

GAMIFICATION | DOCENTENHANDLEIDING



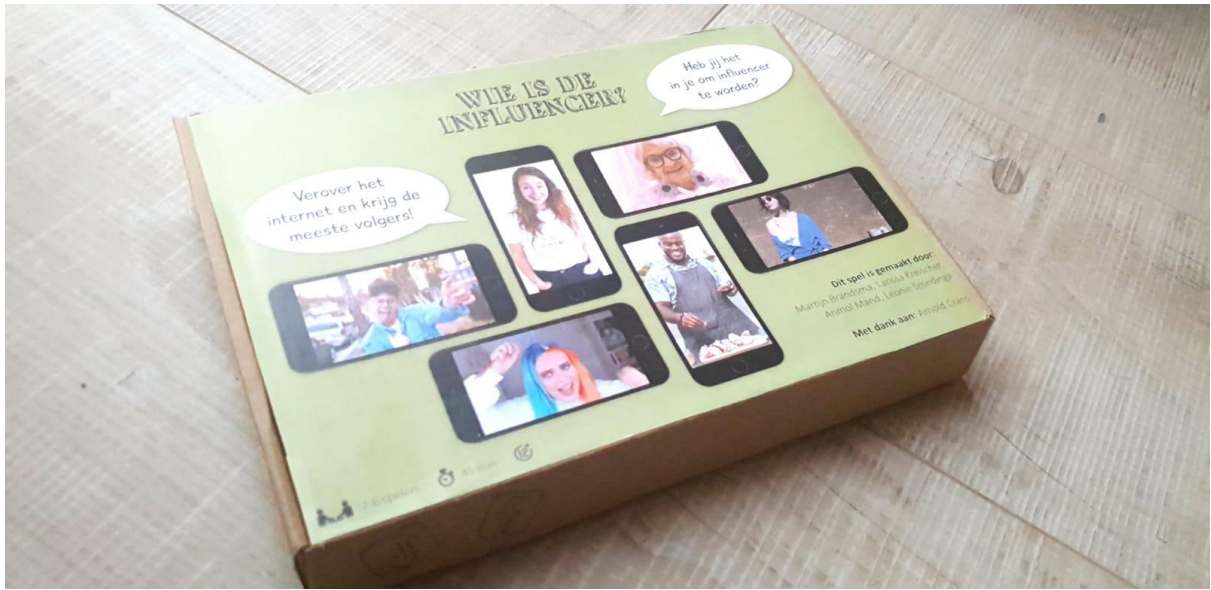
Minor digitale didactiek en nieuwe media
Hogeschool Rotterdam
Studiejaar 2019-2020

Studenten en auteurs:
Martijn Brandsma (0934213)
Larissa Kreischer (0898270)
Anmol Mand (0893570)
Leonie Smedinga (0786831)

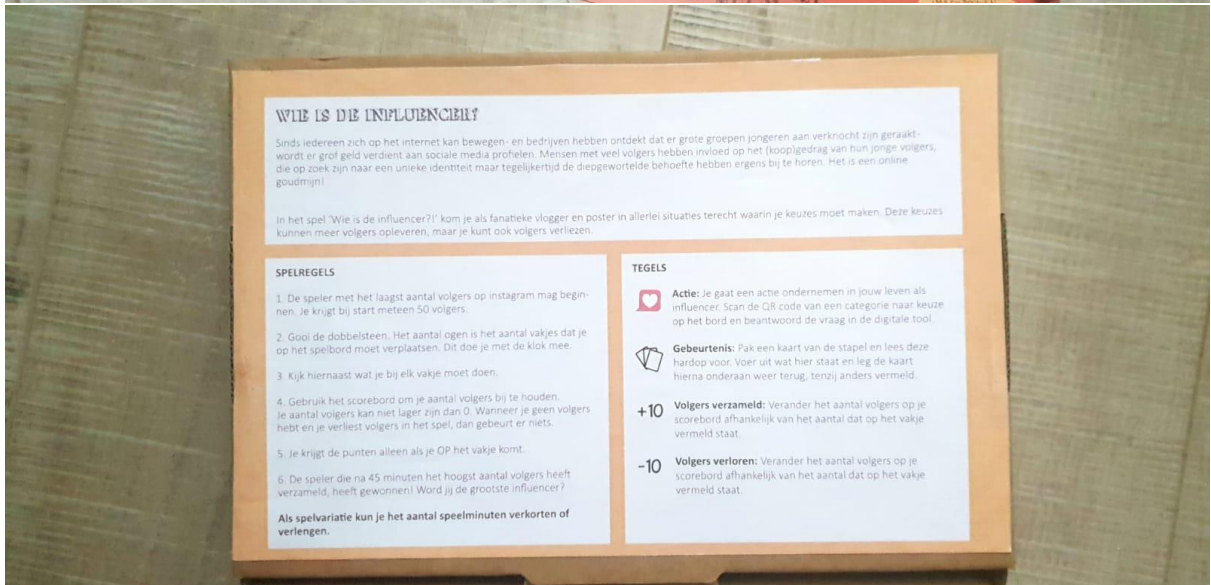
Opdrachtgever: Dhr. A. Crans

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Inleiding	7
Spelinhoud	8
Standaard	8
Zelf verzorgen	8
Spelregels	9
Spelvarianties	10
Personaliseren	10
Vakgebonden	10
Vakoverstijgend	10
Proprofs en QR-codes	10
Didactische verantwoording	11
Leerdoelen	11
Nederlands / communicatie	11
Wiskunde / administratie	11
Maatschappijleer / imago bouwen	11
Kunst / vormgeving	12
Doelgroep	12
Resultaat	12
Debriefing	13
Spelerstypen	13
Game-mechanics	14
Theorie van Octalysis	14
Literatuurlijst	17
Bijlagen	18
Handleiding QR-codes maken	18
Gebeurteniskaartjes	21
Foto's: Look van het spel	









Inleiding

Sinds iedereen zich op het internet kan bewegen - en bedrijven hebben ontdekt dat er grote groepen jongeren aan verknocht zijn geraakt - wordt er grof geld verdient aan sociale media profielen.

