



Extremisme op het internet

Drie leerarrangementen ter bevordering van
kritische mediacompetentie in de omgang
met internetpropaganda op school

Aanbevolen voor leerlingen vanaf 14/15 jaar



Co-funded by the
Internal Security Fund
of the European Union



Extremisme op het internet

COLOFON

Dit handboek voor leerkrachten is het resultaat van het project CONTRA (Countering Propaganda by Narration Towards Anti-Radical Awareness). Dit project is gesubsidieerd met middelen uit het Fonds voor Interne Veiligheid van de Europese Unie. In deze publicatie worden de meningen en opvattingen van de auteurs weergegeven. Deze komen niet noodzakelijkerwijs overeen met de officiële mening van de Europese Commissie of de uitgever. De Europese Commissie en de uitgever kunnen niet aansprakelijk worden gesteld voor het gebruik van de hierin opgenomen informatie.

Projectcoördinator:

Bundeskriminalamt (BKA) onderzoeksafdeling
Terrorisme/Extremisme



Projectpartners:

- Universiteit van Keulen;
- Universiteit van Mannheim;
- Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV);
- Bundesamt für Verfassungsschutz und Terrorismusbekämpfung (BVT) [federale dienst voor veiligheid en terrorismebestrijding] Oostenrijk;
- ufuq.de



ufuq.de

Geassocieerde partners:

- Bundeszentrale für politische Bildung [federale instelling voor politieke vorming];
- 180° Wende;
- Universiteit van Haifa



Uitgever en Redactie:

Bundeskriminalamt (BKA) onderzoeksafdeling
Terrorisme/Extremisme

Thaerstraße 11 • 65193 Wiesbaden/Duitsland

Postadres: 65173 Wiesbaden/Duitsland

Telefoon: +49(0)611-55-0

www.bka.de

Website van het project: www.project-contra.org

Auteurs:

Dit handboek is gebaseerd op het eindrapport van het project CONTRA, geschreven door Julian Ernst, Josephine B. Schmitt, Diana Rieger en Hans-Joachim Roth in samenwerking met de onderzoeksafdeling Terrorisme/Extremisme van de Bundeskriminalamt (BKA) en ufuq.de.

Gestalte:

PMGi - Eine Marke der Print Media Group GmbH & Co. KG
Gabelsbergerstraße 1 • 59069 Hamm
info@pmg-i.de | www.pmg-i.de

Druk:

Griebsch & Rochol Druck GmbH
Gabelsbergerstraße 1 • 59069 Hamm
www.grd.de

Foto:

shutterstock.com



Alle rechten voorbehouden.

© 2018 Bundeskriminalamt Wiesbaden/Duitsland

Het werk inclusief alle onderdelen is auteursrechtelijk beschermd. Elk gebruik buiten de enge grenzen van het auteursrecht zonder de toestemming van de uitgever is onrechtmatig en strafbaar. Dit geldt in het bijzonder voor reproducties (ook via microfilms), vertalingen en de opslag en verwerking in elektronische systemen. Deze gids wordt gratis verstrekt en is niet te koop. De herdruk, zelfs in fragmenten, is onderworpen aan autorisatie.

OVERZICHT VAN DE INFORMATIEKADERS IN DIT HANDBOEK



INHALT | EXTREMISMUS IM INTERNET

INHALTSVERZEICHNIS

.....	3
.....	6
.....	10
.....	15
..... Fähigkeit: Awareness, Reflection, Empowerment	19
..... men und didaktische Prinzipien	19
..... weltorientierung – oder: Was Jugendlichen im Alltag wichtig ist	21
..... lingsorientierung – oder: Learning by Doing	21
..... standorientierung – oder: Propaganda als Gegenstand	21
..... he Reflexion – oder: Die Perspektiven wechseln	23
..... didaktische Hinweise	23
..... rnarrangements als Instrument der universellen Prävention	24
..... ilität für die Lerngruppe: Zur Einführung des Themas	24
..... cular Anbindungsmöglichkeiten	26
..... ber die Lernarrangements	26
..... rangement I: Propaganda definieren	26
..... rnzial	28
..... aulfsplanung Lernarrangement I	28
..... nstiege	30
..... arbeitung	32
..... rgebnissicherung	34
..... rangement II: Alltägliche Mediennutzung reflektieren	34
..... rnzial	36
..... rlaufplanung Lernarrangement II	39
..... nstiege	41
..... arbeitung	42
..... rgebnissicherung	44
..... rangement III: Auf Propaganda reagieren	44
..... rnzial	45
..... rlaufplanung Lernarrangement III	46
..... nstiege	53
..... arbeitung	54
..... rgebnissicherung	A1 - A7
..... ng	A1
..... ht über zu verwendende Operatoren	A2
..... ht über die Sozialformen	A3
..... ifragen für Lernarrangement I	A4
..... entationsblatt zu Lernarrangement II	A5 - A7
..... bblatt zu Lernarrangement III „Positive Botschaft“	



Aanvullende informatie



Definities van centrale begrippen en concepten



Organisatorische informatie over de leerarrangements



Verwijzingen naar de wetenschappelijke onderbouwing van de in de leerarrangements gekozen aanpak

VOORW

Internet is niet meer weg te denken uit onze leefwereld. Met name door de enorme technische ontwikkeling is internet alomtegenwoordig geworden in het dagelijks leven van veel (vooral jonge) mensen.

Ook extremistische actoren maken gebruik van de mogelijkheden die het internet biedt om bepaalde ideologieën en wereldbeelden te propageren en om mensen op te ruïen. Bij de verspreiding van propagandamateriaal door islamistische organisaties en extreemrechtse groeperingen lijkt internet momenteel zelfs een sleutelrol te spelen.

Tegenwoordig worden internetgebruikers via verschillende sociale-mediakanalen als het ware ongevraagd geconfronteerd met haatopmerkingen van andere gebruikers en met propagandavideo's van extremistische groeperingen. Op deze wijze komen in het bijzondere jongere mensen directer met het gedachtengoed van radicale of zelfs extremistische milieus in contact. De vraag rijst dan ook hoe mensen worden beïnvloed door extremistische (internet)propaganda, nu zij daar onvermijdelijk in toenemende mate mee in aanraking komen.

Deze door internet beïnvloede radicalisering stelt de overheid en de samenleving voor grote uitdagingen. Het is zaak de preventie van extremisme uit te breiden naar internet. In ieder geval moet bij het ontwikkelen van preventieve maatregelen rekening worden gehouden met de invloed en de specifieke kenmerken van internet. Het belangrijkste doel is het beschermen van vooral jonge mensen tegen de gevaren van indoctrinatie.

AWARENESS

VOORWOORD

Een specifieke uitdaging is in dit verband dat het, gezien de omvang en de heterogeniteit van internet, moeilijk is specifieke doelgroepen te bereiken met preventieve maatregelen en adequaat te reageren op de gevolgen van problematische content. In dit licht moeten doelgroepgerichte preventieve maatregelen er vooral op gericht zijn extremistische online-uitingen in een pedagogische context te plaatsen om kwetsbare doelgroepen uitdrukkelijk weerbaarder te maken tegen, dan wel minder ontvankelijk te maken voor, een extremistisch wereldbeeld.

Voortbordurend op eerdere onderzoeksactiviteiten rond “internetpropaganda” en “counter-narrative” die zijn ontplooid in samenwerking met de onderzoeksafdeling Terrorisme/Extremisme van de Bundeskriminalamt en de Universiteit van Keulen, heeft het project CONTRA als doel om praktische preventieve instrumenten ter beschikking te stellen ter bevordering van een kritische mediacompetentie ten aanzien van internetpropaganda. Deze leerarrangementen zijn ontwikkeld, getest en geëvalueerd door, op basis van de praktijkervaring van preventiemedewerkers en onderwijs- en veiligheidsdeskundigen, de onderzoeksresultaten zo om te zetten dat zij nu op school kunnen worden gebruikt. Voorstel: Deze leerarrangementen zijn ontwikkeld en geëvalueerd op basis van onderzoeksresultaten en praktijkervaringen van preventiemedewerkers en andere ervaringsdeskundigen. Ze zijn nu klaar voor het gebruik op school.

EMPOWERMENT

REFLECTION



Nadere informatie over dit project vindt u op www.project-contra.org.



¹Rieger, D., Frischlich, L. & Bente, G. (2013). *Propaganda 2.0: Psychological effects of right-wing and Islamic extremist internet videos*. Keulen: Wolters Kluwer.

²Frischlich, L., Rieger, D., Morten, A. & Bente, G. (Hrsg.) (2017). *Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand*. Wiesbaden: Bundeskriminalamt.



INHOUDSOPGAVE

■	Colofon	3
■	Voorwoord	6
■	1. Inleiding	10
■	2. Kritische mediacompetentie: Awareness, Reflection, Empowerment	15
■	3. Uitgangspunten en didactische beginselen	19
	3.1 Leefwereldgericht leren, of: wat voor jongeren in het dagelijks leven belangrijk is	19
	3.2 Handelingsgericht leren, of: Learning by Doing	21
	3.3 Themagericht leren, of: propaganda als thema	21
	3.4 Kritische reflectie, of: wisselen van perspectief	21
■	4. Methodisch-didactische informatie	23
	4.1 De leerarrangementen als instrument voor universele preventie	23
	4.2 Sensibiliteit voor de leergroep: onderwerp inleiden	24
	4.3 Curriculaire Anbindungsmöglichkeiten	24
■	5. Overzicht van de leerarrangementen	26
	5.1 Leerarrangement I: propaganda definiëren	26
	5.1.1 Leerdoel	26
	5.1.2 Schematisch verloop leerarrangement I	28
	5.1.3 Introductie	28
	5.1.4 Uitwerking	30
	5.1.5 Resultaten vaststellen	32
	5.2 Leerarrangement II: reflecteren over dagelijks mediagebruik	34
	5.2.1 Leerdoel	34
	5.2.2 Schematisch verloop leerarrangement II	36
	5.2.3 Introductie	39
	5.2.4 Uitwerking	41
	5.2.5 Resultaten vaststellen	42
	5.3 Leerarrangement III: reageren op propaganda	44
	5.3.1 Leerdoel	44
	5.3.2 Schematisch verloop leerarrangement III	45
	5.3.3 Introductie	46
	5.3.4 Uitwerking	53
	5.3.5 Resultaten vaststellen	54
■	6. Bijlage	A1 - A3
	Vraagtype: circulaire vragen	A1
	Vraagtype: detailvragen	A1
	Documentatieblad voor leerarrangement II	A2
	Werkblad bij leerarrangement III “Positieve boodschap”	A3

1. INLEIDING

Digitale media zijn niet meer weg te denken uit het dagelijks leven van jongeren. Internet biedt echter niet alleen legio onderhoudende en informatieve content en formats maar ook veel problematische content, zoals extremistische propaganda, *hate speech* ofwel aanzetten tot haat, samenzweringstheorieën en zogenoemd *fake news*. Met name extreemrechtse en islamistische actoren maken gebruik van de vele mogelijkheden die digitale media bieden om hun minachtende en van haat getuigende boodschappen te verspreiden en om op te roepen tot geweld (zie ook Infokader nr. 1). Jongeren kunnen deze content altijd tegenkomen wanneer ze aan het surfen zijn, bewust dan wel per toeval. Dergelijke video's kunnen geïnteresseerde jongeren ertoe verleiden zich in een radicaal milieu te begeven. Via geautomatiseerde aanbevelingsalgoritmes, reacties onder YouTube-video's of persoonlijke boodschappen bereiken ze uiteindelijk ook die internetgebruikers die er niet actief naar op zoek zijn.

Hoe kunnen we pedagogisch omgaan met dit verschijnsel? Uit (media)pedagogisch en technisch-praktisch oogpunt is het geen effectieve optie om te proberen jonge mensen weg te houden van extremistische content door deze te verwijderen of te verbieden. Door zijn wereldwijde infrastructuur kan internet in dit opzicht nauwelijks worden gereguleerd en gecontroleerd. Antidemocratische content en gebruikeraccounts van extremistische actoren verschijnen bijvoorbeeld in licht gewijzigde vorm weer op sociale media vlak nadat ze zijn verwijderd. Bovendien zijn extremistische narratieven ook te vinden in teksten die niet door duidelijk extremistische actoren worden gepubliceerd. Dergelijke latente of subtiele content kan doorgaans om juridische redenen niet worden verwijderd. Er moet inhoudelijk op worden gereageerd.

Het hier gepresenteerde lesmateriaal is ontwikkeld in het kader van het onderzoeksproject CONTRA. Het is de bedoeling jongeren in hun schoolomgeving weerbaarder te maken tegen manipulatiepogingen via internet en tegen inhoudelijk emotionele



uitingen door reflectieprocessen over extremistische content in gang te zetten en pedagogisch te sturen. Het belangrijkste doel is het bevorderen van *kritische mediacompetentie* ten aanzien van extremistische propaganda en haatboodschappen op internet. In dit verband dient ook rekening gehouden te worden met zogenoemd “fake news”. Nadruk op het reflecteren over extremistische content lijkt juist in deze tijd van digitale propaganda een zeer belangrijk aspect van mediacompetentie te zijn. De aanzet hiertoe wordt gegeven met een leerproces in drie fasen: *Awareness, Reflection en Empowerment*.³

Gedurende de looptijd van dit project (2016–2018) zijn drie leerarrangementen voor scholen ontwikkeld en wetenschappelijk geëvalueerd. Het hieruit resulterende programma is bestemd voor alle jongeren, ongeacht of zij reeds in aanraking zijn geweest met een extremistische ideologie. Dit lesmateriaal is dan ook bedoeld als een primaire en universele preventiemaatregel. Het is gericht op bewustwording en biedt pedagogische mogelijkheden voor het behandelen, in de les, van extremistische onlinepropaganda en haatboodschappen (en zogenoemd *fake news*) van verschillende radicale milieus of groeperingen.

De leerkrachten hebben geen aanvullende specifieke competenties nodig op het gebied van preventie van extremisme om dit programma in de les te gebruiken. Bij leerlingen die reeds affiniteit hebben met radicaal gedachtegoed of zich in een radicaliseringsproces bevinden, dient dit materiaal uitsluitend gebruikt te worden door deskundige leerkrachten die, indien nodig, een mogelijkere wijze escalerende inhoudelijke discussie op adequate wijze kunnen leiden. Geradicaliseerde of radicaliserende mensen hebben dikwijls rigide denkpatronen, omdat ze ideologisch zijn geïndoctrineerd, en kunnen in een discussie immuun blijken te zijn voor argumenten. Wanneer een leerkracht hiermee te maken krijgt, verdient het aanbeveling professioneel advies in te winnen.



