

dit
was het
nieuws



Beste leerkracht

Vroeger was het simpel: je hoorde nieuws op tv en op de radio en las de volgende dag duiding in de krant. Vandaag is nieuws echter overal: ondertussen hebben we niet alleen 24/7 nieuws (op tv), maar krijgen we via diverse sociale media nieuwsberichten binnen, zijn er nieuwswebsites, podcasts ...

Er is niet alleen veel nieuws. Het is ook niet altijd eenvoudig om door de bomen het bos te zien. Er is niet één manier van nieuws checken. Ieder doet dit op z'n eigen manier. Daarom is het belangrijk om rond nieuws en informatiegeletterdheid te werken met kinderen en jongeren, zodat ze er kritisch en bewust mee leren omgaan.

Maar hoe doe je dat? Deze mediawegwijzer geeft inzicht in nieuws en hoe jongeren hiermee omgaan. We reiken enkele handvatten aan voor in de klas.

Veel leesplezier!

Mediawijs, Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid

 *You've got news!*



Wist je dat ...

dit niet de enige mediawegwijzer is? Neem zeker ook een kijkje in onze mediawegwijzers over cyberpesten, reclame, gamen, beeldgeletterdheid, sexting, sociale media, privacy, datawijsheid en digitale balans.

6

Jongeren en informatie



16

Wat is nieuws?



28

Oh Oh nepnieuws



38

Mediawijze lespakketten



10

Jongeren en nieuws



18

Hoe wordt nieuws gemaakt?



33

Beelden, reclame en cijfers



40

Interessante websites



14

Nieuwswijsheid?



26

Nieuws in tijden van internet



36

Aan de slag met Nieuws in de Klas



41

Mediawijze wegwijzers



Wat is informatiegeletterdheid?

Naar Sara Jaminé — VOCVO



6

Jongeren groeien vandaag op in een samenleving vol informatie. Dankzij het internet hebben ze sneller dan ooit toegang tot informatie. Voor een spreekbeurt of huiswerk maken ze van verschillende bronnen, websites en zoekmachines gebruik. Maar hoe maken ze hieruit een selectie?

Het kunnen zoeken, verwerken en delen van informatie is belangrijk, ongeacht de bron of het medium. Als je die vaardigheden allemaal onder de knie hebt, ben je makkelijker mee met de actualiteit. Is dat niet het geval, dan stoot je op heel wat drempels.

Als we louter toespitsen op de vaardigheid om met informatie om te kunnen gaan, spreken we van **'informatiegeletterdheid'**. Dat gaat over de competentie om efficiënt en effectief informatie te zoeken en vinden, kritisch informatie te kunnen analyseren en verwerken en de informatie creatief en accuraat te gebruiken. Zowel online als offline.

BRON : Charles Fadel, Partnership for 21st Century Skills

Hoe zoeken jongeren naar informatie?

Naar Marian Michielsen — De Ambrassade



We consumeren en produceren iedere dag bergen informatie. Hoe gaan kinderen en jongeren daarmee om? Waar starten ze hun zoektocht? En hoe schatten ze de betrouwbaarheid van verschillende bronnen in? De Hogeschool Gent bracht in opdracht van De Ambrassade het informatienetwerk en de zoekstrategieën van jongeren in kaart. De belangrijkste conclusies?

- # Rol van omgeving:** Ze starten hun zoektocht naar informatie binnen hun onmiddellijke omgeving. Ouders, vrienden en leerkrachten zijn belangrijke referentiepunten.
- # Rol van ouders:** Kinderen tussen 8 en 11 jaar gaan over het algemeen in eerste instantie bij hun ouders op zoek naar informatie. Ze vinden deze informatie doorgaans het betrouwbaarst. Vanaf 12 jaar is Google de eerste plaats waar ze hun zoektocht aanvangen én waar ze de beste informatie denken te vinden. Toch blijven ook voor jongeren vanaf 12 jaar de ouders een belangrijke informatiebron.

- # Googlereflex:** Google is ontzettend populair. Toch melden de jongeren uit het onderzoek dat het niet altijd eenvoudig is om iets te vinden in het grote digitale aanbod. Als het om betrouwbaarheid van bronnen gaat, vinden kinderen hun sociaal netwerk vaak geloofwaardiger dan het internet. Digitale bronnen worden niet alleen kritischer bekeken, maar ook als minder betrouwbaar beoordeeld.
- # Zoekstrategieën:** Hoe ouder men wordt, hoe meer informatiebronnen men rond een bepaald onderwerp raadpleegt. Terwijl kinderen vooral exploreren en uitproberen, weten jongeren veel beter welke infobronnen rond specifieke thema's ze moeten aanspreken. Ook opvallend is het controleren van de informatie bij jongeren: hoe ouder ze worden, hoe kritischer ze naar informatie kijken.

7

BRON : 2013, Onderzoek Hogeschool Gent i.o.v. Ambrassade

Hoe werk je aan *informatievaardigheden*?

8

Betrouwbare informatie zoeken en vinden kunnen jongeren niet vanzelf, dat moeten ze leren. Enkele tips:

- # Informatievaardigheden zijn vaardigheden die door herhaling worden versterkt. Het is belangrijk om hier in verschillende vakken, maar ook in verschillende leerjaren rond te werken. Zorg dat de moeilijkheidsgraad telkens hoger wordt en werk met dezelfde aanpak.
- # Werk met een stappenplan. Zo wordt het oplossen van een informatieprobleem als geheel aangeleerd. Een voorbeeld is de 'Big 6': definieer je vraag, kies een zoekstrategie, ga op zoek naar verschillende informatiebronnen, verwerk de informatie, breng informatie van meerdere bronnen samen en evalueer de informatie.
- # Jongeren raken snel afgeleid wanneer ze online moeten zoeken. Laat hen eerst een woordweb of mindmap maken. Zo achterhalen ze waarnaar ze moeten zoeken, maar ook wat ze al weten. Hun zoekopdracht wordt gericht.

Leer jongeren zoekcommando's of zoekoperatoren aan een zoekopdracht toevoegen zoals 'EN', 'OF', 'DEF'... Hierdoor verfijnen ze de zoekopdracht en gaan ze gericht zoeken.

Stimuleer jongeren om te zoeken via verschillende zoekmachines zoals Google, Duckduckgo, WikiKids ... Zo leren ze dat zoekresultaten aangepast worden op basis van hun eerdere zoekopdrachten en voorkeuren.

Leer jongeren hoe ze online betrouwbare informatie kunnen herkennen. Maak hen ervan bewust dat ze steeds moeten kijken naar de bron, de auteur, de datum... Ze zoeken best even uit waarom iemand iets geschreven heeft. Ga bovendien het gesprek met hen aan en reflecteer over de informatie die ze gevonden hebben.

BRON : Beter leren door informatievaardigheden, De bibliotheek op school, 2013 <https://pro.debibliotheekopschool.nl/dam/mediawijsheid/20131009-beter-leren-door-informatievaardigheden-vmbo.pdf>

”

**Informatie op maat van jongeren?
Dat zie je aan het WAT WAT- label!**

**Het is een kwaliteitslabel voor
informatieproducten voor kinderen en jongeren.
Zie je het label op een website, folder,
spel of app staan? Dan weet je dat
de info betrouwbaar is en op maat
van jongeren gemaakt.**

”

Wist je dat ...

JONGEREN EN NIEUWS

- jongeren **wekelijks** de actualiteit via **sociale media** (78,3%) volgen? Samen met televisie (74,2%) en radio (60,9%) vormen ze de belangrijkste nieuwskanalen voor jongeren. *
- er onder jongeren een **algemene trend** is om het nieuws minder frequent te volgen? *
- **geen enkel nieuwsonderwerp** jongeren echt kan boeien? *
- jongeren **eerder passieve gebruikers** zijn en niet uit zichzelf op zoek gaan naar nieuws? *
- ze – ondanks het feit dat ze niet heel veel met nieuws in aanraking komen – **hun nieuwsvaardigheid hoog inschatten**? *
- het nieuws dat op Facebook aangeboden eerder vluchtig '**gesnackt**' wordt? Ongeveer de helft van de respondenten (47%) klikt een actuabericht open, maar leest/bekijkt het slechts gedeeltelijk. **
- 74% van de jongeren hun **persoonlijke logica** gebruiken om de juistheid van een verhaal in te schatten? **
- 65% van de jongeren het belangrijk vindt om nieuws te volgen? Bij andere leeftijdsgroepen ligt dit cijfer veel hoger. ***

JONGEREN EN NEPNIEUWS

- slechts 3% van de bevroagde jongeren erin slaagt om verhalen correct in te schatten op vlak van **betrouwbaarheid**? **
- veel jongeren **het erg vinden** dat er af en toe nepnieuws op Facebook of op andere kanalen verschijnt? **
- jongeren vinden dat sociale media iets aan nepnieuws moeten doen, maar ook zeggen dat ze zelf wat **meer aandacht** aan nepnieuws moeten geven? **

* Apestaartjaren 2018, rapport over jongeren en nieuws.