Mensen met veel volgers hebben impact op het gedrag van hun jonge volgers, die op zoek zijn naar een unieke identiteit maar tegelijkertijd de diepgewortelde behoefte hebben ergens bij te horen. Ze zijn de ultieme doelgroep. Sociale media en hun gebruikers zijn een goudmijn.

In het spel 'Wie is de influencer?!' kom jij als fanatieke sociale media gebruiker in allerlei situaties terecht waarin je keuzes moet maken. Jouw beslissingen kunnen meer volgers opleveren, maar je kunt ook volgers verliezen. Het aantal volgers is alleen niet het enige dat verandert door jouw invloed... Welke keuzes maak jij?

De speler die na 45 minuten het hoogst aantal volgers heeft verzameld, heeft gewonnen!

Word jij de influencer?!

Spelinhoud

Standaard

1 spelbord

1 dobbelsteen

4 QR-codes: vormgeving, administratie, communicatie en imago

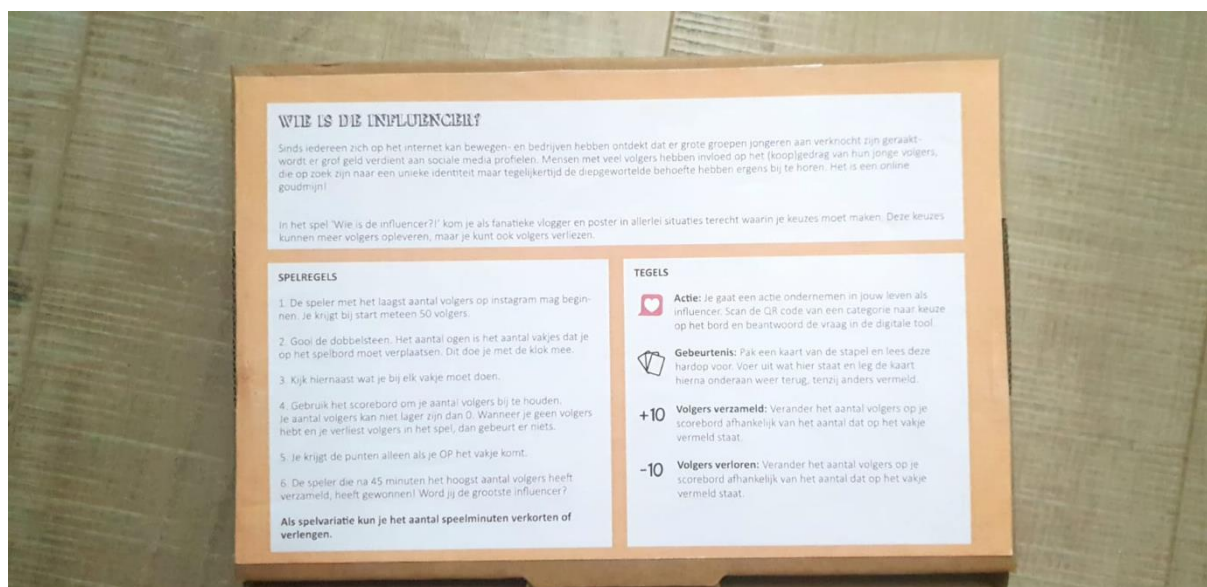
6 pionnen

6 scorebordjes

21 gebeurteniskaartjes

Zelf verzorgen

Mobiele telefoon of tablet met QR-code scanner.



Spelregels

De speler met het laagst aantal volgers op Instagram mag beginnen. Iedereen krijgt bij start 50 volgers.

Gooi de dobbelsteen. Het aantal ogen is het aantal vakjes dat je op het spelbord mag verplaatsen. Dit doe je met de klok mee.

Als op een van de onderstaande tegels komt:

- Actie: een actie ondernemen in jouw leven als influencer. Scan de QR-code van een categorie naar keuze op het bord en beantwoord de vraag in de digitale tool.
- Gebeurtenis: Pak een kaart van de stapel en lees deze hardop voor. Voer uit wat hier staat en leg de kaart hierna onderaan weer terug, tenzij anders vermeld.

Gebruik het scorebord om je aantal volgers bij te houden. Je aantal volgers kan niet lager zijn dan 0. Wanneer je geen volgers hebt en je verliest volgers in het spel, dan gebeurt er niets.

1. Volgers verzameld: Verander het aantal volgers op je scorebord afhankelijk van het aantal dat op het vakje vermeld staat.
2. Volgers verloren: Verander het aantal volgers op je scorebord afhankelijk van het aantal dat op het vakje vermeld staat.

Iedere keer wanneer je langs START komt, krijg je er 50 volgers bij.

De speler die aan het einde van het spel het hoogst aantal volgers heeft verzameld, heeft gewonnen!



Spelvarianties

Personaliseren

Het spel wordt geleverd met vier QR-codes. Wanneer een speler deze codes scant, komt hij terecht in de online tool Proprofs waar die een vraag over een bepaald vak moet beantwoorden. De vragen van het spel kunnen hierin worden aangepast door de docent.

