickbait**, want even later blijkt het trucje te zijn: steek je sneakers in de **wasmachine**.

Louise is **teleurgesteld** en denkt "ja, dat kon ik nu zelf ook wel bedenken".

Clickbait zijn banale feiten die met een aantrekkelijke titel op een nieuwspagina geplaatst worden om bezoekers nieuwsgierig te maken en te verleiden om er op te klikken.

ARTIKEL
HET NIEUWSBLAD





EENZAME LIA KREEG EEN LEVERING SCHOONMAAKPRODUCTEN

Lia is een oudere en eenzame dame. Ze kocht online schoonmaakproducten nadat ze een **reclame** las waarin ze zich herkende.

Op **Facebook** zag ze een **getuigenis** van oma Betsie die dankzij het **schoonmaakproduct** "NatureFresh" haar kleinkinderen opnieuw mocht zien. De titel van het artikel luidt: "Kleinkinderen Mochten Niet Meer naar Oma Omdat haar Huis zo Stoffig Was – Dit Is wat Ze Deed om Ze Terug te Krijgen".

Ook de **familie** van Lia komt amper op bezoek. Ze besloot het product te **kopen**, in de hoop dat het ook haar helpt.

Een **advertorial** is reclame in de vorm van een redactioneel artikel. De makers van dit bericht proberen hun product te verkopen door er een artikel van te maken. Ze hopen dat het persoonlijke verhaal geïnteresseerden sneller zal overtuigen.



ROOS GOOIDE HAAR VACCINATIE- UITNODIGING WEG

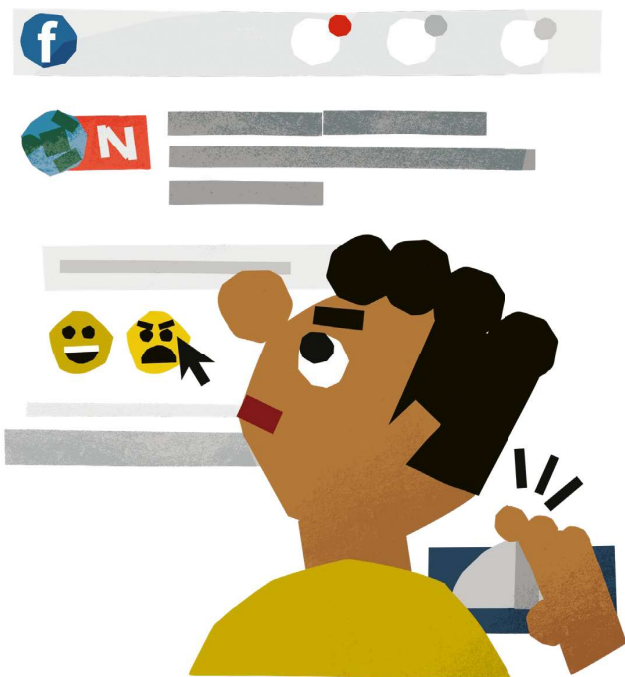
Roos kreeg een **pamflet** in haar brievenbus dat haar waarschuwt tegen het **coronavaccin**. Hierdoor besloot ze zich niet te laten vaccineren wanneer ze een uitnodiging ontving.

Op het pamflet staat dat het vaccin **gevaarlijk** is. Volgens de (complot)theorie is het coronavaccin eigenlijk gentherapie en een manier om de mensheid te onderdrukken en ons tot slaaf te maken. Roos was onder de indruk van alle termen, cijfers en gegevens die op het pamflet stonden. De brief leek wetenschappelijk.

Hoewel ze **twijfelt**, besloot ze zich niet te laten vaccineren. Want, zo redeneerde ze, 'het moest maar eens waar zijn'.

Een **complottheorie** is een theorie dat een bepaalde gebeurtenis (hier de coronapandemie) het resultaat is van een geheime samenzwering. Mensen die complottheorieën verspreiden, doen dat vaak uit volle overtuiging en willen andere overtuigen van 'de waarheid'.





PETER MISTE DE ESSENTIE HELEMAAL

Peter las te oppervlakkig **nieuws op Facebook**, waardoor hij het bericht verkeerd interpreteerde.

