



Masterproef aangeboden tot het
verkrijgen van het diploma Master
of Arts in de **journalistiek**

Anti-factcheckdiscours in Facebookreacties op factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten

Door: Eline Broeckx
Promotor: prof. Michaël Opgenhaffen

ACADEMIEJAAR 2021-2022

- **Code of conduct voor geloofwaardig auteurschap**
 - **Correct verwijzen naar bronnen houdt in:**
 - dat ik als auteur transparant ben over mijn bronnen, zodat de lezer op elk moment correct kan inschatten welke de bron is van wat beweerd wordt;
 - dat ik als auteur geen relevante informatie waarover ik beschik en die een ander licht zou kunnen werpen op de geboden interpretatie of ontwikkelde redenering bewust weglaat;
 - dat ik als auteur duidelijk aangeef welke relevante interpretaties ik niet in rekening heb gebracht en waarom dat is gebeurd;
 - dat ik als auteur waarheidsgetrouw weergeef wat ik heb geobserveerd;
 - dat ik als auteur op de hoogte blijf van evoluties in manieren van verwijzen en het weergeven van referenties en een bibliografie.

Ik bevestig dat ik deze code of conduct heb nageleefd bij het schrijven van deze masterproef.

Naam: Eline Broeckx

Datum: 5 juni 2022

Handtekening:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'E. Broeckx', written over a horizontal line.

Woord vooraf

Lang heb ik ernaar uitgekeken om aan deze masterproef te beginnen schrijven en me helemaal in een onderwerp te verdiepen waarin ik ben geïnteresseerd. De eerste maanden waren een zoektocht doorheen alle bronnen die te vinden zijn over alles wat ook maar een beetje met factchecking te maken heeft, om daarna al mijn opgedane kennis toe te passen op een inhoudsanalyse van meer dan tweeduizend Facebookreacties onder factchecks over de meest uiteenlopende onderwerpen. Dit is het resultaat en het had er nooit hetzelfde uitgezien zonder professor Michaël Opgenhaffen. Ik ben hem dankbaar voor de vrijheid die hij me doorheen dit proces heeft gegeven, en voor zijn hulp, feedback en tips. Ook wil ik mijn ouders en broer bedanken, omdat ze me hebben gesteund en de tijd hebben genomen om deze masterproef na te lezen.

Abstract

Le discours anti-vérification des faits dans les réactions sur Facebook aux vérifications des faits des journaux sérieux flamands

Depuis les années septante, la confiance en les médias est en baisse. Ce déclin est en partie dû au fait que les gens considèrent de plus en plus les médias comme étant de mèche avec la politique, mais aussi au sensationnalisme des médias. En plus de publier des articles pertinents et influents, ils se concentrent de plus en plus sur les clics, ce qui se fait au détriment de leur qualité. En raison de ce genre d'évolutions du paysage médiatique, la confiance en les médias diminue, et en un genre journalistique spécifique : la vérification des faits.

L'objectif de ce mémoire de master est d'examiner la critique que les utilisateurs d'information font des vérifications des faits des journaux sérieux flamands et d'étudier la mesure dans laquelle et la façon dont ils étaient leurs arguments critiques. Comme aucune recherche n'a encore été menée sur ce sujet, ce mémoire de master tente de combler en partie cette lacune. Il s'agit d'une analyse du contenu qualitative-quantitative de 347 réactions sur Facebook orientées anti-vérification des faits aux quatorze vérifications des faits des deux journaux sérieux flamands *De Morgen* et *De Standaard*.

D'abord, ce mémoire de master examine la critique anti-vérification des faits exprimée par les utilisateurs d'information. Leurs arguments contre la vérification des faits sont divisés en six catégories sur la base d'une analyse du contenu. Le groupe le plus important comprend les commentaires qui affirment que les vérifications des faits contiennent des informations datées, incorrectes et/ou peu fiables, des mensonges et des demi-vérités. Les autres catégories comprennent les commentaires que mentionnent la partialité, le sensationnalisme, l'alarmisme et le manque de pertinence de la vérification des faits. Secondement, à l'aide de *La Hiérarchie du Désaccord* (Graham, 2008), il a été étudié dans quelle mesure et de quelle manière les utilisateurs d'information étayaient leurs arguments contre la vérification des faits dans leurs commentaires sur Facebook. Le plus souvent, ils dénoncent le ton, mais ils emploient aussi des contre-arguments, des contradictions, des insultes et des arguments ad hominem. Les résultats de ce mémoire pourraient être intéressants, entre autres, pour les services de vérification des faits dans des entreprises de médias. Ce n'est que grâce à des recherches comme celle-ci qu'elles peuvent découvrir ce que leurs consommateurs d'information pensent de leurs vérifications des faits. Sur cette base, elles peuvent puis modifier ou réformer les choses si nécessaire. C'est pourquoi ce mémoire est pertinente pour le paysage médiatique flamand d'aujourd'hui et de demain.

Het anti-factcheckdiscours in Facebookreacties op factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten

Sinds de jaren zeventig is het vertrouwen in de media aan een neergang bezig. Die neergang is te wijten aan onder meer het feit dat mensen de politiek en de media steeds meer als onderdelen van hetzelfde spel zien, maar ook aan de sensatiezucht van de media. Naast relevante, invloedrijke stukken brengen, zijn ze steeds meer gefocust op clicks, wat ten koste van hun kwaliteit gaat. Door zulke veranderingen in

het medialandschap, daalt het vertrouwen in de media en een specifiek journalistiek genre daarbinnen: factchecking.

Het doel van deze masterproef is onderzoeken welke kritiek nieuwsgebruikers hebben op de factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten en de mate waarin en de manier waarop ze die onderbouwen. Omdat er nog geen onderzoek naar werd uitgevoerd, probeert deze masterproef die lacune deels op te vullen. Dit is een kwalitatief-kwantitatieve inhoudsanalyse van 347 anti-factcheckreacties onder veertien factchecks van de Vlaamse kwaliteitskranten *De Morgen* en *De Standaard*.

Ten eerste bestudeert deze masterproef wat voor anti-factcheckkritiek nieuwsgebruikers uiten. Op basis van de inhoudsanalyse worden hun anti-factcheckargumenten ondergebracht in zes categorieën. Tot de grootste groep behoren de anti-factcheckreacties die beweren dat er in factchecks leugens, halve waarheden en gedateerde, foute of onbetrouwbare informatie staat. De anti-factcheckreacties die de partijdigheid, onduidelijkheid, irrelevantie, angstzaaiërij en sensatiezucht van factcheck(er)s noemen, behoren tot de vijf andere categorieën. Ten tweede wordt op basis van *De Hiërarchie van Onenigheid* (Graham, 2008) nagegaan in welke mate en op welke manier nieuwsconsumenten hun anti-factcheckargumenten in Facebookreacties onderbouwen. Het vaakst spreken ze aan op toon, maar ook gebruiken ze tegenargumenten, beledigingen, ad hominem-aanvallen en spreken ze tegen. De resultaten van deze masterproef kunnen voor onder andere de factcheckdiensten binnen nieuwsmediabedrijven interessant zijn. Die kunnen immers alleen in kaart brengen hoe hun nieuwsconsumenten tegenover hun factchecks staan, dankzij studies als deze. Op basis daarvan kunnen ze dan eventueel dingen veranderen of hervormingen doorvoeren. Daarom is deze studie relevant voor het Vlaamse medialandschap van vandaag en morgen.

Inhoudsopgave

Inleiding	8
1. Factchecking, voor vriend en vijand	9
1.1. Factchecking als journalistiek genre	9
1.1.1. Een definitie van factchecking	9
1.1.2. Factcheckers	9
1.1.2.1. Enkele cijfers over en kenmerken van factcheckers	9
1.1.2.2. Soorten factcheckers	9
1.1.3. De opkomst van factchecking	11
1.1.3.1. Sinds de jaren tachtig, maar vooral voor en na 2010	11
1.1.3.2. De Amerikaanse factcheckbeweging gaat internationaal	12
1.1.3.2.1. Enkele factoren die (de nood aan) factchecking bevorderen	12
1.1.3.2.2. Twee boosters: de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 2016 en COVID-19 ..	13
1.1.4. Enkele factchecktools en de regulering	14
1.1.5. Nepnieuws	15
1.1.5.1. Definities van nepnieuws	15
1.1.5.2. Soorten nepnieuws	16
1.1.5.3. Information disorders	16
1.1.5.4. Motivaties voor de productie van nepnieuws	17
1.2. De publieke opinie over mainstreammedia en -journalistiek en factchecking	17
1.2.1. Mainstreammedia versus niet-mainstreammedia	17
1.2.2. Vertrouwen en wantrouwen	17
1.2.2.1. Vertrouwen	17
1.2.2.2. Geloofwaardigheid	18
1.2.2.3. Vertrouwen in de media	18
1.2.2.4. Vertrouwen en wantrouwen in factchecking	19
1.2.2.5. Wantrouwen in de politiek	20
1.2.3. Het <i>hostile media phenomenon</i>	20
1.2.3.1. Het basiswerk	20
1.2.3.2. Het relative hostile media phenomenon	21
1.2.3.3. Betrokkenheid	21
1.2.3.4. De invloed van user comments	21
1.2.3.5. Het verband met het gebruik van conservatieve websites	22
1.2.4. <i>Media skepticism</i> en <i>factcheck skepticism</i>	22
1.2.4.1. Media skepticism	22
1.2.4.2. Factcheck skepticism	23
1.2.4.3. Wie factchecking wel en niet steunt	23
1.2.4.4. Mainstreammedia versus niet-mainstreammedia	24
1.3. De kritiek op mainstreammedia en -journalistiek en factchecking	24

1.3.1. De punten van kritiek.....	25
1.3.1.1. De punten van kritiek op mainstreammedia.....	25
1.3.1.2. De punten van kritiek op factchecking.....	25
1.3.2. User comments.....	26
1.3.2.1. De commenter en de lurker.....	26
1.3.2.2. Zes motiverende factoren.....	26
1.3.2.3. Zeven remmende factoren.....	27
1.3.2.4. De (on)beschaafdheid van user comments.....	27
1.3.2.4.1. Factoren die de (on)beschaafdheid beïnvloeden.....	27
1.3.2.4.2. Als een politieke actie.....	28
1.3.2.4.3. Effecten.....	28
1.4. Onderzoeksvraag van deze masterproef.....	28
2. Methode van het onderzoek.....	29
2.1. Corpusbeschrijving.....	29
2.2. Analysemethode.....	30
2.3. Sterktes en zwaktes van de methode.....	31
3. Anti-factcheckdiscours van nieuwsconsumenten over factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten.....	32
3.1. De kritische argumenten van nieuwsconsumenten tegen factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten.....	32
3.1.1. Categorie 1: <i>Factchecks kloppen niet</i>	33
3.1.2. Categorie 2: <i>Factchecks berichten niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk</i>	34
3.1.3. Categorie 3: <i>Factchecks zijn onduidelijk en verwarrend</i>	36
3.1.4. Categorie 4: <i>Factchecks zijn irrelevant en nutteloos</i>	36
3.1.5. Categorie 5: <i>Gratis factchecks boezemen de bevolking angst in, maar factchecks achter een betaalmuur zouden gratis moeten zijn</i>	38
3.1.6. Categorie 6: <i>Factchecks zijn sensationeel</i>	39
3.2. De toon van Facebookreacties.....	39
3.2.1. Het gebruik van emoji's.....	40
3.2.2. Het gebruik van vraag- en/of uitroeptekens.....	41
3.2.3. Het gebruik van hoofdletters.....	42
3.2.4. Het gebruik van GIF-bestanden.....	42
3.3. De onderbouwing van anti-factcheckargumenten (<i>De Hiërarchie van Onenigheid</i> van Paul Graham (2008)).....	43
3.3.1. Niveau 0: <i>Schelden</i>	44
3.3.2. Niveau 1: <i>Ad hominem</i>	45
3.3.3. Niveau 2: <i>Aanspreken op toon</i>	47
3.3.4. Niveau 3: <i>Tegenspreken</i>	48
3.3.5. Niveau 4: <i>Tegenargument</i>	49
3.3.6. Niveau 5: <i>Weerleggen</i> en Niveau 6: <i>Weerleggen van het hoofdargument</i>	51
3.3.7. Combinaties van meerdere niveaus.....	51

4. Conclusie/discussie.....	53
4.1. Resultaten van de inhoudsanalyse.....	53
4.2. Interpretatie van de resultaten.....	53
4.3. Sterktes en zwaktes van het onderzoek.....	55
4.4. Suggesties voor vervolgonderzoek.....	55
Bibliografie.....	58
Bijlagen.....	71

Inleiding

De laatste decennia onderging het Vlaamse medialandschap enorme veranderingen. De sociale media hebben daar een belangrijke rol in gespeeld en doen dat nog altijd. Enerzijds heeft de aanwezigheid van Vlaamse mainstreammedia op verschillende socialemediaplatformen ervoor gezorgd dat die platformen al even deel uitmaken van het nieuwsconsumptiepatroon van de Vlaming (Sevenhant et al., 2021). Daar zijn heel wat voordelen aan verbonden, maar toch ook een groot nadeel: het 'vrije' karakter van socialemediaplatformen maakt dat het bijzonder gemakkelijk is om desinformatie bijna zonder hinder de wereld in te sturen. Onder andere de Vlaamse nieuwsmedia maken daarom nu meer dan ooit gebruik van factchecking. Anderzijds kunnen nieuwsgebruikers snel en gemakkelijk hun kritiek op specifieke factchecks of factchecking in het algemeen openlijk uiten. Ze verwijten factcheckers bijvoorbeeld dat hun factchecks niet zouden kloppen en dat ze niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk zouden berichten.

Het doel van deze masterproef is een beeld krijgen van het anti-discours dat nieuwsgebruikers gebruiken om over het journalistieke genre factchecking te spreken. Concreet focust dit onderzoek zich op het anti-factcheckdiscours in Facebookreacties tegen factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten.

Er werd al heel wat onderzoek uitgevoerd naar factchecking, de publieke opinie erover en de kritiek erop, maar eigenlijk zo goed als uitsluitend in bepaalde landen, zoals het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten. Omdat zulke onderzoeken over de Belgische context nog ontbraken, focust deze masterproef op de anti-factcheckkritiek van nieuwsconsumenten op de factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten. Inzicht krijgen in hoe nieuwsconsumenten naar factchecking kijken en waarom, kan interessant zijn voor onder andere Vlaamse nieuwsorganisaties. Als ze meer weten over de meningen en de punten van kritiek van nieuwsgebruikers, kunnen ze daaruit leren en daarop inspelen, bijvoorbeeld door hervormingen door te voeren. Die veranderingen zouden de publieke opinie over factchecking kunnen verbeteren en de kritiek erop kunnen verminderen. Dit onderzoek is dus relevant voor het Vlaamse medialandschap van vandaag en morgen.

Deze masterproef bestaat uit vier grote onderdelen. Het eerste onderdeel gaat dieper in op de literatuur die al over factchecking, de publieke opinie erover en kritiek erop is verschenen. In dat onderdeel staat ook de onderzoeksvraag die deze masterproef wil beantwoorden. Het tweede onderdeel bespreekt het corpus waarop deze studie is gebaseerd en de analysemethode volgens dewelke ze werd uitgevoerd. In het derde deel staan de resultaten van de inhoudsanalyse. De argumenten die commenters gebruiken om kritiek te uiten op een bepaalde factcheck of factchecking in het algemeen, de toon die ze daarvoor aannemen en hoe ze hun anti-factcheckargumenten onderbouwen, worden in dit onderdeel besproken. Het laatste onderdeel interpreteert die bevindingen.

Disclaimer: Deze masterproef hecht belang aan inclusiviteit en genderrepresentatie. Als er daarom in een bepaalde situatie met de voornaamwoorden 'hij' en 'zijn' naar een persoon wordt verwezen, dan worden daarmee personen met eender welk paar voornaamwoorden bedoeld die in die situatie passen.

1. Factchecking, voor vriend en vijand

1.1. Factchecking als journalistiek genre

De komst van informatie- en communicatietechnologieën heeft de mens talloze mogelijkheden geboden om inhoud te creëren en verspreiden via allerlei diensten en platformen (Pavleska et al., 2018). Jammer genoeg gebruiken sommige mensen die technologieën regelmatig om – al dan niet opzettelijk – inhoud te creëren en verspreiden waarvan het twijfelachtig is of hij klopt of waarvan de oorsprong niet is geverifieerd (Pavleska et al., 2018). Door de soms negatieve effecten van die technologieën is factchecking als een journalistiek genre sinds de jaren 2010 gegroeid (Nieminen & Rapeli, 2019).

1.1.1. Een definitie van factchecking

Factchecking is de term die in deze masterproef centraal staat. Walter et al. (2020, p. 351) definiëren het op deze manier: ‘De praktijk van het systematisch publiceren van beoordelingen van de geldigheid van beweringen van overheidsfunctionarissen en -instellingen, met als expliciete doel vast te stellen of een bewering feitelijk is.’ In die definitie staat politieke factchecking centraal, terwijl zowel onafhankelijke factcheckorganisaties, zoals Factcheck.Vlaanderen, en factcheckers op sociale media, onder meer Arbiter op Twitter, als factcheckers binnen de mainstreamnieuwsmedia zich niet beperken tot het factchecken van bijvoorbeeld de uitspraken van politici.

1.1.2. Factcheckers

1.1.2.1. Enkele cijfers over en kenmerken van factcheckers

Het aantal factcheckers blijft wereldwijd toenemen. Het Duke Reporters’ Lab¹ meldde op 2 juni 2021 dat de wereld 341 actieve factcheckprojecten telde, verspreid over 102 landen. Die aantallen zijn gestegen in vergelijking met een jaar eerder (Stencel & Luther, 2021). Daarom is het belangrijk om na te gaan wie of wat die factcheckers zijn, om te beginnen door te kijken naar hun kenmerken en het vijfjarige factcheckproces.