Vakgebonden

Het spel biedt ruimte voor vier categorieën voor de te stellen vragen. Als docent kan je jouw eigen quiz maken door middel van de tool Proprofs. Elke QR-code kan naar leiden naar een hoofdstuk binnen één schoolvak.

Het is leuk voor spelers wanneer deze categorieën niet benoemd worden met de naam van het vak of hoofdstuk, maar onder een pseudoniem vallen die betrekking heeft op de thema 'influencers'. Zo voelt het als een spel in plaats van een les, en dat is één van de doelen bij het inzetten van gamification in de les. In de originele variant van dit spel zijn de namen van de schoolvakken vervangen door:

Communicatie	Administratie	Imago	Vormgeving
Nederlands	Wiskunde	Maatschappijleer	Kunst

Vakoverstijgend

Het is mogelijk vanuit maximaal vier vakken te werken als het gaat om het aanpassen en personaliseren van dit spel. Werk samen met drie collega's en leg ieder verbanden tussen mediawijsheid, sociale media, influencing en de inhoud van het eigen vak. Iedere docent kan in *Proprofs* zijn eigen quiz maken of aanpassen.

Om zo goed mogelijk bij de doelgroep aan te sluiten, is het handig als de vragen zo actueel mogelijk zijn. Wanneer de leerlingen zich goed kunnen herkennen in de vragen, zal de motivatie voor het spel vergroot worden. Het geeft betekenis aan de lesstof, maar het voelt niet schools.

Proprofs en QR-codes

Door middel van de tool Proprofs kan een docent zijn eigen vragen bedenken en daar een QR-code bij printen. Zo is het spel aanpasbaar voor alle vakken en alle soorten thema's binnen de vakken! Je kunt in Proprofs zelf een quiz maken die aansluit op de leerdoelen voor jouw vak. In de bijlage staat een uitgebreide beschrijving voor het instellen van de tool, zodat de docent voor zijn eigen vak ook zeer eenvoudig vragen kan maken. Zie ook de bijlagen voor een instructie voor het maken van je eigen QR-codes.



Didactische verantwoording

Leerdoelen

De leerdoelen kunnen aangepast worden. De vragen die de docent uploadt in Proprofs hebben betrekking tot de leerdoelen. Het algemene leerdoel van dit spel dat niet veranderd is: Aan het einde van het spel zijn de leerlingen zich bewuster geworden van de keuzes waar ze voor kunnen komen te staan als het gaat om sociale media gebruik en ervaren de dilemma's die hierbij komen kijken.

De leerdoelen van de originele vragen zijn:

Nederlands / communicatie

Aan het einde van het spel hebben de leerlingen geoefend met examenbegrippen.

Wiskunde / administratie

Aan het einde van het spel hebben de leerlingen geoefend met de volgende leerdoelen:

- De leerlingen kunnen rekenen met tijd in verschillende vormen: internationale tijdnotatie, 12-uurs tijdnotatie en gesproken tijds melding.
- De leerlingen kunnen rekenen met verhoudingen.
- De leerlingen kunnen verhoudingstabellen gebruiken.
- De leerlingen kunnen met de rekenmachine werken.
- De leerlingen kunnen benodigde informatie uit redactiesommen halen, de informatie filteren en juist toepassen om de vraag te beantwoorden.
- De leerlingen kunnen rekenen met geld, hierbij kunnen zij ook juist afronden.
- De leerlingen kunnen de waarde van getallen herkennen en dit gebruiken om verschillen tussen uitkomsten een waarde te geven.
- De leerlingen kunnen rekenen met grote getallen en hierbij alle bekende wiskundige bewerkingen uitvoeren.

Maatschappijleer / imago bouwen

Na het spelen van de kaarten van deze categorie kan de speler...

- ...het begrip **manipulatie** herkennen in een voorbeeld en daarmee onderscheiden van indoctrinatie, propaganda en discriminatie;
- ...het begrip **dilemma** uitleggen aan de hand van een gegeven voorbeeld;
- ...**rechtsgebieden** herkennen en van elkaar onderscheiden zoals staatsrecht, strafrecht, eigendomsrecht en privaatrecht;
- ...verschillende grondrechten van elkaar onderscheiden en herkennen in een voorbeeld zoals huisrecht, briefgeheim, vrijheidsontneming, vrijheid van meningsuiting/ censuurverbod;
- ...het begrip **geweldsmonopolie** herkennen in een voorbeeld;
- ...het begrip **smaad** herkennen in een voorbeeld en onderscheiden van laster, belediging en gevolgschade;

- ...de Wet BOB herkennen in een voorbeeld;
- ...het begrip **burgerinitiatief** herkennen in een voorbeeld en onderscheiden van burgerlijke ongehoorzaamheid, vereniging van vergadering en referendum;
- ...het begrip **subcultuur** herkennen in een voorbeeld en onderscheiden van dominante cultuur, tegencultuur en anti-cultuur;
- ...manieren herkennen om de **betrouwbaarheid van informatie** op internet te controleren zoals: achterhalen wat het belang van de schrijver is, de inhoud vergelijken met andere bronnen, Wikipedia vermijden, *clickbait* vermijden;
- ...het begrip **stereotype** herkennen in een voorbeeld en onderscheiden van vooroordeel en racisme;
- ... de gemiddelde leeftijd dat kinderen beginnen met het zelfstandig gebruiken van een online device benoemen.