** Onderzoek uitgevoerd in 2018 aan de hand van een survey bij 641 Vlaamse jongeren tussen 15 en 24 jaar (Bron: Annelore Deprez, Lotte Vermeulen en Clio Janssens, Arteveldehogeschool Gent).

*** Digimeter 2018, onderzoek uitgevoerd bij 1500 inwoners uit Vlaanderen van minstens 16 jaar.

En wat vinden jongeren zelf *over het nieuws?*

"Ik ben niet zo druk bezig met nieuws. Ik lees geen kranten en zoek alles online op. Ik had wel een leerkracht Nederlands die ons ongeveer 20 uur Actualiteit gaf. En die gebruikte echt heel veel kranten: Het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws, De Gazet van Antwerpen en nog veel meer. We moesten daar dan een soort van onderzoek op uitvoeren want we kregen er ook een bundel bij." — WIJDAN, 15 J

"Ik kijk veel naar VTM nieuws omdat mijn ouders daar naar kijken. Ik lees online de artikels die ik interessant vind. Op school zien we verder niets over actualiteit. Wel als er zoiets groot gebeurd is – zoals een aanslag in ons land – maar voor de rest niet echt. Oh ja, soms moesten we voor het vak economie artikels lezen en die samenvatten en doorsturen." — AYOUB, 16 J

"Thuis kijken we naar het journaal, op school moeten wij wekelijks een samenvatting van alle actualiteit voorbrengen. Tijdens het zoeken naar artikels mag ik van mijn mama niet naar reacties kijken of HLN lezen." — LOUBNA, 12 J

"Als ik nieuws bekijk, dan hangt het er allemaal van af. Als het over dramatisch nieuws gaat – zoals aanslagen, moord, zelfmoord – dan zoek ik dat op en wil ik er wel over praten. Ik zit dan met heel veel vragen en gevoelens die ik niet kan plaatsen. Op school moeten we actualiteit niet echt volgen, maar er zijn wel personen op school bij wie ik terecht kan als ik erover wil praten." — AYA, 14 J



Welk type nieuwsgebruiker ben jij?

Doe de test. Kunnen jongeren inschatten hoe vaak ze het nieuws volgen? Waarschijnlijk geven ze aan dat ze (bijna) nooit het nieuws volgen. Maar klopt dat wel? Via de test op www.nieuwsindeklas.be ontdekken ze welk type nieuwsgebruiker ze zijn.

Het Nieuws... *wat snapt een jongere ervan?*

12

Al van kleins af aan zijn kinderen gefascineerd door wat er om hen heen gebeurt. Als ze ouder worden, ontwikkelen ze vaardigheden om die wereld ook te begrijpen.

7 jaar en jonger

Tot een jaar of 4 is het nieuws vooral verwarrend. Peuters en kleuters kunnen nog geen onderscheid tussen feit en fictie maken en missen de woordenschat en het begrip om naar het nieuws te kijken. Tot een jaar of 6 betrekken ze alles op zichzelf: wat zich aan de andere kant van de wereld voordoet, kan in hun ogen net zo goed thuis of op school gebeuren.

Moeilijke onderwerpen? Beelden van kinderen in nood raken hen sterk. Laat hen zo weinig mogelijk gewelddadige beelden zien. Erken hun gevoelens, maar stel hen gerust. Vraag niet per se door, jonge kinderen vergeten soms vlug. Veel vragen kan het dan erger maken.

tussen 8 en 12 jaar

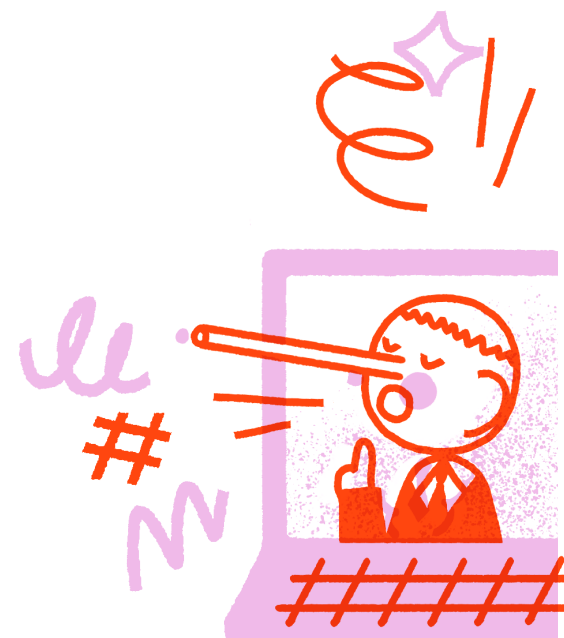
Kinderen praten over alles wat hun pad kruist. Ook het nieuws. In de klas proeven ze voor het eerst van de actualiteit, op de speelplaats dikken ze de

waarheid aan met details van grote zus of broer of dingen die ze online lezen. Niet al die informatie is op hun maat, laat staan betrouwbaar. Praat met hen over wat ze al weten, en stel bij waar nodig.

Moeilijke onderwerpen? Hou rekening met het karakter van elk kind. Sommigen kunnen best over moeilijke onderwerpen praten, anderen niet. Veel kinderen van die leeftijd bekijken 'goed en kwaad' heel zwart-wit. Het is goed de basis van vooroordelen en verschillen uit te leggen, maar pas op met veralgemenen. Kinderen nemen dat zonder nuance over. Leg hen de zaken in hun woorden uit.

vanaf 12 jaar

Tieners gaan op zoek naar een eigen mening. Goed en kwaad zijn niet langer zwart-wit, en informatie wordt meer en meer aan een kritische blik onderworpen. Gun je kind de vrijheid om die mening te ontwikkelen en daarvoor alle mogelijke bronnen te gebruiken. Maar ga zeker ook met hen in gesprek en biedt argumenten aan om met bepaalde zaken wel of niet akkoord te gaan. Tracht hen het bredere verhaal te leren begrijpen.



Nieuws op maat van kinderen en jongeren?

www.ketnet.be/karrewiet

Actuaprogramma van Ketnet voor en door kinderen.

www.instagram.com/nws.nws.nws/

Het tienernieuws op Instagram van VRT NWS.

www.onderwijs.hetarchief.be/projecten/klaar

Wekelijkse items over de actualiteit door VRT NWS op het Archief voor Onderwijs en Smartschool.

www.wablief.be/krant

Krant in duidelijke taal. Dit is wel betalend.

www.stampmedia.be

Nieuws gemaakt door jongeren.

Laat hen zeker ook kennis maken met verschillende andere nieuwsmedia zoals kranten, magazines, online nieuwsmedia, radio, televisie, nieuwssites ...



Nieuwswijsheid

Interview met Ike Picone — SMIT - VUB - imec

Wat is nieuwswijsheid?

Het is de vaardigheid om nieuwsmedia te raadplegen, te evalueren en er zelf toe bij te dragen op verschillende manieren. **Nieuwswijsheid is in die zin niet zo anders dan mediawijsheid, maar nieuws is een bijzondere vorm van media-inhoud.** Meer dan persoonlijke of artistieke verhalen gaat nieuws om feitelijkheid. Dat vergt ook een aantal specifieke vaardigheden zoals het kunnen inschatten van de waarheidsgetrouwheid van artikels, het toepassen van 'informatietechnieken' en de kritische reflectie ten opzichte van de onderliggende politieke of ideologische boodschappen die in nieuws vevat kunnen zitten.

Kan je nieuws nog vertrouwen als je mediawijs bent?

Mediawijsheid en vertrouwen in het nieuws kunnen soms inderdaad tegengesteld lijken aan elkaar. Maak mensen te kritisch ten opzichte van nieuwsmedia en ze gaan misschien hun toevlucht tot 'alternatieve' media nemen, waar niet al te nauw met de waarheid wordt omgesprongen. Maak mensen niet kritisch genoeg ten opzichte van nieuwsmedia en ze gaan misschien alles 'blind' vertrouwen, terwijl ook in betrouwbare media liegende politici, overdreven reclame en journalistieke fouten kunnen voorkomen. Beide verzoenen gebeurt best door media-

gebruikers vertrouwd te maken met de valkuilen waarmee de media, maar ook zichzelf worden geconfronteerd. Nieuwsredacties worden heus niet door 'linkse journalisten' bevolkt, die iedereen hun ideologie willen opleggen. Wel werken er mensen die algemeen genomen hun uiterste best doen om waarheidsgetrouw nieuws te brengen, maar dit vaak moeten doen onder commerciële druk, in een constant veranderende technologische context en met beperkte tijd om alles in de diepte uit te spitten. Hetzelfde geldt voor nieuwsgebruikers die niet altijd scherp kunnen staan, en zich ook wel eens door oppervlakkige of sensationele berichtgeving kunnen laten misleiden. Dit beseffen vormt al een belangrijke stap in het omgaan met nieuwsmedia.