³Baacke, Dieter (1997). *Medienpädagogik* (ongewijzigde nieuwe druk 2007). Tübingen: Niemeyer.



Infokader nr. 1

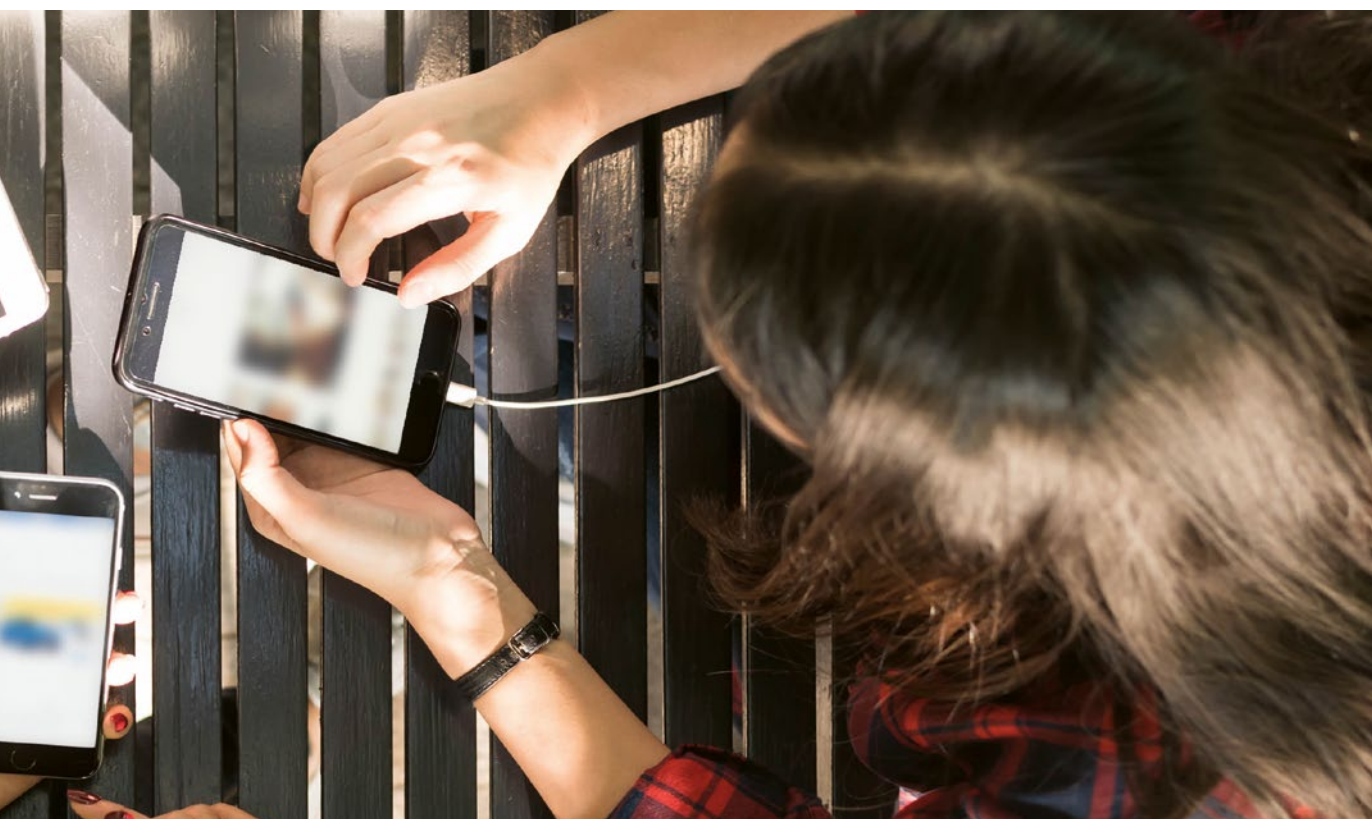
DE ROL VAN INTERNET BIJ DE VERSPREIDING VAN EXTREMISTISCHE PROPAGANDA, HATE SPEECH EN ZOGENOEMD FAKE NEWS

Reeds in de jaren '90 van de vorige eeuw dachten leidende Amerikaanse neonazi's dat internet de wereldwijde wederopstanding van het "blanke ras" zou vergemakkelijken. Zij dachten dat internet hun beweging zou helpen hun publiek rechtstreeks te bereiken in plaats van indirect via de "mainstream media". Zij riepen hun activisten op, internet vaker te gebruiken voor opruiing. Sinds het jaar 2000 hebben ook de strategen van het islamistischterrorisme het potentieel van internet ontdekt. In hun publicaties roepen ze op internet als infrastructuur voor het eigen mediawerk te gebruiken, enerzijds om zichzelf in een beter daglicht te stellen en anderzijds om het positieve beeld te ondergraven dat het "Westen" via zijn eigen media van zichzelf propageert.⁴

Intussen speelt internet naast andere factoren een rol bij de radicalisering van jongeren. Het is belangrijker geworden voor terroristische organisaties en extremistische groeperingen, met name voor de verspreiding van propagandamateriaal. Door internet is deze propaganda als het ware overal en altijd onbeperkt toegankelijk geworden. De propaganda bereikt nu een groter aantal potentiële ontvangers. Bovendien is zij niet alleen kwantitatief veranderd sinds de grote sociale netwerken bestaan. Videoboodschappen worden steeds vaker in verschillende talen geproduceerd, en er wordt verwezen naar actuele politieke en maatschappelijke discussies in Duitsland en andere Europese landen.⁵

⁴ Meleagrou-Hitchens, A. & Kaderbhai, N. (2017). *Research perspectives on online radicalisation. A literature Review, 2006-2016*. London: King's College.

⁵ Ben Slama, B. & Kemmesies, U. (2017). *Extremismusprävention im Internet: Praxisbedarf für eine orientierungsstiftende Forschung*. In: L. Frischlich, D. Rieger, A. Morten & G. Bente (Hrsg.) (2017), *Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand* (S. 35-46). Wiesbaden: Bundeskriminalamt.



VORMEN VAN EXTREMISTISCHE UITINGEN OP INTERNET

Er bestaan verschillende vormen van problematische uitingen op internet. Wij noemen hier de vier belangrijkste:

- **Propagandavideo's** vormen de kern van jihadistische en extreemrechtse propaganda. Zij spreken vooral jongeren en jonge volwassenen aan vanwege hun moderne vormgeving, kunnen gemakkelijk worden verspreid en spelen hierdoor in op de levensstijl en de gebruiksgewoontes van de jonge generatie. Ze worden via sociale media zoals Instagram (via Instagram Stories), maar ook Messenger en Telegram of het videoplatform YouTube verspreid en vormen een krachtig propaganda-instrument.
- Onder **fake news** (desinformatie) verstaan we bewuste, politieke, online desinformatie en gerichte verspreiding van onjuist nieuws. *Fake news* kan zich zeer snel op internet verspreiden en veel mensen bereiken. Het wordt gebruikt om heel gericht de publieke opinie te beïnvloeden. Zeer ontvankelijk voor dergelijke manipulatie zijn gebruikers bij wie de vervalste informatie een reeds aanwezig wereldbeeld bevestigt. *Fake news* wordt onder andere met behulp van zogenoemde *Social Bots* en trollen via vervalste profielen op grote schaal over de sociale media verspreid. De verspreiding van *fake news* onder bepaalde groepen, zoals vluchtelingen, kan de overname van extremistisch gedachtegoed bevorderen.
- Onder **aanzetten tot haat** verstaan we aanvallen via communicatiemiddelen op leden van bepaalde maatschappelijke groepen, voortvloeiend uit bijvoorbeeld racistische, islamofobe, antisemitische of seksistische vooroordelen.
- **Echo-Kammern** zijn virtuele ruimtes waar bepaalde opvattingen worden uitgewisseld zonder rekening te houden met andere standpunten. Mensen met een bepaalde politieke oriëntatie communiceren bijvoorbeeld op Facebook of Twitter hoofdzakelijk met gelijkgezinden en wisselen minder vaak van gedachten met mensen die een andere oriëntatie hebben. Op den duur wordt de eigen zienswijze als waar en overheersend beschouwd.



2. KRITISCHE MEDIA-COMPETENTIE: AWARENESS, REFLECTION, EMPOWERMENT

Onder kritische mediacompetentie verstaan we “een analytische, reflexieve en ethische categorisering of beoordeling van media-inhoud”,⁶ in dit lesmateriaal met een focus op extremistische propaganda. Leerlingen moeten in staat worden gesteld om bijvoorbeeld verbanden tussen video's en dubieuze kanalen te herkennen en deze kritisch te benaderen. Dit vereist specifieke kennis, specifieke bekwaamheden en een specifieke instelling, die op de volgende drie niveaus worden overgedragen:



1

Awareness
aandacht en
bewustwording

2

Reflection
analytisch-
kritische
reflectie

3

Empowerment
versterken en
verdedigen van
de eigen positie

⁶ Ganguin, S. & Sander, U. (2015). Zur Entwicklung von Medienkritik. In: F. v. Gross, D. M. Meister & U. Sander (Hrsg.), Medienpädagogik – ein Überblick (S. 229–246). Weinheim: Beltz Juventa, S. 234.

(1) *Awareness* houdt fundamentele aandacht in voor extremistische boodschappen op internet: bewustwording van de beschikbaarheid van uiteenlopende propagandacontent op YouTube en andere onlineplatformen. Daarnaast bestaat werken op Awareness-niveau uit het overdragen van kennis over de manipulatiepogingen en -mechanismen van propaganda (bijv.: welke retorische en visuele middelen worden gebruikt?) alsmede over de wijze waarop media-inhoud werkt en opereert (bijv. ook de wijze waarop geautomatiseerde algoritmes opereren). Werken op dit niveau betekent derhalve bewustmaking, voorlichting en het ontwikkelen van een bewustzijn voor specifieke problematische content op internet.

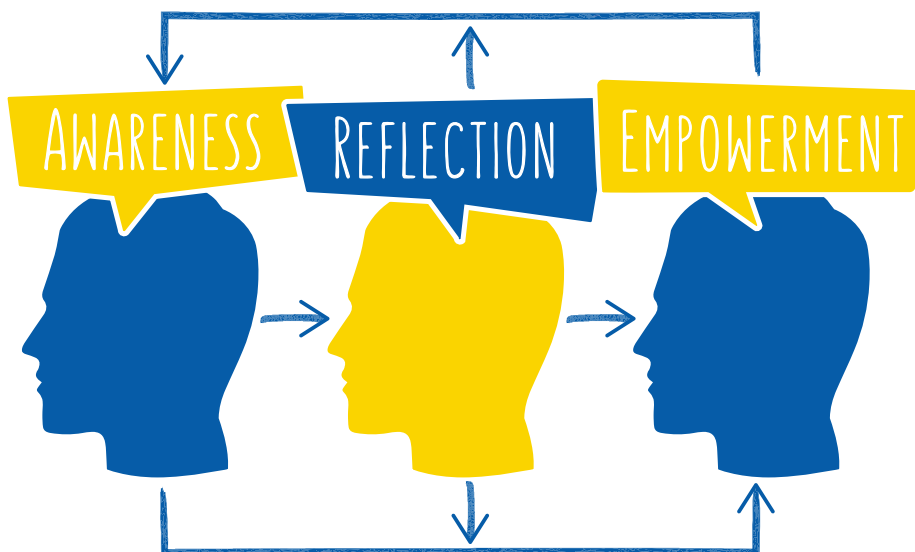
(2) *Reflection* (kritische reflectie) gaat al een stap verder en is erop gericht leerlingen vertrouwd te maken met bepaalde criteria voor onlinecontent (bijv. video's). De centrale vraag is hier: gaat het bij bepaalde content om internetpropaganda of niet? Werken op dit niveau houdt in dat leerlingen in staat worden gesteld media-inhoud en de eigenschappen daarvan te begrijpen en vaardigheden te verwerven om de inhoudelijke kwaliteit en de geloofwaardigheid van media-inhoud en de verzenders ervan te analyseren en te beoordelen.

(3) *Empowerment* als derde niveau heeft betrekking op handelen en actief worden, d.w.z. het versterken en verdedigen van de eigen positie. Hier gaat alle aandacht naar vaardigheden die verder gaan dan het herkennen, analyseren en beoordelen van propaganda. Werken op

dit niveau kan er vooral op gericht zijn tegengas te geven aan propagandavideo's of haatreacties en de eigen stem en positie als effectieve en machtige instrumenten te zien en als zodanig te gebruiken. Dit blijkt een belangrijke ervaring die leerlingen kunnen opdoen, ook in de zin van digitale burgermoed. Empowerment kan worden gezien als vervolg op het herkennen van en kritisch nadenken over media en media-inhoud.

Bovenstaande indeling dient als ondersteuning bij de planning van de leerarrangementen, niet als keurslijf. *Awareness*, *Reflection* en *Empowerment* zijn altijd met elkaar vervlochten. Door meer bewustzijn van propaganda neemt het potentieel van de leerlingen tot kritische *reflectie* toe. Kritische *reflectie* over radicale content vereist op haar beurt kennis over de aanwezigheid van content op internet. *Reflectie* over extremistische content en de werking ervan biedt voor de scholieren een basis voor de versterking van de eigen standpunten en argumentatieve vaardigheden. Deze versterking leidt ook tot meer sensibilisering tegenover internet propaganda. Zo wordt het vinden van argumenten voor een creatief tegengeluid vergemakkelijkt.

Om deze drie niveaus geschikt te maken voor de didactische planning kunnen *Awareness* (1.), *Reflection* (2.) en *Empowerment* (3.) bovendien in subdoelen worden onderverdeeld (zie tabel 1). Deze subdoelen worden behandeld in de drie ontwikkelde leerarrangementen.



