

LIEG

BEDONDER

SLA TERUG

VERZWIJG

SLE CHT NIEUWS

JUNIOR

VERVALS

BESPEEL

BREEK AF

VERDRAAI

VERWOEST

CREËER CHAOS

MANIPULEER

EDUCATORSHEET

VERDOEZEL

ONTKEN

De Slecht Nieuws Junior game is speciaal ontwikkeld door DROG om kinderen tussen de 8 en 11 jaar op een speelse manier kennis te laten maken met nepnieuws. Als je zelf eens een keer nepnieuws maakt, begrijp je veel sneller hoe dit in “het echte leven” werkt, is onze filosofie. Dit document voorziet docenten van achtergrondinformatie over het spel en is ontwikkeld ter ondersteuning voor gebruik in klas. Het geeft tekst en uitleg bij het concept desinformatie en de verschillende aspecten hiervan die in de game worden behandeld. Daarnaast verwijst het document door naar verschillende (engelstalige) links met verdere informatie voor docenten.

INHOUDSOPGAVE

Hoe is de game ontwikkeld?	3
Wat is nepnieuws of desinformatie?	3
Waarom is desinformatie een probleem onder kinderen?	4
Slecht Nieuws Junior: Hoe werkt het?	4
De Badges	
Vermommen	6
Emotie	7
Manipulatie	8
Gebruik in de klas	9
Leeftijdsrestricties en Disclaimer	9
Slecht Nieuws	9

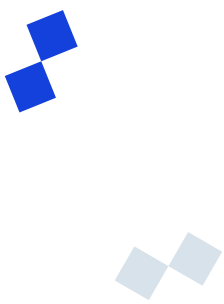


HOE IS DE GAME ONTWIKKELD?

De eerste versie van Slecht Nieuws is ontwikkeld voor een publiek vanaf 15 jaar en werd gelanceerd in November 2017. Deze originele en uitgebreidere versie van de Slecht Nieuws Game kan je [hier](#) vinden. Al snel nadat deze game live ging heeft DROG in samenwerking met de Universiteit van Cambridge een engelstalige versie van de game ontwikkeld: Bad News, gebaseerd op principes uit de sociale psychologie en academisch onderzoek naar mediamanipulatie. De junior game is gebaseerd op deze twee voorlopers. Korter in speelduur dan de originele versie en met een nadruk op thema's die beter bij de doelgroep aansluiten, is de junior game geschikt voor gebruik in het basisonderwijs vanaf een leeftijd van 8 jaar. Voor de realisatie van de game is samengewerkt met ontwerpbureau Gusmanson.

WAT IS NEPNIEUWS OF DESINFORMATIE?

De term nepnieuws werd populair tijdens de [Amerikaanse verkiezingen van 2016](#). Het begrip verwijst eigenlijk naar oude problematiek in een nieuw jasje: misleidende informatie die bewust wordt verspreid voor politieke of financiële doeleinden. Alleen is het tegenwoordig zó makkelijk om die berichten (online) te verspreiden dat ze veel meer schade aanrichten. Nepnieuws is het topje van een lelijke ijsberg die veel groter en invloedrijker is dan vaak wordt gedacht. Deze ijsberg heet desinformatie. Sommige mensen gebruiken de termen door elkaar heen, om het allemaal nog verwarrender te maken. Wij houden het begrip *desinformatie* aan: onware of onjuiste informatie die wordt verspreid met de intentie om te misleiden. Dit hoeft niet altijd helemaal nep te zijn, vandaar dat nepnieuws de lading niet volledig dekt.


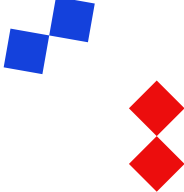


WAAROM IS DESINFORMATIE EEN PROBLEEM ONDER KINDEREN?



Desinformatie wordt doorgaans gebruikt door allemaal verschillende partijen, waaronder ook overheden, om de publieke opinie te beïnvloeden. Sociale media spelen daarbij een cruciale rol. Een klein voorbeeldje: zoh 47 miljoen twitter accounts (ongeveer 15% van het totale aantal gebruikers) zijn bots. Veel van deze bots worden gebruikt om politieke desinformatie te verspreiden, bijvoorbeeld in verkiezingstijd. Voorbeelden van dit soort desinformatie campagnes zijn de [Macronleaks](#) tijdens de Franse presidentsverkiezingen van 2017, de [PizzaGate](#) controverse tijdens de Amerikaanse verkiezingen van 2016, verschillende “[alternatieve](#)” [oorzaken rondom de ramp met MH17](#) in 2014, en geruchten die de ronde doen in Zweden over een mogelijke toetreding tot de NAVO. De huidige generatie kinderen groeit op met het internet en brengt een significante hoeveelheid van hun tijd online door. Chatten met vrienden, spelletjes spelen, filmpjes kijken, het zoeken en vinden van informatie, alles gebeurt online. Kinderen komen onvermijdelijk in aanraking met onderwerpen op het internet die misschien schadelijk, misleidend of gevaarlijk zijn. Leren herkennen hoe misleidende content eruit ziet en hoe je daarmee kan omgaan is een cruciale skill die kinderen moeten beheersen om het internet op een veilige en verantwoorde manier te gebruiken.

