

5.

## OP ZOEK NAAR DE WAARHEID OP INTERNET

De term "nepnieuws" of "fake nieuws" wordt gebruikt om te verwijzen naar een breed scala aan onjuiste of misleidende informatie, zoals satire, slecht onderzochte of niet-gecontroleerde content, hoaxes en scams. Nepnieuws wordt niet altijd met slechte bedoelingen verspreid, maar het resultaat is over het algemeen hetzelfde: de mensen die het nieuws ontvangen denken dat iets wat niet waar is juist wél waar is of dat er iets is gebeurd wat nooit gebeurd is.

In het beste geval gaat het om een grappige meme. In het slechtste geval gaat het om onjuiste gezondheidsinformatie of verkeerde politieke voorlichting.

Ook al doe je zo goed mogelijk onderzoek naar de artikelen en stel je kritische vragen, je kunt er toch van in de war raken als je ze leest. Maar: je bent niet alleen!

### Alle hens aan dek

Ook al erkent een website zijn fouten niet, dan betekent dat niet dat ze geen fouten maken. Eigenlijk komen de meest betrouwbare publicaties van bedrijven die extra voorzichtig zijn met de waarheid en die mensen of hele afdelingen in dienst hebben die zich alleen maar bezighouden met feiten checken.

Zoek naar bronnen die rectificaties plaatsen als ze het mis hebben. Het mooiste is als de rectificatie boven aan het artikel staat en op social media wordt gedeeld, zodat je er niet eindeloos naar hoeft te zoeken.

[datadetoxkit.org](https://datadetoxkit.org) #datadetox

Een product van

TACTICAL  
TECH

Projectpartners



Funded by  
the European Union

6.

## JE FILTERBUBBEL DOORPRIKKEN

Als websites en apps een profiel van je interesses hebben samengesteld kun je terecht komen in een filterbubbel. Dan komen er meer verhalen en afbeeldingen in je nieuwsoverzicht die lijken op de items die je al eerder hebt aangeklikt. Dat beperkt en verandert wat je ziet en hoort, maar hoe?

Als je in een filterbubbel zit, zie je soms heel andere verhalen, nieuwskoppen, artikelen en advertenties dan de mensen om je heen. Dat wordt uit de doeken gedaan in het interactieve artikel Blue Feed, Red Feed ([graphics.wsj.com/blue-feed-red-feed](https://graphics.wsj.com/blue-feed-red-feed)).

Als je weet dat de content die je in je apps en op websites ziet specifiek voor jou wordt bepaald door een algoritme, dan is de vraag: hoe kun je uit je filterbubbel stappen?

### Verander van koers en hussel je nieuwsberichten door elkaar

Een goede manier om je filterbubbel door te prikken is je abonneren op diensten die nieuws en informatie uit verschillende bronnen samenvoegen en verschillende invalshoeken belichten. Met RSS-feeds, forums en mailinglijsten die ruimte bieden aan veel verschillende meningen en onderwerpen wordt het makkelijker om buiten je bubbel te kijken.

# ZES TIPS OM ONLINE UIT DE BUURT VAN DESINFORMATIE TE BLIJVEN

Apps, websites en online media kunnen essentieel zijn om toegang te krijgen tot nieuws, lifehacks en entertainment. Maar met die grote hoeveelheid content kan het moeilijk zijn om langs alle afleidingen te navigeren en te vinden wat je eigenlijk zoekt. Sterker nog, het kan moeilijk zijn om het verschil tussen feit en fictie te onderscheiden als je een video, afbeelding of artikel online ziet. Van persoonlijkheidskwisjes

die een profiel van je proberen te schetsen tot schokkende krantenkoppen en bewerkte foto's of video's die je proberen te overtuigen van een compleet andere werkelijkheid: wat je online ziet, is niet altijd wat het lijkt.

Het stellen van kritische vragen is de beste verdediging, zodat je kunt leren wat het verschil is tussen een onschadelijke parodie en een hoax, tussen content die opzettelijk misleidend is en content die domweg slecht onderbouwd is en hoe je alarmbellen en onbetrouwbare bronnen kunt herkennen.

D A T A  
D E T O X  
K I T

1.

## JE HEBT DE MACHT OM REURING TE VEROORZAKEN

Liken, sharen, retweeten, kopiëren – al deze acties beschrijven hoe je interactie is met wat je online ziet – en jouw interacties hebben grote impact. Als er genoeg mensen zijn die iets doen met een afbeelding, video of bericht verspreidt die zich razendsnel en gaat viral.

Sta even stil bij de vraag: "Welke impact heb ik online?" Wanneer heb je voor het laatst shockerende of grappige artikelen, krantenkoppen, video's of afbeeldingen gezien en die in een fractie van een seconde doorgestuurd naar je vrienden? Onderzoekers hebben vastgesteld dat juist de verhalen en afbeeldingen die angst, weerzin, verbijstering, boosheid of bezorgdheid oproepen viral gaan. Heb je vanmorgen nog een bericht gedeeld? Maak je geen zorgen!