Afbeelding 1: Samenspel van de drie preventieve niveaus van kritische mediacompetentie

TABEL 1: SUBDOELEN VAN DE DRIE WERKNIVEAUS VAN KRITISCHE MEDIACOMPETENTIE

<p>1. Awareness</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Versterken van het bewustzijn van manipulatieve strategieën en verschillende soorten extremisme (rechtsex-tremisme en islamitisch extremisme). • Kritisch kijken naar de intentie van manipulatieve en propagandistische mediaboodschappen. • Bewustmaken van de verschillen tussen extremistische (propaganda)boodschappen en positieve boodschappen.
<p>2. Reflection</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verzamelen van kennis over manipulatiemethoden en radicale propagandaboodschappen (zie infokaders nr. 2 en 3). • Verbeteren van het vermogen kritisch te reflecteren over media-inhoud in het algemeen en propaganda in het bijzonder. • Verbeteren van het vermogen met eigen emotionele reacties op propaganda om te gaan, bijv. impulsieve reacties te vermijden. • Leerlingen in staat stellen om gevolgen van manipulatieve media-inhoud en -boodschappen te begrijpen. • Verduidelijken van de politieke relevantie van houdingen en meningen in virtuele ruimtes.
<p>3. Empowerment</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bevorderen van democratische waarden en politiek beoordelingsvermogen. • Leerlingen in staat stellen om op verantwoorde wijze deel te nemen aan de maatschappelijke discussie over extremisme in het algemeen en radicale mediaboodschappen in het bijzonder. • Leerlingen weerbaar maken tegen extremisme en haat.



ORIËNTERING

3. UITGANGSPUNTEN EN DIDACTISCHE BEGINSLEN

Dit lesprogramma volgt een pedagogische aanpak die is gebaseerd op een constructivistische didactiek met bijzondere aandacht op communicatie. De communicatieve vaardigheden worden vooral in gesprekken gedurende het onderwijs en ook in kleine gespreksgroepen ingestudeerd.

Dit lesprogramma biedt een flexibel kader, waardoor de leerlingen tot op zekere hoogte vrij zijn in de keuze van onderwerpen voor hun eigen project. Leerkrachten kunnen zelfgestuurde leerprocessen inkaderen en zo vormingsprocessen in gang zetten. De les wordt daarmee beschouwd als leerarrangement.

De in dit programma aangeboden leerarrangementen volgen daartoe vier didactische beginslen: (1) *leefwereldgericht leren*, (2) *handelingsgericht leren*, (3) *themagericht leren* en (4) *kritische reflectie*.

3.1 LEEFWERELDGERICHT LEREN, OF: WAT VOOR JONGEREN IN HET DAGELIJKS LEVEN BELANGRIJK IS

Onder leefwereldgericht leren wordt verstaan dat rekening wordt gehouden met het dagelijks leven van leerlingen, wier ervaringen worden bepaald door voor hen specifieke werkelijkheden en een gemeenschappelijke “kennisvoorraad” waartoe volwassenen niet altijd toegang hebben.⁸ De kijk op de

wereld die jongeren hebben, vertoont echter veel overlap omdat zij samen deel uitmaken van een generatie. Ze delen gemeenschappelijke ervaringen met de wereld, die verschillen van de ervaringen van volwassenen of kinderen. Internet en de toegang hiertoe zijn in hun gemeenschappelijke ervaringswereld eenvoudigweg vanzelfsprekend.

De *JIM-Studie 2017*⁹ geeft bijvoorbeeld aan de hand van een voor de Bondsrepubliek Duitsland representatieve steekproef inzicht in het mediagebruik door jongeren. Voor ca. 58% van de meisjes en 69% van de jongens in de leeftijd van 12 tot 16 jaar is YouTube de populairste bron van onlinecontent. Ongeveer 86% van de ondervraagde jongeren gebruikt YouTube meerdere malen per week, en 56% gebruikt YouTube iedere dag. Uit deze cijfers blijkt dat (de toegang tot) internet voor jongeren eenvoudigweg vanzelfsprekend is. Het beginsel *leefwereldgericht leren* haakt in op dit specifieke mediagebruik door jongeren. Belangrijke consequentie daarvan is dat het accent wordt gelegd op het videoplatform YouTube. Bovendien kunnen verschillende onderwerpen en problemen relevant blijken te zijn voor de leefwereld van jongeren, al naargelang ze bijvoorbeeld in een grote stad of op het platteland wonen, in een buitenwijk of midden in een stad. Een onderwerp kan ook in de loop van de tijd relevanter worden of door een nieuw onderwerp worden verdrongen. Dit programma stelt instrumenten ter beschikking om de voor de leerlingen relevante onderwerpen te kunnen oppakken.

⁷ Reich, K. (2006). *Konstruktivistische Didaktik. Lehr- und Studienbuch mit Methodenpool* (3., völlig neu bearbeitete Auflage). Weinheim und Basel: Beltz; Reich, K. (2005). *Systemisch-konstruktivistische Pädagogik. Einführung in Grundlagen einer interaktionistisch-konstruktivistischen Pädagogik* (5. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz.

⁸ Berger, P. L. & Luckmann, T. (2016). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit* (26. Auflage). Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.

⁹ Feierabend, S., Plankenhorn, T. & Rathgeb, T. (2017). *JIM-Studie: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

REFLECTIE



3.2 HANDELINGSGERICHT LEREN, OF: LEARNING BY DOING

Handelingsgericht leren wordt ook *Learning by Doing* genoemd. Leer- en vormingsprocessen verlopen zeer succesvol indien gelegenheid wordt geboden tot (inter) actief handelen, bijvoorbeeld door eigen materiaal te produceren, zoals een poster, een groepspresentatie of een videoclip.¹⁰ Naast productieve en creatieve processen als direct doen heeft het beginsel handelingsgericht leren tevens betrekking op de sociale interactie, bijvoorbeeld mogelijkheden om te oefenen via interactie met andere leerlingen of via het communicatief uitonderhandelen van geldingsaanspraken met betrekking tot politiek en levenswijze.

3.3 THEMAGERICHT LEREN, OF: PROPAGANDA ALS THEMA

Nadere beschouwing van maatschappelijke discussies levert bij veel lesonderwerpen niet of nauwelijks problemen op, maar bij het lesonderwerp *Extremistische propaganda op internet* ligt dat soms anders. Er wordt al snel ook gesproken over verwante conflictonderwerpen, zoals *rechts geweld*, *radicalisering*, *salafisme* en *islam in Duitsland*. Het behandelen van dergelijke, in de publieke opinie fel bediscussieerde onderwerpen tijdens de les brengt het gevaar van onbedoelde neveneffecten met zich mee. Die kunnen het eigenlijke onderwerp gaan overheersen, waardoor (*internet*)*propaganda* als mediale articulatievorm en bijzondere communicatiestrategie op de achtergrond raakt. Omdat publieke discussies ook voor leerlingen niet verborgen blijven, bestaat het gevaar dat men tijdens een leergesprek verstrikt raakt in emotioneel en politiek sterk beladen contextthema's. Bij *themagericht leren* wordt rekening gehouden met dit potentiële probleem en ligt de focus op het onderwerp. Contextuele factoren zoals discussies en houdingen mogen hierbij niet op de voorgrond treden. Het is derhalve zaak het onderwerp geïsoleerd te behandelen, los van raakvlakken met aangrenzende

discussies, zonder die discussies zelf buiten beschouwing te laten. Fotografen spreken in deze context ook wel van *vrijmaken*: door de scherptediepte te verkleinen, wordt een voorwerp geaccentueerd, terwijl de achtergrond wordt verduisterd, maar wel nog zichtbaar blijft. Door op die manier te focussen op propaganda als onderwerp, wordt tijdens de les een beschermd kader gecreëerd dat juist bij het behandelen van conflictonderwerpen zeer relevant is om vruchtbaar leren mogelijk te maken.

3.4 KRITISCHE REFLECTIE, OF: WISSELEN VAN PERSPECTIEF WECHSELN



Kritische reflectie als didactisch beginsel betekent dat verandering van perspectief wordt gestimuleerd. Enerzijds is het de bedoeling dat een *eigen* perspectief wordt ingenomen, het eigen denken en voelen met betrekking tot een onderwerp (bijvoorbeeld een video), de werking ervan of de situatie waarin ernaar wordt gekeken. Anderzijds is het de bedoeling dat ook het innemen van een *ander* dan het eigen perspectief wordt gestimuleerd, waardoor toegang tot de relativiteit van perspectieven in de zin van een pluralistische zienswijze mogelijk wordt.¹¹ Kritische reflectie betekent niet zozeer kritiek in de zin van be- of veroordelen, maar is gericht op analytische toegang tot het onderwerp en een probleemgerichte behandeling van de inbedding in maatschappelijke discussies en contexten. Hierbij is de bedoeling dat scholieren maatschappelijke vraagstukken met hun medescholieren discussieren en in hun context plaatsen. Kritische reflectie is een voorwaarde voor het bepalen van een eigen standpunt in een politieke context, waarvoor geen absolute waarheid bestaat, maar die steeds weer interactief uitonderhandeld moet worden.

¹⁰ Reinhardt, S. (2014). *Handlungsorientierung*. In: W. Sander & B. Asbrand (Hrsg.), *Reihe Politik und Bildung*, Bd. 69: *Handbuch politische Bildung* (4. Ausgabe, S. 275–283). Schwalbach/Ts.: Wochenschau-Verlag.

¹¹ Reich, K. (2005). *Systemisch-konstruktivistische Pädagogik. Einführung in Grundlagen einer interaktionistisch-konstruktivistischen Pädagogik* (5. Auflage). Weinheim en Basel: Beltz.



4. METHODISCH-DIDACTISCHE INFORMATIE

Dit handboek biedt drie op elkaar voortbordurende leerarrangementen (LA) voor het gericht bevorderen van kritische mediacompetentie met betrekking tot extremistische propaganda op internet, die specifiek zijn ontwikkeld voor gebruik in de les. Elk leerarrangement duurt, ter indicatie, circa 90 minuten. De leerarrangementen kunnen worden gebruikt voor leerlingen van 14 jaar en ouder. Ze borduren op elkaar voort en kunnen in drie dubbeluren of als project in het kader van een projectdag worden behandeld.

4.1 DE LEERARRANGEMENTEN ALS INSTRUMENT VOOR UNIVERSELE PREVENTIE

Deze leerarrangementen hebben een universeel, ofwel primair, preventief doel. Ze zijn in beginsel bestemd voor een brede doelgroep, die *alle* leerlingen kan omvatten. Ze versterken hulpmiddelen en gewenst gedrag (kritische mediacompetentie) in plaats van de nadruk op mogelijke tekorten te leggen. Het is de bedoeling leerlingen kennis en vaardigheden bij te brengen waarmee zij de structuur en de werking van extremistische propaganda kunnen herkennen, en

wel onafhankelijk van een ideologische richting (bijv. rechtsextremisme, islamisme). Door de kennis en de competenties van leerlingen te activeren, gaan zij ideologische standpunten zoals antisemitisme of samenzweringstheorieën herkennen en erover nadenken. Zo worden extremistische boodschappen uiteindelijk van hun betovering ontdaan en ontkracht.

Op grond van deze universele/primaire doelstelling kan dit programma slechts in beperkte mate worden gebruikt in een schoolomgeving met leerlingen met herkenbare risico-indicatoren (bijv. bekende contacten met extremistische kringen, actieve verspreiding van propaganda via sociale netwerken op internet e.d.). Om met dergelijke vermoedelijk radicaliserende of reeds geradicaliseerde jongeren te kunnen werken, is veeleer materiaal nodig op het gebied van selectieve/secundaire of geïndiceerde/tertiaire preventie. Dit programma kan in een dergelijk geval in de juiste vorm worden gebruikt door ervaren preventiedeskundigen.

Het blijft echter ter beoordeling van de leerkracht om bij het gebruik van deze leerarrangementen rekening te houden met leerlingen die tekenen van radicalisering vertonen, of hun ander materiaal aan te bevelen.



TIP:

Behandel de eerste twee leerarrangementen in twee dubbeluren en het derde als project.

4.2 SENSIBILITEIT VOOR DE LEERGROEP: ONDERWERP INLEIDEN

Zoals reeds aangegeven is *extremistische internet-propaganda* een zeer ingewikkeld onderwerp, omdat het raakvlakken heeft met bepaalde maatschappelijke thema's. Aangezien in de publieke opinie regelmatig over deze onderwerpen wordt gediscussieerd, blijven ze niet verborgen voor jongeren. We kunnen er gerust van uitgaan dat enkele van hen al affiniteit met dergelijke onderwerpen hebben of zelf actief aan deze discussies deelnemen, via persoonlijke gesprekken met leeftijdgenoten dan wel via chats in sociale onlinenetwerken.

Wanneer het onderwerp extremisme in de les wordt behandeld, kan dit reacties uitlokken, vooral wanneer niet de vereiste zorgvuldigheid in acht wordt genomen. Wanneer bijvoorbeeld vragen over het geloof ongewild worden geassocieerd met extremisme of stereotypen over minderheden worden gebruikt, kan dit bij sommige leerlingen niet alleen leiden tot misverstanden maar zelfs tot provocatief gedrag.

Om ongewilde neveneffecten te voorkomen, verdient het aanbeveling een aanpak te volgen die niet op één fenomeen is gericht. Wanneer bijvoorbeeld concrete extremistische propaganda het onderwerp is van het programma, dienen altijd verschillende fenomenen behandeld te worden (bijvoorbeeld rechtsextremisme en islamitisch extremisme). Zo wordt ook rekening gehouden met het feit dat extremisme een probleem is dat verschillende gemeenschappen, groeperingen en/of religies betreft.

Mocht er desondanks sprake zijn van reacties en provocatief gedrag waarmee de leerkrachten niet in het kader van een constructieve dialoog kunnen omgaan, dan wordt in eerste instantie aangeraden het programma niet klassikaal te vervolgen. Het is dan beter om de dialoog met de desbetreffende – mogelijk radicaliserende – leerlingen apart voort te zetten en zo nodig een deskundig adviseur in te schakelen.

4.3 CURRICULAIRE AANKNOPINGSMOGELIJKHEDEN

Gezien de mediapedagogische opzet en het thematische verband met kwesties van democratie en grondrechten zijn er legio aanknopingsmogelijkheden. Zeer geschikt zijn de vakken *politiek* en *geschiedenis*, evenals *maatschappijleer*, *praktische filosofie*, *islamitisch godsdienstonderwijs* en *Duits*.