In de krant verscheen een **factcheck** met als titel 'Nergens in de wereld is de kans om te sterven aan covid-19 groter dan in België'. Peter zag de factcheck op Facebook, maar **klikte niet door**. Hierdoor dacht hij dat de bewering klopte.

De stelling klopt echter niet. De bewering was gedaan door iemand op Twitter (door oud-professor economie en oud-politicus voor Open Vld Lode Vereeck, om specifiek te zijn), maar klopt niet.

Het artikel toont aan waarom de bewering niet klopt, maar de titel ontkracht die niet. In een krant is onmiddellijk duidelijk dat het over een factcheck gaat, maar online ontbreekt die context.

Ongewild zaaide de **titel** dus **verwarring**.

Factchecking is nagaan of beweringen (zoals bijvoorbeeld van experts of politici) correct en waarheidsgetrouw zijn. Factchecks zijn uitgegroeid tot een journalistiek genre, waarbij beweringen gecontroleerd worden.



Pizzagate is een schoolvoorbeeld van hoe een **complottheorie** uit de hand loopt.

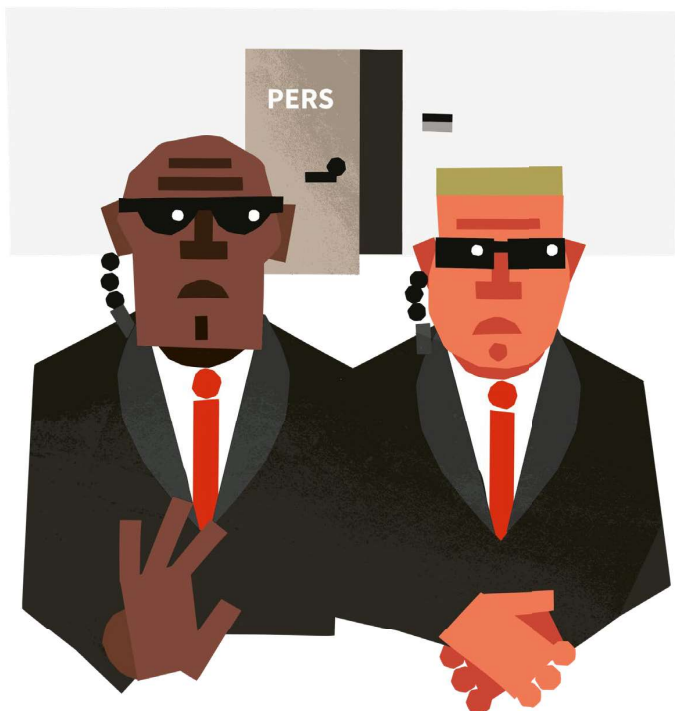
Huisvader Edgar Welch (28) zag waanzinnige verhalen circuleren op **sociale media** over een groot **pedofilienetwerk**. In de kelder van een **pizzarestaurant** zouden kinderen opgesloten zitten. Ze werken er als seksslaven voor een satanisch pedoseksueel genootschap onder leiding van politica Hillary Clinton.

Na maanden ergernis dat niemand ingreep, besloot de man de kinderen te **redden**. Toen hij aankwam bij de pizzeria, trof hij helemaal geen kindsekslaven aan en hij vond geen spoor van een pedoseksueel genootschap. Hij was slachtoffer geworden van een complottheorie.

Een **complottheorie** is een theorie dat een bepaalde gebeurtenis (hier het pedofilienetwerk) het resultaat is van een geheime samenzwering. Mensen die complottheorieën verspreiden, doen dat vaak uit volle overtuiging en willen andere overtuigen van 'de waarheid'.



EDGARD BESTORMDE EEN PIZZERIA



**JOURNALIST JIM MAG
DE PERSRUIMTE
NIET MEER BINNEN.**

Tijdens een televisie-uitzending in mei 2016 weigerde de toenmalige presidentskandidaat Donald **Trump** een **kritische vraag** van de journalist te beantwoorden over zijn verhouding met Rusland.

Trump noemde nieuwszender CNN '**fake news**' en Acosta werd **niet langer toegelaten** in het Witte Huis.