Kunst / vormgeving

- De leerling kan de begrippen passend bij “Licht en Schaduw” herkennen en categoriseren.
- De leerling kan de begrippen passend bij “Stilleven en compositie” herkennen en categoriseren.
- De leerling kan aan de hand van vragen een werk beschouwen en beeldende begrippen signaleren en benoemen.
- De leerling kan de begrippen passend bij “Abstraheren herkennen en categoriseren.

Doelgroep

Dit spel sluit het beste aan bij de belevingswereld van leerlingen van 12 tot 16 jaar. Het thema van dit spel hoort bij een van de dagelijkse bezigheden van kinderen van deze leeftijdscategorie. De vragen die horen bij bepaalde (onderdelen van) vakken dienen dan ook aan te sluiten bij deze doelgroep, zodat de kern van het spel intact blijft.

Resultaat

Aan het einde van het spel is er één winnaar: de leerling met de meeste volgers. Het spel heeft ongeveer 50 vragen (verdeeld over vier categorieën) nodig om de leerlingen 45 minuten bezig te houden. Als de docent het aantal speelminuten wil verkorten of verlengen, dient dan ook rekening gehouden te worden met de hoeveelheid van de vragen. De docent kan zelf bepalen wanneer het spel klaar is. Het aantal speelminuten bepaalt wanneer het spel is afgelopen.

Het doel van de docent is dat de leerlingen gemotiveerd raken voor het vak door middel van een spel dat goed bij hun belevingswereld aansluit. Hiernaast zorgt de docent er ook voor dat de leerlingen zich bezighouden met actuele onderwerpen van het vak. Dit allemaal dient wel aan te sluiten bij de thema van dit spel.

Debriefing

Leerlingen vertellen hoe spel aansluit aan rest van programma

Het spel sluit aan bij de vakken Nederlands, Wiskunde, Maatschappijleer en Kunst. Zoals eerder genoemd is het echter mogelijk zelf andere of nieuwe vragen aan het spel toe te voegen, dus het kan op ieder leerdoel worden afgestemd.

Spelerstypen

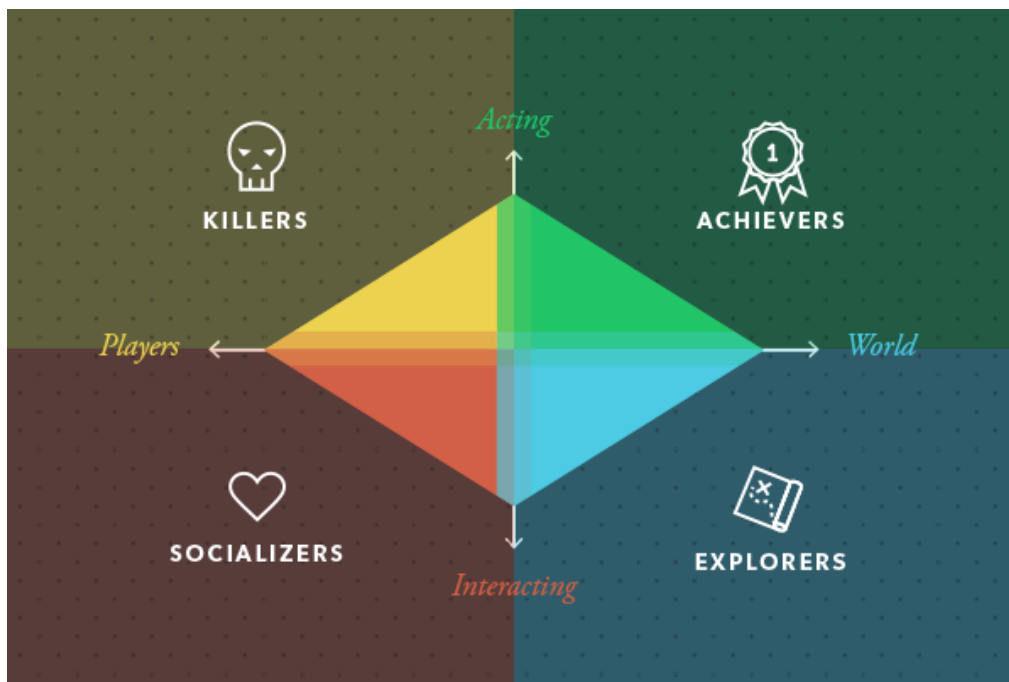
Richard Bartle heeft vier spelerstypen van elkaar onderscheiden: killers, achievers, socializers en explorers.

De spelerstypen die het meest tot hun recht komen bij dit spel zijn de achievers. Je hebt een winnaarsmentaliteit nodig om de meeste volgers achter je te krijgen, en bij elke keuze die de speler maakt zal dit het doel zijn. Dit kan nog lastig worden, want meer volgers betekent soms dat dit ten koste gaat van andere zaken. De ethische kant van de dilemma's komt dan naar voren.

Ook socializers kunnen zich van hun beste kant laten zien. Het is ten slotte een spel dat draait om sociale media. Dit betekent dat het soms meer oplevert wanneer je samenwerkt. Maar ook door goed te letten op wat andere spelers doen kun je verder komen dan wanneer je alleen voor jezelf speelt.

Hierom is er ook een leuke rol voor explorers weggelegd. Het niet alleen letten op je eigen tactiek, maar opletten wat er allemaal gebeurt en mogelijk is kan in je voordeel werken. Hoeveel risico nam het met zich mee toen anderen een gebeurtenis kaart pakten? Welke categorieën kiezen andere spelers het vaakst en welke juist niet?