Kenmerken die iedere factchecker bezit, zijn onder meer dat hij op een onafhankelijke manier onderzoek voert en dat hij onpartijdig en transparant is. Zijn factchecks zijn beweringen die hij bewijst of weerlegt (Amazeen, 2016, geciteerd in Walter et al., 2020). In theorie bestaat dat factcheckproces uit vijf fasen: het kiezen van de te controleren claims; het contacteren van de maker van de claims; het opsporen van valse claims; het raadplegen van deskundigen en bronnen; en het publiceren van de factcheck op een zo transparant mogelijke manier (Graves, 2017).

1.1.2.2. Soorten factcheckers

Om nog dieper in te gaan op wie of wat factcheckers zijn, komen in dit onderdeel de soorten factcheckers aan bod. Tot de eerste soort behoren de nieuwsorganisaties zelf. Het is ondertussen een professionele

¹ Een instelling voor journalistiek onderzoek aan de Duke University Sanford School of Public Policy die onderzoek doet naar onder andere factchecking en vertrouwen in de nieuwsmedia (Duke Reporters’ Lab, 2014).

routine en, net als in de Verenigde Staten, in de landen waar wordt gefactcheckt een noodzakelijk deel van de politieke berichtgeving (Schumacher-Matos, 2012, geciteerd in Walter et al., 2020).

De tweede soort is die van de onafhankelijke factcheckorganisaties. Die organisaties zijn niet verbonden aan een nieuwsmedium. Een van de redenen waarom ze zijn ontstaan, is omdat de presentatie van de werkelijkheid door de media, en dus door de journalistiek, deels ter discussie wordt gesteld door het toenemende wantrouwen in de media. Donald Trump heeft de mainstreammedia en hun factchecks van zijn uitspraken bijvoorbeeld meermaals van nepnieuws beschuldigd (Jamieson & Taussig, 2017, geciteerd in Walter et al., 2020). Daardoor is de partijdige vooringenomenheid ten aanzien van de mainstreammedia en -journalistiek bij vooral de Republikeinen aanzienlijk toegenomen (Walter et al., 2020). Terwijl de Democratische presidentskandidaten de factcheckorganisaties tijdens de presidentsverkiezingen van 2012 en 2016 omarmden, veroordeelden de Republikeinen de organisaties als bevooroordeeld (Shin & Thorson, 2017, geciteerd in Walter et al., 2020). Verderop in deze masterproef meer daarover.

De factcheckbeweging betekent een potentieel radicale verandering in hoe journalistiek wordt bedreven, met belangrijke gevolgen voor de politieke verantwoording en het democratische discours. In plaats van zich te beperken tot onder andere de *he said, she said*-berichtgeving die het politieke nieuws in de mainstreammedia domineert, gebruiken onafhankelijke factcheckorganisaties hun middelen om nauwkeurig te onderzoeken wat politici zeggen en om het publiek een beoordeling van de juistheid van hun beweringen te geven (Nyhan & Reifler, 2015).

Eenzijds bestaan er gespecialiseerde onafhankelijke factcheckorganisaties. Zo zijn er in de Verenigde Staten drie grote organisaties die de politieke berichtgeving factchecken: PolitiFact, FactCheck.org en The Washington Post Fact Checker (Amazeen, 2013; Graves & Glaisyer, 2012, geciteerd in Nyhan & Reifler, 2015). Die tweede noemt zichzelf 'een onpartijdige, non-profit consumentenbelangenbehartiger voor kiezers, die als doel heeft om de mate van bedrog en verwarring in de Amerikaanse politiek te verminderen' (FactCheck.org, z.d.). Anderzijds zijn er organisaties die zich bezighouden met beweringen over de meest uiteenlopende thema's, waarvan Factcheck.Vlaanderen in België een van de bekendste is: 'Een onafhankelijke, non-profit website die volledig is toegewijd aan factchecken' en die 'het publiek debat wil laten voeren op basis van feiten in plaats van op vooroordelen en desinformatie' (Factcheck.Vlaanderen, z.d.).

Tot de derde soort behoren de socialemediaplatformen, onder andere Facebook en Twitter. Ze hebben misleidende informatie over bijvoorbeeld het coronavirus en de vaccins ontkracht (Mosseri, 2017; Roth & Pickles, 2020, geciteerd in Gaozhao, 2021). Ze spelen vooral een belangrijke rol als er een specifieke publieke gebeurtenis aan de gang is, omdat het aantal gevallen van nepnieuws daar vaak van afhangt. Gezondheids crisissen, maar ook bijvoorbeeld verkiezingen vallen onder zulke publieke gebeurtenissen. Factcheckers gebruiken sociale media trouwens ook om hun werk te promoten (Pavleska et al., 2018).

De laatste soort is die van de individuele socialemedia-accounts die factchecken. Een bekend Belgisch voorbeeld is Arbiter Of Tweets. Rien Emmery – dat is zijn echte naam – werkte als ambtenaar toen hij als hobby begon te factchecken. Toen al trad hij in Twitterdiscussies op als een 'scheidsrechter' door zijn factchecks op Twitter te posten. Hij viel op, kreeg aanbiedingen en is intussen een van de factcheckers van VRT NWS en Knack (A. Dorjbayar, persoonlijke communicatie, 17 maart 2022). Ook zit Arbiter in het

radioprogramma *Nieuwe Feiten* op *Radio 1*, waarin hij nepnieuws ontkracht (Radio 1, z.d.). Een Nederlands voorbeeld van zo'n sociale media-account is dat van Peter Burger. Hij is zelf factchecker en onder meer ook supervisor van *Nieuwscheckers* (Burger, z.d.): de factcheckers van de opleiding Journalistiek en Nieuwe Media van de Universiteit Leiden (Nieuwscheckers, z.d.). Zijn Twitteraccount staat net als dat van Arbitrator vol factchecks van nepnieuws dat op sociale media de ronde doet.

1.1.3. De opkomst van factchecking

Desinformatie en pogingen om die te factchecken, zijn zo oud als de democratie (Grant, 1995, geciteerd in Walter et al., 2020), maar sinds de jaren 2010 is het aantal factcheckers aanzienlijk toegenomen – eerst in de Verenigde Staten en later volgden vele andere landen (Nieminen & Rapeli, 2019). Toen al en nog altijd evalueren ze systematisch de juistheid van uitspraken van politici op nationaal en staatsniveau door een journalistieke benadering (Graves & Glaisyer, 2012, geciteerd in Nyhan & Reifler, 2015). Een van de redenen daarvoor, is omdat de bevolking teleurgesteld was in het onvermogen van de traditionele journalistiek om onware politieke beweringen te weerleggen (Nieminen & Rapeli, 2019).

Factchecking in zijn huidige vorm is dus een vrij recent verschijnsel (Nieminen & Rapeli, 2019), maar er zijn ook bekende oudere vormen van factchecking. Zo'n voorbeeld is de Amerikaanse *op-ed page* – de *opposite the editorial page* – die al langer de beweringen van politici weerlegt (Nieminen & Rapeli, 2019). Dat is een pagina in een printmedium met een lezersbrief in de vorm van een opiniestuk van een auteur die meestal geen banden heeft met de uitgever van de krant, maar die meestal wel deskundig is in het onderwerp. Het opiniestuk is een relevant artikel dat iemand schrijft om een populair of onbekend onderwerp aan te snijden, of om te reageren op een elders geuite mening. Het geeft de mening van een auteur of groep weer en is bedoeld om lezers aan het denken te zetten en/of een discussie op gang te brengen (Tapia, 2020).

Een tweede voorbeeld is dat van de *muckrakers*: aan het begin van de negentiende eeuw stelden deze progressieve mensen zich bewust niet neutraal op om zo de wantoestanden in de Amerikaanse samenleving aan te klagen. De stroming in de Amerikaanse journalistiek gebruikte *faction*: een mengeling van feiten – *facts* die voortkwamen uit diepgaand onderzoek – en fictie – de human-interestbenadering, het dramatische gehalte, de literaire kwaliteiten kwamen voort uit de *fiction*. Onderzoeksjournalist Samuel Hopkins Adams is een voorbeeld van zo'n muckraker. Met *The great fraud* (1906) bewees hij dat het in die tijd veel verkochte geneesmiddel Peruna boerenbedrog was. Dankzij zijn werk greep de overheid in en werd een eerste wettelijke regelgeving rond voedselveiligheid en medicijnen van kracht (Van Gorp, 2018, pp. 104-105).

1.1.3.1. Sinds de jaren tachtig, maar vooral voor en na 2010

Tot 2010 was het factcheckuniversum redelijk homogeen. Het beperkte zich namelijk tot politieke factchecking (Lowrey, 2017, geciteerd in Nieminen & Rapeli, 2019) en werd onderdeel van de Amerikaanse politieke journalistiek (Graves, 2016, 2018, geciteerd in Nieminen & Rapeli, 2019). Het was en is nog altijd een belangrijke bron van externe controle van politici in de vrije samenlevingen (Graves & Glaisyer, 2012, geciteerd in Nyhan & Reifler, 2015). Maar sinds 2010 is factchecking gefragmenteerder beginnen

te groeien. Daarbij komt dat factcheckers sindsdien vaker worden geciteerd en dat er minder vaak aan hun beweegredenen wordt getwijfeld (Lowrey, 2017, geciteerd in Nieminen & Rapeli, 2019).

De politieke verkiezingen hebben een vruchtbare bodem gevormd voor de opkomst en groei van de factcheckwebsite. Dobbs (2012) beweert dat die in de jaren tachtig in de Verenigde Staten is ontstaan, vooral door de intensieve politieke PR die Republikein Ronald Reagan voerde tijdens zijn presidentschap van 1981 tot 1989. Naarmate de populariteit van het internet eind jaren negentig toenam, begonnen tal van politiek georiënteerde blogs – vaak met een ideologische inslag – politici en mainstreamnieuwsberichten te factchecken. Tijdens de verkiezingscampagne in 2004 volgden de mainstreammedia hun voorbeeld. Intussen, in 2003, kwam FactCheck.org als de eerste niet-partijdige factcheckwebsite op (Dobbs, 2012). Die factcheckwebsite ligt trouwens in lijn met de hoax-bustingwebsite die in de jaren negentig opkwam. Snopes.com is daar een voorbeeld van (Lowrey, 2017).

1.1.3.2. De Amerikaanse factcheckbeweging gaat internationaal

Factchecking kwam op in de Verenigde Staten, maar een aantal jaar later ontstond er een internationale factcheckbeweging (Nieminen & Rapeli, 2019). Zo lanceerde het Poynter Institute for Media Studies² in 2015 het International Fact-Checking Network (IFCN) ter bevordering van de factcheckkwaliteit voor factcheckende journalisten wereldwijd (Poynter, 2022). Natuurlijk hebben een aantal factoren de globale opkomst van factcheckers bevorderd. Vooral de toegang van de bevolking tot het internet en de mate van democratisch bestuur in een land bepalen de opkomst van factcheckers. Wel wordt factchecking eerder gezien als een middel om democratie op te bouwen dan als een teken van een gezonde democratische cultuur (Amazeen, 2020).

1.1.3.2.1. Enkele factoren die (de nood aan) factchecking bevorderen

Dit onderdeel gaat dieper in op de factoren die (de nood aan) factchecking boosten. Ten eerste nam, als gevolg van de toegang tot het internet, het aantal 'alternatieve feiten' toe als een vorm van *information disorder* in het *post-truth*-tijdperk. Dit leidt tot controversen en polarisatie in de maatschappij, zelfs over wetenschappelijke feiten (Tsfati et al., 2020).

Een tweede gevolg van de toegang tot het internet, en dan vooral die tot de sociale media, is het ontstaan van ideologische *echo chambers* of *cybergetto's* (Lewandowsky et al., 2012). Dit is van toepassing op maar een deel van de bevolking en is dus niet alomtegenwoordig (Bruns, 2019). Iemand die in een echo chamber zit, deelt selectief nieuwsverhalen op sociale media, onder andere nepnieuws dat in lijn ligt met iemands eigen politieke opvattingen (Guess et al., 2019; Grinberg et al., 2019). Ook heeft dat deel van de samenleving de neiging om vooral die sociale mediacontent te bekijken die de al bestaande overtuigingen bevestigt (Bakshy et al., 2015). Een persoon met duidelijke ideologische overtuigingen heeft dus een grotere kans om nepnieuws te consumeren dat de eigen overtuigingen bevestigt. Die persoon heeft ook eerder de neiging om nepnieuws aan te klikken en het te lezen op de sociale media (Bakshy et al., 2015; Grinberg et al., 2019). Factchecks bereiken dat deel van de bevolking bijna nooit (Guess et al., 2019).

² Een non-gouvernementele journalistieke school en onderzoeksorganisatie in Florida in de VS (Poynter, 2022).

Een derde reden voor de nood aan factchecking, is omdat politici volgens Tsfatì et al. (2020) de laatste jaren meer dan vroeger lijken te overdrijven, misleiden en liegen. Leugens zijn immers een centrale rol gaan spelen in hun strategie. En ‘dankzij’ het internet – eigenlijk opnieuw vooral sociale media – kunnen ze desinformatie rechtstreeks in de samenleving verspreiden, omdat ze de *gatekeeping* en redactionele controle van de mainstreammedia zo kunnen omzeilen.

Een vierde factor is de opkomst van het nepnieuwsgenre (Egelhofer & Lecheler, 2019). Enerzijds kunnen bijvoorbeeld politici zo met opzet nepnieuws verspreiden en maskeren als traditioneel nieuws om politieke doeleinden te bevorderen. Anderzijds kunnen makers van nepnieuwsverhalen zo advertentie-inkomsten genereren (Bennett & Livingston, 2018; Guess et al., 2019; Pickard, 2016, geciteerd in Tsfatì et al., 2020). Volgens economen is er een verband tussen het feit dat er een gemakkelijkere toegang is tot de nieuwsmedia – het is bijvoorbeeld eenvoudig en goedkoop om websites op te zetten en inhoud te verspreiden via advertentieplatformen – en de verspreiding van nepnieuws. Want door die gemakkelijkere toegang kunnen valse nieuwsartikelen viraal gaan op de sociale media en veel advertentie-inkomsten opleveren als een gebruiker doorklikt naar de oorspronkelijke website (Allcott & Gentzkow, 2017). Die clicks vertalen advertentienetwerken, bijvoorbeeld Google AdSense, immers naar advertentie-inkomsten (Tsfatì et al., 2020).

Een vijfde factor is dat sociale media de snelle uitwisseling en verspreiding van informatie, dus ook van nepnieuws, vergemakkelijken. Een socialemediapost kan worden gelijkt, geshared en er kan op worden gereageerd, wat de verspreiding van (niet-)geverifieerde informatie versnelt (Thorson, 2008). Door de snelheid verifieert de bevolking ook zelden de (des)informatie die ze deelt (Tandoc et al., 2018).

Ten zesde maakt de digitalisering van het nieuws factchecking noodzakelijk. Het veranderende nieuwsmedialandschap verandert ook de manier waarop de journalist te werk gaat. Vroeger wilde hij de juiste feiten brengen en was hij bang om foute dingen te beweren. Nu is er daarentegen een 24/7 nieuwscyclus die de nieuwsmedia bijna verplicht om zo snel mogelijk nieuws te publiceren. Daardoor vervagen soms de grenzen tussen feit en informatie en interpretatie en speculatie (Kovach & Rosenstiel, 2011). Een ander gevolg is dat de journalist sneller fouten maakt door de hoge snelheid waarmee hij informatie kan en moet verzamelen, verwerken en publiceren (Deuze, 2008; Joseph, 2011; Karlsson, 2012, geciteerd in Karlsson et al., 2017). Daardoor ligt de kwaliteit van door nieuwsmedia gepubliceerde informatie soms lager (Patterson, 2013). Ook journalisten kunnen dus nepnieuws verspreiden.

Een laatste factor is dat de onlineplatformen niet-journalisten ruimte bieden om een massapubliek te bereiken. Als gevolg daarvan is de burgerjournalistiek opgekomen en begon de burger, de niet-journalist, journalistieke activiteiten te doen om journalistieke output te maken, zoals nieuws (Robinson & Deshano, 2011).

1.1.3.2.2. Twee boosters: de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 2016 en COVID-19

In de drie maanden vóór de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 2016 schonken Facebookgebruikers meer aandacht aan de populairste nepnieuwsverhalen dan de populairste mainstreamnieuwsverhalen op Facebook (Silverman, 2016). Tijdens en na die verkiezingen kreeg de factcheckbeweging echter een boost. Zo factcheckte Canadees journalist Daniel Dale elke dag de uitspraken van voormalig Amerikaans

president Donald Trump voor *Toronto Star*³ (CNN, z.d.). Ook de teams van factcheckers van de grote Amerikaanse kranten, zoals dat van *The Washington Post*, factcheckten voortdurend (The Washington Post, z.d.).

Ook recent, meer bepaald tijdens de coronapandemie, werd er weer veel gefactcheckt. Dat bewijst dat de nepnieuwsproblematiek het grootst is in onrustige tijden. De bevolking is bij maatschappelijke onrust en verdeeldheid immers meer bereid om nieuws te geloven dat de vijandigheid en afkeer tegenover de andere groep(en) bevestigt (Tandoc et al., 2018). Het gaat dan vooral over consumentenzaken-, milieu-, gezondheids- en politieke en sociale kwesties en/of debatten (Tsfati et al., 2020). Factchecking is dan het hardst nodig om nepnieuws te bestrijden. Specifiek tijdens de coronapandemie was het gedeelte van de bevolking dat sociale media als belangrijkste of een belangrijke informatiebron gebruikt namelijk geneigd om te geloven in onlinecomplottheorieën en zich niet goed te houden aan de richtlijnen ter bescherming van de volksgezondheid (Allington et al., 2020, geciteerd in Park et al., 2021). Volgens het 2021 Digital News Report⁴ (Newman et al., 2021) en Tandoc et al. (2018) zijn onlineplatformen, onder andere sociale media, voor steeds grotere delen van de bevolking de belangrijkste nieuwsbronnen. Desinformatie lijkt dus een nieuw kanaal te hebben gevonden.