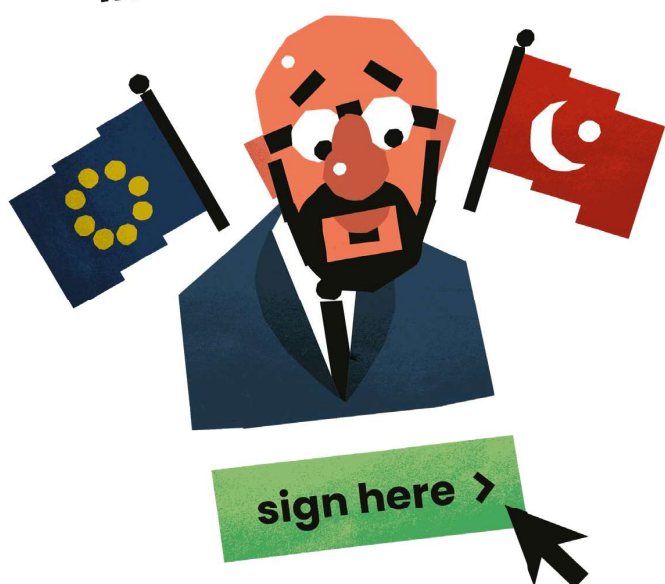
Politiek journalist Jim Acosta (CNN) vindt 'de waarheid verdedigen' de belangrijkste taak van een journalist, zeker wanneer belangrijke personen pertinente onwaarheden verkondigen. Kritische vragen stellen is dan ook deel van zijn job.

Politici, veelal populist, stellen de werking van journalisten en media in vraag door hen '**fake news**' te noemen. Op deze manier ondergraven ze journalisten die moeilijke vragen stellen. Deze politici zijn vaak zélf verspreiders van foutieve informatie.

ARTIKEL
VRT NWS



Michel must resign!



**LENA TEKENT EEN PETITIE
VANUIT HAAR SOFA**

Lena zag in de krant een artikel over Europese **vrouwenorganisaties** die via een **petitie** het ontslag van Europese Raadsvoorzitter **Charles Michel** vragen na 'Sofagate'.

Sofagate verwijst naar de ongemakkelijke situatie waarbij tijdens een overleg tussen de EU en **Turkije** geen stoel voorzien was voor de enige vrouw in het gezelschap, Commissievoorzitter Ursula von der Leyen. Hierdoor moest zij wat verder op de sofa gaan zitten. Michel nam zonder aarzelen plaats in de ene stoel die wel werd aangeboden door Turks president Erdogan. De vrouwenorganisaties benoemen het incident als een **strategische zet tegen vrouwen** (in de politiek).

Lena was verontwaardigd dat Michel niet reageerde op deze "slag in het gezicht van alle vrouwen". Ze besloot de petitie ook te tekenen.

De woorden en beelden die gebruikt worden om een nieuwsfeit weer te geven, geven een bepaalde interpretatie van de werkelijkheid. Dit noemen we **framing**, wat een bewuste of onbewuste overtuigingsstechniek is.

ARTIKEL
HET NIEUWSBLAD





DE TAFELS IN HET RESTAURANT VAN TOM BLIJVEN LEEG

Tom werd het slachtoffer van trolling door **valse online recensies**.

In zijn restaurant serveert hij **foie gras** of ganzenlever. Dat was niet naar de zin van **dierenliefhebbers**. Zij posten verzonden negatieve recensies over het restaurant om de rating van het restaurant naar beneden te halen en potentiële bezoekers af te schrikken.

Na een reeks valse slechte recensies, met onder meer berichten over “geen parking, slechte bediening, geen prijs/kwaliteit, dierenbeulen,...” op Tripadvisor, Google, Facebook, enz. kreeg het restaurant **minder klanten** over de vloer.

Deze recensies werden geschreven door mensen die het restaurant niet eens echt bezocht hadden.

Valse online recensies zijn een vorm van **trolling**, waarbij mensen misleidende informatie verspreiden om mensen schade toe te brengen. Een ‘troll’ maakt anderen online zwart of lokt ruzie/controverse uit.

