

Strategieën



1 Schieten op de boodschapper

Doel: de aandacht wegleiden van de inhoud en zo beleidsmaatregelen tegenhouden.

Via deze strategie val je mensen of organisaties aan die een **boodschap** verspreiden. Niemand focust nog op de inhoud en de geloofwaardigheid van de boodschapper is aangetast.

3 Twijfel zaaien

Doel: het debat gaande houden, zodat er geen beleidsmaatregel/juridische stappen worden ondernomen.

Via deze strategie vertraag je het beleidsproces of kan je beleidsmakers verlammen.

2 Politieke tegenstanders zwartmaken

Doel: Verkiezingen winnen/politieke tegenstanders uitschakelen.

Via deze strategie maak je de (politieke) tegenstander zodanig zwart, zodat jij zelf in een goed daglicht komt. Hierbij wil je niet per sé hun boodschap afzwakken, maar eerder de **persoon wegconcurreren**.

4 Inspelen op emoties/polariseren

Doel: publieke opinie beïnvloeden om vb. verkiezingen te winnen/referenda te beïnvloeden of een maatschappij als geheel te ontwrichten.

Via deze strategie speel je vooral in op negatieve gevoelens bij mensen. Hier komt vaak *microtargeting* voor.

Uitwerkingen/vormen

- **Inhoud verzinnen (fake news)**

De inhoud is compleet verzonden. Iedereen kan nieuws uitvinden en de wereld insturen.

- **Waarheid verdraaien**

Een bestaand nieuwsfeit, foto of video, wordt aangepast of in een volledig andere context geplaatst, waardoor de betekenis verandert.

Hier nieuwsfeit kan sporen van de realiteit, waardoor het geloofwaardig overkomt.

- **De bron vervalsen**

De geloofwaardigheid van de inhoud is hier gelinkt aan een bepaalde bron of boodschapper: een organisatie, een krant, een bekend persoon. Maar de bronnen zelf zijn nagemaakt.

- **Inhoud ontkennen**

Een persoon, een groep personen, een organisatie of een overheid ontkent bepaalde feiten, omdat deze hen niet aanstaan.

- **Titel en inhoud komen niet overeen**

De titel van een nieuwsbericht vermeldt iets wat in het artikel zelf wordt tegengesproken. Het kan hier ook over foute conclusies gaan.

- **Opinie als feit voorstellen**

Online zijn er veel blogs te vinden. Zolang het duidelijk is dat het om iemands mening gaat, is dat ok. Het wordt pas een probleem als de auteur doet alsof het om feiten gaat en niet om een opinie.

- **Zombie-argumenten aanhalen**

Soms blijven bepaalde berichten 'leven' op het internet, ook al is het meermaals aangetoond dat het argument complete onzin is.

Drogredenen



Enkele veel voorkomende drogredenen:

1. **De persoonlijke aanval:** de geloofwaardigheid van iemand onderuit halen, zodat er niet meer wordt geluisterd naar de boodschap.
Bijvoorbeeld: De jongeren die betogen voor het klimaat zouden beter eerst zelf hun vuil leren opruimen.
2. **Vals dilemma of zwart-witdenken:** mensen moeten kiezen tussen A en B, terwijl er nog andere opties zijn.
Bijvoorbeeld: Er zijn maar twee opties: óf we sluiten de grenzen, óf we vangen iedereen op.
3. **Beroep doen op autoriteit:** een bewering berust op de autoriteit van degene die de bewering doet, hoewel dat niet betekent dat die bewering waar is.
Bijvoorbeeld: Tandartsen bevelen product X aan.
5. **Valse oorzaak:** het koppelen van twee zaken zonder een onderling verband.
Bijvoorbeeld: Iedere keer dat ik mijn groene T-shirt draag, slaag ik voor mijn examen, dus omdat ik mijn groene T-shirt draag, slaag ik voor mijn examen.
7. **Haastige veralgemening:** de juistheid van een stelling wordt aangetoond met slechts één voorbeeld.
Bijvoorbeeld: Mijn opa was een verstokte roker en toch werd hij 98 jaar. Roken is dus helemaal niet slecht voor de gezondheid.