1.1.4. Enkele factchecktools en de regulering

Factchecking is een van de populairste vernieuwingen om de verspreiding van nepnieuws aan te pakken (Walter et al., 2020). Het kan dus niet anders dan dat er, naast menselijke inspanningen om nepnieuws te bestrijden, (geautomatiseerde) tools en diensten zijn om enerzijds te factchecken en anderzijds factchecks te verspreiden (Pavleska et al., 2018).

De factcheckdiensten vallen in drie algemene categorieën in te delen: factcheckdiensten die zich bezighouden met politieke en publieke uitspraken in het algemeen; met online geruchten en hoaxes; en met specifieke onderwerpen, controverses, specifieke conflicten of onderwerpen en gebeurtenissen met een beperkte reikwijdte (Brandtzaeg & Følstad, 2017).

Onder meer de grote platformen, zoals Google en Facebook, ontwikkelden instrumenten om betrouwbare bronnen van online-informatie te verifiëren en te herstellen. Ze bieden alleen nieuws en feiten over meer aspecten van een stuk informatie, zodat iedereen zelf kan beslissen of het waarheidsgetrouw is of niet. Enkele voorbeelden zijn de Fact Check Tools van Google en de Facebook repost verification (Pavleska et al., 2018). Ook ClaimBuster is een voorbeeld van zo'n vergevorderde dienst. Het biedt een complete technische factcheckoplossing op basis van *machine learning* en natuurlijke taalverwerking (Hassan et al., 2017). Het was een van de eerste diensten, ontwikkeld met het oog op computerondersteuning bij factchecking (Pavleska et al., 2018).

Omdat er heel wat nepnieuws circuleert, is er naast de (individuele) factcheckers, factcheckorganisaties, -diensten en -instrumenten een regelgeving nodig. Daarom ontwikkelde en presenteerde de Europese Commissie in 2018 het 'Actieplan tegen desinformatie'. De gecoördineerde reactie op desinformatie die

³ De grootste krant van Canada (Toronto Star, z.d.).

⁴ De meest uitvoerige studie ter wereld over de (online)nieuwsconsumptie en het gedrag en de attitudes van nieuwsgebruikers (Mediawijs, z.d.).

het plan presenteert, is gebaseerd op vier pijlers: de verbetering van de capaciteit van de EU-instellingen om desinformatie op te sporen, te analyseren en aan het licht te brengen; de versterking van de gecoördineerde en gezamenlijke respons op desinformatie; de mobilisering van de particuliere sector bij het bestrijden van desinformatie; en de bewustmaking en verbetering van de maatschappelijke veerkracht (EUR-Lex, 2018).

De conclusie vat samen wat de gevaren van desinformatie zijn en toont aan waarom het plan belangrijk is: 'Desinformatie is een grote uitdaging voor Europese democratieën en samenlevingen, en de Unie moet daar iets aan doen zonder afbreuk te doen aan de Europese waarden en vrijheden. Desinformatie ondermijnt het vertrouwen van burgers in democratie en democratische instellingen. Het draagt ook bij tot de polarisatie van de publieke opinie en verstoort de democratische besluitvormingsprocessen [...]' (EUR-Lex, 2018).

1.1.5. Nepnieuws

Zoals gezegd kunnen we sinds de komst van informatie- en communicatietechnologieën inhoud creëren en verspreiden via allerhande diensten en platformen (Pavleska et al., 2018). Die nieuwe mogelijkheden leiden helaas vaak tot misbruik, meer bepaald tot de creatie en vooral de razendsnelle verspreiding van nepnieuws. Ook voordat die technologieën bestonden, circuleerde er echter al nepnieuws. Het bestaat immers al sinds de ontwikkeling van de eerste schriftsystemen (Marcus, 1993). Toch werd de term 'nepnieuws' pas in 2016 voor het eerst gebruikt in een rapport van Amerikaans internetmedia-, nieuws- en entertainmentbedrijf *BuzzFeed* om naar absurd nieuws op verschillende websites en Facebookpagina's te verwijzen (Wendling, 2018). Een aantal voorbeelden van oude complottheorieën zijn *Elvis leeft nog, De maanlanding is in scène gezet* (Verhagen, 2022) en de theorie over de invasie van Marsmannetjes, *The War of the Worlds* (1938), van H. G. Wells (Cantril et al., 2005). Ook nepnieuws in de media is dus geen nieuw fenomeen.

1.1.5.1. Definities van nepnieuws

In oudere onderzoeken verwijst 'nepnieuws' naar verwante maar verschillende inhouden, zoals nieuwsparodieën, politieke satires en nieuwspropaganda. Tegenwoordig verwijst de term naar 'valse verhalen die zich verspreiden op de sociale media' (p. 138), maar sommigen misbruiken hem ook om de kritische verslaggeving van nieuwsorganisaties in diskrediet te brengen. Door dat laatste vertroebelt het discours rond nepnieuws (Tandoc et al., 2018). Volgens Tandoc et al. (2018) verwijst de term 'nepnieuws' in de berichtgeving ook naar 'virale posts op basis van fictieve accounts, gemaakt om op nieuwsberichten te lijken' (p. 138). Allcott en Gentzkow (2017) definiëren het dan weer als 'nieuwsartikelen die opzettelijk en verifieerbaar vals zijn en de lezer zouden kunnen misleiden' (p. 213). Die laatste definitie sluit wel onder andere geruchten, verslaggevingsfouten, complottheorieën, satire en onjuiste uitspraken van politici uit (Gaozhao, 2021). Gaozhao (2021) spreekt van 'een onnauwkeurige of fictieve weergave van de feiten' (p. 1) en zegt dat 'nepnieuws, en dan vooral politieke desinformatie, onwenselijk is, omdat het de overtuigingen van individuen verstoort en leidt tot verkeerd geïnformeerde beslissingen' (p. 1). Zodra iemand een stuk onjuiste informatie gelooft en het deelt met anderen, neemt de verspreiding van nepnieuws toe (Oh et al., 2018).

1.1.5.2. Soorten nepnieuws

Heel wat studies over nepnieuws halen verschillende soorten nepnieuws aan. Volgens Rubin et al. (2015) bestaan er drie soorten. De eerste is die van het ernstig verzonden nieuws. De sensatie- en de roddelpers brengen veel ongeverifieerd nieuws en gebruiken clickbaits, overdrijvingen, roddels en sensatiezucht om hun bereik en winst te vergroten. Tot de tweede soort behoren grootschalige hoaxes: een andere soort opzettelijke vervalsing of verzinsel op sociale media of in de mainstreammedia. Producenten van zulke hoaxes slagen in hun misleidingsmissie als traditionele nieuwsbronnen het nepnieuws oppikken en ten onrechte bevestigen. Brunvand (1998) maakte een onderscheid tussen hoaxes en grappen of practical jokes door hoaxes 'relatief complexe en grootschalige verzinsels' (p. 875) te noemen, die misleidingen kunnen inhouden die verder gaan dan het louter ludieke en 'materiële verliezen of schade kunnen berokkenen aan een slachtoffer' (p. 875). De derde vorm is satire: humoristisch verzonden nieuws. Als iemand zich bewust is van de humoristische bedoeling, is hij mogelijk niet langer geneigd om de informatie als waar te beschouwen. Nieuwssparodieën en nieuwssatire passen binnen die laatste overkoepelende soort.

Tandoc et al. (2018) maken dan weer een andere onderverdeling en noemen zes soorten nepnieuws. De eerste soort is nieuwssatire, verwijzend naar nepnieuwsprogramma's die meestal humor of overdrijvingen gebruiken om het publiek actuele nieuwsberichten voor te schotelen in de stijl van een televisiejournaal. De tweede soort is die van nieuwssparodieën en speelt in op hoe belachelijk bepaalde kwesties zijn, en belicht ze door volledig fictieve nieuwsverhalen te verzinnen. Ten derde zijn er de verzinsels: de artikelen die geen feitelijke basis hebben en dus worden gepubliceerd in de stijl van nieuwsartikelen om legitimiteit te verkrijgen. Vaak wil de maker daarmee onjuiste informatie geven. Ten vierde zijn er de foto-manipulaties die echte beelden of video's gebruiken om valse verhalen te creëren. De voorlaatste soort is die van de reclame en public relations, waarbij pr- en reclamemedewerkers praktijken en/of het uiterlijk van journalisten overnemen om marketing- of andere persuasieve boodschappen in de nieuwsmedia te krijgen (Farsetta & Price, 2006, p. 9). De nadruk ligt hier op winst. De laatste soort is propaganda. Die term verwijst naar nieuwsberichten die door een politieke entiteit worden gemaakt om de publieke opinie te beïnvloeden en om een publieke figuur, organisatie of regering te bevoordelen (Tandoc et al., 2018).

Daarnaast bestaan er twee soorten nepnieuwswebsites: de *spoof sites* en de *concocted sites*. De eerste soort verwijst naar de websites die bestaande websites imiteren. De tweede soort is de verzameling van bedrieglijke websites die zich willen voordoen als unieke, authentieke commerciële websites (Abbasi et al., 2010).

1.1.5.3. Information disorders

Naast allerlei soorten nepnieuws, zijn er drie soorten information disorders op onlineplatformen, namelijk misinformatie, desinformatie en malinformatie. De eerste soort verwijst naar de verspreiding van onjuiste informatie die geen schade berokkent. Informatie die wel schade berokkent, noemt men desinformatie. Tot slot wordt er echte informatie gedeeld, malinformatie, om schade te berokken, vaak door informatie die was bedoeld om privé te blijven in de publieke sfeer te brengen (Pavleska et al., 2018).

1.1.5.4. Motivaties voor de productie van nepnieuws

Er liggen twee motivaties ten grondslag aan de nepnieuwsproductie: een financiële en een ideologische. Enerzijds, zoals gezegd, leveren virale schandalige en valse verhalen – net omdat ze schandelijk zijn – clicks op die kunnen worden omgezet in reclame-inkomsten. Anderzijds creëren mensen nepnieuws om bepaalde ideeën of mensen te promoten, vaak door anderen in diskrediet te brengen (Allcott & Gentzkow, 2017).

1.2. De publieke opinie over mainstreammedia en -journalistiek en factchecking

Deze masterproef voert onderzoek uit naar het anti-factcheckdiscours, en meer bepaald naar de manier waarop nieuwsgebruikers kritiek uiten op factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten. Factchecking is dus een journalistiek genre dat ook in mainstreammedia regelmatig aan bod komt. Daarom is het belangrijk om na te gaan wat de publieke opinie van nieuwsconsumenten over mainstreammedia en -journalistiek is en hoe die afstraalt op de publieke opinie over factchecking.

1.2.1. Mainstreammedia versus niet-mainstreammedia

Mainstreammedia zijn offline ontstaan en bieden nu bijna allemaal offline- en onlinenieuws aan (Newman et al., 2015). Niet-mainstreammedia zijn online ontstaan en bieden nu vooral onlinenieuws aan. Het zijn de *online onlies* of *digital born news media* (Newman et al., 2015). Die termen verwijzen naar onder meer de sociale media, online nieuwsaggregatoren en blogs (Bell et al., 2017). Er bestaan echter ook mainstreammedia die alleen online bestaan, bijvoorbeeld *NU.nl*. Met een maandelijks bereik van vijf miljoen is het de grootste nieuwswebsite die de Nederlandse onlinemarkt domineert (Bakker, 2018). Omgekeerd zijn er niet-mainstreammedia die zowel offline als online publiceren. Vlaamsgezinde politieke nieuws- en opiniesite *Doorbraak* is daar een voorbeeld van.

1.2.2. Vertrouwen en wantrouwen

Iemands vertrouwen in de media beïnvloedt altijd al iemands relatie met het nieuws. Doorheen de tijd is die vertrouwensrelatie echter veranderd. Dat komt ten eerste door de nieuwe diensten en tools die online-interactiviteit rond het nieuws mogelijk maken. Iemand met weinig mediavertrouwen heeft bijvoorbeeld de neiging om aan verschillende vormen van onlinenieuwsparticipatie te doen. Een tweede oorzaak is de toename van de hoeveelheid beschikbare online-informatie (Fletcher & Park, 2017). Die oorzaak heeft ook te maken met de grotere keuze aan media en is verantwoordelijk voor meer dan zestig procent van de daling van het vertrouwen sinds 1973 (Daniller et al., 2017). In de praktijk wil dit zeggen dat iemand met weinig mediavertrouwen geneigd is om niet-mainstreamnieuwsbronnen te verkiezen, zoals sociale media en blogs, en meer onlinenieuws te consumeren. Om de vertrouwensrelatie ook in de onlinewereld in stand te houden, heeft de bevolking meer dan ooit nood aan filters die geloofwaardige informatie van nepnieuws kunnen onderscheiden (Fletcher & Park, 2017). Om dieper in te gaan op mediavertrouwen en -wantrouwen, volgen er een aantal definities.

1.2.2.1. Vertrouwen

Vertrouwen is een relatie in de tijd tussen twee partijen – een partij die vertrouwt en een partij die wordt vertrouwd – (Tsfati & Cappella, 2003), met als doel om hun behoeften te bevredigen (Coleman, 1990).

Om dat vertrouwen relevant te laten zijn, is er volgens verschillende studies (onder andere Tonkiss et al., 2000) een mate van onzekerheid nodig aan de kant van degene die vertrouwt. De persoon die vertrouwt, kan de intenties en het karakter van de persoon die wordt vertrouwd immers niet verifiëren (Seligman, 1997). Ook belangrijk is de verwachting dat de interactie met de persoon die wordt vertrouwd tot winst in plaats van tot verlies zal leiden voor de persoon die vertrouwt (Coleman, 1990). Fukuyama (1995) noemt vertrouwen 'de verwachting van eerlijk en coöperatief gedrag op basis van gedeelde normen die professionele standaarden omvatten' (p. 26). Vertrouwen in de journalistiek is dan weer 'gebaseerd op iemands geloof in de professionaliteit van de journalistieke praktijk' (Liebes, 2001, p. 295). Rotter (1967) noemt het dan weer 'de verwachting van een individu of groep dat het woord, de belofte of mondelinge of schriftelijke verklaring van een ander individu kan worden vertrouwd' (p. 651).

1.2.2.2. Geloofwaardigheid

Geloofwaardigheid is een centraal element in vertrouwen. De geloofwaardigheid van de nieuwsbron, de betrouwbaarheid van degene die de nieuwsmediaboodschap heeft opgesteld, de geloofwaardigheid van het nieuwsmedium en de reputatie van de nieuwsmediaorganisatie bepalen iemands perceptie van de geloofwaardigheid van nieuws (Fletcher & Park, 2017).

1.2.2.3. Vertrouwen in de media

Volgens Hanitzsch et al. (2018) is mediavertrouwen 'een vorm van institutioneel vertrouwen, of iemands bereidheid om kwetsbaar te zijn voor het nieuws, gebaseerd op iemands verwachting dat nieuwsmedia het nieuws op een passende manier zullen brengen' (p. 5). Een tweede definitie van mediavertrouwen is van Tsfaty en Cappella (2003) en is 'iemands beoordeling van de beweegredenen van de journalist' (p. 506). Een persoon kan zich bijvoorbeeld afvragen of de journalist de eerlijke waakhond is die hij beweert te zijn en vraagt zich af of hij niet (alleen) wordt gemotiveerd door persoonlijke ambities en concurrentie. Ook heeft het te maken met de verwachting dat iemand (en/of de maatschappij) voordeel haalt uit het werk van de journalist. Zoals gezegd, als een persoon in de professionaliteit van de journalistieke praktijk gelooft, dan heeft hij vertrouwen in de media (Liebes, 2001). Als iemand daarentegen kritiek heeft op de eerlijkheid, objectiviteit, nauwkeurigheid en/of geloofwaardigheid van de media – de hoekstenen van de journalistieke praktijk –, dan is die persoon een mediascepticus (Tsfaty & Cappella, 2003). Later in deze masterproef meer daarover. Meerdere studies (onder meer West, 1994) stelden vast dat verschillende delen van mediavertrouwen samenhangen, meer bepaald heel het verhaal vertellen, nauwkeurigheid, eerlijkheid, objectiviteit, onpartijdigheid, betrouwbaarheid enzovoort.

Schoorman et al. (2007) stelden vast dat vertrouwen bestaat uit drie factoren. De eerste is de bekwaamheid, of iemands perceptie van de competenties en kennis van de journalist die van belang zijn voor het verwachte gedrag. De tweede factor is de integriteit, of iemands perceptie dat de journalist zich aan een reeks principes zal houden die de bevolking aanvaardbaar vindt. De laatste factor is de welwillendheid, of de mate waarin de journalist wordt geacht van plan te zijn goed te doen voor de bevolking, afgezien van zijn gerichtheid op winst.

Een persoon heeft meer vertrouwen in de media als hij een specifiek nieuwsmedium moet beoordelen dan als hij een algemeen nieuwsmedium moet beoordelen. Iemand heeft immers meer vertrouwen in de

nieuwsmedia die hij zelf regelmatig gebruikt: meer dan tachtig procent vindt dat ze de feiten juist weergeven, 86 procent heeft er een positief beeld van en 79 procent vertrouwt ze meestal of bijna altijd (Daniller et al., 2017).