- Bij het vak *politiek* kunnen deze leerarrangementen worden gebruikt in het kader van de onderwerpen “politieke participatie” en “nieuwe media”.
- Bij het vak *geschiedenis* kunnen ze worden gebruikt bij de behandeling van nationaalsocialistische propaganda.
- In de context van mediafilosofie en de behandeling van het begrip waarheid zijn er aanknopingsmogelijkheden bij het vak *praktische filosofie*.
- In het *islamitische godsdienstonderwijs* kunnen deze leerarrangementen worden gebruikt bij de behandeling van islamitische radicalisering enerzijds en anti-islamitisch racisme (bijvoorbeeld in het rechtsextremistische spectrum) anderzijds.
- In het kader van het vak *Duits* biedt het lesonderwerp reclame mogelijkheden tot verdieping aan de hand van extremistische propaganda.



TOLERANTIE



ALGEMENE INFORMATIE OVER RADICALISERING, DERADICALISE- RING EN EXTREMISME

- Radicalisation Awareness Network:
https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/networks/radicalisation_awareness_network/about-ran_en
- A Teacher's Guide on the Prevention of Violent Extremism (UNESCO)
<http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002446/244676e.pdf>
- Rapport van Peter Neumann (2017), Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE):
<https://www.osce.org/chairmanship/346841>



5. OVERZICHT VAN DE LEERARRANGEMENTEN

5.1 LEERARRANGEMENT I: PROPAGANDA DEFINIËREN

ORGANISATORISCHE INFORMATIE

DUUR: 90 minuten

Materiaal: propagandavideo's en computer met internetaansluiting, vragenkaartjes, flip-over/bord, stiften/krijt, eventueel presentatiekaartjes ter visualisering in het kader van de mindmap, beamer/beeldscherm, luidpreker, laptop

Sociale werkvormen: docenteninput (DI), leergesprek (LG), groepswerk (GW), partnerwerk (PW), presentatie (P)



5.1.1 LEERDOEL

Dit leerarrangement is gericht op de interactieve constructie van een eerste werkdefinitie van propaganda als basis voor de twee volgende leerarrangementen (zie voor een definitie van *propaganda* infokader nr. 2). Enkel en alleen wanneer iedereen in een leergroep het

onderwerp begrijpt, kan de groep zich er met succes intensief mee bezighouden. Bij dit leerarrangement staat het kleineren van groepen (ingroup/outgroup-denken) als fundamenteel kenmerk van propaganda centraal.





Informatiekader nr. 2

DEFINITIE VAN “EXTREMISTISCHE PROPAGANDA”

Extremistische Propaganda kan worden gedefinieerd als de stelselmatige poging om percepties te vormen, gedachten en gevoelens te beïnvloeden en zo gedrag dermate te sturen dat de bereidheid van het publiek tot radicale – en eventueel gewelddadige – verandering van maatschappelijke verhoudingen in de zin van een totalitaire ideologie met absolutistische aanspraken wordt bevorderd.

Extremistische propaganda heeft de volgende kenmerken:¹²

- **Ingroup-outgroup-denken:** Er bestaat een “natuurlijke” *ongelijkheid tussen verschillende groepen mensen* (bijv. ongelijke betekenis en waardigheid van verschillende religieuze groepen en/of geslachten of ongelijke “natuurlijkheid” van verschillende seksuele geaardheden, nationale of etnische verschillen). De eigen groep staat in beginsel boven de andere groep en biedt een sterk gevoel van saamhorigheid.
- **Consequenties en sancties**
Er worden *consequenties of sancties ingesteld voor de outgroup*, bijv. de eis van een noodzakelijke “zuivering” van wijken die grotendeels door moslims worden bewoond of van “ongelovigen”, of het onderscheid tussen “superieure” en “inferieure rassen”.

- **Waarnemen en verkondigen van de bedreiging van de imaginaire eigen groep**
De eigen groep wordt (door de aanwezigheid of het handelen van de vreemde groep) bedreigd door “vreemden”, bijv. met maatschappelijke achterstelling, uitsluiting of “islamisering”.
- **Gedragsregels met exclusief karakter**
Er bestaat slechts één juiste opvatting van bepaalde (gedrags)regels, structuren en ordes. Hieraan dient gehoor gegeven te worden. Andere opvattingen van regels, structuren en ordes worden bestreden en afwijkend gedrag wordt bestraft, ook met geweld.
- **Overtuigingsdrang**
De eigen opvatting is de enige juiste. Anderen dienen eveneens van deze “waarheid” overtuigd te worden en gehoor te geven aan de enige juiste opvatting van bepaalde (gedrags)regels, structuren en ordes.
- **Beweringen en leugens**
Om anderen te overtuigen van de enige juiste opvatting is ieder middel geoorloofd: leugens, beweringen en selectieve argumentkeuze zijn toegestaan om het “exclusieve karakter” van de eigen opvatting in stand te houden.

¹² Merten, K. (2000). *Struktur und Funktion von Propaganda*. *Publizistik*, 45, 143–162.

5.1.2 SCHEMATISCH VERLOOP LEERARRANGEMENT I

Fase	Omschrijving	Sociale vorm	Werkopdracht	Duur
Inleiding op de lesreeks	Introduceren van het programma, onderwerp "internetpropaganda"	DI		5-10 min
Introductie met vertoning van een propagandavideo	Vertonen van geselecteerde propagandavideo met projector, eventueel kijkopdracht geven	P	Optionele kijkopdracht: "Kijk in de volgende video over welke groepen wordt gesproken"	10 min
Ruimte voor eerste meningen over en reacties op propagandavideo	Eerste meningen over en reacties op propagandavideo en eerste aspecten van een definitie van propaganda verzamelen	LG	Eerste vraag voor leergesprek: "Welke indrukken laat deze video bij jullie achter?"	15 min
Vragen n.a.v. de propagandavideo	Vragenkaartjes gebruiken in tweetallen of kleine groepjes, o.a. met circulaire vragen	PW of GW	"Discussieer aan de hand van de vragenkaartjes over deze video"	20 min
Kenmerken van propaganda verzamelen	Aanleggen van een mindmap met de kenmerken van propaganda	LG	"Noem en omschrijf kenmerken van propaganda"	20 min
Afsluiting: een definitie van propaganda	Comprimeren van de mindmap door de leerkracht tot een werkdefinitie van propaganda	DI		15 min

5.1.3 INTRODUCTIE

De leerlingen worden met een of meerdere propagandavideo's geconfronteerd. Indien een internetaansluiting voorhanden is en de leergroep zich reeds met het onderwerp propaganda heeft beziggehouden, is het zeker mogelijk te kiezen voor een open introductie, d.w.z. de leerlingen in eerste instantie

zelf naar dergelijke video's te laten zoeken. Hiervoor dient een uur extra ingepland te worden. Aangezien dit echter zelden het geval is en het risico groot is dat bij een niet-gestuurde zoektocht problematisch materiaal wordt gevonden, verdient het aanbeveling te beginnen met video's die de leerkracht zelf heeft voorbereid.



CONTRA stelt talrijke video's ter beschikking, die via de website <https://project-contra-archive.org> verkrijgbaar zijn. Zie voor de criteria voor geschikte video's het volgende informatiekader nr. 3.



Aanbevolen wordt minstens twee video's te gebruiken, bijvoorbeeld een video uit het rechtsextremistische en een uit het islamistische spectrum. Een eenzijdige focus op video's uit de islamistische hoek zou door islamitische leerlingen in het klaslokaal als

stigmatiserend ervaren kunnen worden en tot polarisatie binnen de leergroep kunnen leiden. Bij het selecteren van de video's is het bovendien absoluut noodzakelijk om voor jongeren schadelijke inhoud, zoals geweldscènes, opruiende boodschappen of oproepen tot geweld, te vermijden. Er dienen video's geselecteerd te worden waarin subtiele propaganda te zien is. Voorts dient bij de selectie van de video's niet alleen rekening te worden gehouden met de ideologische insteek, maar ook met andere criteria. Deze worden beschreven in informatiekader nr. 3.



Informatiekader nr. 3

CHECKLIST PROPAGANDA

Er bestaan legio soorten propagandavideo's, niet alleen qua ideologische insteek, maar ook qua subtiliteit van de gebruikte middelen en boodschappen of het getoonde geweld. Niet alle video's zijn geschikt voor gebruik in de les. Onderstaande checklist met de belangrijkste kenmerken van geschikte propagandavideo's kan als leidraad worden gebruikt.

Propagandavideo's die voor gebruik in de les in aanmerking kunnen komen,

- tonen duidelijk herkenbaar hun afzender, bijv. door logo's, insignes, vlaggen enz.;
- hebben betrekking op conflictthema's, zoals ingroup/outgroup-denken, die de basis kunnen vormen voor zowel islamitische als rechtsextremistische propaganda;
- bevatten samenzweringstheorieën;
- geven een zo klein mogelijke kans op identificatie met de geconstrueerde ingroup. De voorkeur genieten afzenders met wie jongeren zich slechts in geringe mate kunnen identificeren;
- vertellen zo weinig mogelijk over individuele lotgevallen en bevatten weinig persoonlijke uitspraken;
- mogen geen voor jongeren schadelijke of illegale inhoud hebben (geweldscènes, slachtoffers van geweld, oproepen tot geweld, opruiing).



Wat zou de bondskanselier volgens jou over deze video zeggen?

Welke taalkundige middelen worden hier gebruikt om de eigen groep te beschrijven? Welke middelen worden voor de beschrijving van andere personen gebruikt?

↑ Afbeelding 2: Voorbeeld van vragenkaartjes uit de bijlage

5.1.4 UITWERKING

De geselecteerde video's worden na vertoning eerst in een open vragenronde besproken en daarna gericht bediscussieerd. De discussie wordt gestuurd door gebruik te maken van vragenkaartjes die van tevoren zijn voorbereid en uitgekozen (zie voorbeelden van geschikte vragen in de bijlage); ze kunnen door de leerlingen worden getrokken of door de leerkracht worden uitgedeeld. Op deze kaartjes staan circulaire vragen en detailvragen over o.a. (denigrerend) taalgebruik in de video (zie ook informatiekader nr. 4).



Informatiekader nr. 4

CIRCULAIR VRAGEN

Circulair vragen is een vraagtechniek die wordt gebruikt in systemische therapie en counseling. De vragen zijn triadisch opgebouwd, d.w.z. ze zijn steeds gericht op het denken van een persoon over een andere persoon of een bepaald onderwerp.

Voorbeeld: *Wat denkt X volgens jou over datgene wat Y heeft gezegd? Of concreter: Wat zou de bondskanselier volgens jou over deze video zeggen?*

Een circulaire vraag roept nooit het directe perspectief van een persoon op een andere persoon of een onderwerp op. Degene aan wie de vraag wordt gesteld, wordt veeleer in een buitenperspectief geplaatst. Met deze vraagtechniek wordt geprobeerd een aanzet te geven tot verandering van perspectief en zodoende indirect tot nadenken over het eigen perspectief.







WETENSCHAPPELIJKE ACHTERGROND

Waarom verdient de bovenstaande aanpak aanbeveling? Uit mediapsychologisch onderzoek blijkt dat vooral jonge mensen onbehagen voelen ten opzichte van propaganda, maar dit gevoel niet onder woorden kunnen brengen.¹³ Op grond van onderzoek onder jongeren is tevens bekend dat leeftijdgenoten in deze levensfase de belangrijkste partners zijn om van gedachten te wisselen over media-inhoud en een belangrijke factor vormen met betrekking tot leer- en vormingsprocessen in de context van media.¹⁴ Om het onderwerp propaganda te behandelen zijn dus leerarrangementen nodig die leerlingen de gelegenheid bieden samen met hun leeftijdgenoten over propaganda te discussiëren en op die manier een definitie van propaganda en bewustzijn voor propagandistische formats te ontwikkelen.

Met dit format worden met name de twee niveaus *Awareness* en *Reflection* aangesproken. Het behandelen van propaganda als een bijzondere communicatievorm met specifieke kenmerken, zoals het kleineren van vreemde groepen en het bestraffen van ongewenst gedrag,¹⁵ dient ter bewustmaking en volgt derhalve een universele/primaire preventieve aanpak. Met de in de definitie vermelde kenmerken van propaganda kunnen bovendien bepaalde aspecten worden geaccentueerd en wordt ruimte gecreëerd voor vergelijkingen – en dus voor reflectie (*Reflection*).

I

5.1.5 RESULTATEN VASTSTELLEN

Na de groepsdiscussie met vragenkaartjes wordt gezamenlijk een mindmap gemaakt met de kenmerken van propaganda. Als er een internetaansluiting aanwezig is, kan een onlinetool zoals MindMup (zie <https://www.mindmup.com>) worden gebruikt. De leerkracht comprimeert de verzamelde kenmerken tot een werkdefinitie van extremistische propaganda.



¹³ Rieger, D., Frischlich, L. & Bente, G. (2013). *Propaganda 2.0: Psychological effects of right-wing and Islamic extremist internet videos*. Keulen: Wolters Kluwer.

¹⁴ Weber, M. (2015). *Der soziale Rezipient. Medienrezeption als gemeinschaftliche Identitätsarbeit in Freundeskreisen Jugendlicher*. Wiesbaden: Springer Fachmedien; Friemel, T. N. (2013). *Sozialpsychologie der Mediennutzung. Motive, Charakteristiken und Wirkungen interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte*. Konstanz en München: UVK Verlagsgesellschaft.

¹⁵ Merten, K. (2000). *Struktur und Funktion von Propaganda*. *Publizistik*, 45, 143–162.



5.2 LEERARRANGEMENT II: REFLECTEREN OVER DAGELIJKS MEDIAGEBRUIK

ORGANISATORISCHE INFORMATIE

Duur: 90 minuten

Materiaal: werkblad “klikpaden”, prikbord/bord + magneten/punaises, computerwerkplekken/laptops/tablets, koptelefoons, kaartjes ter visualisatie, beamer/beeldscherm

Sociale werkvormen: leergesprek (LG), partnerwerk (PW), presentatie (P), plenaire discussie (PD), docenteninput (DI)



II

5.2.1 LEERDOEL

Het is de bedoeling dat dit leerarrangement de aanzet geeft tot reflecteren over dagelijkse media-inhoud en vooral over de manier waarop het platform YouTube functioneert, dat door jongeren dikwijls wordt gebruikt.