ARTIKEL
VRT NWS



SYBILLE KLAPTE HAAR BOEK TOE TOEN DE TIMER GING

Sybille las in **magazine Goed Gevoel** een artikel waarin stond dat 6 minuten lezen per dag je stressniveau zou verlagen.

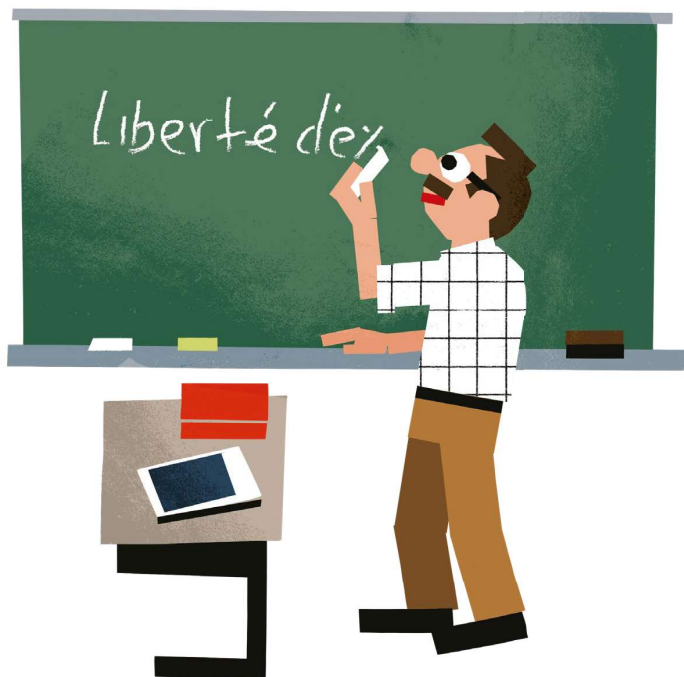
Eigenlijk leest Sybille niet graag, maar ze heeft het er wel voor over om haar stressniveau naar beneden te krijgen. Dus elke dag zet ze haar timer op 6 minuten, neemt er een boek bij en leest.

Het artikel klopte echter niet helemaal. De journalist schreef het artikel naar aanleiding van een persbericht over resultaten van **wetenschappelijk onderzoek**. Het persbericht en de journalist gingen echter nogal **kort door de bocht** en stelden de resultaten te simplistisch voor.

Journalisten vertalen **wetenschapsnieuws** naar een breed publiek om mensen te informeren over nieuwe inzichten. Die artikels over wetenschap worden echter vaak te simplistisch en ongenueanceerd voorgesteld.

FACTCHECK
KNACK





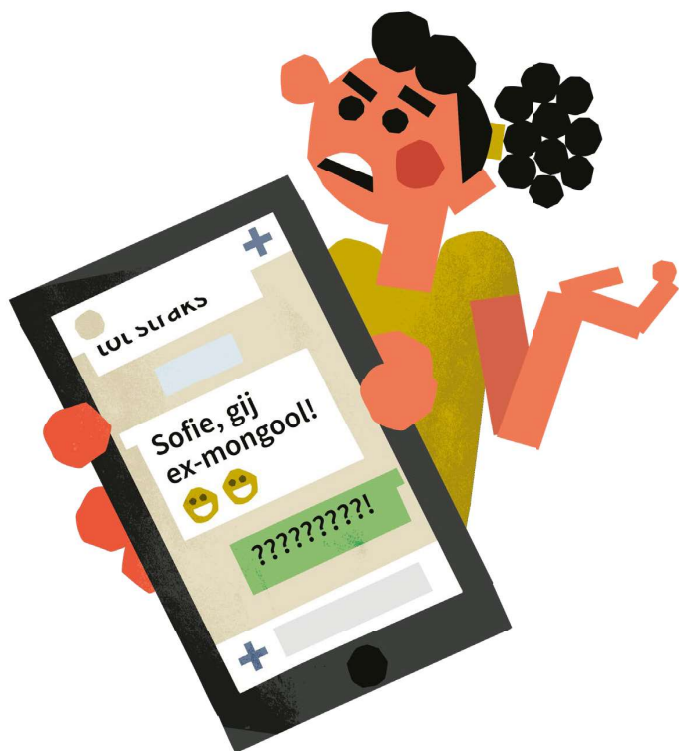
LERAAR SAMUEL WERD OP STRAAT VERMOORD

Leraar Samuel Paty is **vermoord** nadat hij in zijn klas spotprenten zou getoond hebben van de profeet **Mohammed**, die eerder gepubliceerd werden in Charlie Hebdo.