Iemands vertrouwen in de nieuwsmedia hangt samen met iemands politieke interesse, interpersoonlijk vertrouwen en blootstelling aan televisienieuws en kranten (Tsfati & Ariely, 2014). Of iemand de mainstreammedia vertrouwt of wantrouwt, bepaalt de mate van blootstelling aan mainstream- en niet-mainstreammedia. Zo is er volgens een Amerikaanse studie van Tsfati en Cappella (2003) ook een verband tussen liberale ideologie en hoge leeftijd en iemands blootstelling aan mainstreammedia. Er is trouwens geen verschil op het vlak van nieuwsconsumptie tussen mediasceptici en niet-mediasceptici. De mediasceptici consumeren alleen minder mainstream- en meer niet-mainstreammedia voor informatie over de actualiteit. Ze bannen mainstreammedia niet volledig om twee grote redenen. Ten eerste gebruikt ook een mediascepticus mainstreammedia, omdat nieuws ook andere behoeften van de bevolking bevredigt, waarvoor vertrouwen in de mainstreammedia minder relevant is. Ten tweede omdat er een gebrek aan alternatieven is. Niet-mainstreammedia zijn – in tegenstelling tot mainstreammedia – immers niet alomtegenwoordig.

De toegenomen hoeveelheid aan beschikbaar onlinenieuws heeft bij de bevolking twee grote bezorgdheden aangewakkerd, meer bepaald over de dalende geloofwaardigheid en kwaliteit van het nieuws en over de potentiële schade voor de democratie. Iemand kan een informatiebron immers pas en alleen maar vertrouwen als ze zowel het vermogen als de intentie heeft om kwaliteitsinformatie te leveren (Silverman, 2015). Ook informeert nieuws mensen en maakt het maatschappelijke betrokkenheid bij de democratie mogelijk, dus er is – ook in het digitale tijdperk – een verband tussen nieuws en democratie (Fletcher & Park, 2017).

1.2.2.4. Vertrouwen en wantrouwen in factchecking

Enerzijds zijn er de mensen die een positief beeld hebben van factchecking en het nut ervan ophemelen. Anderzijds zijn er zij die negatief staan tegenover factchecking en bezorgd zijn over de betrouwbaarheid ervan. Eigenlijk staan ze sceptisch tegenover het hele politieke en sociale systeem. Dus, hoe meer een factcheckorganisatie politieke en/of controversiële onderwerpen behandelt, hoe meer ze een reputatie voor betrouwbaarheid en nut moet opbouwen. Want zelfs als een feit is gefactcheckt, is het nog vatbaar voor twijfel en vooringenomenheid (Brandtzaeg & Følstad, 2017).

Uit het onderzoek van Brandtzaeg en Følstad (2017) blijkt wel dat StopFake als nuttiger wordt ervaren dan Snopes en FactCheck.org. Daar zijn een aantal redenen voor. Zo vindt de bevolking dat factcheckorganisaties zich moeten richten op een specifiek onderwerp en heeft ze nood aan factcheckorganisaties als er veel desinformatie rondgaat. Het onderzoek beweert onder meer ook dat de bevolking bij een gebrek aan basisvertrouwen geneigd is om factchecks die ingaan tegen de bestaande overtuigingen te negeren. Om wantrouwen in factchecking te beperken, is er nood aan transparantie, meer bepaald over het factcheckproces, de oorsprong, organisatie en financieringsbronnen van een factcheckorganisatie. Toch zou factchecking misvattingen amper verminderen, vooral niet onder mensen die het meest geneigd zijn om misvattingen te geloven. Vaak negeren ze de feiten die hun bestaande overtuigingen tegenspreken.

Uit een andere, Amerikaanse studie blijkt dat Democraten en liberale en/of mainstreammediagebruikers bekender zijn met factcheckwebsites, er positiever tegenover staan, ze als nuttiger ervaren en ze vaker bezoeken dan Republikeinen (Robertson et al., 2020).

Het onderzoek van Zhang et al. (2021) toont aan dat het zien van een factchecklabel⁵ bij een bericht met vaccin- of gezondheidsdesinformatie⁶ de bevolking positiever kan doen staan tegenover vaccins, terwijl vaccindesinformatie op sociale media de houdingen tegenover vaccins negatief kan beïnvloeden. Ook leiden factchecklabels die worden toegekend aan gezondheidsinstellingen en universiteiten indirect tot positievere houdingen tegenover vaccins dan andere bronnen.

1.2.2.5. Wantrouwen in de politiek

Er is een verband tussen iemands vertrouwen in nieuwsmedia en zijn vertrouwen in en/of tevredenheid over de politieke instellingen. Mettertijd wordt dat sterker en het is al sterker in de politiek gepolariseerde samenlevingen door een groeiend publiek sentiment tegen elitegroepen – de bevolking ziet ook nieuwsmedia als elitaire instellingen. Het vertrouwen in nieuwsmedia neemt dan ook het meest af in de meest ontwikkelde democratieën. Zo gebruikte Donald Trump vaak de term ‘nepnieuws’ om de berichtgeving die kritisch was over zijn presidentschap in diskrediet te brengen (Hanitzsch et al., 2018).

Een van de redenen voor het slinkende vertrouwen in de nieuwsmedia is het feit dat de politiek geleidelijk is gemediatiseerd sinds het einde van de jaren zestig en het begin van de jaren zeventig. Politici spelen sindsdien volgens de regels van de media(logica) (Strömbäck & Esser, 2014). Een andere reden is dat de bevolking zich bewuster wordt van de wisselwerking tussen de politiek en nieuwsmedia. Het belangrijkste verband tussen het vertrouwen in de nieuwsmedia enerzijds en het vertrouwen in de politiek anderzijds is de groeiende aanwezigheid van anti-elitarisme in het politieke discours: de bevolking slikt niet langer klakkeloos wat politici vertellen (Mudde, 2004; Stanley, 2008). Enerzijds kunnen de meeste mensen de politieke en mediaspelers dus nog onderscheiden, maar anderzijds zien ze de nieuwsmedia en politiek steeds meer als onderdelen van hetzelfde spel, gebaseerd op regels die vaak ten koste van het publieke belang gaan (Hanitzsch et al., 2018).

1.2.3. Het *hostile media phenomenon*

In het kader van deze masterproef is het belangrijk om te weten hoe nieuwsconsumenten naar de media kijken. Hun kijk bepaalt immers mee de houding die ze aannemen tegenover de media en factchecking als journalistiek genre.

1.2.3.1. Het basiswerk

Vallone et al. (1985) lieten pro-Israëlische en pro-Arabische studenten identieke fragmenten zien uit de berichtgeving over de massamoord in Beiroet. De twee groepen vonden dat de berichtgeving hun eigen standpunten tegenwerkte en beoordeelden de fragmenten dan ook als in het voordeel van de tegenpartij. De onderzoekers noemden dit het hostile media phenomenon. Dit wil zeggen dat iemand die partijdig is,

⁵ De labels die waarschuwen voor desinformatie op de socialemediafeed (Zhang et al., 2021).

⁶ Een gezondheidsgerelateerde bewering van een feit dat op dit moment onjuist is vanwege een gebrek aan wetenschappelijk bewijs. Of dus, een bewering die onbedoeld conclusies trekt op basis van foute of onvolledige informatie (Chou et al., 2018).

geneigd is om het neutrale nieuws altijd als subjectief en bevooroordeeld – ‘vijandig’ – tegen zijn standpunt te beschouwen. Iemand met ideologisch extreme standpunten wantrouwt dus de mainstreammedia, omdat hij ze ervaart als partijdig en hun berichtgeving als in het voordeel van de tegenpartij.

1.2.3.2. Het *relative hostile media phenomenon*

Na de publicatie van het basiswerk van Vallone et al. (1985) volgde er nog heel wat onderzoek naar het hostile media phenomenon. Zo breidden Gunther en Chia (2001) het concept uit tot het relative hostile media phenomenon. Dit houdt in dat twee tegengestelde partijdige groepen geneigd zijn om dezelfde berichtgeving op een verschillende manier op te vatten, ongeacht of de nieuwshouding objectief neutraal is of niet. Ze noemden het hostile media phenomenon relatief, omdat een persoon de berichtgeving niet als vijandig beschouwt, maar wel als minder in het voordeel van zijn standpunt dan in het voordeel van de tegenpartij.

1.2.3.3. Betrokkenheid

In hun onderzoek benadrukken Tsfaty en Cohen (2013) ook het belang van de betrokkenheid van nieuwsconsumenten: ‘Omdat het hostile media phenomenon alleen voorkomt als de nieuwsconsument mediaberichten leest, lijkt het erop dat de partijdige nieuwsconsument, in tegenstelling tot de neutrale nieuwsconsument, de berichtgeving op een defensieve manier verwerkt als die gaat over een onderwerp waarbij hij zelf betrokken is. Door de berichtgeving op deze manier te verwerken, lijkt ze negatiever’ (p. 6).

Omdat de mate van persoonlijke betrokkenheid bij een onderwerp volgens eerder onderzoek een voorspeller is van het hostile media phenomenon (Choi et al., 2009), is het belangrijk om de drie vormen van betrokkenheid volgens Johnson en Eagly (1989) te bespreken. De eerste is de waarderelevante of ego-betrokkenheid: ‘De psychologische toestand die wordt gecreëerd door de activering van attitudes die zijn gekoppeld aan belangrijke waarden’ (p. 290). De eerste vorm houdt verband met iemands ‘persoonlijke en sociale waarden en overtuigingen, en gaat gepaard met sterke gevoelens’ (Tsfaty & Cohen, 2013, p. 8; Johnson & Eagly, 1989 geciteerd in Choi et al., 2009, p. 57). De tweede vorm is de uitkomstrelevante betrokkenheid. Johnson en Eagly (1989) definiëren het als ‘de relevantie van een onderwerp voor de doelen of uitkomsten die iemand op dat moment belangrijk vindt’ (p. 292). De term wordt gebruikt om ‘te verwijzen naar een toestand die ‘toekomstige gevolgen’ heeft voor een persoon’ (Salmon, 1986, p. 254). Tot slot is er de impressierelevante betrokkenheid. Dat wil zeggen dat iemands houding vooral afhangt van ‘de indruk die iemand op anderen maakt’ (Johnson & Eagly, 1989, p. 292). Volgens Choi et al. (2009) is de waarderelevante betrokkenheid een voorspeller voor het hostile media phenomenon, en dus niet de uitkomstrelevante betrokkenheid.

1.2.3.4. De invloed van *user comments*

Op sociale media heeft partijdigheid een groter effect op het hostile media phenomenon als een socialemediagebruiker wordt blootgesteld aan onbeschaafde user comments over andere groepen dan als een gebruiker wordt blootgesteld aan beschaafde user comments over andere groepen. Onbeschaafde user comments die (leden van) andere groepen aanvallen onder het nieuws op onlinenieuwswebsites kunnen conflicten tussen groepen immers verergeren (Hwang et al., 2014), omdat daardoor iemands idee van de vooringenomenheid van andere groepen verergerd. Daardoor kan dus ook iemands perceptie van de

vooringenomenheid van het nieuws verergeren, of met andere woorden het hostile media phenomenon (Giner-Sorolla & Chaiken, 1994; Vallone et al., 1985).

Concreet leidt blootstelling aan een onbeschaafde discussie tussen groepen over een kwestie in de user comments tot een groter positieverschil tussen de groepen tegenover de kwestie (Hwang et al., 2014); meer negatieve gevoelens tegenover (de leden van) de *outgroup*; en/of meer uitingen van onenigheid met de argumenten van de *outgroup* (Hwang et al., 2018). Ook de sterkte en duidelijkheid van iemands groepsidentiteit van de *ingroup* leidt tot een vooringenomenheid tegenover de *ingroup*, dus tot het hostile media phenomenon, maar alleen bij onbeschaafde user comments (Kim & Hwang, 2019).

1.2.3.5. Het verband met het gebruik van conservatieve websites

Ook het hostile media phenomenon en gebruik van conservatieve websites hangen samen (Yamamoto et al., 2021). Die websites zijn anti-establishment – en dus anti-mainstreammedia – en beschuldigen de mainstreammedia ervan in functie van hun agenda te werken (Haller & Holt, 2016). Het gebruik ervan verhoogt het hostile media phenomenon, want de bevolking voelt ‘mediavijandigheid’ tegen (de belangen van) de bevolking. Daardoor daalt het vertrouwen in de mainstreammedia (Yamamoto et al., 2021).

1.2.4. *Media skepticism* en *factcheck skepticism*

1.2.4.1. Media skepticism

Media skepticism is een belangrijke voorspeller van het hostile media phenomenon (Choi et al., 2009). Iemands wantrouwen tegenover de mainstreammedia door al bestaande overtuigingen over de vooringenomenheid van mainstreammedia(bronnen) kan het fenomeen veroorzaken (Giner-Sorolla & Chaiken, 1994; Arpan & Raney, 2003). Daarom is het belangrijk om dieper in te gaan op wat media skepticism is.

Tsfati (2003a) verwijst naar media skepticism als ‘een negatief gevoel en wantrouwen tegenover mainstreamnieuwsmedia als geheel, en niet zozeer tegenover een bepaald medium’ (p. 68). In een andere studie noemt Tsfati (2003b) het dan weer ‘een subjectief gevoel van vervreemding en wantrouwen tegenover mainstreamnieuwsmedia’ (p. 67), meer dan tegenover de niet-mainstream- of alternatieve media (Tsfati & Cappella, 2003). Sommige mensen beschouwen het mainstreamnieuws dus als bevooroordeeld tegen hun standpunten. Die omschrijvingen breidden Tsfati en Cappella (2003) uit: ‘Media skepticism is bijvoorbeeld het gevoel dat mainstreammedia ongeloofwaardig of onbetrouwbaar zijn, dat journalisten niet aan de professionele normen voldoen en dat nieuwsmedia de maatschappij eerder in de weg zitten dan helpen. Media skepticism is het idee dat journalisten niet eerlijk en objectief zijn in hun berichtgeving, dat ze niet altijd het hele verhaal vertellen en dat ze nauwkeurigheid en precisie zouden opofferen voor persoonlijk en commercieel gewin’ (p. 506).

De resultaten van een andere studie van Tsfati (2010) zijn ook interessant. Enerzijds blijkt daaruit dat hoe mediasceptischer iemand is, hoe minder iemand onlinenieuws consumeert. Mediasceptici gebruiken onlinenieuws dus niet als alternatief voor, maar net als een verlengde van mainstreammedia. Anderzijds blijkt uit het onderzoek dat niet-mediasceptici mainstreammedia consumeren en dat mediasceptici niet-mainstreammedia consumeren. Die laatste groep leest meer onlinenieuws dat aan een politieke groep of ideologie is verbonden, meer onafhankelijke nieuwsbronnen of consumeert meer internationale nieuwsconcerns, bijvoorbeeld CNN.com.

Het is echter belangrijk om te beseffen dat het niet is omdat een persoon mainstreammedia wantrouwt, dat hij per se de informatie ervan wantrouwt. Concreet betekent 'mediasceptisch zijn' dat 'iemand zich niet kwetsbaar wil opstellen tegenover de negatieve verwachtingen over het gedrag van de mainstream-media' (Rousseau et al., 1998, geciteerd in Nekmat, 2020, p. 4). Mediasceptici zijn ook minder geneigd om een kwestie die de mainstreammedia melden te beschouwen als het belangrijkste probleem dat de samenleving treft. Daarom consumeert een mediascepticus vooral lokaal mainstreamnieuws, partijdige en alternatieve nieuwsbronnen en internationaal nieuws (Nekmat, 2020).

1.2.4.2. Factcheck skepticism

In de lijn van media skepticism ligt factcheck skepticism. Redenen voor waarom een persoon twijfelt aan de intenties van factchecking kunnen zijn door eerdere fouten van factcheckorganisaties of factcheckers; door de debatten over wie de 'arbiter van de waarheid' is; en door de zogenaamde activistische agenda van factcheckers of factcheckorganisaties (Allcott & Gentzkow, 2017). Ondanks de redenen om aan de goede intenties van factchecking te twijfelen, groeit het fenomeen. Ook neemt het aantal zogenaamde *factcheck alerts*⁷ op sociale media toe. Zo nam Facebook in 2019 factcheckers aan en lanceerde YouTube pop-up-factcheckpanelen. Toch is iemand die de 'bevooroordeelde' mainstreammedia wantrouwt meer geneigd om onafhankelijke, niet-mainstreamnieuwsbronnen te geloven (Nekmat, 2020).

Mediasceptici zijn minder tolerant voor feitelijke fouten van mainstreammedia, ongeacht of ze correcties hebben aangebracht en/of de grootte van de fouten (Karlsson et al., 2017). Ze beoordelen mainstreamnieuws zelfs als minder geloofwaardig dan niet-mainstreamnieuws als digitale nieuwsbronnen onnauwkeurigheden corrigeren (Carr et al., 2014). Dit bewijst dat media skepticism enerzijds het effect van factcheck alerts matigt als nieuws afkomstig is van een gevestigde mainstreamnieuwsbron en anderzijds dat het de effecten van factcheck alerts niet matigt als nieuws van een onbekende niet-mainstreamnieuwsbron komt.

1.2.4.3. Wie factchecking wel en niet steunt

Een Amerikaans onderzoek vergelijkt hoe Democraten enerzijds en Republikeinen anderzijds kijken naar factchecking. Ten eerste blijkt dat Democraten factchecking over het algemeen meer steunen, maar dat hun steun ervoor niet toeneemt als er een uitspraak van Donald Trump wordt gefactcheckt. Ten tweede daalt de steun van Republikeinen voor factchecking met vijftien procent als de focus op Donald Trump ligt, in vergelijking met factchecks van uitspraken van politici in het algemeen. Over het algemeen steunen Republikeinen factchecking dan weer wel als het gaat over politici die ze niet mogen, maar reageren ze defensief op factchecks van uitspraken van Republikeinse politici (Rich et al., 2020).