Bij dit leerarrangement staan de *aanbevelingsalgoritmen* van YouTube (zie informatiekader nr. 5), waarmee de toegang tot extremistische content zou kunnen worden vergemakkelijkt, centraal.



Informatiekader nr. 5

AANBEVELINGSALGORITMEN

Het gebruik van zogenoemde **aanbevelingsalgoritmen** door YouTube leidt ertoe dat wij geautomatiseerd voorstellen ontvangen voor vermeend relevante, interessante video's. Algoritmen analyseren het gebruikersgedrag (zowel het eigen gedrag als dat van andere gebruikers) en houden hierbij rekening met trefwoorden waarvan de video's zijn voorzien om ze inhoudelijk in te delen en vindbaar te maken. Indien bijvoorbeeld wordt gezocht naar video's die in eenvoudige bewoordingen informatie verstrekken over de islam, stelt YouTube aan de rechterkant van het beeldscherm legio andere content over vergelijkbare onderwerpen voor. De gebruiker komt zo eventueel in een filterbubbel terecht (Engels: filter bubble), een



individuele kosmos van informatie, die rekening houdt met zijn (vermeende) behoeften.

Aangezien de criteria die ten grondslag liggen aan dit filter doorgaans niet zichtbaar zijn voor de gebruiker, lijkt de gepresenteerde informatie en content tegelijkertijd een onvervalste en objectieve weergave van de content en de werkelijkheid. YouTube wordt intensief gebruikt door bijvoorbeeld actoren die een extreme uitleg van de islam propageren. Daarom vinden geïnteresseerde gebruikers door het aanbevelingsalgoritme niet alleen doorgaans ongevaarlijke content, maar ook snel content die als problematisch geclassificeerd moet worden. Met name jongere gebruikers zonder media-ervaring kunnen deze aanbevelingen als sociale tips interpreteren en zich hier steeds meer op richten. Daardoor wordt toegang tot extremistisch gedachtengoed vergemakkelijkt.¹⁶

¹⁶ Schmitt, J. B., Ernst, J., Frischlich, L. & Rieger, D. (2017). Rechtsextreme und islamistische Propaganda im Internet: Methoden, Auswirkungen und Präventionsmöglichkeiten. In: R. Altenhof, S. Bunk & M. Piepensneider (red.), *Politischer Extremismus im Vergleich* (blz. 171–208). Münster e. a.: LIT Verlag.

Deze aanbevelingsalgoritmen “bevelen” andere, “verwante” video’s aan bij gebruikers op basis van (1) relaties en verbanden tussen video’s/ videoproducenten/kanalen, (2) vergelijkbare trefwoorden, (3) andermans en (4) eigen gebruikersactiviteiten op YouTube.

Concreet onderwerp van reflectie in dit leerarrangement zijn niet de algoritmen zelf, maar het hieruit voortvloeiende potentiële effect van een filterbubbel (zie informatiekader nr. 6) en het

thematische verband tussen video’s dat met de zoekadviezen gepaard gaat. Dit fenomeen kan voor de behandeling van propaganda in de les als zeer relevant worden beschouwd. Wanneer pagina’s van extremistische actoren op handige wijze worden voorzien van trefwoorden, neemt namelijk de kans toe dat de extremistische content wordt opgeroepen, ook door internetgebruikers die er niet gericht naar zoeken. Dat aspect wordt in dit leerarrangement nagebootst in een praktische oefening.



Informatiekader nr. 6

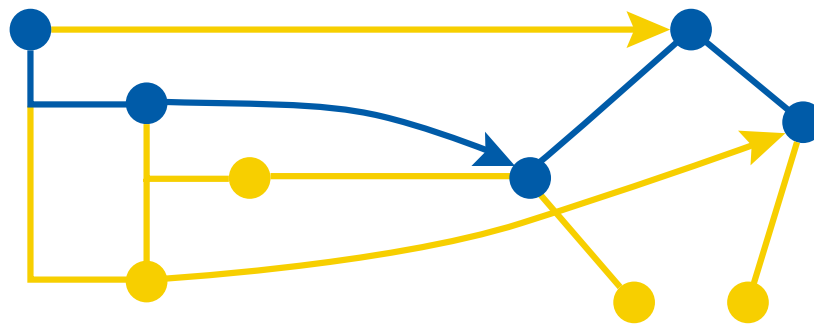
FILTERBUBBEL (FILTER BUBBLE)



Filterbubbel is het verschijnsel waarbij aanbieders op internet met behulp van algoritmen individuele profielen van alle individuele internetgebruikers aanmaken en hun op basis hiervan slechts nog die informatie tonen die past bij hun profiel en hun vermeende opvattingen. Om dergelijke gebruikersspecifieke content te kunnen aanbieden, wordt gebruikgemaakt van locatie-informatie van de gebruiker, van toestelinformatie, bezochte websites, aangeklikte reclame enz. Dit leidt ertoe dat de gebruiker als het ware in een bubbel wordt geïsoleerd, waarin geen informatie binnendringt die in strijd is met het bestaande gebruikersgedrag en de hieruit afgeleide vermeende opvattingen. **Echokamer** is het verschijnsel waarbij meningen in een digitale ruimte zonder tegenspraak kunnen worden bevestigd of versterkt.

5.2.2 SCHEMATISCH VERLOOP LEERARRANGEMENT III

Fase	Omschrijving	Sociale vorm	Werkopdracht	Duur
Kort herhalen van en aanhaken bij de inhoud van leerarrangement I	Uitgewerkte definitie van propaganda wordt kort herhaald.	DI		5 min
Vrij zoeken op YouTube	Leerlingen zoeken op YouTube naar content die zij ook in hun vrije tijd zouden oproepen, en “voeden” op deze manier het algoritme <i>Optioneel:</i> Leerlingen zoeken gericht naar propaganda.	PW	“Jullie krijgen nu 15 minuten de tijd. Roep de video’s op YouTube op waar jullie thuis ook naar zouden kijken.” <i>Optioneel:</i> “Jullie krijgen nu 15 minuten de tijd. Zoek gericht naar propaganda op YouTube. Onthoud de trefwoorden die jullie hebben gebruikt en waarmee jullie misschien heel snel propaganda hebben gevonden.”	15 min
Gemeenschappelijke startvideo	Met de leerlingen wordt een gemeenschappelijke startvideo vastgelegd.	LG	“We gaan nu vanuit een gemeenschappelijke video samen doorklikken. Welke video stellen jullie voor?”	5 min
Samen doorklikken en documenteren van klikpaden	Vanuit de startvideo klikken de leerlingen via de rechter aanbevelingskolom door en documenteren de klikpaden die hierbij ontstaan.	PW	“Jullie krijgen nu 15 minuten de tijd om vanuit onze gemeenschappelijke video door te klikken. We doen allemaal hetzelfde: eerst klikken we op de eerste voorgestelde video in de rechterkolom. Vanuit die video klikken we op de tweede voorgestelde video en zo verder. Noteer de titel van iedere opgeroepen video in de juiste volgorde op het werkblad. Let erop dat je niet langer naar de video kijkt als nodig is om een eerste indruk te krijgen.”	15 min



← voorbeeld voor klik-pad

Fase	Omschrijving	Sociale vorm	Werkopdracht	Duur
Klikpaden overnemen op kaartjes	De klikpaden worden van het werkblad overgenomen op kaartjes.	PW	“Neem nu de genoteerde klikpaden over op kaartjes. Per video één kaart.”	5 min
Klikpaden visualiseren op bord/prikbord	De op kaartjes overgenomen klikpaden worden op een bord/prikbord aangebracht.	P	“Breng nu jullie klikpaden aan op het bord/prikbord om ze te presenteren.”	10 min
Reflecteren over de klikpaden	Leerkracht bespreekt mogelijke verklaringen voor overeenkomsten en verschillen tussen de klikpaden.	PD	“Ik wil met jullie bespreken waarom sommige klikpaden er zo anders uitzien, terwijl we vanuit dezelfde video zijn begonnen met klikken en op dezelfde manier hebben gewerkt.”	10 min
Indelen van de klikpaden: “filterbubbel-effect”	Leerkracht omschrijft het filterbubbeleffect als mogelijke verklaring voor verschillen en overeenkomsten tussen de klikpaden. Wijzen op speciale problematiek bij extremistische content.	DI		15 min
Mogelijkheden om uit de filterbubbel te ontsnappen bespreken	Leerkracht bespreekt met de leerlingen mogelijkheden om uit de filterbubbel te ontsnappen en noemt er een aantal als voorbeeld.	PD	“Welke mogelijkheden zijn er om uit de filterbubbel te ontsnappen?”	10 min



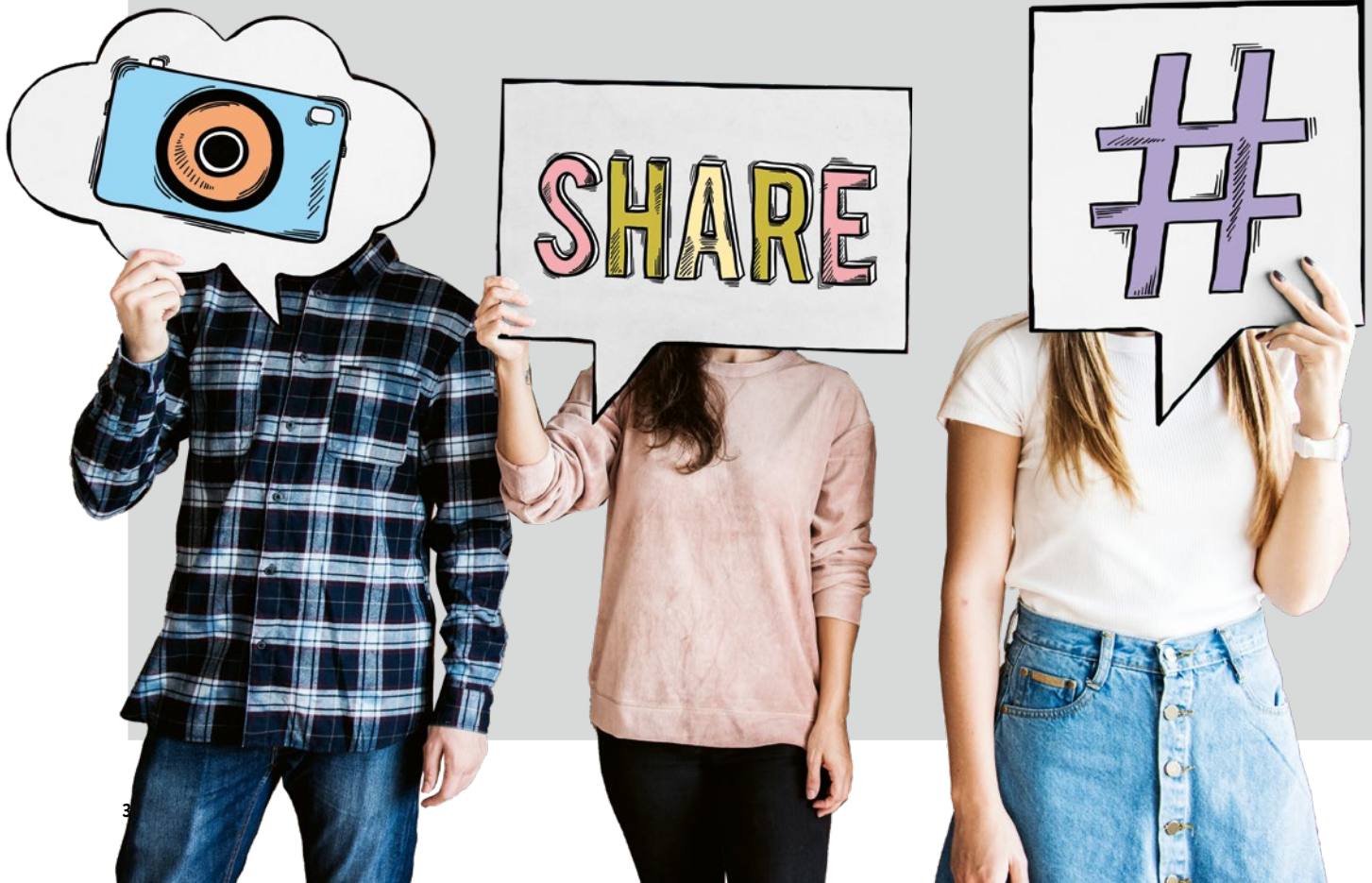
Informatiekader nr. 7

UIT DE FILTERBUBBEL ONTSNAPPEN

Om uit de filterbubbel te ontsnappen, moet de gebruiker zich actief bewust zijn van het bestaan en de mogelijke gevolgen van die bubbel. Alleen dan kan de gebruiker reflecteren over zijn omgang met media. Er zijn maatregelen die gemakkelijk in het dagelijks leven geïntegreerd kunnen worden om het ontstaan van zo'n filterbubbel tegen te gaan. De voorgestelde mogelijkheden bieden echter geen volledige garantie. Vele aanbieders maken namelijk gebruik van algoritmen waarvoor de gebruiker automatisch toestemming geeft wanneer hij hun onlinecontent oproept (bijv. YouTube, Facebook).

Mogelijke strategieën:

- *Basiskennis van personalisatie- en aanbevelingsalgoritmen ontwikkelen:* gebruikers moeten bekend zijn met, en zich bewust zijn van, het fenomeen filterbubbel.
- *Privacy-instellingen in de browser:* door cookies en dus de zoekgeschiedenis regelmatig te wissen, wordt de browser ontdaan van informatie over bezochte websites en downloads en wordt de personalisatie in ieder geval tot op zekere hoogte opgeheven. De gebruiker kan echter ook van begin af aan de incognitomodus van de browser gebruiken, waardoor geen gegevens worden opgeslagen (dit leidt er echter ook toe dat bepaalde websites niet meer kunnen worden opgeroepen).
- *Andere zoekmachine gebruiken:* andere zoekmachines dan Google, bijv. *Ixquick*, *DuckDuckGo* of *Unbubble*, bieden ruime gegevensbescherming en leveren resultaten op die niet worden gepersonaliseerd. Voor specifiek zoeken zijn vakdatabanken aan te raden. Scholen en bibliotheken bieden meestal gratis toegang tot



diverse professionele databanken en tot databanken waarvoor betaald moet worden. Bovendien bestaat de mogelijkheid om gedrukte tijdschriften, kranten of boeken over een bepaald onderwerp te lezen en andere offlinemedia als bron te gebruiken.