### Delen is lief

Delen is een vorm van meedoen. Als je iets deelt ben je een radertje in de kans dat iets viral gaat. Als het nepnieuws blijkt te zijn zou je dan willen dat je naam en reputatie ermee verbonden zijn? Bedenk, voordat je een link deelt, of je misschien bijdraagt aan de verspreiding van onjuiste, destructieve of gemene dingen.

2.

## DENK TWEE KEER NA VOORDAT JE DIE PERSOONLIJKHEIDSTEST DOET

Wanneer heb je voor het laatst een quiz voorbij zien komen (in tekst- of fotovorm) met titels zoals:

- Welk decennium ben jij?
- Welk dier ben jij?
- Welke Disney-boef ben jij?
- ... het gaat maar door!

Het kan een leuke quiz zijn over een leuk onderwerp, maar het is ook mogelijk dat de vragen zorgvuldig zijn samengesteld om **gegevens te verzamelen en een profiel van je te maken** op basis van zogenaamde psychometrische patronen.

De antwoorden die je geeft in een quiz zoals "Welk Simpsons-karakter ben jij?" en bepaalde gewoontes die je hebt die in de gaten worden gehouden door je browser, app of bijvoorbeeld een klantenkaarten zijn een bron van informatie. Het geeft data-analisten een idee van het soort persoon dat je bent, wat je leuk vindt, en hoe je te beïnvloeden bent om een bepaald soort schoenen te kopen ... Ze zouden zelfs een profiel van je kunnen maken om te bepalen op welke manier ze

### Meer geheim houden

Als je denkt aan privé-informatie komen je wachtwoorden, BSN en pincode misschien als eerste in je op. Maar informatie over waar je bang voor bent, wat je irriteert en wat je ambities zijn, zijn net zo persoonlijk. Deze gegevens zijn van grote waarde voor data-analisten, want ze maken duidelijk waar jij als persoon gevoelig voor bent. Denk twee keer na voor je dergelijke informatie weggeeft in een enquête of quiz.

3.

## HAP NIET TE SNEL

**Clickbait** is een term die wordt gebruikt voor sensationele, oneerlijke of verzonden titels die als enig doel hebben dat mensen worden verleid om op de kop of link te klikken. Hoe meer aandacht er voor een artikel, video of afbeelding is, hoe meer geld ermee wordt verdiend. De makers trekken daarom alles uit de kast om jou zover te krijgen dat je klikt op hun content en die deelt.

Op basis van het profiel dat platforms (zoals Facebook en Instagram) van jou samenstellen krijg je koppen die op jou zijn afgestemd en **inspelen op jouw emoties**, zodat je erop klikt.

Clickbait kan hand in hand gaan met desinformatie, maar dat is niet altijd het geval. Als je clickbait-koppen leert herkennen, zie je ze opeens overal op YouTube, in blogs en in de roddelbladen..



### Ga naar de bron

Als je wordt geconfronteerd met clickbait, kijk dan verder dan de koppen. Als de link veilig lijkt, klik dan naar het artikel en zoek uit wie het heeft geschreven, wanneer het is gepubliceerd en naar welke bronnen wordt verwezen. Het kan zijn dat er in het artikel een opmerking staat dat de content een advertorial is of dat het wordt beschouwd als opiniestuk. Deze informatie helpt om te beslissen of je energie wilt steken in het betreffende stuk.

4.

## PAS OP VOOR DEEPFAKES

Deepfakes zijn video's, geluidsfragmenten of afbeeldingen die digitaal veranderd zijn, vooral om een gezicht of bepaalde bewegingen te vervangen of om iemands woorden te veranderen. Hoewel de term "deepfakes" nog maar kort wordt gebruikt, bestaat het fenomeen al jaren. De zogenaamde cheapfakes zijn nog makkelijker te maken – het is misleidende content die zonder geavanceerde technologie gecreëerd kan worden door gewoon een verkeerde titel bij een foto of video te zetten of verouderde content te gebruiken als illustratie bij een actuele gebeurtenis.

Het lijkt misschien onmogelijk om nepnieuws volledig te bestrijden, maar er is iets belangrijks wat je kunt doen ... laat je niet gek maken.

### Laat je niet gek maken en ga op onderzoek uit

Net als wanneer je te maken hebt met clickbait moet je niets op het eerste gezicht accepteren. Als een video of foto er verrassend of bizar uitziet moet er een alarmbelletje gaan rinkelen. Hou er rekening mee dat er meer aan de hand is dan je op het eerste gezicht ziet. En als je ziet dat dezelfde afbeelding telkens weer in je nieuws-overzicht verschijnt, of meerdere keren met je gedeeld wordt, kan dat een reden zijn om de echte bron te achterhalen.

Dat is het moment dat je meer vragen moet gaan stellen: wie heeft het gepubliceerd (welke website, wie heeft het geschreven)? Wanneer is het gepubliceerd? Als het om een afbeelding gaat, zoek dan omgekeerd naar afbeeldingen op TinEye en zoek uit waar je de afbeelding nog meer ziet. Controleer andere geloofwaardige nieuwsbronnen voordat je aanneemt dat het wel waar zal zijn en voordat je de informatie of de afbeelding deelt met je familie en vrienden.