Ook blijkt uit diezelfde studie dat het deel van de bevolking dat bezorgd is over het oplopen van COVID-19 factchecking meer steunt. Concreet is dat 65 procent van de Democraten tegenover 42,7 procent van de Republikeinen. In de context van de steun voor factchecks van uitspraken van politici, leidt dat tot de volgende cijfers: Democraten die bang zijn om COVID-19 op te lopen, steunen factchecks van uitspraken van politici 24,7 procent meer en factchecks van uitspraken van Donald Trump 15,2 procent meer; en de Republikeinen die bang zijn voor een besmetting met COVID-19, steunen factchecks van uitspraken van

⁷ De labels die waarschuwen voor desinformatie op de socialemediafeed (Nekmat, 2020).

politici 31 procent meer en factchecks van uitspraken van Donald Trump 42,8 procent meer. Gemiddeld genomen ligt de steun voor factchecks van uitspraken van politici 36 procent hoger onder mensen die bang zijn om COVID-19 op te lopen (Rich et al., 2020).

Aan de kant van de Democraten blijken leeftijd, ideologische extremiteit, bezorgdheid over het oplopen van COVID-19 en het lezen van een factcheck van een uitspraak van Donald Trump te leiden tot meer steun voor factchecking. Aan de kant van de Republikeinen leiden leeftijd en het lezen van een factcheck van een uitspraak van Donald Trump tot minder steun en vrouw zijn en angst voor een besmetting met COVID-19 tot meer steun voor factchecking (Rich et al., 2020).

1.2.4.4. Mainstreammedia versus niet-mainstreammedia

Eerder in deze masterproef staat wat het verschil is tussen mainstream- en niet-mainstreammedia. Dit deel gaat daar dieper op in.

De meeste mensen zien mainstreammedia als geloofwaardig door het halo-effect⁸. Dat komt doordat ze bekend zijn met de gevestigde nieuwsmerknamen en hun prestige, en verwachten dat het onlinemainstreamnieuws van dezelfde kwaliteit is als de printversie ervan (Chung et al., 2012). Het halo-effect heeft dus een positieve invloed op iemands perceptie van de kwaliteit van het (online- en offline)nieuws en de geloofwaardigheid ervan (Metzger et al., 2003). Dat leidt tot meer onlinenieuwsparticipatie aan de mainstreammedia, onder andere het delen van en het reageren op nieuws (Fletcher & Park, 2017). Ze vinden niet-mainstreammedia – bijvoorbeeld niet-professionele nieuwsblogs en onafhankelijke nieuwswebsites – minder betrouwbaar en geloofwaardig door een gebrek aan gevestigde reputatie, merkherkenning en structurele en redactionele kenmerken (Medders & Metzger, 2018). Als iemand niet bekend is met een nieuwsbron, dan vertroebelt dat zijn vermogen om de intentie, de verslaggevingsvooringenomenheid en de nieuwsauthenticiteit van de nieuwsbron te bepalen. Sommige niet-mainstreammedia worden na verloop van tijd echter wél erkend (Fletcher & Park, 2017).

1.3. De kritiek op mainstreammedia en -journalistiek en factchecking

Het vorige deel bestudeert de publieke opinie over mainstreammedia en -journalistiek en bij uitbreiding factchecking. Dit deel gaat dieper in op de kritiek op mainstreammedia en -journalistiek en factchecking op basis van bevindingen van eerdere studies over dit onderwerp. Deze masterproef onderzoekt immers het anti-factcheckdiscours: de kritiek die mensen uiten op factchecking. In discussies op sociale media, zoals Facebook, Twitter, blogs, fora en online kranten, bekritisieren nieuwsconsumenten vaak artikelen van mainstreammedia, onder andere factchecks. Die discussies en kritiekpunten weerspiegelen dus de mening van nieuwsconsumenten en bij uitbreiding de publieke opinie over factchecking (Brandtzaeg & Følstad, 2017).

⁸ 'De beïnvloeding van een conclusie door een niet ter zake doend of binnen het geheel overgewaardeerd element' (Van Dale, z.d.).

1.3.1. De punten van kritiek

1.3.1.1. De punten van kritiek op mainstreammedia

De studie van Kaun (2014) focust op mediakritiek, vooral op de journalistiek van de traditionele nieuws-media. De bevolking is kritisch en heeft een idee van de rol – de democratische rol – van de mainstream-media in onze samenleving: ze moeten de bevolking informeren, zodat die onder andere weloverwogen beslissingen kan nemen. Mainstreammedia zijn dus belangrijk voor de democratie, en vervullen ze hun democratische rol niet, dan uiten mensen mediakritiek op drie niveaus: tekst, productie en publiek (Vande Berg et al., 2004).

Ten eerste bekritiseert de bevolking met tekstgerichte mediakritiek de stemmen, breedte van de onderwerpen, argumenten, kwaliteit van de informatie, mogelijkheden van een medium en hoe die mogelijkheden bepaalde manieren van engagement beperken en mogelijk maken (Hutchby, 2001). Als mensen ontevreden zijn over een mediatekst, dan kunnen ze zich ervan losmaken en zich op alternatieve teksten focussen: *exit* (Hirschman, 1970). Ten tweede gebruikt de bevolking productiegerichte mediakritiek als ze de media ziet als het resultaat van een nieuwsproductieproces dat een specifieke medialogica volgt, ingebed in een politieke en economische structuur (Altheide & Snow, 1979). Ten derde heeft de publiekgerichte mediakritiek betrekking op de selectie van en betrokkenheid bij nieuwsberichten door het publiek (Kaun, 2014).

1.3.1.2. De punten van kritiek op factchecking

Brandtzaeg et al. (2018) onderzochten op welke punten socialemediagebruikers kritiek hebben op factchecking door te bestuderen hoe ze staan tegenover de drie bekende factcheckdiensten FactCheck.org, Snopes en StopFake. Uit hun onderzoek blijkt dat sommigen factchecking nuttig vinden, terwijl anderen er net wantrouwig tegenover staan. Die laatsten uiten daarover een of meerdere punten van kritiek op sociale media.

Ten eerste vinden sommige socialemediagebruikers dat factcheckers niet te vertrouwen zijn. Die kritiek specificeren ze. Een eerste punt van kritiek dat ze noemen, is dat factcheckers (politiek) partijdig en bevooroordeeld zouden zijn, bijvoorbeeld liberaal/Democratisch. Een tweede kritiekpunt is dat factcheckdiensten opzettelijk informatie fout zouden weergeven, zouden deelnemen aan propaganda of fraude en/of deel zouden uitmaken van een groter complot in een voortdurende informatieoorlog. Ze uiten ten derde kritiek op de bekwaamheid van factcheckers door te stellen dat factcheckers een gebrek aan deskundigheid hebben en daardoor weinig geloofwaardig zijn (Brandtzaeg et al., 2018).

Een tweede reden waarom socialemediagebruikers factchecking bekritisieren, is omdat het een vorm van online-informatie is. Sommige gebruikers staan als individu of sociale groep immers wantrouwig tegenover online-informatie in het algemeen, inclusief de informatie van maatschappelijke instellingen, zoals overheidsinstanties en nieuwsmedia. Die tendens wordt *informational disbelief* genoemd. Een belangrijke oorzaak voor dit verschijnsel, en dus ook voor de kritiek op factchecking als vorm van online-informatie, is het gemak waarmee socialemediagebruikers inhoud kunnen creëren en delen via de sociale media (Brandtzaeg et al., 2018).

1.3.2. User comments

User comments maken interactieve verslaggeving mogelijk (Ksiazek & Springer, 2018), omdat mensen zo standpunten, ervaringen, deskundigheid enzovoort kunnen embedden in de context van een nieuwsartikel (Bowman & Willis, 2003) en zo aan het nieuwsproductieproces kunnen deelnemen. Het probleem is dat user comments soms oppervlakkig en onbeschaafd zijn, waardoor sommige online-uitgevers ze van hun websites weren (Ksiazek & Springer, 2018). Deze masterproef bestudeert de kritiek die nieuwsgebruikers in Facebookcommentaarsecties uiten op factchecks van twee Vlaamse kwaliteitskranten en hoe ze dat doen. Daarom gaat dit onderdeel dieper in op user comments.

1.3.2.1. De *commenter* en de *lurker*

Er zijn verschillen tussen de actieve gebruikers die comments plaatsen – de commenters – en passief-receptieve gebruikers die comments lezen – de lurkers. Ze hebben een aantal motieven om ze te lezen of schrijven. Ten eerste gebruikt iemand ze om zijn woede te uiten op elitaire actoren, zoals journalisten of politici, of andere commenters. Ten tweede worden user comments gebruikt om te debatteren of om zich te richten tot de redactie (Springer, 2014). Er zijn trouwens grote verschillen tussen landen, maar de lurker is doorgaans ‘linkser’ dan de commenter en jonger dan de gemiddelde nieuwswebsitegebruiker, de commenter is vaker een man (Friemel & Dötsch, 2015) en het lezen van comments is aantrekkelijker dan het schrijven ervan (Ksiazek & Springer, 2018). Ook de interesse in nieuwe technologieën, internetvaardigheid (Bergström, 2008; Chung & Yoo, 2008; Larsson, 2011) en politieke interesse en betrokkenheid voorspellen het gebruik van de commentaarfunctie (Chung, 2008; Köcher, 2016; Larsson, 2011).

1.3.2.2. Zes motiverende factoren

Ten eerste beïnvloedt het onderwerp het aantal comments en hoe een persoon zijn mening geeft. Zo is een populair onderwerp om over te discussiëren in de user comments politiek (Stroud et al., 2016). Een tweede factor die daarmee samenhangt, is het mediakanaal dat een invloed heeft op het gedrag van de commenter. Zo krijgen krantenartikelen over bijvoorbeeld Amerikaanse politiek of verkiezingen of buitenlandse zaken op de nieuwswebsites van kwaliteitskranten de meeste comments. Op de nieuwswebsites van populaire kranten krijgen de krantenartikelen over bijvoorbeeld misdaad- en godsdienstgerelateerde onderwerpen dan weer de meeste user comments (Richardson & Stanyer, 2011).

Ten derde hebben de journalist en journalistieke contextualisering en interpretatie van een gebeurtenis een invloed op het aantal comments. Zo is er een positief verband tussen nabijheid, frequentie en impact en het aantal comments en is er een negatief verband tussen feitelijkheid en het aantal user comments (Weber, 2014). Wijkt de journalistieke interpretatie en/of contextualisering van een gebeurtenis af van die van de lezer, dan plaatst de lezer een user comment (Springer, 2014).

Ten vierde plaatst iemand een user comment onder een post van een andere commenter als die afwijkt van zijn mening (Ksiazek & Springer, 2018). Commenters gaan immers graag met elkaar in discussie (Springer, 2014; Springer et al., 2015; Ziegele et al., 2013; Ziegele, 2016), omdat het hen een gevoel van virtuele gemeenschap geeft (Meyer & Carey, 2014).

Ten vijfde kan een commenter reageren op ideologische standpunten die in een nieuwsartikel worden verwoord of ze herhalen (Ksiazek & Springer, 2018).

Ten zesde kan een commenter comments uitlokken door onverwachtheid, personalisering, controversie en/of onzekerheid in zijn comment op te nemen en/of onbegrijpelijkheid en/of negativiteit in zijn comment te vermijden (Ziegele et al., 2014).

Ook kan een commenter een comment plaatsen, omdat hij behoefte heeft aan sociale integratie. Soms bevredigen comments die behoefte echter niet, waardoor de commenter gefrustreerd raakt. Discussies met andere commenters houden immers altijd het overtuigen van andersdenkenden in (Springer, 2014; Springer et al., 2015; Yoo, 2011). Nog een reden waarom iemand een comment plaatst, is omdat hij een sociaal-interactieve behoefte heeft die gericht is op de journalist die een nieuwsartikel heeft geschreven (Heise et al., 2014; Springer, 2014; Springer et al., 2015). Die interactie gebeurt echter bijna nooit in het openbaar, waardoor de commenter gefrustreerd kan raken (Ksiazek & Springer, 2018).

1.3.2.3. Zeven remmende factoren

De eerste remmende factor is tijdsgebrek. Daarom uiten sommige mensen hun mening niet publiekelijk (Barnes, 2015). Ten tweede kan iemand aarzelen om zich te registreren. Ten derde kan iemand bezorgd zijn over de gegevensbescherming (Ksiazek & Springer, 2018). De vierde en vijfde remmende factor zijn desinteresse (Barnes, 2015) en gebrek aan persoonlijke betrokkenheid (Springer, 2014; Ziegele, 2016). Een zesde remmende factor is de intimidatie door de tekstuele autoriteit, geportretteerd door de andere commenters of de journalist van het krantenartikel. Dat leidt tot weinig vertrouwen (Barnes, 2015) en een subjectieve perceptie van een gebrek aan bekwaamheid (Springer, 2014). De zevende remmende factor is de gepercipieerde 'kwaliteit' van discussies in de commentaarsecties die iemand tegenhoudt om een comment te plaatsen (Springer, 2014; Springer et al., 2015). Soms vindt een persoon de user comments onbeschaafd en wil hij niet discussiëren met of zich verhouden tot de 'onbeschaafden' (Diakopoulos & Naaman, 2011).

1.3.2.4. De (on)beschaafdheid van user comments

De commentaarfunctie onder een nieuwsartikel is een virtuele ruimte waar iedereen kan deelnemen aan publieke en rationele discussies over het nieuws (Habermas, 1992). Maar er is wat bezorgdheid over de gebrekkige kwaliteit, vijandigheid en onbeschaafdheid van die discussies. Mensen gebruiken er weleens opmerkingen die opzettelijk iemand of iets aanvallen (Ksiazek, 2015).

1.3.2.4.1. Factoren die de (on)beschaafdheid beïnvloeden

Er zijn vier factoren die de (on)beschaafdheid van user comments beïnvloeden. Ten eerste variëren de aard en toon van de (discussies in de) user comments naargelang het onderwerp van het nieuwsverhaal (Diakopoulos & Naaman, 2011; Goodman, 2013). De tweede factor is de nieuwsbron die in het nieuwsverhaal wordt geciteerd (Ksiazek & Springer, 2018). Ten derde is er de journalistieke deelname aan de user comments. Als de journalist van het nieuwsverhaal deelneemt aan de comments, dan zijn er meestal meer én beschaafdere comments (Ksiazek, 2018). Dit omdat het surveillance effect⁹ optreedt (Ksiazek & Springer, 2018). Tot slot is het organisatorische beleid van de user comments een belangrijke factor. Het doel is om daarmee een beschaafde discussie tussen de commenters aan te moedigen. Maar een

⁹ Iemand gedraagt zich eerder beschaafd als hij weet dat een journalist de user comments volgt (Ksiazek & Springer, 2018).

verbod op anonimiteit kan zo enerzijds een beschaafde commentaarsectie aanmoedigen – commenters zijn verantwoordelijk en identificeerbaar – en anderzijds net leiden tot onbeschaafde comments (Ksiazek & Springer, 2018).

1.3.2.4.2. Als een politieke actie

Enerzijds zijn comments als een politieke actie tegen de media. Daarom zijn ze soms onbeschaafd als ze actoren bekritisieren die in een nieuwsartikel worden aangehaald, wijzen op een feitelijke fout of een journalistieke interpretatie betwisten (Springer, 2014). Anderzijds zijn comments als een politieke actie tegen de politieke instellingen, de 'gewone samenleving' en de elite die de 'gewone samenleving' bestuurt. Concreet worden conservatieve standpunten oververtegenwoordigd in de user comments en gebruiken mediasceptici ze om de perspectieven van de meer links georiënteerde media actief te 'corrigeren' of om 'tegewicht te bieden' door andere interpretaties voor te stellen (Ksiazek & Springer, 2018).

1.3.2.4.3. Effecten

Een eerste effect van user comments is dat ze iemands perceptie van de brede publieke opinie kunnen beïnvloeden. Ziet iemand bijvoorbeeld comments die zijn mening tegenspreken, dan denkt hij dat andere mensen en de media tegen zijn mening zijn (Lee, 2012). Een tweede effect is een negatief *spillover effect*: een negatieve comment kan de overtuigende invloed van een nieuwsartikel verminderen (Winter et al., 2015) en zo iemands perceptie van de kwaliteit van een nieuwsartikel negatief beïnvloeden (Kümpel & Springer, 2016; Prochazka et al., 2018). Ten derde kunnen positieve comments een positief spillover effect hebben: ze kunnen tot een gunstigere beoordeling van onder andere het gepercipieerde publieke opinieklimaat leiden (von Sikorski & Hänelt, 2016).

1.4. Onderzoeksvraag van deze masterproef

Eerdere literatuur besteedde nog geen aandacht aan de kritiek die nieuwsconsumenten in de Facebookreacties op de factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten uiten. Deze masterproef probeert die lacune op te vullen door in te zoomen op de anti-houdingen van nieuwsgebruikers tegenover factchecking. De focus ligt op of en in welke mate de punten van kritiek uit de literatuur van toepassing zijn op de houdingen en meningen die nieuwsconsumenten uiten in hun Facebookreacties op factchecks van *De Standaard* en *De Morgen*, twee Vlaamse kwaliteitskranten.

Het is voor Vlaamse nieuwsmakers van belang om inzicht te krijgen in hoe hun nieuwsgebruikers staan tegenover factchecking als genre. Alleen zo zullen ze kunnen inschatten hoe hun publiek gefactcheckt nieuws percipieert en op welke vlakken ze het in de toekomst nog beter zullen moeten doen. Onderzoek toont, zoals gezegd, aan dat het vertrouwen in het nieuws van de mainstreammedia over het algemeen afneemt (Hanitzsch et al., 2018). Dat maken nieuwsgebruikers ook duidelijk door hun ontevredenheid in de Facebookreacties op krantenartikelen van nieuwsmedia te uiten. Deze masterproef zoekt uit of en in welke mate dit ook het geval is onder factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten.