- *Informatie-openheid online:* gebruikers dienen aangespoord te worden om zich open te stellen voor nieuwe informatie en ook tijdens het zoeken op internet rekening te houden met de andere kant (tegenovergestelde meningen). Wanneer men bijvoorbeeld iets zoekt over een op handen zijnde stemming in het parlement, dient men niet alleen te kijken naar de mening van één partij, maar ook naar die van tegenstanders.
- *Informatie-openheid offline:* gebruikers dienen aangespoord te worden om met zoveel mogelijk mensen van gedachten te wisselen, vooral met diegenen met een andere mening, houding en achtergrond.



5.2.3 INTRODUCTIE

Bij de introductie van dit leerarrangement wordt de inhoud van de vorige sessie (zie leerarrangement I) meegenomen. De leerkracht herhaalt die inhoud, somt met name de verzamelde kenmerken van propaganda op en licht de definitie van extremistische propaganda toe die hieruit is voortgevloeid.

Het algoritme wordt “gevoed”

Na de introductie volgt een werk-/zoekfase op YouTube. De leerlingen wordt gevraagd op YouTube vrij content te zoeken en op te roepen, zoals ze ook in hun vrije tijd zouden doen (variant 1). Optioneel (variant 2) kan hun worden gevraagd gericht naar propaganda te zoeken door zoekwoorden in te voeren die te maken hebben met relevante propagandathema's (conflictonderwerpen waarover de publieke opinie fel discussieert). Variant 2 is geschikt voor hogere klassen die al bekend zijn met propagandathema's.

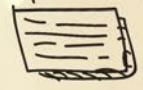
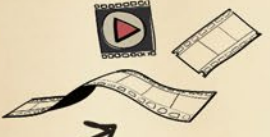
In beide gevallen – dit wordt echter nog niet tegen de leerlingen gezegd! – “voeden” zij het aanbevelingsalgoritme op YouTube met informatie die invloed heeft op de volgende stap: de analyse van verschillende klikpaden.

Tip:

Vergeet niet dat de zoekgeschiedenis die reeds op de pc of in de internetbrowser is opgeslagen, invloed kan hebben op de gegenereerde aanbevelingen. Eventueel kan de zoekgeschiedenis met cookies vóór de behandeling van dit leerarrangement worden gewist.

(zie voor een handleiding informatiekader nr. 7 Uit de filterbubbel ontsnappen).



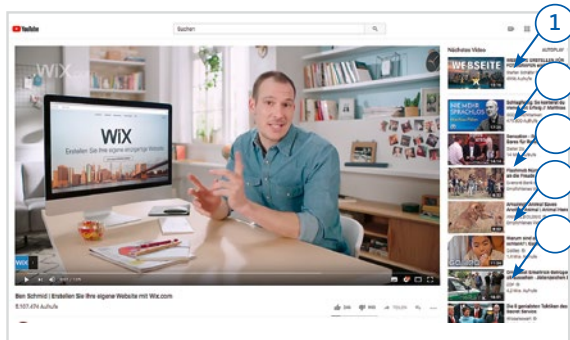


5.2.4 UITWERKIN

Klikpaden genereren

Bij de volgende stap krijgen de leerlingen een specifieke zoekopdracht. Vanaf een vooraf gekozen video, bijv. uit hun bestand van gevonden propagandavideo's, moeten zij op een bepaalde, met elkaar afgesproken manier doorklikken.

Vanuit de gemeenschappelijke video wordt (1) eerst de eerste aanbevolen video in de rechterkolom, (2) daarna vanuit de volgende video de tweede aanbevolen video in de rechterkolom en (3) vanuit deze tweede video de derde aanbevolen video in de rechterkolom oproepen enz. Deze opdracht wordt gedurende 15 minuten uitgevoerd of totdat het werkblad is ingevuld (er is ruimte voor tien videotitels).



Afbeelding 3: Voorbeeld van aanpak “klikpaden” (bron: www.youtube.de, opgeroepen op 5 september 2018)

De aldus gegenereerde “klikpaden” worden in de vorm van de videotitels op het werkblad in de bijlage genoteerd. Om tijd te besparen dienen de leerlingen bij deze stap de video's niet helemaal te bekijken. Een eerste indruk is voldoende, zodat ze het onderwerp herkennen.

Videonummer	Videotitel
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Afbeelding 4: Werkblad “klikpaden” uit de bijlage

Organisatorische informatie

Beter presterende leergroepen kunnen op basis van de in leerarrangement I uitgewerkte definitie van propaganda een korte inschatting van de video maken en deze noteren. Gaat het bij de video om propaganda (achter video “ja” noteren) of niet (“nee” noteren)?



Na het documenteren van de klikpaden nemen de leerlingen de titels van de video's over op kaartjes. Deel voldoende kaartjes uit: één per video. Daarna worden de verschillende klikpaden chronologisch aangebracht op het bord of een prikbord. Om te voorkomen dat alle leerlingen hun kaartjes moeten aanbrengen, kunnen drie werkgroepen als voorbeeld worden gekozen.

5.2.5 RESULTATEN VASTSTELLEN

In het kader van een leergesprek worden de gevisualiseerde klikpaden, alsmede verschillen en overeenkomsten, gezamenlijk geïnterpreteerd en besproken. De volgende vragen kunnen daarbij nuttig zijn:

- *“Ik wil met jullie bespreken waarom sommige klikpaden er zo anders uitzien, terwijl wij vanuit dezelfde video zijn begonnen met klikken en op dezelfde manier hebben gewerkt.”* (Zie voor aanbevelingsalgoritmen informatiekader nr. 5 en voor filterbubbel informatiekader nr. 6)
- *“Hoezo kan het een probleem zijn als op YouTube in de rechterkolom vooral video's worden voorgesteld met extremistische content?”*
- *“Hoe kun je uit de filterbubbel ontsnappen?”* (Zie voor *“Uit de filterbubbel geraken”* informatiekader nr. 7)

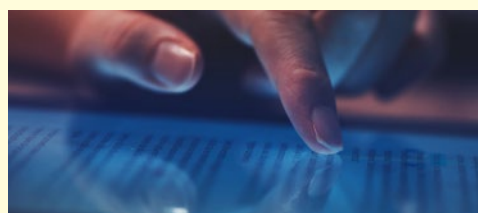
De docent kan het filterbubbeleffect ook gebruiken als een verklaring voor de klikpaden en de kenmerken daarvan.



Wetenschappelijke achtergrond

Waarom deze aanpak? Jongeren kunnen in het dagelijks leven op internet steeds weer op propaganda stuiten.¹⁷ Daarom moeten ze worden aangespoord om hun dagelijkse omgang met media te herkennen en erover te reflecteren. Het is van belang leerarrangementen op school zo veel mogelijk toe te spitsen op situaties die zich ook buiten school kunnen voordoen. In hun vrije tijd (buiten school) spelen digitale media, met name YouTube, immers een grote rol.¹⁸

Het is de bedoeling om met dit format de drie doeldimensies *Awareness*, *Reflection* en *Empowerment* aan te spreken. Bij dit leerarrangement staat reflectie centraal. Leerlingen leren hoe snel, d.w.z. met slechts een paar klikken, je ook toevallig op propaganda kunt stuiten. Bovendien worden leerlingen bewust gemaakt van de zogenoemde filterbubbel en van de manier waarop geautomatiseerde algoritmen in sociale netwerken functioneren en welke effecten die hebben, met name op YouTube. Daarom wordt in dit tweede leerarrangement ook de dimensie *Awareness* behandeld. Als de discussie over de getekende klikpaden en de gesprekken over mogelijkheden om uit de filterbubbel te ontsnappen leiden tot reflectie over de eigen omgang met media, alsmede over het veranderen en uitbreiden hiervan, is een belangrijke stap gezet om leerlingen in staat te stellen zelf in positieve zin actief te worden (*Empowerment*).



¹⁷ Rieger, D., Frischlich, L., Morten, A. & Bente, G. (2017). *Videos gegen Extremismus: Ein Prüfbericht*. In: L. Frischlich, D. Rieger, A. Morten & G. Bente (Hrsg.), *Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand* (S. 81–140). Wiesbaden: Bundeskriminalamt.

¹⁸ Feierabend, S., Plankenhorn, T. & Rathgeb, T. (2017). *JIM-Studie: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.



5.3 LEERARRANGEMENT III: REAGEREN OP PROPAGANDA

ORGANISATORISCHE INFORMATIE

Duur: 90 minuten (eventueel 180 minuten indien wordt gestreefd naar praktische omzetting van het ontwikkelde concept)

Materiaal: beamer (en laptop/tablet/camera's, smartphones bij geplande praktische omzetting), flip-over/bord, stiften/krijt, eventueel presentatiekaartjes ter visualisering, posters

Sociale werkvormen: leergesprek (LG), werken in kleine groepjes (vier à vijf leerlingen per groepje (GW), presentatie (P), docenteninput (DI)

** De omzetting van het concept kan tijdens de les gebeuren of, als de leerlingen meer betrokkenheid tonen, desgewenst als groepshuiswerk of projectwerkstuk (filmopnames maken, interviews houden enz.). In dat geval kunnen de resultaten later worden gepresenteerd en besproken.*



III

5.3.1 LEERDOEL

Dit leerarrangement is gericht op het testen van reacties op internetpropaganda. Er wordt gebruikgemaakt van positieve boodschappen en tegenboodschappen die kritisch ingaan op extremistische propaganda. Het is de bedoeling dat de leerlingen een tegenboodschap op de propaganda formuleren waarmee ofwel wordt gepleit voor iets positiefs (tolerantie, vrede,

democratie, universele mensenrechten), ofwel het eenzijdige ideologische standpunt van de propaganda aan het licht wordt gebracht en wordt gerelativeerd. Hiervoor kan de in *leerarrangement I* geformuleerde en in *leerarrangement II* geteste werkdefinitie van propaganda worden toegepast en verfijnd.



5.3.2 SCHEMATISCH VERLOOP LEERARRANGEMENT III

Fase	Omschrijving	Sociale vorm	Werkopdracht	Duur
Inleiding	Op leerarrangement I en II voortborduren, geselecteerde video met een positieve boodschap of tegenboodschap vertonen.	DI	“Waarom zou deze video gemaakt zijn? Wat is het doel ervan?”	10 min
Positieve boodschap/ tegenboodschap uitleggen	Positieve boodschap en tegenboodschap definiëren (informatiekader nr. 8 presenteren).	DI	“Kunnen jullie uitleggen wat een positieve boodschap of een tegenboodschap is en waarvoor we die nodig hebben?”	10 min
Een positieve boodschap/ tegenboodschap presenteren	Er wordt een positieve boodschap en een tegenboodschap gepresenteerd.	P	Inleidende vraag voor leergesprek: “Welke indruk hebben jullie van de positieve boodschap en van de tegenboodschap?”	5 min
Een concept voor een positieve boodschap/ tegenboodschap ontwikkelen	Elk groepje (4-6 leerlingen) ontwikkelt een concept voor een positieve boodschap of een tegenboodschap met het accent op een kenmerk van propaganda. Meerdere groepjes kunnen hetzelfde kenmerk kiezen. Er dient echter op gelet te worden dat ieder kenmerk door minimaal één groepje wordt behandeld. De kenmerken zijn gebaseerd op de uitgewerkte definitie van propaganda.	GW	“In de komende 25 minuten gaan jullie zelf een positieve boodschap of een tegenboodschap ontwerpen als reactie op een propaganda-video. Let erop hoe jullie de positieve boodschap/tegenboodschap met woorden en beelden brengen, waarom het gaat qua inhoud en hoe jullie zo'n boodschap op internet zouden verspreiden.”	25 min
Concepten presenteren	Concepten presenteren en tot slot feedback van de leerlingen.	P	“Presenteer jullie concepten voor boodschappen aan je klasgenoten.”	15 min
Alle leerarrangementen betreffende extremistische internetpropaganda samenvatten	Leerkracht vat de resultaten van alle behandelde leerarrangementen nog een keer samen en legt inhoudelijke verbanden. Alternatief: leerlingen vatten resultaten samen.	DI		15 min




5.3.3 INTRODUCTIE



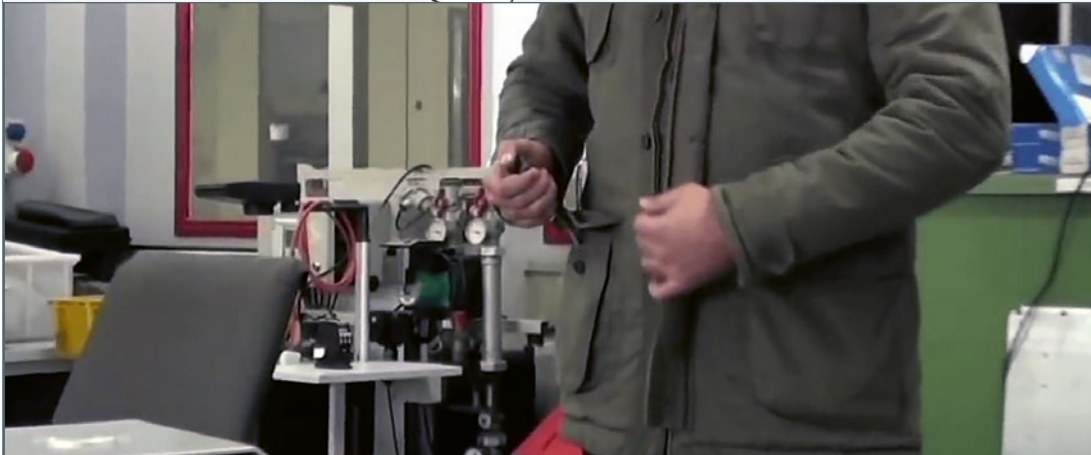
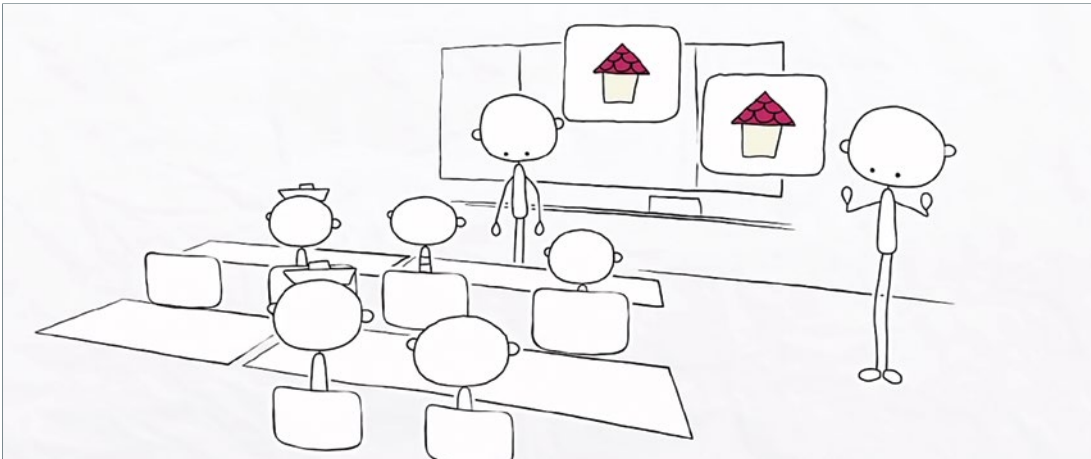
Laat als introductie een video zien met een positieve boodschap of een tegenboodschap en spreek met uw leergroep over het doel van en de beweegreden voor de video. Aan het gebruik van dergelijke video's zit een klein polarisatierisico, omdat ze pleiten voor openheid, tolerantie en respect. Zij zijn geschikt als introductie op het onderwerp. De volgende video's kunnen dienen als voorbeelden van een positieve boodschap:

- „Menschenrechte in drei Minuten erklärt“ [Mensenrechten in drie minuten uitgelegd] van Amnesty International – <https://www.youtube.com/watch?v=T1VXkO3RrBs>. In deze video wordt in het kort het ontstaan van de mensenrechten behandeld en wordt uitgelegd waarom deze belangrijk zijn voor een vreedzame samenleving. 
- „Was ist Inklusion? (in 80 Sekunden erklärt)“ [Wat is inclusie? (in 80 seconden uitgelegd)] van Aktion Mensch – <https://www.youtube.com/watch?v=COJyb3D JjA>. In deze positieve boodschap worden kenmerken van een inclusieve maatschappij behandeld. 
- „Mission Zukunft“ [Missie toekomst], eveneens van Aktion Mensch – <https://www.youtube.com/watch?v=ywZhnuxOgpE>. In deze video is te zien hoe een inclusieve maatschappij in de toekomst functioneert. 
- „Wir sind Vielfalt“ [Wij zijn diversiteit] van de Duitse voetbalbond, gemaakt als reactie op racistische uitspraken van een rechtse populist in 2016 – <https://www.youtube.com/watch?v=eF7z7YmDAKU>. Volgens die uitspraak zou de meerderheid van de Duitsers Jérôme Boateng goed vinden als voetballer maar niet als buurman willen hebben. De boodschap van deze video is gericht tegen racisme. Het onderwerp zijn niet-actuele hete hangijzers waarover in de maatschappij fel wordt gediscussieerd en die te maken hebben met terrorisme en politiek extremisme. 

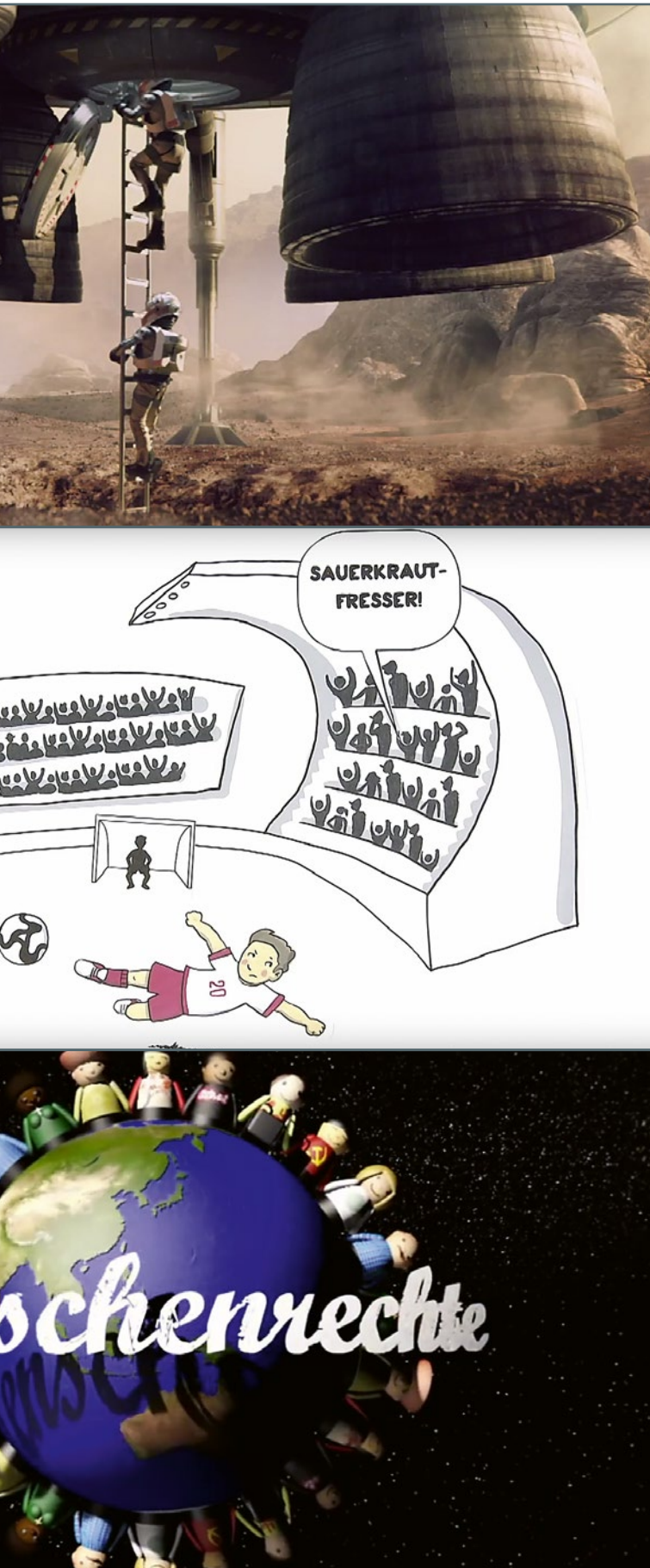
Tegenboodschappen (*counter-narratives*) gaan expliciet kritisch in op maatschappelijke conflictthema's en gaan dus direct in tegen extremistische propaganda. Ze kunnen sneller leiden tot polariserende discussies en uiteenlopende standpunten binnen uw leergroep. Beslis derhalve op grond van uw kennis van uw leergroep of u gaat voor een zachte introductie met positieve boodschappen of een offensieve met tegenboodschappen. Voorbeelden van tegenboodschappen:

- de video „MAGIC RAMADAN 2016 - Der Fliegende Teppich“ [Het vliegend tapijt] van het Duitse YouTube-kanaal datteltäter. Deze satirische video is het antwoord op een provocerende, tegen de islamitische bevolking gerichte boodschap van een extreemrechtse partij – <https://www.youtube.com/watch?v=IleHUx3e-yU>. Er wordt ook op artistieke wijze gebruikgemaakt van stereotypen van deze bevolkingsgroep. De boodschappen van deze video kunnen op verschillende manieren worden waargenomen en geduid. Houd er rekening mee dat satire wil provoceren en ook op die manier werkt. Het gebruik van deze video vereist een pedagogische presentatie, waarbij een felle discussie binnen de leergroep wordt omgezet in een vormingsproces; 
- de video „Die gelbe Hand gegen Rassismus“ [De gele hand tegen racisme] van de stichting „Mach meinen Kumpel nicht an!“ gaat in op typische afkomstgerelateerde vooroordelen – <https://www.youtube.com/watch?v=7oJb-wYF3go>. Deze stichting geeft sinds de jaren tachtig van de vorige eeuw voorlichting over racisme en vreemdelingenhaat. Deze video is door stagiairs van de gemeente Düsseldorf zelf ontworpen en opgenomen en dient daarom ook als model voor het omzetten van concepten (indien van toepassing); 
- de video „Rassismus begegnen“ [Optreden tegen racisme] van de Bundeszentrale für Politische Bildung gaat expliciet in op racisme in het dagelijks leven in Duitsland, informeert over vooroordelen en racistische handelingen en verschaft niet alleen kennis, maar ook inzicht in het perspectief van slachtoffers van racisme – <https://www.youtube.com/watch?v=JkHGBJqDqwU> 





III



< Afbeelding 5. Fragmenten uit de voorgestelde positieve boodschappen en tegenboodschappen op YouTube.

De checklist in informatiekader nr. 9 biedt ook ondersteuning bij het zoeken naar andere positieve boodschappen en tegenboodschappen. Het verdient aanbeveling om bij het zoeken naar geschikte video's rekening te houden met de politieke en maatschappelijke onderwerpen die voor de leerlingen in de desbetreffende klas/school relevant zijn.

Na de discussie over de vertoonde video's wordt de leerlingen gevraagd ideeën voor goede positieve boodschappen of tegenboodschappen te opperen en een definitie uit te werken. *Verzamelen van kenmerken: wat is kenmerkend voor een positieve boodschap/ tegenboodschap?* (zie informatiekaders nr. 8 en nr. 9).

Een selectie van video's die tegenboodschappen en positieve boodschappen bevatten, vindt u op de website van het project CONTRA: <https://project-contra-archive.org>.

Docenten kunnen deze video's daar downloaden. Dergelijke video's zijn ook verkrijgbaar bij de Bundeszentrale für politische Bildung of vrij toegankelijk op videoplatforms zoals YouTube.



De checklist in informatiekader nr. 9 biedt ondersteuning bij het zoeken naar andere video's met positieve boodschappen.



Informatiekader nr. 8

DEFINIËREN VAN EN OMGAAN MET TEGENBOODSCHAPPEN EN POSITIEVE BOODSCHAPPEN



Onder het begrip “*counter-narrative*” of “tegenboodschap”, dat in verband met de preventie van extremisme dikwijls wordt gebruikt, verstaan we in dit programma het omgaan met maatschappelijke conflictsituaties. Als tegenboodschap kunnen bijvoorbeeld video’s worden aangeduid waarin de boodschappen van extremistische propaganda direct worden opgepakt, ontmaskerd en weersproken. Het gaat om een belangrijk concept, dat echter niet op de voorgrond wordt geplaatst. Er mag namelijk

niet worden gesuggereerd dat het – geheel en al in de zin van een protesthouding – erom gaat te reageren op een in de maatschappij dominant narratief, m.a.w. zich door een radicale minderheid een discussie op te laten dringen. Dan zou aan het maatschappelijke middenveld dat de *meerderheid* vormt, impliciet een rol van zwakte worden toegeschreven ten opzichte van de extreme randen. Het gaat er echter om een weerwoord te bieden aan extremistische boodschappen die van de randen van de maatschappij komen, en zich in



MENSENRECHTEN

te zetten voor het hoofdverhaal van een vrije en democratische rechtsstaat.

Het concept “*counter-narrative*” of “tegenboodschap” wordt derhalve uitgebreid tot het concept van de *positieve boodschappen*. Hieronder verstaan we positieve boodschappen die doorgaans concreet pleiten voor een vrije, democratische maatschappelijke orde van een open samenleving en die impliciet tegengas geven aan extremistische propaganda. In het kader van een preventieve

strategie zijn dergelijke boodschappen erop gericht propaganda te ontmaskeren en extremisme buiten de wet te plaatsen, met name ook ter bescherming van kwetsbare mensen of groepen die ontvankelijk zijn voor propaganda.¹⁹

¹⁹ Ben Slama, B., Kemmesies, U. (2017). *Extremismusprävention im Internet: Praxisbedarf für eine orientierungsstiftende Forschung*. In: L. Frischlich, D. Rieger, A. Morten & G. Bente (red.) (2017), *Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand* (blz. 35–46). Wiesbaden: Bundeskriminalamt.



Informatiekader nr. 9

CHECKLIST POSITIEVE BOODSCHAPPEN



Audiovisuele positieve boodschappen die voor gebruik in de les geschikt zijn,

- pleiten ergens voor in plaats van tegen (voor universele mensenrechten, tolerantie, democratie e.d.);
- vertellen authentieke en persoonlijke verhalen, bijvoorbeeld van betrokkenen en spijtoptanten;
- zijn geloofwaardig;
- bieden identificatiepotentieel voor jongeren;
- putten uit de leefwereld van jongeren (bijv. door muziek te gebruiken of onderwerpen aan te snijden die voor jongeren relevant zijn);
- weerspiegelen zo veel mogelijk meerduidigheid, d.w.z. ze behandelen en presenteren zowel door de meerderheid van de maatschappij



PARTICIPATIE

5.3.4 UITWERKING

Na de oefening met de definitie van positieve boodschappen krijgen de leerlingen de opdracht zelf een positieve boodschap of een tegenboodschap te ontwerpen. Afhankelijk van de situatie binnen de leergroep kunt u de leerlingen zelf laten beslissen of ze een positieve boodschap of een tegenboodschap willen ontwerpen. Dit gebeurt in kleine groepjes van vier à zes leerlingen. Ieder groepje legt in zijn positieve boodschap de nadruk op een centraal kenmerk van propaganda, bijv. het kenmerk ingroup/outgroup-denken (zie informatiekader nr. 2: Definitie “extremistische propaganda”). Aan de groepjes wordt een concrete aanpak voorgesteld. Het is de bedoeling dat niet alleen de *inhoudelijke conceptie* van de te formuleren boodschap, maar ook het *gebruik van visuele en taalkundige middelen* expliciet wordt gepland en een (*mediale*) *verspreidingsstrategie voor de boodschap binnen de vriendenkring* wordt bedacht. Het doel van de conceptie kan een presentatie, een poster of een video zijn. Denkbaar is echter ook een meme, strip of toneelstuk. De creativiteit wordt niet beteugeld. Hiervoor wordt het werkblad van leerarrangement III (zie bijlage) uitgedeeld.

als positief beoordeelde zaken (bijv. tolerantie) als twistpunten, onenigheden en meningsverschillen in de gehele maatschappij of aan de randen van de maatschappij;

- zijn geen tegenboodschappen in de zin van tegenpropaganda (zie definitie propaganda);
- bevatten geen denigrerende of stigmatiserende boodschappen.