Het verhaal deed de ronde dat de leraar les gaf over het recht op vrije meningsuiting, waarbij hij **spotprenten** van Charlie Hebdo liet zien. Een leerling vertelde dat hij moslimleerlingen had aangespoord om de klas te verlaten of hun hoofd af te wenden. Maar dat had hij **niet** gedaan. Hij had gezegd dat leerlingen die zich door de cartoons beledigd zouden kunnen voelen, tijdelijk de klas konden verlaten.

Hoewel snel duidelijk werd dat het verhaal een **leugen** was, had het wel grote gevolgen. Het verhaal is gebruikt als **propaganda** door extremistische moslims. Er werd een lange video verspreid met als titel 'De islam en de profeet beledigd in een college: het echte separatisme'. Deze video wordt gedeeld als oproep om aanslagen te plegen in Frankrijk. De extremisten maakten op die manier van Samuel Paty bewust een levend doelwit.

Propaganda is een manier van doelgericht mensen beïnvloeden door het overbrengen van eenzijdige (al dan niet feitelijke) boodschappen via massamedia en rechtstreekse communicatie. Propaganda heeft meestal een ideologisch, politiek of commercieel doel.



SOFIE KREEG EEN SMS "GIJ EX-MONGGOOL!"

Sofie krijgt via **WhatsApp** een bericht met 'Gij ex-mongool' van een vriend. Die vriend las ergens een artikel over een 'ex-mongool'. Hij vond die term grappig en besloot die term te gaan gebruiken. Hij had niet door dat het artikel **satire** was.

Het artikel 'Mongool na dertig jaar ontmaskerd' beschrijft hoe een van de bewoners van een sociale instelling na dertig jaar bekend 'dat hij geen mongool is, maar gewoon lelijk'. De ouders, zo zegt het artikel, verzonden de afwijking van Remco Govaert (34), in feite dus een gezonde man. Ze hoopten dat hun zoon zo meer kansen zou krijgen in het leven.

Dit verhaal is te lezen op de **satirische website** TV Olen. TV Olen is met slogan 'U hoeft dit niet te lezen.' een website die af en toe satirische stukken brengt.

Satire is het spottend, maar herkenbaar neerzetten van een persoon of situatie om te tonen hoe absurd de wereld soms is. Het is dus feitelijk onjuiste informatie, in een humoristisch jasje, bedoeld als kritiek, niet om te misleiden.



10 TIPS OM NEPNIEUWS TE HERKENNEN

Deze babbelbox geeft je inzicht in verschillende (nep)nieuws-verhalen die de ronde doen. Maar hoe kan je betrouwbaarheid van informatie inschatten en nepnieuws ontmaskeren?

Hier alvast in het kort de 10 :

1. IS DE TITEL NEUTRAAL?

De titel zegt niet altijd wat in het artikel staat. Soms is een titel bedoeld om de aandacht te trekken en/of bepaalde emoties op te roepen. Lees dus verder dan de titel alleen.

2. WIE IS DE AUTEUR?

Staat er een auteur vermeld? Zoek online naar meer informatie over de auteur. Bestaat die? Is hij gekend voor zijn (on)geloofwaardige artikels?

3. WAT IS DE DATUM?

Soms staat er een nieuwe datum bij een oud artikel en zijn de titel en inhoud aangepast. Controleer dus de datum van het originele bericht.

4. WIE PUBLICEEFDE HET NIEUWS?

Kan je nagaan vanwaar het artikel komt? Heb je het bericht van een betrouwbaar nieuwsmedium of is het een bericht dat enkel op sociale media wordt gedeeld? Waarom verspreiden de makers het? Lees ook berichten van andere bronnen over het thema. Bevatten ze dezelfde informatie?