Deze masterproef formuleert een antwoord op de volgende onderzoeksvraag:

→ *Welk discours gebruiken nieuwsgebruikers in hun Facebookreacties tegen factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten?*

2. Methode van het onderzoek

De methode van deze masterproef bestaat uit een inhoudsanalyse van de Facebookreacties onder factchecks van *De Morgen* en *De Standaard*, twee Vlaamse kwaliteitskranten. De analyse die aan de basis van dit onderzoek ligt, is hoofdzakelijk kwalitatief van aard, maar er komen ook kwantitatieve elementen aan bod. Dit is dus een *mixed method*-onderzoek. In deze masterproef wordt het discours dat nieuwsgebruikers in Facebookreacties tegen factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten gebruiken, vanuit twee perspectieven bestudeerd. Er wordt niet alleen gekeken naar de verschillende typen van argumenten die nieuwsgebruikers in hun kritiek op de factchecks van de Vlaamse kwaliteitskranten aanhalen en de mate waarin die argumenten in Facebookreacties voorkomen, maar ook bestudeert ze hoe nieuwsgebruikers hun anti-factcheckargumenten onderbouwen. Dit onderzoek bestudeert dus niet alleen de anti-factcheckkritiek die onder nieuwsgebruikers bestaat, maar ook hoe ze hun kritische argumenten onderbouwen.

2.1. Corpusbeschrijving

Het corpus dat aan de basis van deze masterproef ligt, bestaat uit 347 Facebookreacties die anti-factcheckargumenten bevatten. Deze masterproef bestudeert de Facebookreacties onder factchecks die de Vlaamse kwaliteitskranten *De Morgen* en *De Standaard* op hun Facebookpagina publiceerden. Het gaat over een verzameling van factchecks die de kwaliteitskranten over een periode van iets minder dan twee jaar postten, meer bepaald van 4 februari 2020 tot en met 24 januari 2022. De factchecks gaan over de meest uiteenlopende onderwerpen, gaande van COVID-19 tot de Belgische en Amerikaanse politiek en het klimaat.

Om het grootst mogelijke aantal comments te verkrijgen, stond de optie 'Alle opmerkingen' onder iedere factcheck aan. Tijdens de analyse viel wel op dat het aantal Facebookreacties zoals aangegeven door Facebook niet overeenkwam met het aantal getelde Facebookreacties in het kader van dit onderzoek. Daaruit blijkt dat er sprake is van een soort van bug. Tijdens de analyse konden dus niet alle Facebookreacties worden bestudeerd. Het totale aantal geselecteerde Facebookreacties is 2 083: 904 onder vijf factchecks van *De Morgen* en 1 179 onder negen factchecks van *De Standaard*. De factchecks van *De Standaard* werden door een randomizer – RANDOM.ORG – gekozen uit zeventien factchecks van *De Standaard*. Van de 2 083 waren er 347 anti-factcheckgeoriënteerd. Een totaal aantal van 347 reacties was voldoende om met een kwalitatief onderzoek een goed beeld te krijgen en een identificatie te maken van en een onderscheid te maken tussen de anti-factcheckkritiekpunten, de typen van argumenten die nieuwsconsumenten daarvoor gebruiken en hoe ze die argumenten onderbouwen.

De methode van deze masterproef is een inhoudsanalyse. Dat is immers de beste en de meest logische methode om te kunnen nagaan wat voor kritiek nieuwsconsumenten uiten op factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten. Omdat veel mensen tegenwoordig de sociale media gebruiken om hun meningen over en kritiek op de Vlaamse media en specifieke genres daarbinnen te uiten – factchecking is er een van –, is Facebook een geschikt platform om een aantal punten van kritiek vanuit het perspectief van nieuwsgebruikers zelf te analyseren. Het is immers een enorm socialemediaplatform waarop mensen van over

de hele wereld de meest uiteenlopende meningen kunnen delen. Als die meningen botsen, kunnen er in de comments onder socialemediaposts discussies ontstaan tussen Facebookgebruikers.

Een andere reden om voor Facebook te kiezen, is omdat mensen meer dan via andere socialemedia-platformen via Facebook met nieuws te maken krijgen (Newman et al., 2021). Facebookposts van kranten genereren ook veel trafiek naar artikelen op de nieuwswebsites van die kranten (Welbers & Opgenhaffen, 2018). Een logische verwachting is dan ook dat er in de Facebookcommentaarsecties onder factchecks van de twee kwaliteitskranten meer reacties staan dan in bijvoorbeeld de Instagramcommentaarsecties. Dit maakt Facebook des te interessanter.

Maar er is ook een nadeel verbonden aan de keuze voor sociale media in het algemeen en Facebook in het bijzonder: de kritiek van de commenters representeert de publieke opinie niet. Volgens Britse onderzoekers Mellon en Prosser (2017) en eerdere studies, is Facebook niet representatief voor de bevolking. Zo is een gemiddelde socialemediagebruiker jonger, hoger opgeleid en liberaler en zijn gebruikers van Facebook vaker vrouw en links. Facebook heeft ook een duidelijk andere politieke samenstelling dan de algemene bevolking. Het zou bij deze masterproef dus kunnen zijn dat de kritiek die nieuwsgebruikers in hun Facebookcomments onder de factchecks van de Vlaamse kwaliteitskranten uiten op de factchecks en factchecking, niet helemaal representatief is voor de publieke opinie over factchecking en factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten.

Aan de basis van deze masterproef ligt een mixed method-onderzoek, omdat het heel vaak uitgebreidere resultaten oplevert om een kwantitatieve en kwalitatieve methode te combineren. De kwantitatieve bracht het totale aantal anti-factcheckgeoriënteerde Facebookreacties onder factchecks van kwaliteitskranten *De Morgen* en *De Standaard* in kaart en de aantallen per argumentatiecategorie en per niveau van *De Hiërarchie van Onenigheid* (Graham, 2008). De kwalitatieve methode zorgde dan weer voor inzichten in de verschillende typen van argumenten die mensen gebruiken om factchecking in het algemeen en de specifieke factchecks te bekritisieren. Ook de verschillende manieren waarop nieuwsgebruikers hun anti-factcheckargumenten onderbouwen, werden daarmee bestudeerd.

2.2. Analysemethode

De kwalitatief-kwantitatieve inhoudsanalyse van de Facebookreacties onder factchecks van *De Morgen* en *De Standaard* gebeurde volledig manueel. De veertien factchecks werden gelezen en hun bijhorende Facebookreacties werden in de vorm van screenshots verzameld in een Worddocument en afgedrukt. Tijdens de analyse werden alle Facebookreacties op basis van een cijfercode aangeduid. Bij de analyse van elke reactie werd er gekeken of ze bij een van de al gevonden categorieën of bij een nieuwe categorie moest worden ingedeeld. Zo ontstonden er geleidelijk aan zes overkoepelende argumentatiecategorieën. Om het overzicht te bewaren, werden alle anti-factcheckgeoriënteerde Facebookreacties, ingedeeld bij een bepaalde categorie, in een Exceldocument verzameld. Met 'alle reacties' wordt bedoeld: de hoofdreacties en reacties op reacties, bijvoorbeeld discussies tussen commenters, tekstuele reacties, maar ook GIF-bestanden, emoji's en memes. Dit wil zeggen dat als een reactie als anti-factcheckgeoriënteerd werd gecodeerd, die reactie het cijfer van de passende categorie kreeg – inductief gevonden op basis van de

data – en aan die categorie werd toegeschreven. Zo kwam er inductief een typologie tot stand van de verschillende soorten anti-factcheckargumenten. In totaal kwamen er in de reacties zes categorieën voor:

- *Factchecks kloppen niet*
- *Factchecks berichten niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk*
- *Factchecks zijn onduidelijk en verwarrend*
- *Factchecks zijn irrelevant en nutteloos*
- *Gratis factchecks boezemen de bevolking angst in, maar factchecks achter een betaalmuur zouden gratis moeten zijn*
- *Factchecks zijn sensationeel*

Dan werden de belangrijkste kenmerken van iedere categorie besproken. Er werd bijvoorbeeld gekeken naar hoe nieuwsgebruikers hun anti-factcheckargumenten onderbouwen. Zo waren sommige Facebookreacties heel kort zonder uitleg, terwijl andere commenters wat of veel duiding gaven bij waarom ze hun anti-factcheckargument(en) deelden. Als een Facebookreactie tot meerdere categorieën kon behoren, dan werd er alleen gefocust op het anti-factcheckargument met de sterkste onderbouwing. De analyse om te weten te komen hoe nieuwsconsumenten hun anti-factcheckargumenten in de Facebookreacties onder de factchecks onderbouwen, gebeurde deductief aan de hand van het model van Paul Graham (2008): *De Hiërarchie van Onenigheid*. Elke anti-factcheckgeoriënteerde reactie werd op basis van een kleurcode aangeduid: rood is *schelden*, blauw is *ad hominem*, geel is *aanspreken op toon*, paars is *tegenspreken* en roze is *tegenargument*.

2.3. Sterktes en zwaktes van de methode

Een eerste sterkte van de methode is dat er gedetailleerde inzichten in het anti-factcheckdiscours onder factchecks konden worden verworven, omdat de analyse volledig manueel werd uitgevoerd. Naast de argumenten die de Facebookgebruikers aanhaalden, konden daardoor ook de manieren waarop ze die onderbouwden worden onderzocht. Een andere sterkte is dat de onderzoeker de reacties onder de factchecks van *De Morgen* en *De Standaard* drie keer heeft geanalyseerd om onder andere verkeerde aanduidingen te kunnen opsporen. Een bijhorende zwakte is dat de analyse gebeurde door een onderzoeker. Het al dan niet anti-factcheckkarakter van een reactie werd dus gecodeerd op basis van de interpretatie van die ene onderzoeker.

3. Anti-factcheckdiscours van nieuwsconsumenten over factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten

Aan de basis van deze masterproef ligt een totaal van 2 083 Facebookreacties, verzameld onder veertien factchecks van de Vlaamse kwaliteitskranten *De Morgen* en *De Standaard*. Onder de vijf factchecks van *De Morgen* stonden 904 Facebookreacties en onder de negen van *De Standaard* werden 1 179 reacties geplaatst. 347 van de 2 083 reacties – en dus 16,7 procent – waren anti-factcheckgeoriënteerd. Concreet waren 196 van de 904 Facebookreacties onder factchecks van *De Morgen* – en dus 21,7 procent – anti-factcheckgeoriënteerd. In 151 van de 1 179 Facebookreacties onder factchecks van *De Standaard* – dus 12,8 procent – gebruikten nieuwsgebruikers een anti-factcheckdiscours. Die 347 anti-factcheckreacties werden in detail geanalyseerd en opgedeeld in zes verschillende categorieën. De inhoudsanalyse toont dus aan dat er meer anti-factcheckgeoriënteerde reacties stonden onder de factchecks van *De Morgen* dan onder die van *De Standaard*. Dat is opvallend, want de Facebookpagina van *De Morgen* heeft met 247 109¹⁰ likes en 232 043 volgers een kleiner bereik dan de pagina van *De Standaard* met 337 768 likes en 349 604 volgers. De enige verklaring voor dat percentageverschil is dat er op een specifieke factcheck van *De Morgen* 172 anti-factcheckreacties werden gepost. Dat verklaart ook het hoge totale aantal anti-factcheckreacties. De anti-factcheckargumenten die in die reacties aan bod kwamen, werden in zes grote categorieën opgedeeld. Dit deel biedt een overzicht van die categorieën, hun belangrijkste kenmerken en per categorie wat voorbeelden. Ook gaat dit deel dieper in op de mate waarin en hoe nieuwsgebruikers hun anti-factcheckargumenten onderbouwden.

3.1. De kritische argumenten van nieuwsconsumenten tegen factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten

In de Facebookreacties op de factchecks van *De Morgen* en *De Standaard* staan verschillende punten van kritiek die nieuwsconsumenten op de factchecks uitten. In tabel 1 staan de verschillende categorieën van anti-factcheckargumenten en de mate waarin zulke argumenten voorkwamen ten opzichte van het totale aantal anti-factcheckreacties. Onder de tabel staat een uitgebreide bespreking van de categorieën.

De anti-factcheckargumenten	Het voorkomen t.o.v. het totale aantal anti-factcheckreacties
<i>Factchecks kloppen niet</i>	53,8%
-----	-----
<i>Factchecks bevatten nonsens</i>	11,8%
<i>Factchecks bevatten leugens</i>	6,9%
<i>Factchecks gebruiken een verkeerde woordenschat</i>	1%

¹⁰ De cijfers dateren van 15 april 2022.

<i>Factchecks bevatten verdraaiingen of veronderstellingen of zijn gebaseerd op onbetrouwbare bronnen</i>	31,6%
<i>Factchecks kloppen niet (anti-factcheckreacties die niet tot een van de andere vier bovenstaande subargumenten behoren)</i>	48,7%

	100% (n = 187)
<i>Factchecks berichten niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk</i>	36%
<i>Factchecks zijn onduidelijk en verwarrend</i>	5,7%
<i>Factchecks zijn irrelevant en nutteloos</i>	2,3%
<i>Gratis factchecks boezemen de bevolking angst in, maar factchecks achter een betaalmuur zouden gratis moeten zijn</i>	1,7%
<i>Factchecks zijn sensationeel</i>	0,5%
	100% (n = 347)

Tabel 1. De verschillende typen anti-factcheckargumenten en hun voorkomen ten opzichte van het totale aantal anti-factcheckreacties.

3.1.1. Categorie 1: *Factchecks kloppen niet*

53,8 procent van de anti-factcheckreacties onder de factchecks van de kwaliteitskranten behoort tot de eerste categorie. Dat wil zeggen dat de meeste anti-factcheckcommenters op een of meerdere manieren uitdrukken dat er in factchecks informatie staat die niet klopt. Ten eerste drukken mensen dat uit door te beweren dat er in factchecks ‘nonsens’, ‘zever’, ‘blabla’, ‘lulkoek’ enzovoort staat (zie voorbeeld 1). Een tweede manier die ze gebruiken, is factcheckers ervan beschuldigen dat ze niet te vertrouwen zijn, dat ze leugenaars zijn en dat ze dingen verzwijgen en/of verzinnen (zie voorbeeld 2). Ten derde spreken enkele commenters factcheckers aan op hun verkeerde woordgebruik. Van de vierde manier maken veel nieuwsconsumenten gebruik. Zij schrijven dat factcheckers gedetailleerde analyses maken van verdraaide feiten en uit de context getrokken uitspraken (zie voorbeeld 3). Ook vinden ze bijvoorbeeld dat er in een bepaalde factcheck, namelijk *Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgepikt*, alleen veronderstellingen staan en/of dat de factcheckers alleen onbetrouwbare bronnen aanhalen, dus dat de factcheck geen waarheden verkondigt met links naar betrouwbare bewijzen (zie voorbeeld 4). Ook zouden sommige factcheckers dingen schrijven die ze (nog) niet kunnen weten. Nog anderen beweren in hun reacties dat een factcheck niet klopt, soms door een of meer argumenten te gebruiken die moeten bewijzen waarom die niet klopt (zie voorbeeld 5). Dat doen ze door uit studies te citeren en/of door er links naar te plaatsen, door eigen kennis en eigen ervaringen te delen enzovoort, of door te beweren dat de factcheck andere ‘meer betrouwbare’ bronnen tegenspreekt.






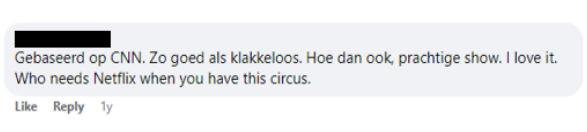
Voorbeeld 1	Voorbeeld 2
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 24 januari 2022.</p> <p><i>Op de coronabetoging waren ook linksextremisten aanwezig, en die waren uit op 'oorlog'</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>
Voorbeeld 3	Voorbeeld 4
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 4 november 2020.</p> <p><i>Factcheck: deze onwaarheden verkondigde Trump in zijn 'overwinningsspeech'</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>
Voorbeeld 5	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022.</p> <p><i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>	

Tabel 2. Voorbeelden van Facebookreacties met anti-factcheckargumenten die tot de eerste categorie behoren.

3.1.2. Categorie 2: Factchecks berichten niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk

De tweede categorie die op basis van de kwalitatief-kwantitatieve inhoudsanalyse werd opgesteld, bevat het argument dat factchecks niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk zouden berichten. Dit is het hoofdargument in 36 procent van de anti-factcheckreacties. Mensen halen allerlei redenen aan om factchecks niet neutraal te vinden. De eerste reden is, omdat factchecks een vorm van propaganda in plaats van een vorm van journalistiek zouden zijn. Commenters gebruiken in hun negatieve reacties termen als 'overheidspropaganda', 'vaccinpropaganda', 'linkse' en 'rechtse propaganda' en 'de propaganda van de farmaceutische maffia'. In lijn hiermee liggen de reacties die beweren dat factcheckers worden betaald door bijvoorbeeld de overheid en de regering, de mediavirologen en wetenschappers – Marc Van Ranst komt regelmatig terug – en vaccinproducenten. Ze zouden helpen bij de 'indoctrinatie', bijvoorbeeld door promotie te voeren voor de vaccins en het farmaceutisch-technocratisch businessmodel (zie voorbeeld 6). Ten tweede beschuldigen commenters factcheckers van beide kwaliteitskranten ervan partijdig te zijn (zie voorbeelden 7 en 8), omdat ze zouden berichten in het voordeel van allochtonen, extreemlinksen en

de Vivaldi-regering (zie voorbeeld 9). Factcheckers – en bij uitbreiding journalisten over het algemeen – zouden een ‘Vivaldi-partijkaart’ hebben en daarom de uitspraken van ministers in de regering-De Croo te weinig factchecken. Ook zouden ze cijfers en statistieken misbruiken door ze zo te interpreteren dat ze een van de partijen, vooral allochtonen of (extreem)linksen, bevoordelen. Ze zouden ook bewust tabellen, cijfers en bevindingen gebruiken, afkomstig van partijdige en dus onbetrouwbare bronnen (zie voorbeeld 10). Bepaalde factcheckers zouden in hun factchecks ook duidelijk bijvoorbeeld anti-Donald Trump zijn (zie voorbeeld 11). Commenters halen dus heel wat redenen aan om factchecks een vorm van eenzijdige en/of gekleurde berichtgeving of zelfs regimepers of riooljournalistiek te noemen. Soms uiten ze die door bijvoorbeeld simpelweg ‘Propaganda!’ te plaatsen, maar soms staven ze hun Facebookreacties met een of meerdere bewijzen.