De killers kunnen er plezier uithalen door altijd voor hun eigen gewin te gaan, geen rekening te houden met de ethische kanten van de dilemma's en nooit met andere spelers samen te werken.



Game-mechanics

- **Avatars:** Pionnen vertegenwoordigen de spelers.
- **Avoidance:** Spelers moeten bij bepaalde kanskaarten een beurt overslaan.
- **Bonuses:** De spelers krijgen volgers erbij wanneer ze een uitdaging hebben behaald.
- **Collections:** Verzamelen van volgers
- **Community Discovery:** Bij sommige vragen moet spelers samenwerken om een beloning (extra volgers) te krijgen.
- **Disincentives:** Volgers eraf trekken wanneer een vraag verkeerd beantwoord wordt.
- **Leaderboards:** Scorebordjes
- **Quests:** Uitdagingen die spelers krijgen wanneer ze op 'acties' belanden op het spelbord.
- **Random rewards:** Onaangekondigd extra volgers krijgen.
- **Status:** Het aantal volgers.
- **Trading system:** gebeurtenissen waarbij er met volgers geruild moet worden.
- **Virality:** Vragen waarbij meerdere deelnemers moeten samenwerken om het doel te bereiken.
- **Virtual items:** digitale vragen die gebruikt worden in het spel.

Theorie van Octalysis

De Theorie van Octalysis is een theorie van Yu-Kai Chou. Yu-Kai Chou heeft binnen de *Gamification* een octagon bedacht waarin 8 *core drives*, die een mens motiveren om bepaalde activiteiten uit te voeren, worden beschreven in een octagon. Na jarenlange studie is Yu-Kai Chou van mening dat, buiten een negende *core drive* die hij 'sensatie' noemt, alles wat iemand doet gebaseerd is op een of meer van de 8 *core drives*. Hieronder is de octagon te zien die is gemaakt voor dit spel. Hierin zijn een aantal termen te zien en is te zien op welke punten het spel hoger scoort dan andere drijfveren van de 8 *core drives*. De opvallende punten, waar het spel hoog op scoort, worden besproken.

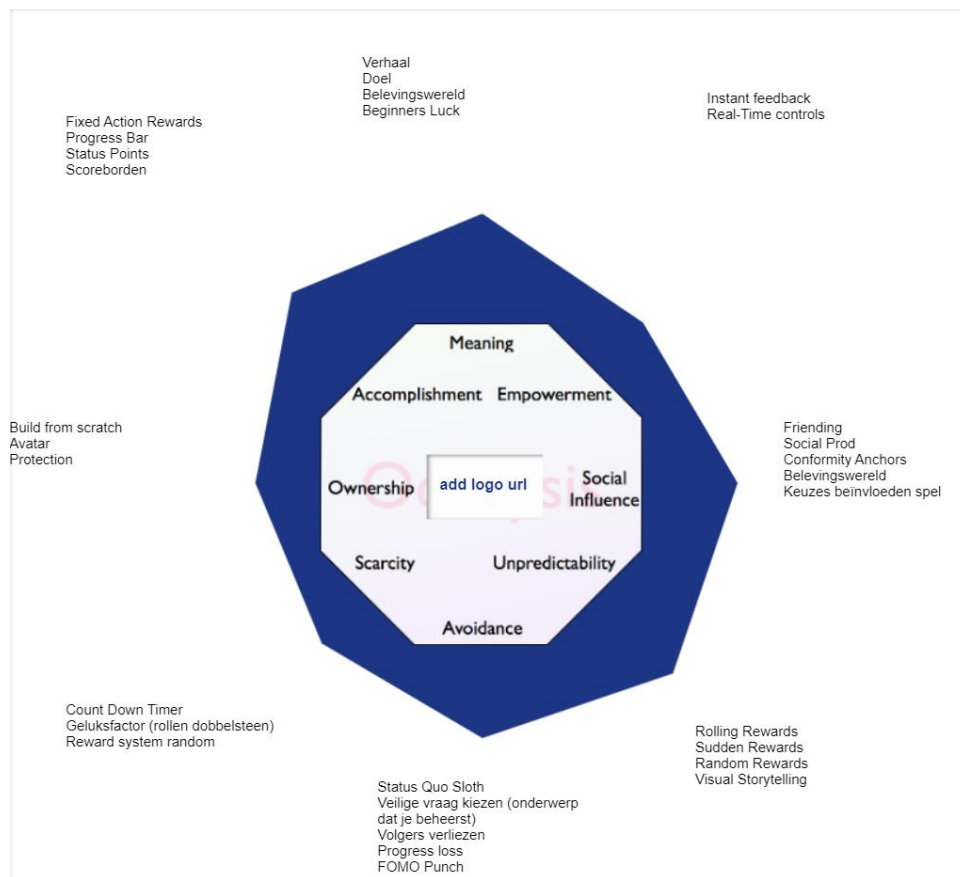
Allereerst scoort het spel hoog op *meaning*. Dit onderdeel draait in de theorie om de speler te laten geloven dat hij in een rol kruipt, iets doet dat groter is dan hijzelf of waarvoor hij is gekozen om het te doen. Het gaat er dus om dat er een thema omheen zit en dat de speler een doel heeft. In dit spel zit er een groot thema omheen wat ontzettend aansluit om de belevingswereld van de doelgroep, waardoor de *meaning* voor hen nog groter wordt dan voor spelers die buiten de doelgroep vallen. Het spel heeft een doel wat zij heel goed kennen: zo veel mogelijk volgers halen. Er zit in dit spel ook een deel *beginners luck*. Door de geluksfactor van het gooien van de dobbelstenen en de kanskaarten zit er een geluksfactor in, wat volgens de theorie van Gamification, en volgens Yu-Kai Chou, het effect heeft dat spelers het gevoel krijgen dat ze een speciale soort gift hebben die andere spelers niet hebben of dat zij het geluk hadden dit voordeel te krijgen in het spel. Met deze combinatie van verhaal, belevingswereld en een duidelijk, en makkelijk, doel in het spel zit er voor spelers heel veel *meaning* in het spel. Hier dragen de avatars weer extra aan bij.

Het spel scoort naar ons idee ook hoog op *accomplishment*. In Octalysis draait deze drijfveer om de interne *drive* van het maken van vordering, skills ontwikkelen en uitdagingen overwinnen. De leerlingen ontwikkelen door het spelen van dit spel onbewust de skills die nodig zijn om

vraagstukken uit de desbetreffende schoolvakken op te lossen. Hoe beter zij de onderwerpen gaan beheersen, hoe meer beloningen zij krijgen. Deze beloningen staan per vraag en per kanskaart ook vast. Er zit wel verschil in de beloningen tussen de vragen. Daarnaast kunnen zij hun score direct bijhouden op hun eigen scorebordjes waardoor zij deze resultaten meteen te zien krijgen, wat de *accomplishment* weer versterkt. Bij deze drijfveer beschrijft de theorie dat een beloning of trofee zonder uitdaging niet veel waarde heeft voor een speler. Hierom leveren moeilijkere vragen en vragen die een belangrijkere boodschap dragen ook een grotere beloning. De uitdaging wordt uitbetaald in een grotere beloning.

Ten derde bespreken wij hier de *unpredictability*. Met de random vragen die de digitale tool geeft weet de speler vooraf niet welke vraag hij krijgt en welke moeilijkheidsgraad de vraag heeft. Dit zorgt ervoor dat er een zekere onvoorspelbaarheid in het spel komt wat spelers motiveert. Yu-Kai Chou beschrijft dat als jij niet weet wat er gaat gebeuren, dat jouw brein activeert en bezighoudt en dat de speler hier vaak aan blijft denken. Dit is een drijfveer waardoor veel mensen films kijken of boeken lezen, het niet weten wat er nu gaat gebeuren houdt jou bij de film of in het boek. In dit spel zitten meerdere onzekerheden die de speler uitdagen om verder te spelen en die het interessant houden voor de speler. Hierdoor wordt het spel niet saai en blijft de speler geactiveerd en gemotiveerd om door te gaan. Door de factor van de dobbelsteen weet de speler nooit wat er de volgende ronde precies gaat gebeuren. Daarnaast weet een speler nooit welke kanskaart hij om kan draaien en wat voor gevolgen dat kan hebben voor het spel, hierbij is het belangrijk om te melden dat deze kanskaarten ook een les meegeven over het leven als een influencer en de gevolgen van bepaalde keuzes. Hiermee krijgt de speler ook meteen belangrijke lessen mee voor in het dagelijkse leven. Daarnaast kan de speler kiezen voor een vraag van een bepaald thema, maar weet de speler nooit wat voor soort vraag hij/zij van dat thema krijgt en welke gevolgen het kan hebben. Daarbij komt dat de moeilijkheidsgraad van de vragen verschilt, maar doordat deze helemaal random worden gekozen door de tool weet de speler nooit wat hij kan verwachten wat betreft moeilijkheidsgraad. Hierbij komen de game mechanics die wij in het octagon hebben ingevuld.

Tot slot Avoidance. Deze drijfveer draait om het vermijden van iets negatiefs dat kan gebeuren. Deze drijfveer wordt voor veel spellen niet als iets heel positief gezien, omdat het kan veroorzaken dat spelers heel veilig en daardoor saai gaan spelen. Dit kan het dan voor andere spelers ook saai maken. Nu zitten er ook positieve kanten aan die wij juist in dit spel hebben gebruikt om een les mee te geven en er is voor gezorgd dat *avoidance* hier positief wordt ingezet en niet de beschreven negatieve effecten veroorzaakt. Deze drijfveer zorgt er allereerst voor dat spelers gaan zorgen dat zij niet verliezen wat zij al hebben, want dan zou al het werk tot dan toe voor niks geweest zijn. Dit zorgt voor een interne drijfveer waardoor spelers nog meer hun best gaan doen om vragen goed te beantwoorden, aangezien zij de negatieve consequentie van het fout hebben, veel volgers verliezen, willen vermijden: *avoidance*. Op deze manier zorgt het spel ervoor dat spelers extra hun best gaan doen voor vragen die hen meteen skills aanleren voor de vakken waar de vragen over gaan: De spelers leren onbewust en door de negatieve gevolgen van het fout hebben gaan zij extra focussen op de belangrijke onderdelen! Daarnaast zorgt die spel met zijn 4 onderwerpen voor differentiatie. Spelers kunnen op safe spelen en laten zien dat zij een bepaald vak zeer goed beheersen en daarmee volgers winnen, zij kunnen ook voor een uitdaging gaan en een ander onderwerp kiezen. Dit zorgt ervoor dat alle spelers op hun eigen sterke punten in kunnen spelen en daardoor een even grote kans hebben.



Literatuurlijst

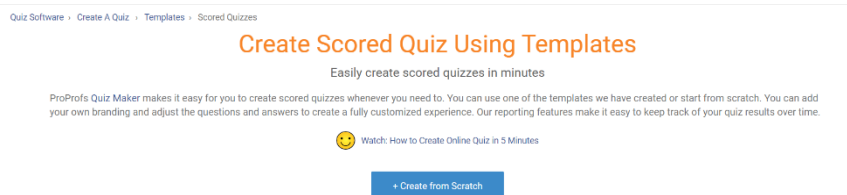
- Chou, Y. (z.d.). *Octalysis – the complete Gamification framework*. Geraadpleegd op 31 januari 2020, van <https://yukaichou.com/gamification-examples/octalysis-complete-gamification-framework/>
- Chou, Y., Hayat-Efrati, L., & Bentata, R. (z.d.). *Octalysis tool*. Geraadpleegd op 31 januari 2020, van <https://yukaichou.com/octalysis-tool/>
- Coolen, A. (2018, 2 juni). *Octalysis gamification model – Adverto*. Geraadpleegd op 31 januari 2020, van <https://www.adverto.nl/hello-world/>
- Vesisenaho, M., Valtonen, T., Kukkonen, J., Havu-Nuutinen, S., Hartikainen, A., & Kärkkäinen, S. (2010). Blended learning with everyday technologies to activate students' collaborative learning. *Science Education International*, 21(4), 272–283. Geraadpleegd van <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ907048.pdf>

Bijlagen

Handleiding QR-codes maken

Inloggen:

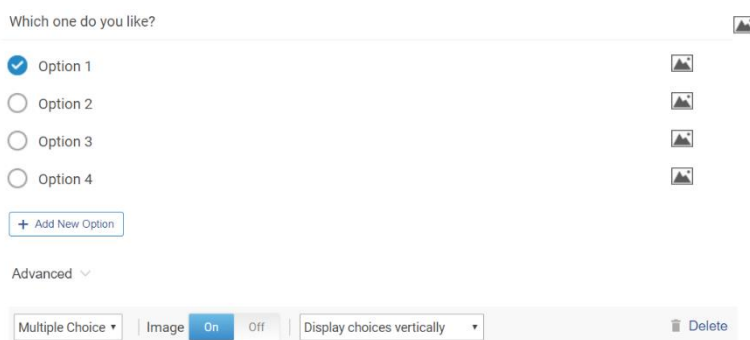
1. Ga naar de website <https://www.proprofs.com/quiz-school/create-a-quiz/> en klik op “create Scored Quiz”. Dit is helemaal gratis!



2. Klik in bovenstaand scherm op “+ Create from scratch”. Zodat je de quiz helemaal zelf vorm kan geven!
3. Meld je op het volgende scherm aan. Dit kan met een eigen email adres, maar dit kan ook eenvoudig via Google, Facebook, Twitter of LinkedIn.
4. Vul de gegevens in, je hoeft niet te kiezen voor premium support hierdoor blijft het gratis.
5. Herhaal nu stappen 1 en 2 uit het stappenplan.
6. Het scherm dat je nu voor je ziet is de homepage van de quiz. In het linker menu kun je een vraag toevoegen, je kunt zelf kiezen wat voor type vraag het moet zijn.

Vragen maken en instellen:

1. Klik op multiple choice en je komt naar het vragenmenu. Hier gaan we de vraag instellen.



2. Vul bij “Which one do you like?” de vraag in en geef de antwoordmogelijkheden. Vink het goede antwoord aan. Door met je muis op de antwoordmogelijkheid te staan kun je een antwoordmogelijkheid verwijderen. Ook kun je door op het plaatje te klikken een foto toevoegen aan de vraag óf aan de antwoorden. Door op “Add new option” te klikken kun je ook meer antwoordmogelijkheden opgeven.

Feedback toevoegen:

1. Om nu de feedback (en daarbij de informatie voor de speler hoeveel volgers hij/zij wint of verliest) in te voeren druk je op “Advanced”.

Feedback  + Style

Add explanation shown after question is attempted.

Tags 

Use comma to separate tags

Branching On Off 

Required question On Off 

Grading On Off 

2. Klik bij “Feedback” op het tandwielje. Klik in het dropdown menu op “Feedback for each option”. En klik op Save.
3. Je ziet nu bij elke antwoordmogelijkheid de feedback invoeren. Let erop dat je in je antwoorden ook meeneemt waarom een antwoord fout is en wat voor gevolgen dit heeft! Hoeveel volgers verliezen ze en waarom? Hoeveel volgers winnen ze en waarom?
4. Is de vraag klaar? Klik nu bovenin het scherm op “Save” om de vraag op te slaan.
5. De stappen moet 1-4 moet je voor elke vraag herhalen. Helaas moet je dus ook voor elke vraag apart de feedback aanzetten via het Advanced menu.

Quiz instellen:

1. Klik in de homepage van de quiz op settings. Dit knopje staat in de balk bovenaan het

 Create
  Settings
  Send
  Reports
  Preview
 Save
 Help

scherm.

2. Bij het menu waar je nu op komt, “General”, zorg je dat onder het kopje “order” de instellingen er als volgt uit zien:

Order

Order of Questions: Shuffle questions 

Number of Questions: Select by number Select any 1 of total questions

Number of Attempts Allowed: Unlimited attempts per user 

3. Zorg dat de instellingen onder het kopje “Quiz Report” er als volgt uit zien:

Quiz Report: Customize report for quiz taker Example Report

Show certificate Yes No 

Show custom message at the end of quiz Yes No 

Show score (Ex: 70 out of 100) Yes No

Show result (Ex: You Passed!) Yes No

Show “Try Again” button Yes No 

Show report with each question graded as correct or incorrect: Yes No 

Reveal correct answer for: Always

Yes No 

All questions

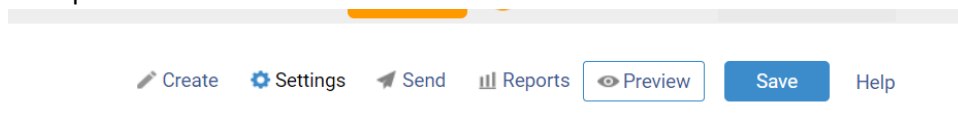
4. Ga nu bovenin naar het menu "Security".
5. Zorg dat de instellingen er als volgt uit zien:

Name:	☐ Yes ☒ No
Email:	☐ Yes ☒ No
ID:	☐ Yes ☒ No ?
Phone:	☐ Yes ☒ No
Address:	☐ Yes ☒ No
Ask My Own Question:	☐ Yes ☒ No ?

6. Als je nu bovenin naar het menu "Theme" gaat kun je zelf de achtergrond en het logo aanpassen. Bij "Logo" en "Background" kun jij zelf jouw eigen afbeeldingen uploaden en instellen als achtergrond en logo voor de vragen, hiermee kun jij ze bijvoorbeeld, zoals in het basisspel is gedaan, laten matchen met de kleuren van de "qr-code kaartjes".
7. Klik helemaal bovenin op Save om de hele quiz in de instellingen op te slaan.

QR-code maken:

1. Klik op "Send"



2. Kies voor "Link" en kopieer de link.
3. Ga naar de volgende site https://www.qr-code-generator.com/a1/?ut_source=google_c&ut_medium=cpc&ut_campaign=en_qr_code_create_generisch&ut_content=qr_code_maker_exact&ut_term=qr%20code%20maker_e&gclid=Cj0KCQiAvc_xBRCYARIsAC5QT9l1fXFPsbj_8CNmV3bFTUhHAjVCK7WwkgrYZ0kYkylSYF24d4MzE08aAvAbEALw_wcB
4. Vul de link van de quiz in en maak de QR-code.

Je bent nu helemaal klaar!

Gebeurteniskaartjes

GEBEURTENIS Je hebt gedeeld op wie je hebt gestemd, wat niet per se verstandig is in de huidige gepolariseerde politiek. 100 volgers eraf!	GEBEURTENIS Je bent een week gastredacteur van GameKings geweest. Geïnteresseerden van dit account zijn jou ook gaan volgen. 150 volgers erbij!	GEBEURTENIS Je samenwerking met Youtuber Kaj van der Ree wordt je niet in dank afgenomen. 200 volgers eraf!
GEBEURTENIS Je promoot een sociale media awareness week, waarbij je een week offline gaat en de negatieve kanten belicht van altijd online zijn. 200 volgers erbij!	GEBEURTENIS Je bent gehackt! Dit vinden volgers die gewend zijn geraakt aan hun dagelijkse feed niet leuk... 150 volgers eraf!	GEBEURTENIS Je hebt het account van je grootste concurrent gehackt, crimineel... Ruil het aantal volgers met een speler naar keuze!
GEBEURTENIS Je besluit een Q&A te doen. Vele vragen stromen binnen. 150 volgers erbij!	GEBEURTENIS Je optreden in een talkshow werd heel ongemakkelijk omdat je niet scherp reageerde op een vraag. Gelukkig kijken jongeren weinig TV! 50 volgers eraf!	GEBEURTENIS Je optreden in een talkshow was on point! Jammer genoeg kijken jongeren weinig TV omdat ze de alles op hun telefoon doen. 50 volgers erbij!
GEBEURTENIS Je hebt voor Red Bull samenwerkt met één van de andere spelers van dit spel. 100 volgers erbij voor jou en een andere speler naar keuze!	GEBEURTENIS Tot je weer aan de beurt bent, help je iedereen die een vraag moet beantwoorden. Je neemt bij ieder juiste beantwoorde vraag de helft van het aantal volgers dat het hem of haar zou opleveren!	GEBEURTENIS Je streamt een reactie-video op de 'coming-out' video van Nikkie de Jager, welke veel aandacht heeft gekregen. 150 volgers erbij!
GEBEURTENIS Je gebruikt random de super populaire hashtag #WIDM waardoor veel willekeurige gebruikers je account bekijken. 50 volgers erbij!	GEBEURTENIS Je oma heeft een Google vraag per ongeluk naar jou via WhatsApp gestuurd. Iedereen vindt haar heel schattig. 100 volgers erbij!	GEBEURTENIS Je organiseert een giveaway met Adidas welke veel mensen aanspreekt. 200 volgers erbij!
GEBEURTENIS Je doet op een warme zomerdag een samenwerking met Coca Cola. 200 volgers erbij!	GEBEURTENIS Je doet een sponsored-add voor afslankpillen. Deze blijken heel schadelijk te zijn voor je gezondheid. Je volgers zijn boos. 200 volgers eraf!	GEBEURTENIS Er ontstaat een discussie waar jij je liever buiten houdt, maar besluit dan toch om één reactie te plaatsen. Dit valt niet goed in de smaak. 100 volgers eraf!
GEBEURTENIS Je plaatst een foto met een caption wat per ongeluk voor veel ophef zorgt. 50 volgers eraf!	GEBEURTENIS Door een toetsweek op school heb je een week lang niets kunnen posten. 50 volgers eraf!	GEBEURTENIS Een vriend heeft bij wijze van 'grap' een schermafbeelding van je Tinder inbox gepost. 50 volgers eraf!

Foto's: Look van het spel