5.3.5 RESULTATEN VASTSTELLEN

Vervolgens worden de resultaten van de werkgroepen gepresenteerd. Hiervoor moet voldoende tijd worden ingepland. In een leergesprek na de conceptfase geven de leerlingen elkaar feedback over de verschillende concepten. De docent vat met name de verschillende sterke punten van positieve boodschappen en tegenboodschappen samen indien de werkgroepen niet allemaal een type concept hebben gekozen.

Indien hierna een praktische omzetting van de ontwerpen is gepland, moeten de concepten van de leerlingen worden aangevuld met een lijst met technische eisen en materiaal en een indicatief tijdschema. In dit verband is het – bij onervaren leergroepen – nuttig als de leerkracht bij groepswerk deze aspecten met alle groepen bespreekt.

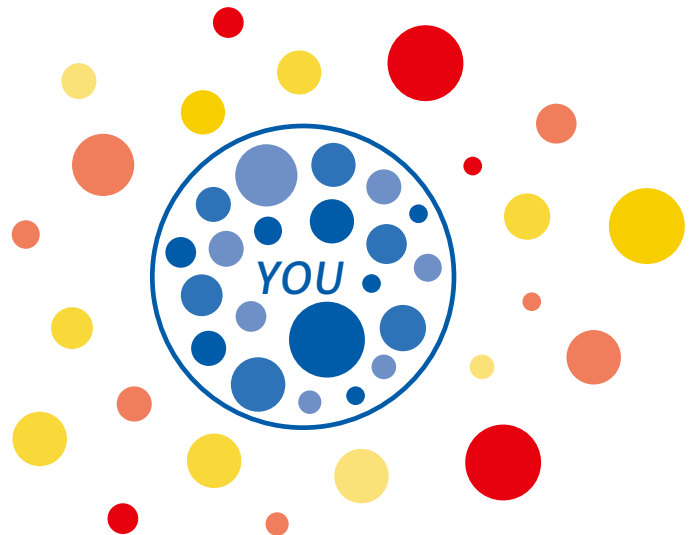
De leerkracht rondt het leerarrangement af met afsluitende input, waarbij de resultaten van alle leerarrangementen nog een keer in relatie tot elkaar en gebundeld worden weergegeven. Hiervoor moet vooraf voldoende tijd worden ingepland om eventuele vragen van leerlingen adequaat te kunnen beantwoorden. Mocht er tijd zijn ingepland voor de praktische realisatie van de concepten – hetzij in de volgende les of in een projectfase – dan moeten ook de volgende stappen en het verdere verloop worden samengevat.

Controle van leerdoelen voor beter presterende leergroepen: de leerlingen kunnen ook zelf samenvatten wat zij in de loop van leerarrangement I–III hebben geleerd. Zo kan worden gecontroleerd hoe duidelijk de opdrachten en leerdoelen geformuleerd zijn. Bovendien kunnen de volgende vragen worden gesteld: *Wat weten jullie nu wat jullie van tevoren niet wisten? Wat nemen jullie mee uit deze drie leerarrangementen?*

Om te zorgen dat de door de leerlingen uitgewerkte eigen positieve boodschap (en de conceptie ervan) ook leidt tot een versterking van hun praktische vermogens (*Empowerment*), moet het belang van deze opdracht voor het dagelijks leven van de leerlingen, online en offline, duidelijk worden gemaakt. Hiervoor kunnen ter afsluiting de volgende vragen worden gesteld: *Hoe kan ik in maatschappelijke discussies over vergelijkbare conflictonderwerpen, bijv. op school of op het schoolplein, mijn standpunt bepalen en mijn eigen gezichtspunten inbrengen? Hoe doe ik dat op internet? En wanneer moet ik voorzichtig zijn?*

Indien de praktische omzetting van de ontwerpen is gepland of de leerkracht dat als huiswerk wil opgeven, moet de presentatie later plaatsvinden.





WETENSCHAPPELIJKE ACHTERGROND

Waarom deze aanpak? Uit mediapsychologisch onderzoek blijkt dat positieve boodschappen werken indien ze authentieke, persoonlijke verhalen vertellen en een professionele en aantrekkelijke vorm hebben. Ook is gebleken dat zij met name motiveren tot doorsturen of posten wanneer ze aansporen om na te denken. Al met al blijkt uit bestaand onderzoek naar zogenoemde *counter-narratives* dat deze met name de gewenste werking hebben wanneer ze pleiten voor een tolerante, democratische maatschappij, d.w.z. als een positieve boodschap zijn vormgegeven.²⁰

Indirect kunnen tegenboodschappen er ook toe bijdragen dat zij – rechtstreeks vergeleken met propaganda – meer bijval krijgen: als men eerst een extremistische video heeft gezien, wordt een tegenboodschap positiever beoordeeld (Morten, Frischlich, Rieger, & Bente, 2017). Al met al blijkt uit bestaand onderzoek naar tegenboodschappen echter dat deze indirect werken, doordat ze pleiten voor een tolerante, democratische maat-

schappij en dergelijke tegenbewegingen aantrekkelijker maken. Zij leiden echter niet rechtstreeks tot afwijzing van extremistische video's (Rieger, Frischlich, Morten & Bente, 2017).

Met de conceptie van een positieve boodschap wordt een handelingsgerichte toegang gekozen tot de aard van propaganda in de zin van *Learning by Doing*. Met deze toegang kunnen leerlingen een zeer duurzame leerervaring opdoen. In dit verband kunnen jongeren bovendien de voor hun levensfase specifieke belangen en bijzonderheden met betrekking tot media en andere onderwerpen behandelen en incorporeren.²¹

Met dit leerarrangement wordt vooral de doel-dimensie *Empowerment* aangesproken. De leerlingen wordt gelegenheid geboden om actief te discussiëren over handelingsmogelijkheden tegen propaganda, deze af te wegen en actief in te vullen in het kader van een scenario dat dicht bij hun leefwereld staat.

²⁰ Rieger, D., Frischlich, L., Morten, A. & Bente, G. (2017). *Videos gegen Extremismus: Ein Prüfbericht*. In: L. Frischlich, D. Rieger, A. Morten & G. Bente (red.), *Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand* (blz. 81–140). Wiesbaden: Bundeskriminalamt.

²¹ Hurrelmann, K. & Quenzel, G. (2013). *Lebensphase Jugend: Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung* (12e., gecorrigeerde druk). *Grundlagentexte Soziologie*. Weinheim: Beltz Juventa.





NOTITIE

A large rectangular area with horizontal lines for writing, containing several faint circular icons: a globe, an envelope, a shopping cart, a cloud, and a location pin.

NOTITIE

Lined writing area with icons for chat, image, play, group, and thumbs up.

VOORBEELDVRAGEN VOOR LEERARRANGEMENT

Circulaire vragen



Wat zou de bondskanselier volgens jou over deze video zeggen?	Wat zou de paus volgens jou over deze video zeggen?	Wat zou Donald Trump volgens jou over deze video zeggen?
Wat zouden je ouders volgens jou over deze video zeggen?	Waarom zou deze persoon zo'n reactie in het openbaar delen?	Wat zou de schrijver fundamenteel willen veranderen in onze maatschappij? Op wie zouden die veranderingen betrekking hebben?
Waarom zou de maker zo'n video in het openbaar delen?	Hoe zou de gekleinereerde groep zich volgens jou voelen wanneer ze deze video zou zien?	Waar is de maker van deze video waarschijnlijk bang voor?

Detailvragen



Welke formuleringen worden in deze reactie gebruikt om een groep mensen te kleineren? Welke woorden zijn kwetsend?	Op welke onderwerpen wordt in deze video de nadruk gelegd?	Welke argumenten gebruiken de makers van deze video voor hun standpunt? Wat vind jij hiervan?
Welke taalkundige middelen worden gebruikt om de eigen groep te omschrijven? Welke woorden voor andere mensen gebruikt?	Hoe ziet deze spreker eruit? Hoe kijkt hij en wat voor gebaren maakt hij?	zijn in deze video te zien? Waar duiden die op?



DOCUMENTATIEBLAD VOOR LEERARRANGEMENT II

Videonummer	Videotitel
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

WERKBLAD BIJ LEERARRANGEMENT III “POSITIEVE BOODSCHAP”

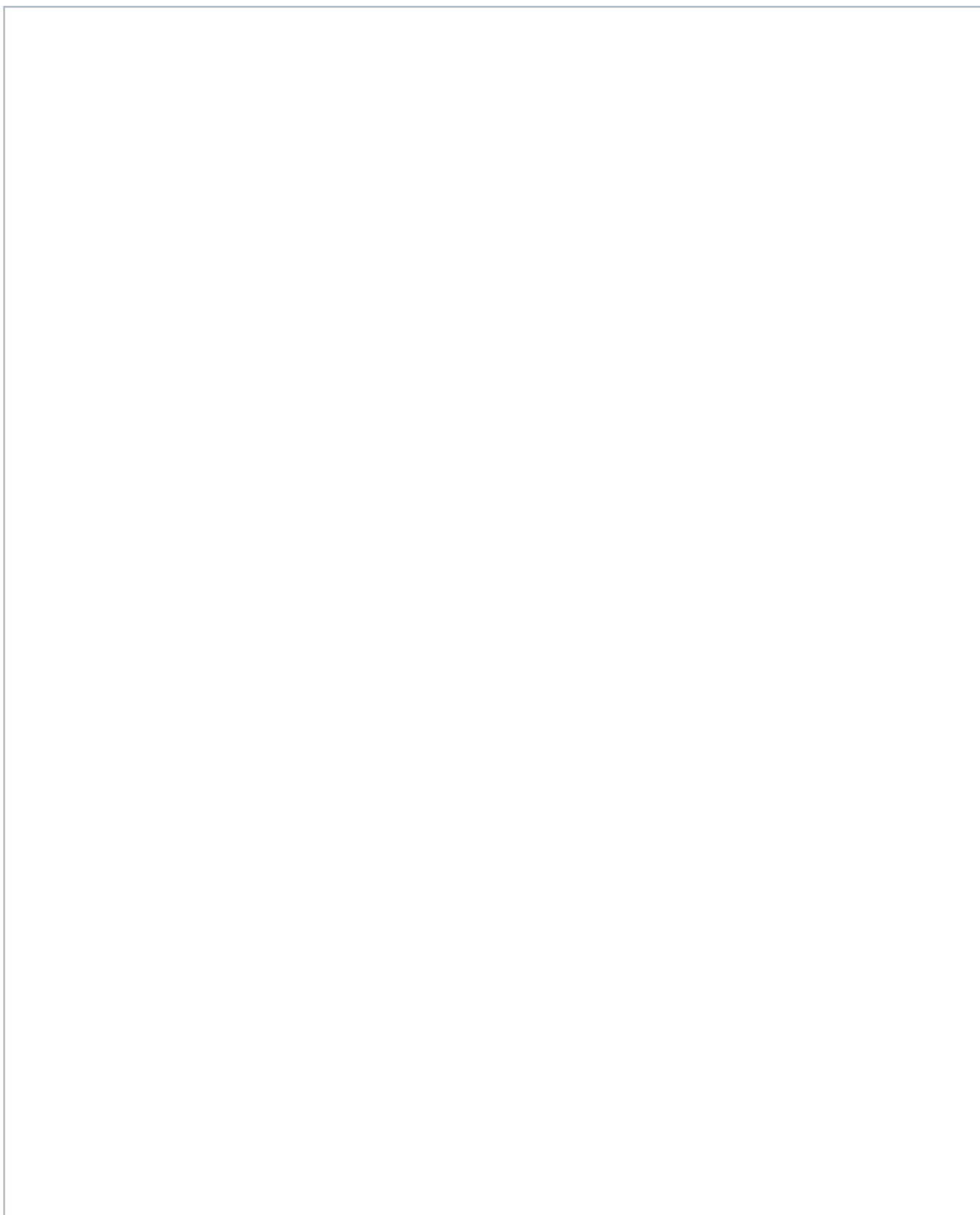
Waarop moet je letten bij het formuleren of opstellen van een positieve boodschap?
Wat is kenmerkend voor een positieve boodschap?

Verzamel jullie ideeën in de klas en schrijf ze hier op:

Opdracht 1: Plan in groepjes van vier tot zes personen een positieve boodschap.

- (a) Maak een concept voor jullie positieve boodschap (video, meme, strip of toneelstuk). Maak er een schets bij.
- (b) Visuele en taalkundige middelen: Wat voor muziek moet er op de achtergrond te horen zijn? Wat voor beelden werken goed? Welke slogan past goed bij jullie positieve boodschap?
- (c) Verspreidingsstrategie voor de voorlichtende boodschap (in de media), bijv. in jullie vriendenkring: maak een plan hoe, waar en voor welke doelgroep jullie je positieve boodschap kunnen verspreiden.

Noteer of teken hier jullie ideeën en gebruik eventueel meer vellen papier:



TIJD OVER?

Opdracht 2: Voer jullie planning voor een positieve boodschap in de praktijk uit en houd hierbij rekening met de bovenstaande kenmerken.



Dit handboek biedt u drie op elkaar voortbordurende leerarrangementen die u in de les kunt gebruiken. Het is de bedoeling *kritische mediacompetentie* te bevorderen ten aanzien van extremistische propaganda zoals *hate speech* en eventueel ook zogenoemd *fake news* op internet. Elk leerarrangement kan in ongeveer 90 minuten worden behandeld en kan worden gebruikt voor leerlingen vanaf 14 jaar. Omdat de leerarrangementen van mediapedagogische aard zijn en qua onderwerp te maken hebben met democratie en grondrechten, zijn er legio mogelijkheden om aan te haken bij andere vakken. Ze zijn dus niet alleen geschikt voor het vak politiek, maar ook voor vakken als Duits of praktische filosofie.

Dit handboek bevat aanvullende informatie om het preventieprogramma met succes te kunnen gebruiken tijdens de les. Het centrale doel van dit programma – *kritische mediacompetentie bevorderen* – wordt uitvoerig toegelicht op de drie niveaus *Awareness*, *Reflection* en *Empowerment*. Bovendien komt u meer te weten over de pedagogische houding en didactische beginselen die ten grondslag liggen aan dit programma.