SLECHT NIEUWS JUNIOR: HOE WERKT HET?



Slecht Nieuws Junior werkt op een simpele manier: de spelers krijgen een korte tekst of een plaatje te zien waarop ze op verschillende manieren kunnen reageren door een van de opties te kiezen die het spel aan hen laat zien. Na een korte introductie waarbij de kinderen kennis maken met hoe het spel in zijn werk gaat, worden de spelers gevraagd door hun (fictieve) schooldirecteur om de schoolnieuws website te runnen waar ze hun eigen nepnieuws kunnen

verspreiden. Er zijn twee manieren waarop de score wordt gemeten: “volgers” en “geloofwaardigheid”. Het doel is zoveel mogelijk volgers te vergaren en er tegelijkertijd voor te zorgen dat zoveel mogelijk mensen het nepnieuws blijven geloven. De score wordt constant in het scherm bijgehouden door middel van een volgerteller en geloofwaardigheidsmeter. De spelers moeten beide meters zo hoog mogelijk zien te houden, door goed na te denken over de berichten die ze plaatsen. Als ze teveel fantasie gebruiken in hun berichten gelooft niemand ze meer, en komt de geloofwaardigheidsmeter op nul te staan dan is het spel voorbij.

Omdat het niet mogelijk is alle aspecten van desinformatie tot in detail te behandelen in het spel, is ervoor gekozen om de meest gebruikte technieken te belichten. Elk van deze technieken wordt in een apart level behandeld. Als de spelers een level succesvol hebben uitgespeeld, krijgen ze een badge. Er zijn in het spel drie badges te behalen die overeenkomen met een techniek die veel in de verspreiding van desinformatie wordt gebruikt: vermommen, emotie en manipulatie.



DE BADGES: VERMOMMEN



Het doel van deze badge is om kinderen te laten zien dat sommige dingen op het internet er misschien echt en overtuigend uitzien, maar dat dit niet altijd zo hoeft te zijn.

De spelers maken eerst kennis met Twitter, een social media platform wat vaak gebruikt wordt om desinformatie op te verspreiden. De spelers wordt gevraagd iets op Twitter te plaatsen wat niet waar is, maar wel overtuigend klinkt ("School gaat morgen niet door!"). Door deze tweet krijgen ze een paar volgers, maar niemand gelooft deze tweet. Het spel gaat verder met een vraag van de (fictieve) schooldirecteur, die vraagt of de spelers de nieuwe schoolwebsite willen runnen. Spelers kiezen zelf een naam voor de site en een slogan. Daarna plaatsen ze iets op Twitter onder de naam van de website. Deze keer worden ze wel

geloofd door veel mensen, ook al is het nieuwsbericht precies hetzelfde als hun vorige tweet. Doordat ze zich vermomd hebben als een legitieme nieuwsbron met een goede reputatie, zien ze er nu veel geloofwaardiger uit en worden ze massaal geloofd.

Meer lezen over online vermommen? [Hier](#) en [hier](#) kan je meer (engelstalige) informatie vinden.

DE BADGES: EMOTIE



Emotionele content is content die niet altijd echt of nep hoeft te zijn, maar mensen bewust aanspreekt op basale emoties zoals angst, woede of empathie. Het doel van deze badge is om spelers te laten zien hoe ze deze emoties kunnen gebruiken bij het maken van hun eigen content.

In dit level gaan de spelers actief aan de slag voor de nieuwe "schoolwebsite". Het spel vraagt aan ze of ze emotionele content willen publiceren die mensen blij, bang of boos maakt, of liever alleen over feiten willen schrijven. Als ze de laatste optie kiezen, legt het spel uit dat emotionele content een betere manier is om volgers te krijgen. Daarna kunnen de spelers kiezen wat ze bij hun volgers willen bereiken: willen ze mensen bang, boos of blij maken? Als ze ervoor kiezen om mensen blij te maken legt het spel uit dat negatieve emoties (zoals

angst en woede) vaak gebruikt worden door de makers van nepnieuws om hun publiek te overtuigen van hun gelijk, en vraagt het spel of ze dit ook eens willen proberen. Ze kunnen dan hun volgers bang of boos maken door te tweeten met het twitteraccount van de schoolwebsite, bijvoorbeeld dat de zomervakantie niet doorgaat, of dat kinderen die minecraft spelen moeten nablijven. Hierna wordt de kinderen ook gevraagd een plaatje te delen wat mensen boos of bang kan maken. Het doel hiervan is om duidelijk te maken dat visuele beeldvorming een krachtig middel kan zijn om een boodschap over te brengen, ongeacht of de boodschap die met het plaatje wordt overgebracht waar is.