Voorbeeld 6	Voorbeeld 7
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 3 mei 2021.</p> <p><i>Factcheck Hoeveel CO2 bespaar je als je dagelijkse koffie plantaardig wordt?</i></p>
Voorbeeld 8	Voorbeeld 9
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 7 juli 2020.</p> <p><i>Factcheck: was de laatst veroordeelde politieke terrorist een kabinetslid voor Groen?</i></p>
Voorbeeld 10	Voorbeeld 11
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022.</p> <p><i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 6 november 2020.</p> <p><i>Factcheck Wat klopt er van Trumps uitspraken over verkiezingsfraude?</i></p>

Tabel 3. Voorbeelden van Facebookreacties met anti-factcheckargumenten die tot de tweede categorie behoren.

3.1.3. Categorie 3: *Factchecks zijn onduidelijk en verwarrend*

In 5,7 procent van de anti-factcheckreacties vinden nieuwsconsumenten dat factchecks onduidelijk en verwarrend zijn. Dat komt vooral doordat een specifieke factcheck, namelijk *Factcheck | Hoeveel CO2 bespaar je als je dagelijkse koffie plantaardig wordt?*, voor heel wat commenters onduidelijk is. Mensen zijn verward door de titel, omdat ze denken te weten dat koffie op zichzelf al plantaardig is. Daaruit blijkt dat heel wat nieuwsconsumenten alleen titels van factchecks – en bij uitbreiding die van nieuwsartikelen over het algemeen – lezen, in plaats van volledige factchecks en nieuwsartikelen. Ten eerste plaatsen commenters die de titel begrijpen een ironische reactie om duidelijk te maken dat de titel onduidelijk en verwarrend zou kunnen zijn (zie voorbeeld 12). De tweede groep van nieuwsconsumenten denkt te weten dat koffie plantaardig is en levert daarvoor bewijzen in de vorm van citaten uit of linken naar bronnen (zie voorbeeld 13). Tot de laatste groep behoren zij die door de titel willen geloven dat koffie dierlijk is, maar zich er toch vragen bij stellen (zie voorbeeld 14).



Voorbeeld 12	Voorbeeld 13
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 3 mei 2021.</p> <p><i>Factcheck Hoeveel CO2 bespaar je als je dagelijkse koffie plantaardig wordt?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 3 mei 2021.</p> <p><i>Factcheck Hoeveel CO2 bespaar je als je dagelijkse koffie plantaardig wordt?</i></p>
Voorbeeld 14	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 3 mei 2021.</p> <p><i>Factcheck Hoeveel CO2 bespaar je als je dagelijkse koffie plantaardig wordt?</i></p>	


Tabel 4. Voorbeelden van Facebookreacties met anti-factcheckargumenten die tot de derde categorie behoren.

3.1.4. Categorie 4: *Factchecks zijn irrelevant en nutteloos*

In 2,3 procent van de anti-factcheckreacties noemen commenters factchecks direct of indirect irrelevant en/of nutteloos. Ten eerste vinden nieuwsconsumenten dat factcheckers tegenover het publiek staan en dat ze niet de vragen beantwoorden die de bevolking zich stelt (zie voorbeeld 15). Volgens hen zouden factcheckers met andere woorden niet luisteren naar de burger. Daarom schotelen sommige commenters factcheckers vragen voor die de hele bevolking zich zou stellen waarop zij antwoorden moeten bieden in komende factchecks. Ten tweede vinden nieuwsgebruikers factchecks nutteloos, omdat ze regelmatig zaken aanhalen waar voordat de factchecks waren gepubliceerd nog niemand van wakker lag. Ze vinden

dus dat factchecks meer kwaad dan goed doen (zie voorbeeld 16). Ten slotte halen meerdere nieuwsgebruikers aan dat factchecks geen impact op de bevolking hebben of zeggen ze simpelweg dat een factcheck irrelevant en/of nutteloos is. Een persoon zegt bijvoorbeeld dat het 'gratis artikel haar niet van gedachten heeft doen veranderen' (zie voorbeeld 17). Een andere nieuwsgebruiker plaatst een cynische reactie waarmee hij bedoelt dat de factcheck irrelevant en nutteloos is, omdat er weinig HIV voorkomt in de volledige Belgische bevolking (zie voorbeeld 18).

Voorbeeld 15	Voorbeeld 16
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>

Voorbeeld 17	Voorbeeld 18
<p>Wat ontzettend lief van jullie dat we dit artikel gratis mochten lezen. Heeft het mijn gedachten doen veranderen? Nee</p>  <p>Like Reply 1y 26</p>	<p>Nogal een chance dat we allemaal HIV hebben zeker 🤔</p> <p>Like Reply 1y 5</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 5 februari 2021.</p> <p><i>'Een 30-jarige hiv-patiënt kan veel beter tegen covid dan een gezonde 50-jarige'</i></p>

Tabel 5. Voorbeelden van Facebookreacties met anti-factcheckargumenten die tot de vierde categorie behoren.

3.1.5. Categorie 5: Gratis factchecks boezemen de bevolking angst in, maar factchecks achter een betaalmuur zouden gratis moeten zijn

1,7 procent van de anti-factcheckreacties behoort tot de vijfde categorie en beschuldigt factcheckers er enerzijds van dat ze hun factchecks alleen gratis maken als ze de bevolking angst willen inboezemen (zie voorbeeld 19). Factcheckers zouden de bevolking onterecht willen bang maken voor bijvoorbeeld het coronavirus en willen de massahypnose errond versterken met hun factchecks. Volgens sommige anti-factcheckcommenters zouden ze de angst er koste wat kost willen in houden. Anderzijds uiten ze kritiek op het feit dat sommige factchecks achter een betaalmuur zitten (zie voorbeeld 20). Concreet zitten acht van de negen van *De Standaard* en drie van de vijf factchecks van *De Morgen* achter een betaalmuur. Onder drie van die elf factchecks is daarop kritiek terug te vinden.

Voorbeeld 19	Voorbeeld 20
<p>Betalend artikel , moest het zijn om angst te zaaien zou het wss gratis zijn 🤔</p> <p>Like Reply 15w 8</p>	<p>Stop met artikelen te plaatsen als ze niet gratis zijn # irritant 🤔</p> <p>Like Reply 15w 13</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022.</p> <p><i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022.</p> <p><i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>

Tabel 6. Voorbeelden van Facebookreacties met anti-factcheckargumenten die tot de vijfde categorie behoren.

3.1.6. Categorie 6: *Factchecks zijn sensationeel*

Tot de laatste en minst voorkomende argumentatiecategorie behoren drie anti-factcheckgeoriënteerde Facebookreacties waarin nieuwsconsumenten factchecks sensationeel noemen. Een van die reacties beweert dat factcheckers alleen maar factchecks publiceren om er likes mee te scoren en geld mee te verdienen, omdat dat 'het businessmodel van tegenwoordig' is (zie voorbeeld 21). In een andere reactie noemt een commenter een factcheck 'gemediatiseerd en aangedikt tot berichtgeving berust op sensatie' (zie voorbeeld 22).

Voorbeeld 21	Voorbeeld 22
 <p>...kritiek*. En alsof haar punt niet klopt.. De morgen doet hier een aantal assumpties zoals dat er geen transmissie is, op basis van eerste bevindingen, daar is geen peer reviewed artikel over. Dus die reden valt al weg. Vervolgens is de kans groter om te sterven aan griep dan aan covid19 voor -65 jarigen, ik neem geen griepvaccin, waarom dan nu wel? En journalisten zijn ook maar gewoon mensen die informatie zoeken en artikels willen publiceren om likes mee te scoren en geld mee te verdienen want dat is hun businessmodel anno 2021.</p> <p>Like Reply 1y</p>	 <p>...ik zou me daarover geen zorgen maken hoor. Sta er mee samen. Een goede leerkrachte, zonder twijfel. Als je goed leest zegt Vanessa dat ze een correcte weergave wil van wat er is gezegd... Zegt Trump iets zinnigs of idiots dan moet dit worden weergegeven als een weerspiegeling van de realiteit maar niet 'gemediatiseerd en aangedikt tot berichtgeving berust op sensatie. Jammer dat sensatie en nutteloze berichtgeving plaats maken voor degelijke, correcte weliswaar saaiere journalistiek omdat het meer kliks en aldus meer geld met zich meebrengt. Trouwens uw reactie van 'sta jij echt in het onderwijs?' is puur op de man spelen. Zwaar ondermaatse comment en heeft niets bijgedragen tot de discussie.</p> <p>Like Reply 1y 6</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 4 november 2020.</p> <p><i>Factcheck: deze onwaarheden verkondigde Trump in zijn 'overwinningsspeech'</i></p>

Tabel 7. Voorbeelden van Facebookreacties met anti-factcheckargumenten die tot de zesde categorie behoren.

3.2. De toon van Facebookreacties

Omdat ook de toon van anti-factcheckgeoriënteerde Facebookreacties een onderdeel van het anti-factcheckdiscours is, is het belangrijk om ook daar dieper op in te gaan. In sommige anti-factcheckreacties uiten nieuwsconsumenten hun kritiek op een neutrale en beleefde toon, terwijl andere reacties aanvallend overkomen. Die aanvallende toon versterken nieuwsgebruikers door een of meer van deze strategieën te gebruiken: een of meerdere emoji's, een overvloedig aantal uitroep- en/of vraagtekens, hoofdletters en/of GIF-bestanden. In 30 procent van de anti-factcheckreacties – dus 105 van de 347 – gebruiken nieuwsconsumenten een of meerdere van die vier technieken en in totaal maken ze er 117 keer gebruik van. In tabel 8 staat in welke mate de elementen die de toon beïnvloeden, voorkomen in de reacties onder de factchecks.

De elementen die de toon beïnvloeden	Het voorkomen t.o.v. het totale aantal anti-factcheckreacties
Het gebruik van emoji's	50,4%
Het gebruik van vraag- en/of uitroeptekens	27,4%

Het gebruik van hoofdletters	17,9%
Het gebruik van GIF-bestanden	4,3%
	100% (n = 117)

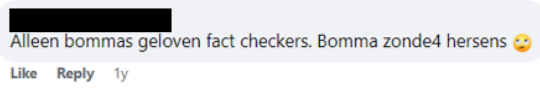

Tabel 8. De elementen die de toon beïnvloeden en hun voorkomen ten opzichte van het totale aantal anti-factcheckreacties.

3.2.1. Het gebruik van emoji's

Met 50,4 procent zijn emoji's de meestgebruikte strategie om de toon van een comment te beïnvloeden. Onder de factchecks van *De Morgen* en *De Standaard* komen in 59 Facebookreacties in totaal 91 emoji's voor. Mensen gebruiken deze strategie als een vorm van non-verbale communicatie om hun in woorden uitgedrukte ongenoegen tegenover en/of kritiek op een factcheck of op factchecking in het algemeen te versterken.

Een aantal typen emoji's komen opvallend het vaakst voor. Het gaat over de lachende emoji met tranen uit de ogen (17,6%, zie voorbeeld 23), de knipogende emoji (15,4%, zie voorbeeld 24), de emoji met rollende ogen (14,3%, zie voorbeeld 25), de overgeevende of misselijke emoji (8,8%, zie voorbeeld 26) en de zich iets afvragende emoji (7,7%, zie voorbeeld 27). Commenters gebruiken het eerste type vooral om een factcheck of factchecker uit te lachen, bijvoorbeeld omdat een factcheck volgens hen duidelijk niet klopt. De knipogende emoji plaatsen nieuwsgebruikers om te spotten met een factcheck of factchecker, maar ook om te uiten dat ze 'doorhebben' dat een factchecker mee in 'het complot' zit. Het derde type emoji plaatsen ze dan weer om duidelijk te maken dat ze een factcheck bijvoorbeeld belachelijk, ongehoofwaardig of leugenachtig vinden. Met het vierde type emoji uiten ze vooral dat ze gedegouteerd zijn door een factcheck. De zich iets afvragende emoji heeft meerdere betekenissen. Zo lijkt de commenter in voorbeeld 27 'door te hebben' dat de factchecker in 'het complot' zit. Anderen plaatsen de emoji dan weer, omdat ze de factcheck bijvoorbeeld onduidelijk vinden of omdat ze denken door te hebben dat de factcheck niet klopt.

Voorbeeld 23	Voorbeeld 24
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 4 november 2020.</p> <p><i>Factcheck: deze onwaarheden verkondigde Trump in zijn 'overwinningsspeech'</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022.</p> <p><i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>

Voorbeeld 25	Voorbeeld 26
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>
Voorbeeld 27	
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	

Tabel 9. Voorbeelden waarin emoji's de toon van anti-factcheckreacties beïnvloeden.

3.2.2. Het gebruik van vraag- en/of uitroeptekens

Een andere strategie die nieuwsgebruikers gebruiken om factchecks van *De Morgen* en *De Standaard* en factchecking in het algemeen te bekritisieren, is door veel vraag- en/of uitroeptekens te gebruiken. In 27,4 procent van de anti-factcheckreacties maken commenters hiervan gebruik. Dat doen ze op meerdere manieren, maar in het algemeen om hun kritiek kracht bij te zetten door aanvallend over te komen. Ten eerste combineren sommigen een of meerdere vraag- en/of uitroeptekens met scheldwoorden, hoofdletters en/of emoji's (zie voorbeeld 28). Achter iedere zin een uitroepteken zetten, is een tweede manier. Dat doen nieuwsconsumenten meestal om ervoor te zorgen dat hun anti-factcheckkritiek bij anderen zou opvallen, met als doel om hen van hun gelijk te overtuigen. Ten derde plaatsen sommigen veel uitroeptekens achter elkaar om hun frustraties of ontevredenheid te uiten. Om duidelijk te maken dat ze het niet eens zijn met het beleid, plaatsen nieuwsgebruikers in hun anti-factcheckreacties die tot de vierde groep behoren een combinatie van vraag- en uitroeptekens. Tot slot plaatsen sommige commenters meerdere vraagtekens achter elkaar om een vraag te stellen, bijvoorbeeld om te informeren naar een link naar de bron(nen) die een factchecker gebruikte (zie voorbeeld 29), maar ook om hun kritiek te uiten op het feit dat 'factchecks met propaganda' wel gratis zijn of op de partijdigheid van een factcheck(er). Vraag- en uitroeptekens geven hun anti-factcheckkritiek geen extra diepgang en zullen dus, hoewel ze dat soms wel hopen te bereiken, nauwelijks tot geen effect hebben op andere nieuwsconsumenten.

Voorbeeld 28	Voorbeeld 29
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>

Tabel 10. Voorbeelden waarin het overvloedig gebruik van vraag- en uitroeptekens de toon van anti-factcheckreacties beïnvloedt.

3.2.3. Het gebruik van hoofdletters

Ten derde gebruiken mensen hoofdletters om de aanvallende toon in hun Facebookreactie te versterken. Door hoofdletters te gebruiken, lijken ze immers te schreeuwen. De woorden die ze het vaakst in hoofdletters zetten, zijn de woorden van negatie 'geen', 'niet', 'niemand' en 'nee'. Om dreigend over te komen, schrijven andere nieuwsgebruikers woorden als 'leugen', 'dodelijk', 'schande' en tussenwerpsels als 'bah' in hoofdletters. Om duidelijk te maken dat er een fout in een factcheck staat, gebruiken sommige nieuwsconsumenten hoofdletters voor woorden als 'wel' en 'fout', maar ook voor bijvoorbeeld 'veroordeling'. Dat laatste verwijst naar een factcheck waarin staat dat iemand niet werd veroordeeld, terwijl een commenter beweert dat dat wel zo is. Ook woorden als 'zeer', 'alleen' en 'enige' worden benadrukt in reacties. Door de 'hoog' in 'hoog tijd' in hoofdletters te schrijven, komt een commenter dwingend over. Ten slotte uiten sommige nieuwsconsumenten er hun woede en frustraties mee. 'DIKKE ZEER ALLEMAAL!!!' is daar een voorbeeld van. Zoals gezegd, komen hoofdletters ook in combinatie met vraag- en/of uitroeptekens voor. Aangezien ook hoofdletters de anti-factcheckkritiek geen extra diepgang geven, dragen ze weinig bij aan de kritiek van anti-factcheckcommenters.