5. WAT ZIJN DE BRONNEN?

Controleer de bronnen die de informatie naar buiten hebben gebracht. Soms gaat het om informatie die niet klopt of is de inhoud aangepast.

6. KLOPPEN DE LINKS?

In veel artikels zitten links naar andere websites, instanties en/of wetteksten. Maar dat wil niet zeggen dat die echt zijn, of dat er ook in staat wat in het artikel beweerd wordt. Controleer de links in het artikel door ze aan te klikken.

7. WELKE REPEN HAD DE AUTEUR?

Ga op zoek naar elementen die aantonen waarom de auteur dit stuk schrijft. Wat is de bedoeling van de schrijver? Waarom heeft hij het artikel geschreven of de reportage gemaakt? Is het reclame? Is het een mening? Is het om te lachen?

8. WAT ZIJN DE VOOROORDELEN?

Iedereen heeft vooroordelen. Je persoonlijke ervaringen of opvallende beelden kunnen je beïnvloeden. Praat met vrienden, volwassenen of experts over wat je denkt en wat zij denken.

9. HOE IS DE INFO VOORGESTELD?

Enkele alarmsignalen: bewerkte afbeeldingen, schrijffouten, veel hoofdletters en uitroeptekens zijn verdacht.

10. IS ER BEELDMATERIAAL?

Bij misleidende berichten wordt vaak gebruik gemaakt van foto's of video's die bewerkt zijn of in een andere context geplaatst worden. Via Google Images of Tineye kan je nagaan wat de originele bron is.

MEER WETEN?

Hier kan je – onder meer - terecht voor meer over betrouwbare informatie:

AFFICHE: BETROUWBARE INFO OF TOCH FAKE?

De tips in deze babbelbox zijn gebaseerd op de affiche die Mediawijs samen met StampMedia ontwikkelde met de 10 belangrijkste vragen die je jezelf moet stellen om na te gaan of berichten echt of nep zijn.

EXPLAINERVIDE O KLAAR

De coronacrisis, de verkiezingen in de VS en een nieuwe premier in ons land zijn de gedroomde onderwerpen voor verspreiders van fake news. Of moeten we het niet beter hebben over 'desinformatie'? En waarom worden nepberichten gemaakt? VRT-journalist en expert desinformatie Tim Verheyden legt het ons nog eens klaar en duidelijk uit.

NIEUWSBAROMETER

Deze website verzamelt het onderzoek binnen het thema van jongeren en (nep)nieuws van Arteveldehogeschool (expertisenetwerk Communicatie, Media en Design). Hebben jongeren het moeilijk om nepnieuws te herkennen? Hoe gaan ze na of iets echt of nep is? En hoe nieuwswijs zijn Vlaamse jongeren? Je vind er ook verschillende tools, zoals deze babbelbox.

EDUBox NEPNIEUWS

De EDUbox Nepnieuws kan ingezet worden voor leerlingen uit het middelbaar onderwijs. Jongeren gaan individueel (online) of in kleine groep (klassiekaal) aan de slag met de EDUbox en komen stap voor stap, door concrete opdrachten en wat theorie, alles te weten over nepnieuws.

DOSSIER NEPNIEUWS OP MEDIAWIJS

Mediawijs is het Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid. Op Mediawijs.be bundelen ze materiaal dat helpt om actief, creatief, kritisch en bewust om te gaan met digitale technologie & media.

ISPATECHT20.NL

Verzonnen berichten, video's die zijn bewerkt en cijfers die niet kloppen. Vraag jij jezelf wel eens af of iets echt zo is? Deze site laat zien hoe nepnieuws werkt en hoe je het kan herkennen.

GAME: SLECHT NIEUWS - SLECHTNIEUWS.NL

Om een zesde zintuig te ontwikkelen moet je oefenen. Of het nou gaat om het herkennen van occulte krachten, parkeerzones of desinformatie. In de game *Slecht Nieuws* word je zelf nepnieuws maker.

MNM-SPEL: ALLES KAN ERGER

Wil je nog een leuk spel spelen rond nepnieuws met je klasgenoten, vrienden, jeugdbeweging of familie? Alles kan erger is een kaartspel van MNM waarbij jij fake news nóg faker maakt.