Hoe kan je hier aan werken in de klas?

Al doende leert men. **Gewoonweg nieuws in al haar vormen binnenbrengen in de klas kan al een eerste belangrijke stap zijn.** Leraren kunnen jongeren kennis laten maken met de verschillende nieuwskanalen. Praten over het nieuws, hoe jongeren het hebben vernomen, maar ook via welke kanalen, wat er online over gezegd wordt, ... de klas kan een plaats zijn waar de discussie over nieuws wordt gevoed en nieuwswijsheid wordt ontwikkeld.

Een pleidooi voor vertrouwen

Kristin Van Damme, Sarah Van Leuven en Stephanie Van Hove — Universiteit Gent



Online, waar nieuws vaak naast andere media-inhoud staat, wordt er meer nadruk gelegd op kritisch omgaan met nieuws. Verschillende organisaties reiken tools aan om jongeren kritisch met (nieuws)berichten te leren omgaan. Onderzoek van de UGent toont aan dat we moeten opletten met het steeds opnieuw benadrukken van mogelijke – al dan niet bewust – foutieve berichtgeving, omdat dat tot cynisme of zelfs een daling in het vertrouwen in nieuws zou kunnen leiden.

Discours van nepnieuws

Sinds de presidentsverkiezingen in 2016 in de Verenigde Staten zijn de mogelijke gevaren van nepnieuws duidelijk geworden. De media berichten sindsdien dan ook regelmatig over nepnieuws. Bovendien zijn ook deepfakes in opmars, waarbij verschillende videobeelden op basis van artificiële intelligentie gecombineerd worden. Regelmatig verschijnen er berichten van experts die vragen stellen bij de kwaliteit, herkenbaarheid of geloofwaardigheid van nieuwsberichten. Als reactie op nepnieuws en deepfakes zijn er allerlei initiatieven opgericht om mensen hiertegen te wapenen. De basislogica is dat nepnieuws vaak moeilijk te herkennen is, maar enkele tips en tricks (zoals het zoeken naar spellingsfouten of een tweede bron die over hetzelfde bericht) kunnen al veel helpen.

Nieuwswijsheid: een boemerangeffect?

Uit de recente Apenstaartjaren-studie blijkt dat we ook waakzaam moeten zijn voor een boemerangeffect, waarbij het omgekeerde van het beoogde

effect bereikt wordt. Er is een negatieve relatie gevonden tussen enerzijds nieuwsscepticisme en anderzijds de frequentie in nieuwsgebruik (zowel online als offline), het gevoel dat jongeren controle over media hebben en een waardering voor mediawijsheid in het algemeen. Mensen die eerder sceptisch ten opzichte van nieuws zijn, raadplegen dus ook minder nieuws en hebben vaker het gevoel dat media iets met hén doen (in plaats van zij iets met media). Tot slot hechten sceptischere mediagebruikers minder belang aan mediawijsheid. Verschillende initiatieven willen dat mensen een gezonde relatie krijgen met nieuws, maar door meermaals te benadrukken dat nieuws mogelijk onjuist is, dreigt er een gevoel van cynisme ten opzichte van nieuws te ontstaan. Met andere woorden: in plaats van leerlingen wegwijs in het nieuwslandschap te maken en de basis voor een gezonde relatie met nieuws te leggen (wat het grotere doel van nieuwswijsheid zou moeten zijn), daalt het vertrouwen in nieuws.

Focus op zelfredzaamheid

Kritisch stilstaan bij de kwaliteit, herkenbaarheid of geloofwaardigheid van nieuws is belangrijk, maar vertrouwen in nieuws primeert. Geef voldoende goede voorbeelden, zodat jongeren voeling met journalistiek en nieuws krijgen. Verder blijkt dat ook zelfredzaamheid centraal hoort te staan: wanneer jongeren het gevoel hebben dat ze kritisch met nieuws kunnen omgaan, raadplegen ze ook vaker nieuws en schatten ze het belang van nieuwswijsheid hoger in.

Dit is het nieuws ...

Wat is nieuws?

“Vaak zal men zeggen dat nieuws is wat ‘nieuw’ is. Dat zal snel eng geïnterpreteerd worden als datgene wat actueel is. Maar nieuws kan ook ‘oud’ zijn. **Nieuws is wat een impact heeft op een samenleving, los van hoe actueel de gebeurtenis is.** Die maatschappelijke relevantie is een belangrijke factor voor nieuwswaardigheid en maakt deel uit van zaken die mensen moeten weten. Zaken die mensen willen weten, wegens entertainend of wegens relevant voor een kleine subgroep, is voor mij informatie die voor sommige personen ‘nieuws’ wordt en voor andere personen ‘informatie’ zal blijven.”

— STIJN JOYE, UGENT

“**Nieuws is een venster op de wereld.** Het is echter geen weerspiegeling van de realiteit, maar geeft er ook mee vorm aan door de selectie en interpretatie van gebeurtenissen die hebben plaatsgevonden. Nieuws wordt vooral gemaakt door professionele journalisten, maar in theorie kan iedereen nieuws maken en verspreiden via sociale media.”

— SARAH VAN LEUVEN, UGENT

“Ik kijk daar heel technisch naar. **Wanneer een gebeurtenis beantwoordt aan een groot aantal nieuwselectiecriteria, is het nieuws.** Het bericht moet een positief antwoord hebben op (onder andere) volgende vragen: Is het actueel? Is het opvallend? Zijn er ‘elitepersonen’ bij betrokken? Is het negatief? Heeft het gevolgen voor een grote groep mensen? ... Dat betekent niet dat de antwoorden op die vragen voor iedereen positief zijn. Dat is heel subjectief. Daarom dat je wel eens hoort: “Is dat nu nieuws?” of “Waarom is dit conflict nieuws, en dat conflict niet?”

— KRIS CUSTERS, STAMPEDIA



... door de ogen van enkele experts.

Is het belangrijk om nieuws te volgen?

“Vroeger verwees men naar het gezegde van nieuws als venster op de wereld en dat klopt tot op zekere hoogte nog steeds. Alleen leven we tegenwoordig in een mediagestuurde informatiesamenleving met vele vensters op de wereld, **waardoor professioneel geproduceerd nieuws steeds belangrijker wordt** om naast de ‘nieuwe’ feiten ook duiding bij die gebeurtenissen te geven en het bredere plaatje te schetsen. Die extra laag krijg je niet of zelden mee via sociale media of via andere kanalen, vandaar het toenemende belang van nieuws.”

— STIJN JOYE, UGENT

“Ook al is het nieuws niet altijd perfect, het is wel onze beste manier om goed te weten en te begrijpen wat er in de wereld gebeurt. Nieuws geeft zo mee richting aan onze attitudes en ons gedrag. Eigenlijk is er ook geen ontkomen aan nieuws: media zijn overal, en dus is nieuws ook overal. Vaak zijn we ons zelfs niet bewust van het feit dat we op nieuws gebotst zijn, bijvoorbeeld tijdens het scannen van onze Facebooktijdlijn.”

— SARAH VAN LEUVEN, UGENT

“Het is belangrijk om te weten wat er in onze maatschappij aan de hand is, of alleszins wat het huidige debat is. Ook al interesseert je dat niet meteen, of ken je er niets van. **Wat nog belangrijker is dan ‘nieuws volgen’, vind ik ‘verschillende nieuwsbronnen raadplegen’ of op z’n minst weten dat die bestaan.** Het is van onschatbare waarde om te weten dat er andere (of tegengestelde) meningen over eenzelfde gebeurtenis bestaan. Dat helpt om ervoor te zorgen dat je een kritische reflex ontwikkelt, en je je niet zomaar blaasjes laat wijsmaken. In het beste geval leer je er ook van om iemand anders mening te respecteren, zelfs als die van je eigen mening afwijkt.”

— KRIS CUSTERS, STAMPEDIA



Hoe wordt *nieuws* gemaakt?

Naar Stijn Joye — UGent-vakgroep communicatiewetenschappen

18

Wist je dat al het nieuws dat je te zien krijgt maar een klein deel is van wat er in de wereld gebeurt? Er zijn tal van selectieprocedures die nieuws ondergaat voor het op jouw bord komt!

Ons beeld van de realiteit is een selectief beeld. Journalisten kunnen immers niet over alles berichten. Dat betekent dat nieuwsmedia de cruciale rol van zogenaamde **gatekeepers** vervullen, die het proces van informatieselectie controleren, geselecteerde informatie tot een mediaboodschap bewerken en het vervolgens via een bepaald kanaal doorgeven.

Nieuwswaarden

Als nieuwsconsumenten moeten we een kritische positie innemen en begrijpen dat ons nieuwsaanbod slechts een fractie brengt van wat heeft plaatsgevonden. Journalisten kiezen welke gebeurtenissen als relevant en nieuwswaardig beschouwd worden en zo de gates van de nieuwsselectie overleven. Maar waarop baseren journalisten zich om deze beslissing te nemen? Buikgevoel volgens de ene, druk van bovenaf volgens de andere en nieuwswaarden volgens academici. Er zijn twaalf factoren of eigenschappen van een gebeurtenis die door de journalist als nieuwswaardig worden beschouwd zodat het finaal geselecteerd wordt. Deze gaan

van omvang van de gebeurtenis, culturele nabijheid en relevantie, tot onverwachtheid, continuïteit, betrokkenheid van elitelanden of –personen, en het bevatten van slecht nieuws. De kans op selectie vergroot naarmate een bepaalde gebeurtenis aan meerdere factoren voldoet.

Van gatekeeper naar gatewatcher

Na de gates is het verhaal echter nog niet ten einde. Onderzoek stelt immers dat journalisten in het uitschrijven van hun finale artikel of monteren van het nieuwsitem de neiging hebben om precies die nieuwsfactor in de schijnwerpers te plaatsen op basis waarvan ze in eerste instantie de gebeurtenis hebben geselecteerd. Deze selectie gebeurt echter eerder onbewust en verschilt van propaganda of gemanipuleerde berichten.

Tot slot zien we door de snelle opkomst van sociale media een variant van gatekeeping opduiken, namelijk gatewatching. Hierbij wordt vooral nieuws gefilterd of geselecteerd dat al door andere media gepubliceerd werd. **Gatewatchers** zijn dus eerder nieuwsverzamelaars en niet zozeer nieuwsproducenten. De journalist als gatekeeper heeft bijgevolg vandaag meer dan ooit een cruciale taak om het kaf van het koren te scheiden en het publiek een klaar en helder venster op de wereld te bieden.

Bronnen in het nieuws *een onemanshow*?

Naar Sarah Van Leuven — UGent

19

Bronnen nemen een centrale plaats bij het productieproces van nieuws in en hebben daardoor een belangrijke impact op de inhoud van het nieuws. Journalisten zijn immers zelden zelf ooggetuigen van nieuwswaardige gebeurtenissen. Vaak zien we echter dezelfde kleine groep bronnen in het nieuws aan bod komen – zoals politici, experts, grote bedrijven en overheden.

Hoe komt dat? Een paar factoren spelen een rol:

- # Het **adresboekje** van de journalist: namen en contactgegevens van bronnen die hen in het verleden betrouwbare informatie bezorgd hebben.
- # De **machtspositie** die personen of organisaties in de maatschappij innemen: denk aan ministers (politieke macht), bedrijven die impact op de financiële markt hebben (economische macht) en wetenschappers en experts (sociale macht)
- # De **mediagenieke** bron: personen die hun boodschap gevat en vlot kunnen overbrengen.
- # **VIP-toegang** versus de achterdeur: wanneer voorgaande strategieën niet werken om de aandacht van de journalist te trekken, moet je op zoek naar andere manieren zoals betogingen of opvallende acties.

Een ingewikkelde tango?

Journalisten en bronnen zitten in een wederzijdse afhankelijkheidsrelatie: journalisten hebben bronnen nodig om informatie te verzamelen en het nieuws te kunnen vertellen, terwijl bronnen journalisten nodig hebben om hun boodschap bekend te maken bij een groot publiek en een onderwerp op de politieke agenda te plaatsen. Maar de bronnen halen vaak de overhand op journalisten, en kunnen zo een bepalende invloed op het nieuws hebben. De belangrijkste reden is dat journalisten in erg weinig tijd erg veel nieuwsberichten moeten produceren. Vooral grote bedrijven, politieke partijen of overheidsinstellingen kunnen daarvan profiteren om het nieuws naar hun hand te zetten. Zij beschikken over een professionele communicatieafdeling en kunnen journalisten persberichten aanbieden.

TIP

De volgende keer dat je naar het nieuws kijkt of luistert, vraag je dan af waar de keuze van de bronnen vandaan komt. Ga na welke boodschap ze te vertellen hebben, en welke andere standpunten of visies en bronnen misschien niet aan bod gekomen zijn. Want het nieuws is geen onemanshow.

“
We moeten werken aan het stimuleren
van vertrouwen in het nieuws. Kritisch
stilstaan bij de kwaliteit, herkenbaarheid of
geloofwaardigheid van nieuws is
belangrijk, maar het bouwen van een
duurzame relatie met nieuws primeert.”

Kristin Van Damme — UGENT



di was hei nieuws



*How weet je of iets nieuws is of niet?
5 vragen om te achterhalen
of iets voor jou nieuws is of niet.*



#1 Is het informatief?

Nieuws kan enterainend gebracht worden, met emoties of kurkdroog. Wat de vorm ook is, het brengt in de eerste plaats informatie over gebeurtenissen en/of ideeën bij.

#2 Is de bron vermeld?

Nieuwsmedia maken duidelijk wie de auteur en/of uitgever is. Op die manier tonen ze dat ze achter de inhoud staan.

#3 Is het gebaseerd op feiten?

Nieuws is steeds gebaseerd op betrouwbare bronnen zoals namen, data, plaats en, statistieken en citaten.

#4 Is het objectief?

Nieuws streeft ernaar verschillende kanten van een verhaal te belichten. Opinies - als die er zijn - worden steeds aan duidelijke bronnen toegeschreven.

#5 Is het recent/actueel?

Nieuws wordt kort na een gebeurtenis gemeld, of wanneer er een nieuw feit te melden is over een eerder voorval.

Ja op alle vragen? Dan is het nieuws: informatief, duidelijke bron, feitelijk, objectief, actueel. Twijfel je? Dan is het waar-schijnlijk geen nieuws, maar een ander type content zoals reclame, propaganda, rapport, historisch feit, opinie,

BRON : NewseumED / Vertaling van Engelstalige versie: <https://newseumed.org/tool/s/lesson-plan/1/-news>



nieuws

Het nieuwslandschap in Vlaanderen

Er zijn verschillende manieren om het nieuws te volgen. Vroeger was het simpel: je hoorde nieuws op tv en op de radio en las de volgende dag duiding in de krant. Maar tegenwoordig heeft elk nieuwsmedium ook een website en is het actief op sociale media. En ondertussen experimenteren ze ook met podcasts, nieuwsreportages op YouTube en korte nieuwsflashes op sociale media. Naast de klassieke nieuwsmedia zijn er ook minder bekende nieuwsmedia. **Hoe volg jij het nieuws? Online of toch eerder op papier? Of een mix van alles? Vraag het eens aan je leerlingen.**

SOCIALE MEDIA

- Nieuwsflashes op sociale media (bv. NWS NWS NWS)
- Nieuwsreportages op YouTube (bv. Labels VRT NWS)
- Nieuwsberichten via whatsapp
- Nieuwsapps
- Zedde mee – QMusic
- ...

PODCASTS

- Bv. DS Audio
- Bv. Sjtocast van het Nieuwsblad
- ...

WEBSITES

- Apache
- DeWereldMorgen.be
- Doorbraak.be
- MO*/MO.be
- Newsmonkey
- Rekto:verso
- StampMedia
- Vrtnws.be
- Tagmag
- ...

RADIO

- StuBru
- MNM
- Joe FM
- Qmusic
- ...

TV

- VRT NWS
- VTM NIEUWS
- Regionale zenders
- ...

KRANTEN (papier + online)

- De Standaard
- Gazet van Antwerpen
- Het Nieuwsblad
- Het Belang van Limburg
- Het Laatste Nieuws
- De Morgen
- Metro
- DE TIJD
- ...

MAGAZINES

- Humo
- Knack
- ...

Dit zijn enkele voorbeelden. Welke ken jij nog ?



Nieuws *in tijden van het internet*

Jonathan Hendrickx — onderzoeker VUB

We gebruiken steeds vaker sociale media en zoekmachines als nieuwsbron. Maar we mogen niet vergeten dat deze platformen eigenlijk commerciële bedrijven zijn, geen nieuwsorganisaties.

Overall filterbubbels

Wist je dat een algoritme op het internet mee bepaalt welk nieuws jij te zien krijgt? Op basis van eerder online surf- en zoekgedrag gaan algoritmen aan de slag om zoekresultaten of nieuwsartikelen te tonen die daar het best op aansluiten. Klinkt handig, niet? Misschien, maar zo kom je in een filterbubbel terecht. We krijgen meer eenzijdige informatie en meningen die enkel op de onze aansluiten en ons onvoldoende informeren, waardoor we voeling met andersdenkenden dreigen te verliezen.

De term filterbubbel ontstond in 2011, in een boek van de Amerikaan Eli Pariser. De media zijn daar anno 2019 nog veel meer gepolitiseerd dan bij ons.

Nieuwspersonalisatie

(Nieuws)inhoud wordt zo op basis van gebruikersdata gepersonaliseerd: als je vooral kattenfilmpjes kijkt, zal je veel minder snel politiek nieuws in je tijdlijn zien. Grote nieuwswebsites spelen hier handig op in door hun lezers onderwerpen te laten kiezen waar ze heel graag of net niet over lezen. Verschillende nieuwsmedia en invalshoeken volgen helpt dat te voorkomen. In tegenstelling tot de VS is er in Vlaanderen momenteel nog geen sprake van grootschalige nieuwspersonalisatie.

Echokamers

Naast filterbubbels zijn er ook zogenaamde echo-kamers, online 'ruimtes' zoals Facebookgroepen waarin voornamelijk gelijkgestemden zitten. Het verschil is dat algoritmen hier geen rol spelen en dat we zaken voorgeschoteld krijgen op basis van offlinegedrag dat we online verderzetten: ook in het 'echte leven' omringen we ons met mensen die er grotendeels dezelfde opvattingen en overtuigingen op nahouden.

Ech(o)(t) waar?!

Studie na studie minimaliseert het feitelijke bestaan van filterbubbels en echokamers. Onderzoekers zijn het er steeds meer over eens dat de twee fenomenen worden overschat: eenzijdige informatie over politiek op een platform zegt niets over andere informatie van andere plekken, net zoals elders op internet of op televisie. Maar waakzaamheid voor algoritmeveranderingen die filterbubbels in de hand kunnen werken, is wel nodig.

TIP

Laat leerlingen elkaars tijdlijnen op sociale media eens vergelijken. Het kan ook meer toegespitst worden op nieuws: wat zijn de voornaamste nieuwsbronnen van leerlingen? Hoe zorgen ze ervoor dat ze ander nieuws kunnen lezen, zien of horen?

Meten *is weten*

Ingrid Lambrecht — onderzoeker KUL

Hoewel de filterbubbel nog niet meteen een probleem voor de bevolking in haar geheel blijkt te zijn, steken er toch wel wat zorgen de kop op wanneer we naar onze jongeren kijken.

Enkele cijfers

Uit Digimeter 2018 blijkt dat Facebook het netwerk is met de meeste maandelijkse gebruikers in alle leeftijdsgroepen ouder dan 20 jaar. Maar uit het rapport blijkt ook dat Facebook niet langer koning van de heuvel is, en dat YouTube nu onder tieners de kroon spant.

Nieuwsconsumptie in het algemeen is het laagst bij de 15- tot 19-jarigen. Het dagelijks gebruik van online nieuwsbronnen is echter het meest gestegen onder 15- tot 29-jarigen, tot 35,9%, waarvan 13,7% uitsluitend online nieuwsbronnen gebruikt.

Er is echter een belangrijk verschil tussen actief en passief volgen van het nieuws. Het actief volgen van het nieuws via om het even welke digitale bron staat het laagst bij 15- tot 19-jarigen, maar het gebruik van sociale media voor passieve nieuwsconsumptie is met een opmerkelijke 90,8% dan weer het hoogst bij 20-jarige digitale nieuwsconsumenten!

Wat dan met nieuwspersonalisatie?

Een combinatie van deze resultaten geeft aan dat een deel van de jongste generatie het volgen van het nieuws slechts als een 'bijproduct' van hun algemene mediaconsumptie beschouwt, wat wijst op een meer passieve benadering van het volgen van het nieuws.

Interessant is dat hoewel meer dan 1 op de 3 Vlamingen alleen nieuws willen volgen over onderwerpen waarin ze geïnteresseerd zijn, de behoefte aan gepersonaliseerd nieuws bij jongeren aanzienlijk is afgenomen.

Met de steeds passievere consumptie van nieuws via sociale media door onze jongere generaties komt ook een zeer complexe, samengestelde omgeving die elk aspect van wat we zien en waarmee we omgaan, personaliseert. Dit staat in contrast met wat de jongeren aangeven te willen.

Deze bezorgdheid komt ook naar boven uit een bevraging van DIAMOND bij een heleboel media-experten over de problemen die zij in de online nieuwsomgeving zien.

OM OVER NA TE DENKEN ...

Wat vind jij van deze tegenstrijdigheid tussen een groeiende voorkeur voor nieuws via sociale media, maar een groeiende afkeer voor personalisering?

Oh oh?! Nepnieuws

interview met Ike Picone — SMIT - VUB - imec

28

Wat is nepnieuws?

Elke vorm van valse informatie met als doel om mensen te misleiden voor politieke (bijvoorbeeld stemmen winnen) of commerciële (bijvoorbeeld geld verdienen via advertenties) doeleinden. Maar wetenschappers en beleidsmakers spreken liever van desinformatie, omdat het probleem breder is dan enkel valse berichten. Ook politici die er een draai aan geven, adverteerders die overdrijven of journalisten die een steek laten vallen, dragen bij tot een klimaat van wantrouwen in informatie.

Waarom is er nu zoveel rond te doen?

Omdat een aantal nieuwe technologische toepassingen, waaronder sociale media, de productie en brede verspreiding van valse berichten enorm eenvoudig en efficiënt heeft gemaakt. Het is niet toevallig dat het epicentrum van de vlieg foute berichten in 2016 in Veles, een arm dorp in Macedonië, lag. Een computer, goedkope software en wat uitwisselingen van ideeën volstonden om valse berichten de wereld in te sturen.

Is er veel nepnieuws in Vlaanderen?

Het zou naïef zijn te denken dat we hier vrijgesteld zijn. Denk maar aan de eenzijdige Facebookadvertenties van sommige politieke partijen of de nepberichten over bekende Vlamingen met als doel mensen geld af te troggelen. Maar het feit dat we geopolitiek geen grootmacht zijn en we een kleine taalgemeenschap vormen, maakt het minder aantrekkelijk om sterk op Vlaanderen te focussen.

Hoe staan jongeren hiertegenover?

Uit analyses van de data voor Vlaanderen van de jaarlijkse Digital News Report-survey kwamen een aantal interessante zaken naar voor. Jongeren (onder 35 jaar) maken beduidend meer gebruik van sociale media voor nieuws dan ouderen. Maar dat betekent niet dat zij deze zomaar vertrouwen. Slechts 16% van de min 35-jarigen vertrouwt het nieuws via sociale media en hoewel 61% van de plus 35 jarigen het nieuws in het algemeen vertrouwt, daalt dit tot 38% bij de min 35-jarigen. In lijn met internationaal onderzoek suggereren deze inzichten dat jongeren een voorzichtigere manier hebben om met online informatie om te gaan. Dit neemt niet weg dat het voor vele jongeren moeilijk blijft om online informatie naar waarde te schatten.

Wat met nieuwe trends zoals deepfake?

Het loopt niet zo'n vaart met deepfake. De techniek is soms indrukwekkend, maar ook de technologie die deepfakes kan herkennen, vordert met rasse schreden. Deepfakes waarin een regeringsleider iets (letterlijk en figuurlijk) in de mond wordt gelegd dat een oorlog ontkent, zijn nog niet voor morgen. Maar in de handen van cyberbullies kan de techniek zeker gevaarlijk zijn. Ze laat bijvoorbeeld toe om iemands hoofd op het lichaam van een vriende pornoacteur te 'plakken'. Zelfs al blijkt snel dat het filmpje vals is, toch kan het iemand veel last bezorgen.

Moeten we ons zorgen maken?

Paniek is niet aan de orde, maar we moeten waakzaam zijn. Vooral omdat deze evoluties ook een subtielere impact op onze samenleving kunnen hebben. Het risico bestaat dat desinformatie, in al haar vormen van politieke spin tot cyberpesten, ons vertrouwen in democratische instellingen zoals de politiek, de journalistiek of de wetenschap ondermijnen. Zoals filosofe Hannah Arendt aangaf: wanneer mensen niet meer weten wat wel of niet waar is, kan je hen alles doen geloven. Een situatie waarin mensen geen vertrouwen meer hebben in de samenleving en in de medemensen met wie ze leven, moeten we absoluut vermijden.

Wat kunnen we doen?

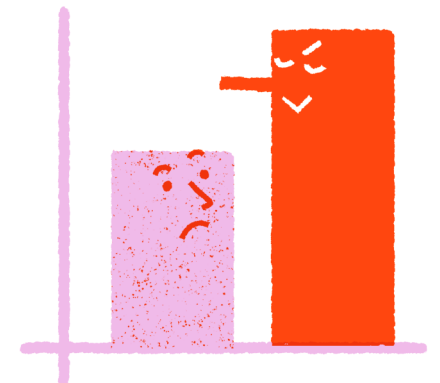
We kijken snel naar regulering vanuit de overheid of tussenkomsten van de bedrijven achter sociale media. Zij nemen reeds actie, maar balanceren daarbij steeds op dunne grenzen. Wanneer wordt het weghalen van schadelijke inhoud censuur? Hoe ver reikt de verantwoordelijkheid van een bedrijf als Facebook? Het mag geen excuus zijn voor overheden of sociale media om niets te doen.

En welke rol kunnen leerkrachten spelen?

Leerkrachten kunnen jongeren op hun rechten en plichten wijzen. Iedereen is wettelijk beschermd tegen laster en eerroof, en heeft portretrechten. Het loont de moeite om die juridische context mee te geven. Uiteraard is die niet altijd toepasbaar in de praktijk, maar het geeft jongeren die geconfronteerd worden met deepfakes of

andere vormen van cyberpesten wel een been om op te staan. Maar ook wijzen op de plichten: als desinformatie viraal gaat, dan is het ook omdat wij die berichten delen. Soms misschien bewust, vaak ook onbewust. Ook daar kunnen leerkrachten een rol spelen door er bijvoorbeeld op te wijzen dat in een democratie een mening begint met 'ik vind...', maar nadien moet worden gevolgd met 'omdat...'. Met andere woorden, een mening verdient het om onderbouwd te worden, om gebaseerd te zijn op feiten, om een persoonlijk standpunt te zijn – zeker – maar niet één dat de werkelijkheid oneer aandoet.

Argumenteren, contextualiseren, het leren doorprikken van drogredenen, jongeren tonen hoe snel persoonlijke angsten en vooringenomenheden hun eigen mening kunnen vervuilen, wijzen op de achterliggende motieven van online desinformatie-campagnes... dat zijn allemaal zaken die leerkrachten hen kunnen bijbrengen.



29

En hoe zit het met ... ?

Ja, er circuleert nepnieuws online. Nepnieuws is echter maar één van de vormen van misleidende informatie. Zo kan satire ook misleidend zijn, eveneens als propaganda of complottheorieën. Het is belangrijk om deze vormen bij naam te noemen en niet zomaar onder dezelfde noemer van nepnieuws te plaatsen.

SATIRE

Satire is een stijl waarbij humor wordt gebruikt om te amuseren en soms om commentaar te geven op ontwikkelingen in de maatschappij. Net zoals cartoons dat doen. Er kunnen dingen uitvergroot of situaties omgekeerd voorgesteld worden. Voorbeelden van satirische websites zijn: www.raaskalderij.be of www.derechzetting.be.

COMLOT(THEORIE)

Een complottheorie = het vermoeden dat een gebeurtenis het gevolg is van een complot. Een complot (of samenzwering) = een geheime afspraak tussen een aantal personen om iets te ondernemen tegen een andere persoon of groep. Denk dan aan een staatsgreep, het uitlokken van een oorlog, of het plegen van een aanslag op een persoon.

PROPAGANDA

Memes, vlogs of grote campagnes. Vandaag verschijnt propaganda in verschillende vormen en via diverse kanalen. Jongeren komen hier sowieso mee in aanraking. Het is een vorm van doelbewuste overtuiging die probeert om emoties, attitudes, meningen en acties van doelgroepen doelgericht te beïnvloeden voor ideologische, politieke of commerciële doeleinden. Meer weten? Surf naar www.mindovermedia.be.

TROLLEN

Het plaatsen en verspreiden van nepverhalen gebeurt nooit met de eigen, echte naam. Hiervoor worden trollen ingezet. Dit zijn nepaccounts op sociale media waarvan de namen zijn verzonnen en de foto's gekopieerd van bestaande mensen.

Rol van leerkrachten en ouders bij nepnieuws

Annelore Deprez, Jeroen Naudts, Clio Janssens — Arteveldehogeschool Gent

Bijna alle jongeren hebben al van nepnieuws gehoord. Maar nepnieuws herkennen is geen evidentie. Er zijn nochtans een aantal tips in omloop die het makkelijker maken om echt van vals nieuws te onderscheiden. Jongeren passen die tips echter weinig toe. Ze geven aan dat ze vooral op hun persoonlijke logica, achtergrondkennis of intuïtie vertrouwen om de juistheid van een verhaal in te schatten. Enkel de bron van het artikel en de kwaliteit van het verhaal worden wel eens gecheckt.

Jongeren kunnen het niet alleen

Leerkrachten en ouders vormen een belangrijke referentiegroep voor nepnieuws. Voor informatie rond nepnieuws en het herkennen ervan, kijken jongeren vooral in de richting van hun ouders. Ouders vinden het echter niet zo evident om hun kinderen wegwijs te maken in de wereld van nieuws en in het bijzonder nepnieuws. Zij voelen zich onzeker over de eigen kennis en zien vooral leerkrachten als belangrijke partners in het informeren van hun kinderen rond (nep)nieuws. Nepnieuws is dan ook een topic dat voornamelijk door leerkrachten wordt uitgelegd. In het secundair onderwijs zijn leerkrachten heel bepalend voor informatievoorziening rond nepnieuws. Hierdoor vinden jongeren de mening

van die leerkrachten over nepnieuws ook heel belangrijk. Belangrijker zelfs dan die van de ouders. Om te beslissen of iets echt of vals is, rekenen jongeren eveneens op informatie van hun leerkrachten.

Nepnieuws: battle tussen ouders en leerkrachten?

De rol die ouders spelen is, volgens de jongeren, hierbij verschillend van die van leerkrachten. Ouders focussen op het overbrengen van een kritische ingesteldheid, waardoor nepnieuws misschien makkelijker kan worden ontkracht. Leerkrachten staan dan weer meer in voor het geven van feitelijke informatie rond nepnieuws (bijvoorbeeld tips ter herkenning, wat is nepnieuws, hoe wordt het verspreid?). Een rolverdeling waar ouders zich het best bij voelen, aangezien heel wat ouders aangeven dat hun kennis rond dit topic best nog wel wat kan worden bijgeschaafd. Nepnieuws herkennen blijkt overigens ook voor hen en niet alleen voor de jongeren vrij moeilijk.

BRON : 2018, Onderzoek naar nepnieuws en jongeren bij 641 jongeren tussen 15 en 24 jaar & 2019, Onderzoek naar de rol van ouders en leerkrachten bij 1090 jongeren tussen 15 en 24 jaar, Arteveldehogeschool Gent



Zelf slachtoffer van nepnieuws?

Je kan je verhaal melden op meldpunt.belgie.be. De melding wordt automatisch doorgestuurd naar de Federale Politie en de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA) van de FOD Financiën, zodat ze de fraude kunnen onderzoeken.

Indien je dit wenst, kan je hiervan ook aangifte doen (klacht neerleggen) bij de Lokale Politie, de gegevens zijn terug te vinden op www.politie.be. Je rapporteert dit best ook bij de sociale media zelf.

Beelden in het nieuws

Beelden zijn vaak onze eerste bron van informatie, verleiding of expressie. Beelden zeggen meer dan je denkt, soms meer dan duizend woorden. Ook in het nieuws worden voortdurend beelden gebruikt. Maar waarom kiest men voor een bepaald beeld? En wat willen nieuwsmakers hiermee zeggen?

Beelden leren lezen

Om een beeld te interpreteren, is het belangrijk om er even de tijd voor te nemen, er even bij stil te staan. Visual Thinking Strategies is een manier om dieper naar beelden te kijken. Je stelt hierbij drie vragen:

- # Wat gebeurt er in dit beeld?
- # Wat zie je waardoor je dit zegt?
- # Wat gebeurt er nog meer?

Beelden leren begrijpen

Hoe zitten beelden precies in elkaar, en hoe beïnvloeden beeldmakers jou? Beeldtaal heeft eigen kenmerken, eigen mechanismen. Wist je dat het cameraperspectief een onderwerp klein kan doen lijken? Dat kadraging bepaalt wat wel en niet wordt benadrukt? Dat een slimme montage bepaalde gevoelens opwekt? Een beeldmaker heeft een aantal middelen ter beschikking (een kader, licht, ...) waarmee hij zijn verhaal kan vertellen.

We noemen dit de 'bouwstenen' van de beeldtaal. Wanneer je deze bewust en kritisch bekijkt, herken je sneller de bedoeling van de beeldmaker en doorprik je vlugger mogelijke manipulaties.

Waarom worden beelden gebruikt

Nieuwsredacties gaan meestal op zoek naar een beeld dat opvallend is. Maar beelden zijn er niet enkel om het nieuws aantrekkelijker te maken. Beelden vertellen een eigen verhaal. Het beeld dat gekozen wordt bij een nieuwsitem, heeft een invloed op hoe men een nieuwsartikel leest of naar een nieuwsfragment kijkt. Nieuwsredacties denken dus goed na over de beelden die ze gebruiken bij een nieuwsitem. Er zijn verschillende redenen waarom beelden bij nieuwsfeiten worden gebruikt:

- # bewijs dat iets echt is gebeurd
- # aandacht trekken
- # artikel verduidelijken
- # emotie laten zien
- # afwisseling
- # deel van de gebeurtenis extra benadrukken

Meer weten over beeldgeletterdheid? Neem eens een kijkje op www.lerenmetbeelden.be of lees onze 'Mediawegwijzer' Beelden lezen en schrijven.

Cijfers cijfers cijfers ?

Ons dagelijks nieuws staat vol met cijfers. Niet alleen kan je met cijfers dingen aantonen, het geeft ons ook de mogelijkheid om dingen te vatten en in perspectief te plaatsen. Vaak wordt informatie gevisualiseerd, zodat je het beter zou begrijpen. Dit kan door middel van grafieken, diagrammen, landkaarten, plattegronden...

34

Cijfers geven sneller de indruk dat iets correct en betrouwbaar is. Veel meer dan woorden. Want cijfers kunnen emoties oproepen, de aandacht trekken en mensen overtuigen. We laten er ons door leiden.

Maar soms kunnen cijfers ons misleiden. Cijfers worden vaak fout gebruikt en geïnterpreteerd. De manier waarop iets voorgesteld wordt, hangt vaak samen met het standpunt vanwaaruit een gebeurtenis weergegeven wordt. Zo kunnen cijfers positief of negatief weergegeven worden afhankelijk van de boodschap die men wil brengen. Daarom is **datawijsheid** belangrijk. Het is het bewust, actief, kritisch en creatief omgaan met data. Het is het vermogen om data te zoeken, vinden, beoordelen en gebruiken als informatie en het zelf produceren van data.

Checklist Hoe kijk je kritisch naar cijfers in nieuwsmedia?

- stap 1* Wie brengt het cijfer? Een politicus, een wetenschapper, ...?
- stap 2* Welke emoties roept dit bij mij op? Passen ze in mijn denkkader?
- stap 3* Wanneer zijn deze cijfers gepubliceerd? Zijn ze actueel?
- stap 4* Hoe worden de cijfers voorgesteld? Een grafiek, getal, percentages, ...?
- stap 5* Waarover gaan deze cijfers? Hoe zijn deze verzameld?
- stap 6* Welk verhaal wil men hiermee in beeld brengen?

EXTRA TIP

Ga op zoek naar het originele rapport om na te gaan of de cijfers kloppen of zoek naar andere bronnen met een andere invalshoek.

MEER WETEN over Datawijsheid?

Lees dan zeker onze Mediawegwijzer over datawijsheid of ga aan de slag met de 'lesfiche' Cijfers in het nieuws op Nieuwsindeklas.be.

Reclame in een nieuw(s) jasje

Technologie heeft ertoe geleid dat consumenten in contact komen met talloze nieuwe reclamevormen. Niet alleen online zijn deze te bespeuren, ook nieuwsmedia gebruiken steeds vaker advertenties die haast niet meer te onderscheiden zijn van editoriale inhoud.

In het kader van nieuwswijsheid is het belangrijk dat jongeren deze subtiele vormen van reclame herkennen en weten dat nieuwsmedia op deze manier werken. Als je weet dat vele nieuwssites afhankelijk zijn van klikcijfers, weet je dat je voor vermomde reclame moet opletten. Maar dan is het evengoed belangrijk om te weten dat nieuwssites die geld vragen voor hun artikels niet (of minder) aan adverteerders gebonden zijn, en dus op een andere manier te werk kunnen gaan. Enkele voorbeelden :

- *Advertorial*
dit is een affiche in een krant of tijdschrift die er vaak hetzelfde uitziet als andere artikels. Maar eigenlijk is het geschreven om mensen ervan te overtuigen om het merk leuk te vinden of aan te kopen en om hen meer informatie te geven over het merk.
- *Banner*
dit is een advertentie die je kan terugvinden op websites. Ze staan vaak bovenaan of aan

de zijkant van een website maar kunnen ook verstopt zijn. Heel vaak zie je het label 'advertentie' bij zo'n banner staan.

- *Behavioral targeting*
is een techniek die gebruik maakt van de voorkeuren en surfgeschiedenis van een internetgebruiker. Dit werkt via cookies, kleine bestanden op je toestel die bijhouden wat je zoekt en welke websites je bezoekt. Ook nieuwsmedia houden via redactionele software bij welke artikels het meest gelezen en gedeeld worden en passen hun strategie daarop aan.
- *Native ads*
dit is een online artikel, geschreven door een reclamemaker. Het artikel is vaak moeilijk te onderscheiden van andere berichten op de site.
- *Clickbait*
het gebruik van een misleidende, sensationele titel bij een artikel om mensen doelbewust te verleiden om door te klikken. Hoe meer kliks, hoe meer bezoekers, hoe meer inkomsten men uit internetreclame kan genereren.

MEER WETEN over nieuwe vormen van reclame en hoe je rond reclamewijsheid kan werken in de klas?
Lees dan onze Mediawegwijzer Reclame?Wijs!

35

“

De leerlingen vinden het leuk en zijn
verbaasd dat er zoveel nieuwsmedia zijn.
Ze leren verschillende invalshoeken kennen
en gaan kritischer naar het nieuws kijken.

”

Leerkracht

Nieuws in de Klas draagt bij
aan de sleutelcompetenties waaronder
burgerschap en kritisch denken.

Aan de slag met *Nieuws in de Klas*

Het is belangrijk dat kinderen en jongeren op diverse manieren in contact komen met nieuws en er kritisch mee leren omgaan. Jij als leerkracht speelt daarbij een belangrijke rol.

Maar hoe begin je daar aan? Wel, door Nieuws in de Klas te gebruiken. Jouw dagelijkse dosis actualiteit, het hele schooljaar door. Met Nieuws in de Klas leren kinderen en jongeren met verschillende nieuwsbronnen werken en ontdekken ze hoe ze die bronnen moeten interpreteren.

Op de website vind je kant-en-klaar lesmateriaal, themadossiers en audiovisuele inhoud voor lager en secundair onderwijs. Je kan er ook kranten en magazines aanvragen. Met andere woorden: een tornado aan nieuws, maar dan netjes in één pakket gebundeld. Tot op de drempel van je klaslokaal.

Wat houdt het in?

- # Papieren én digitale kranten en magazines in de klas. Een week lang: 21 kranten per dag, 2 magazines per week en een login voor digitale kranten.
- # Themadossiers. Ontdek hoe verschillende onafhankelijke digitale media over een actuele gebeurtenis berichten. Wekelijks verschijnt er een nieuw dossier met vraag en antwoord.

- # Het Archief voor Onderwijs helpt je op weg met een selectie van video- en audiovisueel materiaal van onder andere VRT NWS. Zoek via trefwoorden, filter op graad, vak of datum, knip fragmenten en maak je eigen collecties.
- # Ook KLAAR van VRT NWS kan je wekelijks op het Archief voor Onderwijs vinden. KLAAR geeft leerkrachten en leerlingen wekelijks duiding bij onderwerpen uit de actualiteit.

4 tips

- # Geef een introductie tot het Vlaamse Nieuwslandschap: van kranten en magazines tot nieuws op de radio of de televisie. Van nieuwssites tot nieuws op sociale media.
- # Vergelijk verschillende (online) nieuwsmedia. Jongeren zien in dat nieuws een selectie en interpretatie is van wat in de wereld gebeurt.
- # Leer jongeren betrouwbare informatie herkennen. Er zijn verschillende manieren om te zien of iets betrouwbaar is: auteur, bron, aangehaalde bronnen, datum, URL ...
- # Maak zelf (online) nieuws en pas de 6 kernvragen “wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe” toe.

Surf vandaag nog naar www.nieuwsindeklas.be!

Nieuws in de klas is een initiatief van Mediawijs, Vlaamse Nieuwsmedia, We Media, Media.21, VRT NWS en VIAA met de steun van de Vlaamse Overheid.



EDUbox

.....

EDUbox is een educatieve tool van VRT NWS in samenwerking met verschillende partners. Jongeren werken in groepjes met een box gevuld met fiches. Na een korte introductie op het thema en een stukje theorie gaan de jongeren zelf aan de slag. Deze box bevat ook een uitgebreid digitaal luik met audiovisueel materiaal. Er zijn 4 EDUboxen voor secundair onderwijs: Data in de pers, Democratie, Nepnieuws en Artificiële intelligentie. www.vrt.be/edubox

Lesfiches Nieuws in de Klas

~~~~~

Op de website van Nieuws in de Klas vind je een databank met heel wat lesmateriaal voor lager en secundair onderwijs. Verschillende thema's komen aan bod, zoals betrouwbaarheid, selectiecriteria, cijfers in het nieuws, beelden in het nieuws, infographic over de krant en een nieuwsquiz. Ook lesmateriaal van andere partners kan je hier terugvinden. [www.nieuwsindeklas.be](http://www.nieuwsindeklas.be) > [lesmateriaal](#) > [lesfiche NIK](#)

## # Lesmateriaal StampMedia

~~~~~

Op de website van StampMedia kan je lespakketten vinden over het medialandschap in Vlaanderen, complottheorieën, deontologie van een journalist, ... De lespakketten kan je gratis downloaden. www.stampmedia.be/scholen

KrantenMaker

Maak je eigen krant met KrantenMaker. Werk alleen of samen. Er zijn tal van opties en zoektools die je daarbij kunnen helpen. Aangemaakte kranten bewaren, doormailen en afdrukken, het kan allemaal met de KrantenMaker. www.krantenmaker.be

Iedereenjournalist

.....

StampMedia creëerde in opdracht van Mediawijs enkele how to movies waarin 6 journalisten van kranten, radio, tv, online en magazine aan het woord zijn over hun vak. Aan de hand van verschillende video's, vragen en opdrachten ontdekken jongeren de rol van journalisten, hoe nieuws gemaakt wordt en nog veel meer. www.iedereenjournalist.mediawijs.be

Archiefbeelden anders bekeken

~~~~~

Je wil graag een video tonen tijdens jouw les? Maar zijn deze beelden wel zo 'objectief' als ze lijken? Journalisten en reportagemakers maken bepaalde keuzes om een boodschap over te brengen. Om hier meer inzicht in te krijgen, heeft Mediawijs samen met VIAA een interactieve tool ontwikkeld om met video's aan de slag te gaan in de klas. [www.mediawijs.be/andersbekeken](http://www.mediawijs.be/andersbekeken)

## # 100 jaar Radio VRT

.....

Onder de expo '100 jaar Radio' creëerde de VRT Radiowijs, een gratis lespakket. Het bezoek aan de expo is er een onderdeel van. Je maakt als groep een echt radioprogramma en je leert de media kritisch inschatten. [www.100jaarradio.be](http://www.100jaarradio.be)

## # Censuur en vrije meningsuiting

-----

Leerlingen ontdekken via unieke archiefbronnen de betekenis van censuur en vrije meningsuiting. Ze reflecteren over censuur vroeger en nu en leren dat onze vrije meningsuiting niet zo vanzelfsprekend was (en nog steeds niet is). Dit educatief pakket is ontwikkeld voor leerlingen uit de tweede en derde graad van het secundair onderwijs. [www.faro.be/node/50924](http://www.faro.be/node/50924)

## # Affiche betrouwbare info of toch fake

~~~~~

Het internet is een schat aan informatie. Maar hoe weet je welke informatie betrouwbaar is en welke niet? Mediawijs maakte een poster met de 10 belangrijkste vragen die je jezelf moet stellen om na te gaan of berichten echt of nep zijn. Bestel of download de affiche via www.mediawijs.be

Nieuwsdagboek

~~~~~

Hoe volgen jongeren het nieuws? Laat hen een nieuwsdagboek bijhouden en bespreek nadien in de klas. [www.nieuwsindeklas.nl/lesmateriaal](http://www.nieuwsindeklas.nl/lesmateriaal)

## # KLAAR

~~~~~

Met KLAAR biedt de VRT via de platformen van Het Archief voor Onderwijs en Smartschool beeldmateriaal aan op maat van het onderwijs, meer bepaald voor leerkrachten en leerlingen van de eerste en tweede graad van het middelbaar onderwijs.

Cartoons in het nieuws

Cartoons zijn een specifieke vorm van beeld. Ze willen snel emoties oproepen. Met het Nederlandse lespakket Cartoons in het nieuws leren de leerlingen van alles over cartoons en spotprenten. Ook met het themadossier van Media.21 op de website van Nieuws in de Klas kan je werken rond cartoons in het nieuws. www.nieuwsindeklas.nl/lesmateriaal

Interessante websites



www.nieuwsindeklas.be

Nieuws in de Klas is een initiatief van verschillende partners. Het is een tornado aan nieuws, netjes in één pakket gebundeld, tot op de drempel van je klaslokaal. Op de website bestel je kranten en magazines en je vindt er themadossiers, beeld- en lesmateriaal.

www.mindovermedia.be

Propaganda is overal en in verschillende vormen. Maar hoe kunnen we jongeren leren omgaan met al die (nieuwe) vormen van propaganda? Op de website ontdek je tips, lesmateriaal en informatie!

www.stampmedia.be

StampMedia is een organisatie voor en door jongeren die zelf nieuws maken. Ze experimenteren met tekst, video en fotografie. Op de website vind je ook lesmateriaal en kan je vormingen aanvragen.

www.wablieft.be

De Wablieft-krant maakt elke week opnieuw het nieuws uit binnen- en buitenland toegankelijk in duidelijke taal.

www.nieuwsindeklas.nl

Op deze Nederlandstalige website vind je interessante lespakketten en -suggesties voor lager en secundair onderwijs.

www.belvue.be/nl

BELvue is een Museum over België en zijn geschiedenis en centrum voor democratie. Op de site vind je ook een aantal lespakketten en je kan er terecht voor workshops en rondleidingen.

www.newseum.org

Lees de voorpagina's van vandaag, van kranten van overal ter wereld. Op de website vind je bovendien ook een heel aanbod aan lesmateriaal (Eng).

www.hetarchiefvooronderwijs.be

Het Archief voor Onderwijs is een beeldbank voor onderwijs die leerkrachten een waaier aan audiovisueel materiaal van de openbare omroep, de regionale omroepen en diverse cultuur- erfgoedinstellingen aanreikt.

www.lerenmetbeelden.be

Om de wereld van vandaag en morgen te begrijpen én om er deel van uit te maken, is het leren "lezen en schrijven" van beelden – werken aan beeldgeletterdheid – een must! Op de site vind je heel wat informatie om rond beeldgeletterdheid te werken.

www.klascement.net/ wereldburgerschapseducatie/

Op Klascement kan je terecht voor heel wat lesmateriaal om rond wereldburgerschapseducatie te werken in de klas.



Wie zijn wij

Mediawijs is het Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid van de Vlaamse overheid en imec vzw. Mediawijs inspireert, informeert en stimuleert bewust, actief en creatief mediagebruik.
www.mediawijs.be



Vind ons online

Bezoek onze site mediawijs.be. Maak je persoonlijk profiel aan om tools te downloaden, schrijf je in op onze nieuwsbrief en volg ons op Twitter (@MediaWijsBe), Facebook (Mediawijs) en Instagram (@mediawijsbe).



MediaNest

MediaNest is een online platform voor ouders over media-opvoeding. Ouders kunnen er terecht met vragen over het mediagebruik van hun kinderen van 0 tot en met 18 jaar. MediaNest vertrekt van een positieve invalshoek op media en opvoeding, met de nodige aandacht voor de risico's.
www.medianest.be



Mediacoach

Mediacoach is een opleiding voor professionals die mediawijsheid willen integreren in hun organisatie. De focus ligt op theorie, inspirerende voorbeelden en uitwisseling rond mediawijsheid. De deelnemers realiseren een concreet project in hun organisatie en ontvangen een competentiedocument na afloop.
www.mediacoach.be

Colofon

Werken mee aan dit magazine

Ike Picone (VUB), Jonathan Hendrickx (VUB), Stijn Joye (UGent),
Sarah Van Leuven (UGent), Stephanie Van Hove (UGent), Kristin Van Damme
(UGent), Ingrid Lambrecht (KUL), Annelore Deprez, Jeroen Naudts,
Clio Janssens (Arteveldehogeschool Gent), Kris Custers (StampMedia)

Eindredactie

Sanne Hermans, Bert Pieters, Yana Baetens (Mediawijs)
Maarten Denoo (Student)

Grafisch ontwerp Elvire Delanote

Illustraties Charlotte Dumortier

Verantwoordelijke uitgever

v.u. imec vzw, Kapeldreef 75, 3001 Leuven
Contact: Andy Demeulenaere, Mediawijs,
BeCentral, Kantersteen 10-12, 1000 Brussel
info@mediawijs.be

Deze Mediawegwijzer valt onder de Creative
Commons-licentie: Naamsvermelding-
NietCommercieel-GeenAfgeleideWerken

© 2020

Een publicatie van imec vzw - Mediawijs
het Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid

Wettelijk depotnummer

D/2020/13815/2



~~~~~➔ Morgen zijn we er weer ...

Wil je meer weten over  
nieuws en informatiegeletterdheid?  
[www.nieuwsindeklas.be](http://www.nieuwsindeklas.be)  
[www.mediawijs.be](http://www.mediawijs.be)



~~~~~



In deze publicatie wordt slechts de mening van de auteur weergegeven.
De Europese Unie is niet aansprakelijk voor het gebruik dat eventueel
wordt gemaakt van de informatie in deze publicatie.

