

VERDER KIJKEN DAN 'NEPNIEUWS'

TIEN SOORTEN MISLEIDEND NIEUWS

	INVLOED	MOTIVATIE
propaganda  <ul style="list-style-type: none"> wordt ingezet door regeringen, bedrijven en non-profitorganisaties om standpunten, waarden en kennis te manipuleren werkt op het gevoel kan voordelig zijn, maar ook schadelijk  	activistisch  <ul style="list-style-type: none"> ideologisch, feiten worden geïnterpreteerd, al beweert men soms onpartijdig te zijn feiten die passen bij het verhaal worden vermeld, andere niet emotioneel en gepassioneerd taalgebruik  	
clickbait  <ul style="list-style-type: none"> opvallende, sensationele titels, bedoeld om af te leiden vaak misleidend, content komt soms niet overeen met titel zorgt voor advertentie-inkomsten  	complottheorie  <ul style="list-style-type: none"> versimpelde uitleg van complexe realiteit, als antwoord op angst of onzekerheid niet falsifieerbaar; bewijs dat complot weerlegt vat men juist op als bevestiging van het complot deskundigheid en autoriteit worden verworpen  	
gesponsorde content  <ul style="list-style-type: none"> reclame die eruitziet als redactioneel artikel potentieel belangenconflict voor echte persbureaus consument herkent content mogelijk niet als reclame, als dit niet duidelijk vermeld is  	pseudo-wetenschap  <ul style="list-style-type: none"> verhaalt over 'groenwassen', antivaccinatie, wondermiddelen en ontkenning klimaatverandering deskundigen worden vaak tegengesproken trekt serieus onderzoek in twijfel door overdreven of onware beweringen  	
satire en hoax  <ul style="list-style-type: none"> maatschappijkritiek of humor kwaliteit varieert sterk, bedoeling soms niet duidelijk mensen die content voor waar houden, worden belachelijk gemaakt  	verkeerde informatie  <ul style="list-style-type: none"> mengeling van feiten, onware en gedeeltelijk onware content kan bedoeld zijn om te informeren; soms weet schrijver niet dat content onwaar is aan verkeerde persoon toegeschreven, geknoeid met content, misleidende titels  	 geld  politiek / macht  humor  geestdrift  (fout) informeren
fout  <ul style="list-style-type: none"> gevestigde persbureaus maken soms fouten fouten kunnen schadelijk zijn voor een merk, aanstoot geven of leiden tot een rechtszaak respectabele organisaties bieden excuses aan in publicatie  	onzin  <ul style="list-style-type: none"> compleet verzonden content, opzettelijk verspreid om fout voor te lichten guerrillamarketing-tactiek; bots, opmerkingen en nagemaakte merkartikelen motivatie: advertentie-inkomsten, politieke invloed of beide  	

DIEPER GRAVEN ...

verkeerde toeschrijving authentieke afbeeldingen, filmpjes of citaten worden toegeschreven aan de verkeerde persoon of gekoppeld aan een verkeerde gebeurtenis	misleiding Content en titel/kop stemmen niet overeen
vervalsing Websites en Twitter-accounts die zogenaamd van een bekend merk of een bekende persoon zijn	vervalste content Content is veranderd of vervalst, bijvoorbeeld cijfers, grafieken, foto's of filmpjes

eavi
 MEDIA LITERACY
 for CITIZENSHIP

www.eavi.eu

Translated by

Kennisnet



NB: de opdrachten over invloed en motivatie zijn niet afgebakend; ze kunnen worden gebruikt als leidraad voor discussie