Meer lezen over emotioneel taalgebruik online? Dat kan [hier](#) en [hier](#) .

DE BADGES: MANIPULATIE



Het doel van deze badge is om te laten zien hoe makkelijk taal en nieuwsberichten gemanipuleerd kunnen worden zodat de maker er optimaal van profiteert. De schoolwebsite die de kinderen in het spel runnen, heeft meer nieuwsberichten nodig. De spelers worden daarom gevraagd om geruchten te publiceren die rondgaan op school, bijvoorbeeld dat kinderen alleen nog maar groente en fruit mogen eten op school of dat computerspelletjes verboden worden. Het gerucht is niet waar (de schooldirecteur ontkent het), maar de spelers moeten ervoor zorgen dat hun volgers het tóch geloven, zonder te liegen. Door creatief met de feiten om te gaan, laat het spel aan de spelers zien dat een verhaal niet helemaal gelogen hoeft te zijn om lezers te misleiden. Op een leugen kan je snel betrapt worden, maar een slimme manipulatie van de waarheid werkt vaak beter.

De spelers kiezen een titel voor een artikel dat ze op de schoolwebsite delen. Er zijn twee goede opties (die overdreven taal gebruiken, maar technisch gezien geen leugens zijn) en een slechte optie (waar de titel een complete leugen is). Als de spelers de verkeerde optie kiezen moeten ze het nog eens proberen.

Het laatste trucje dat de spelers leren, is om mensen te imiteren op Twitter. In dit geval maken ze een nep twitter account aan om te doen alsof ze de schooldirecteur zijn, die zegt dat het gerucht wat de leerlingen eerder deelden waar is. Het spel legt dan uit dat veel online nieuwsbronnen deze tactiek gebruiken om zoveel mogelijk mensen te overtuigen.

Meer over online manipulatie, twittertrollen en propaganda vind je [hier](#), [hier](#) en [hier](#). [Deze academische publicatie](#) gaat verder in op de effecten van online polarisatie en de vaardigheid en bereidheid van het publiek om desinformatie of hepnieuws' te herkennen.

GEBRUIK IN DE KLAS

Het duurt ongeveer 5-10 minuten om het spel volledig uit te spelen. Het spel is speciaal aangepast voor gebruik in het klaslokaal. We raden aan de leerlingen in groepjes van twee het spel te laten spelen, zodat ze samen actief kunnen nadenken over de keuzes die ze maken in het spel. In onze ervaring zorgt het spel op deze manier voor een beter inzicht in verschillende tactieken van desinformatieverspreiders, en laat het leerlingen op de beste manier zien hoe makkelijk het is om informatie te manipuleren.

LEEFTIJDRESTRICHTIES EN DISCLAIMER

Dit spel is speciaal geschreven voor kinderen tussen de 8-11 jaar. Het kan enkele potentieel emotioneel geladen content bevatten. Het spel bevat geen geweldadige beelden, vloekwoorden of ander beledigend taalgebruik. Het daagt leerlingen echter wel uit de rol van de “schurk” op zich te nemen en mensen te manipuleren. Hierdoor zou het kunnen dat enkele leerlingen enige psychisch ongemak ervaren met betrekking op de beslissingen die ze in het spel moeten maken.

**SLECHT
NIEUWS**

Dit spel is ontwikkeld door DROG in samenwerking met onderzoekers aan de Universiteit van Cambridge Social Decision Making Lab. Als je meer wilt weten over het spel, de ontwikkeling, of voor feedback of verdere ideeën kan je altijd contact opnemen met info@badnews.eu of bezoek de website van DROG op www.wijzijndrog.nl.



Copyright © 2019 DROG (www.aboutbadnews.com) All rights reserved. This document is intended for use as educational material. This earmarked copy is the property of the individual or organization that purchased it, and is not intended for use by third parties. The following conditions apply: You may not use or reproduce this work for any commercial purposes, nor may it be used as supporting content for any commercial product or service. You may not alter, transform, or build upon this work. Any unauthorized reproduction or sharing of this document will constitute an infringement of copyright.

Powered by Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid