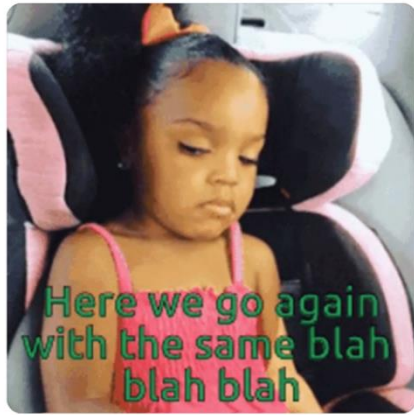
Voorbeeld 30	Voorbeeld 31
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 27 oktober 2020.</p> <p><i>Factcheck Zijn chirurgische mondklappers beter tegen de verspreiding van het virus?</i></p>

Tabel 11. Voorbeelden waarin hoofdletters de toon van anti-factcheckreacties beïnvloeden.

3.2.4. Het gebruik van GIF-bestanden

Tot slot versterken nieuwsgebruikers de aanvallende kritiek in hun Facebookreactie door GIF-bestanden te gebruiken. Sommigen plaatsen dan weer GIF's zonder daarbij woordelijke kritiek te uiten. Ze gebruiken daarvoor onderstaande GIF-bestanden, maar ook andere, zoals een bestand van een aap die veel geld in zijn handen heeft om 'het gelobby van de big pharma' aan te klagen en een GIF van een kort fragment

uit een TikTok met de woorden 'Education or Indoctrination'. Nieuwsgebruikers willen er hun kritiek mee versterken, maar omdat anderen zulke anti-factcheckreacties niet serieus zullen nemen door de luchtigheid van de GIF-bestanden, levert ook deze laatste strategie geen bijdrage aan hun kritiek.

Voorbeeld 32	Voorbeeld 33
<p>Wat ontzettend lief van jullie dat we dit artikel gratis mochten lezen. Heeft het mijn gedachten doen veranderen? Nee</p>  <p>Like Reply 1y</p>	<p>...</p>  <p>Like Reply 1y</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 27 oktober 2020. <i>Factcheck Zijn chirurgische mondklappers beter tegen de verspreiding van het virus?</i></p>

Tabel 12. Voorbeelden waarin GIF-bestanden de toon van anti-factcheckreacties beïnvloeden.

3.3. De onderbouwing van anti-factcheckargumenten (*De Hiërarchie van Onenigheid* van Paul Graham (2008))

Deze masterproef bestudeert ook hoe nieuwsconsumenten de anti-factcheckargumenten die ze in hun Facebookreacties aanhalen, onderbouwen. Dit gebeurde op basis van *De Hiërarchie van Onenigheid* van Paul Graham (2008). Tabel 13 geeft de resultaten van de analyse weer.

De niveaus van <i>De Hiërarchie van Onenigheid</i> (Graham, 2008)	Het voorkomen t.o.v. het totale aantal anti-factcheckreacties
Niveau 0: <i>Schelden</i>	3,5%
Niveau 1: <i>Ad hominem</i>	16,4%
Niveau 2: <i>Aanspreken op toon</i>	30,8%
Niveau 3: <i>Tegenspreken</i>	19,6%
Niveau 4: <i>Tegenargument</i>	21,3%
Niveau 5: <i>Weerleggen</i>	0%

Niveau 6: <i>Weerleggen van het hoofdargument</i>	0%
Niveau 0: <i>Schelden</i> + Niveau 1: <i>Ad hominem</i>	0,6%
Niveau 0: <i>Schelden</i> + Niveau 1: <i>Ad hominem</i> + Niveau 2: <i>Aanspreken op toon</i>	0,3%
Niveau 0: <i>Schelden</i> + Niveau 2: <i>Aanspreken op toon</i>	1,2%
Niveau 0: <i>Schelden</i> + Niveau 3: <i>Tegenspreken</i>	0,9%
Niveau 1: <i>Ad hominem</i> + Niveau 2: <i>Aanspreken op toon</i>	3,7%
Niveau 1: <i>Ad hominem</i> + Niveau 2: <i>Aanspreken op toon</i> + Niveau 3: <i>Tegenspreken</i>	0,3%
Niveau 2: <i>Aanspreken op toon</i> + Niveau 3: <i>Tegenspreken</i>	0,9%
Niveau 2: <i>Aanspreken op toon</i> + Niveau 4: <i>Tegenargument</i>	0,6%
	100,1% (n = 347)

Tabel 13. De niveaus van De Hiërarchie van Onenigheid (Graham, 2008) en hun voorkomen ten opzichte van het totale aantal anti-factcheckreacties.

3.3.1. Niveau 0: *Schelden*

Hoewel schelden volgens Graham (2008) het basisniveau van *De Hiërarchie van Onenigheid* is of 'de laagste vorm van onenigheid en waarschijnlijk ook de meest voorkomende', gebruiken commenters de techniek niet het vaakst om hun anti-factcheckgeoriënteerde argumenten te onderbouwen. In 3,5 procent van de comments uiten nieuwsconsumenten anti-factcheckkritiek door scheldwoorden of beledigingen te gebruiken.

Onderdeel 3.1. bespreekt de zes categorieën waartoe de argumenten behoren die commenters in hun anti-factcheckreacties gebruiken. In de reacties die tot twee van de zes categorieën behoren, gebruiken nieuwsconsumenten de scheldtechniek het vaakst. Die eerste categorie is *Factchecks kloppen niet*. In de comments met anti-factcheckargumenten die tot die categorie behoren, schrijven nieuwsconsumenten vooral dat in factchecks 'zever' en 'lulkoek' staat (zie voorbeeld 34), maar ook bijvoorbeeld dat de fact-

checkers van *De Morgen* ‘kankerleugenaars’ zijn (zie voorbeeld 35) en maar ergens anders moeten gaan ‘neuten’. In geen enkele van die reacties onderbouwen nieuwsgebruikers hun argumenten. Dat ze factchecks wantrouwen, is duidelijk, maar redenen voor waarom er leugens in zouden staan, geven ze niet. Schelden is dus een gemakkelijke manier om factchecks van de Vlaamse kwaliteitskranten *De Morgen* en *De Standaard* te bekritisieren en aan te vallen, maar niet erg diepgaand.

De andere categorie waartoe Facebookcomments met anti-factcheckargumenten behoren die de scheldtechniek vaak toepassen, is *Factchecks zijn irrelevant en nutteloos*. In de reacties die tot deze categorie behoren, uiten commenters vooral dat ze de onderwerpen van factchecks ‘kotsbeu’ zijn (zie voorbeeld 36) en dat de factcheckers niet zo moeten ‘zagen’. Ook in deze Facebookreacties geven ze geen reden voor hun comment.

In andere Facebookreacties die niet tot de twee bovengenoemde categorieën behoren, maar waarin wel beledigingen staan, hadden nieuwsgebruikers het dan weer over de partijdigheid van de factcheckers van de kwaliteitskranten. Zo noemt iemand een factcheck zonder meer uitleg ‘links gewauwel’ (zie voorbeeld 37). Een andere commenter verwijst naar een factcheck als een sensationeel stuk met de woorden ‘Knap stukje eenzijdige riooljournalistiek’.

Voorbeeld 34	Voorbeeld 35
<p>Waaróm wil jij nog ingaan op die onnozele lulkoek van deze zieke gazet?</p>	<p>De morgen zijn ook kanker leugenaars</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 24 januari 2022.</p> <p><i>Op de coronabetoging waren ook linksextremisten aanwezig, en die waren uit op 'oorlog'</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>
Voorbeeld 36	Voorbeeld 37
<p>We zijn jullie vaccin gezeik kotsbeu</p>	<p>Links gewauwel van een snertgazet meer niet</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 9 september 2020.</p> <p><i>Factcheck. Betalen Vlamingen 70 procent van de belastingen?</i></p>

Tabel 14. Voorbeelden van anti-factcheckreacties waarin commenters hun anti-factcheckargument(en) onderbouwen door te schelden.

3.3.2. Niveau 1: *Ad hominem*

Commenters gebruiken in 16,4 procent van de anti-factcheckreacties een argumentum ad hominem, wat voor een eerste niveau niet veel is. Met de techniek vallen ze de autoriteit of de eigenschappen van een factchecker aan, zonder de inhoud van zijn factcheck aan te pakken (Texas State University, z.d.).

Facebookreacties waarin nieuwsconsumenten beweren dat een factcheck niet klopt, komen vaak voor. Zonder dieper op de inhoud van de factchecks in te gaan, stellen ze bijvoorbeeld dat een factchecker niet bekwaam is om over een bepaald onderwerp een factcheck te schrijven (zie voorbeeld 38), dat hij dingen veronderstelt (zie voorbeeld 39) of dat hij dingen claimt zonder daar bewijzen voor te leveren. Daarmee trekt de nieuwsgebruiker de autoriteit van de factchecker in twijfel. Zoals gezegd, stelt Graham (2008) dat commenters met ad hominem-aanvallen eerder de autoriteit van een auteur aanvallen dan de inhoud van zijn werk, omdat dat laatste meer inspanning vraagt. Dit maakt hun aanvallen weinig effectief.

Voorbeeld 38	Voorbeeld 39
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 9 september 2020.</p> <p><i>Factcheck. Betalen Vlamingen 70 procent van de belastingen?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>

Tabel 15. Voorbeelden van anti-factcheckreacties waarin commenters hun anti-factcheckargument(en) onderbouwen door een ad hominem-aanval te gebruiken.

Daarnaast bekritisieren commenters de partijdigheid van factcheckers of trekken ze hun onpartijdigheid, objectiviteit en onafhankelijkheid in twijfel. Zo zouden ze een bepaalde groep in de maatschappij voortrekken (zie voorbeeld 40), een partijkaart hebben bij een politieke partij of promo voeren voor de vaccins en samenwerken met de vaccinproducenten en virologen bij de indoctrinatie van de bevolking. Anderen beweren dan weer dat de informatiebronnen van de factcheckers onbetrouwbaar zouden zijn (zie voorbeeld 41) of dat de overheid de factcheckers betaalt om 'vaccinpropaganda' de wereld in te sturen (zie voorbeeld 42).

Voorbeeld 40	Voorbeeld 41
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 24 januari 2022.</p> <p><i>Op de coronabetoging waren ook linksextremisten aanwezig, en die waren uit op 'oorlog'</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>



Tabel 16. Voorbeelden van anti-factcheckreacties waarin commenters hun anti-factcheckargument(en) onderbouwen door een ad hominem-aanval te gebruiken.

Net zoals bij niveau 0 (*schelden*) geven nieuwsconsumenten in hun Facebookreacties met ad hominem-aanvallen geen of nauwelijks redenen voor hun kritiek. Ook deze techniek is dus een gemakkelijke maar weinig diepgaande manier om de factchecks van *De Morgen* en *De Standaard* te bekritisieren. Ze vallen immers alleen de factchecker aan zonder kritiek te uiten op de inhoud van zijn factcheck.

3.3.3. Niveau 2: Aanspreken op toon

Ook niveau 2 (*aanspreken op toon*) is een nog vrij lage vorm van onenigheid. Wel bekritisieren nieuwsconsumenten in hun anti-factcheckreacties eerder hoe factchecks zijn geschreven dan factcheckers aan te vallen. Volgens Graham (2008) is de laagste vorm hiervan de onenigheid met de toon van factcheckers in hun factchecks. In 30,8 procent van de reacties uiten nieuwsconsumenten kritiek op de toon van factchecks. Met dat percentage is deze groep veruit de grootste.

Commenters uiten op verschillende manieren en om uiteenlopende redenen kritiek op de toon van factchecks van de twee kwaliteitskranten. Zo bekritisieren ze bijvoorbeeld de woordkeuzes van factcheckers, omdat uit bepaalde woorden een vorm van partijdigheid zou blijken. Een andere reden om de toon van factchecks aan te spreken, is omdat de auteurs ervan uit de context getrokken of verdraaide uitspraken, cijfers enzovoort gedetailleerd analyseren (zie voorbeeld 43). Nog andere nieuwsgebruikers lijken dan weer duidelijk te zien dat bepaalde factchecks bijvoorbeeld anti-Trump of pro-vaccinatie zijn (zie voorbeeld 44). Zulke factchecks noemen ze eenzijdige, partijdige of subjectieve berichtgeving, omdat er bijvoorbeeld maar een kant van het verhaal aan bod komt of omdat er twee tegengestelde kampen op een ongenueanceerde manier tegenover elkaar worden geplaatst en belicht (zie voorbeeld 45). Andere nieuwsconsumenten vinden de toon niet gewoon niet neutraal en noemen de factchecks zelfs propaganda op basis van onbetrouwbare bronnen in plaats van een vorm van journalistiek (zie voorbeeld 46). In sommige factchecks zouden factcheckers ook angst zaaien met de toon die ze aanslaan. Onder andere factchecks bekritisieren commenters dan weer de veronderstellende toon die factcheckers zouden aannemen, bijvoorbeeld omdat ze geen zekerheden uitdrukken of bewijzen leveren, of omdat ze de voorwaardelijke wijs gebruiken (zie voorbeeld 47). Daarom uiten commenters kritiek op onder andere de titel van een factcheck van *De Morgen*. In *Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt* zouden de zes mythes namelijk niet echt worden ontkracht, waardoor de belofte die in de titel staat, niet wordt ingelost. Ook titels van enkele andere factchecks zouden een toon


zetten die niet klopt en daardoor verwarrend zijn voor de lezer (zie voorbeeld 48). De laatste reden om factchecks aan te spreken op hun toon, is omdat factchecks soms zo zijn gemediatiseerd en hun toon zo sensationeel is geworden dat de inhoud ervan niet meer klopt.

Voorbeeld 43	Voorbeeld 44
<p>Cijfers, tabellen, bevindingen en conclusies u gebracht door enerzijds een kliek die er enorm veel macht uit haalt... en een tweede kliek die hier enorm veel winst uit haalt als deze valse pandemie blijft duren.</p> <p>Like Reply 14w</p>	<p>Doen jullie ook even alle onwaarheden van Creepy Joe? Want die stapelen namelijk ook hoog op. 😊 Kwestie van objectief te blijven he, De Morgen.</p> <p>Like Reply 1y</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022.</p> <p><i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 4 november 2020.</p> <p><i>Factcheck: deze onwaarheden verkondigde Trump in zijn 'overwinningsspeech'</i></p>
Voorbeeld 45	Voorbeeld 46
<p>Het lijkt wel of er zijn nog maar 2 partijen, radicale-antivaxxers en radicale pro-vaxxers, waar de msm zich volop achter scharen en al de rest met een gezonde argwaan en veel vragen worden weggezet als anti-vaxxers die bestreden moeten worden. We zijn het kind van de rekening, omdat er individuen zijn die alle vaccins over dezelfde kam scheren en beweren dat Bill Gates een microchip gaat implanteren en aan de andere kant degenen die zich nog journalist of wetenschapper durven noemen en menen zich te moeten scharen aan de kant van de radicale pro-vaxxers. No questions!</p> <p>Like Reply 1y Edited</p>	<p>Artikel hangt met haken en ogen aan elkaar en zeeer eenzijdig geschreven. Ooit was De Morgen nog een kritische krant, nu gewoon de spreekbuis vd mediavirologen. Zelig!</p> <p>Like Reply 1y</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>
Voorbeeld 47	Voorbeeld 48
<p>Ronald, lees je hoeveel veronderstellingen dat er in hun "ontkrachtingen" staan. Als ik twee keer "zou moeten" of "wordt aangenomen dat" lees, is de geloofwaardigheid al nul. Ge zijt zeker of niet. Veronderstellingen is gokwerk. Dus eigenlijk moet er staan "mogelijke ontkrachtingen van de mythes" 😊</p> <p>Like Reply 1y</p>	<p>Tom Van Grieken liegt opnieuw! Het VB neemt al wel vaker een loopje met de waarheid. En ook nu lijkt de suggestieve titel in zijn kaart te spelen. Je moet al het hele artikel lezen om de waarheid te kennen. "Het klopt dat Peter Terryn anderhalve week voor een groene staatssecretaris heeft gewerkt. Hij werd evenwel nooit beschuldigd van politiek terrorisme. Bovendien werd hij in beroep volledig vrijgesproken."</p> <p>Like Reply 1y Edited</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 7 juli 2020.</p> <p><i>Factcheck: was de laatst veroordeelde politieke terrorist een kabinetslid voor Groen?</i></p>

Tabel 17. Voorbeelden van anti-factcheckreacties waarin commenters hun anti-factcheckargument(en) onderbouwen door aan te spreken op toon.

3.3.4. Niveau 3: Tegenspreken

In 19,6 procent van de anti-factcheckreacties spreken commenters (delen van) de inhoud van een factcheck tegen. Enerzijds is dat veel, omdat nieuwsconsumenten volgens *De Hiërarchie van Onenigheid* (Graham, 2008) op niveau 3 – in tegenstelling tot op de lagere niveaus – wel reageren op de inhoud van een factcheck. Anderzijds is het wel zo dat een commenter in zijn Facebookreactie niet meer doet dan het tegengestelde beweren van wat er in een factcheck staat, zonder voor zijn bewering ondersteunend bewijs te leveren.

Voorbeeld 49	Voorbeeld 50
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt</i></p>
Voorbeeld 51	Voorbeeld 52
	
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 7 november 2020.</p> <p><i>Is er eigenlijk iets waar van Trumps claims over verkiezingsfraude?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022.</p> <p><i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>

Tabel 18. Voorbeelden van anti-factcheckreacties waarin commenters hun anti-factcheckargument(en) onderbouwen door tegen te spreken.

3.3.5. Niveau 4: Tegenargument

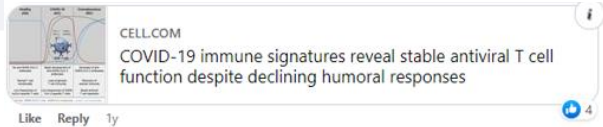
21,3 procent van de commenters gebruikt in zijn Facebookreactie een tegenargument om zijn anti-factcheckkritiek te onderbouwen. Graham (2008) noemt het een combinatie van niveau 3 (*tegenspreken*) en een redenering en/of bewijs. De nieuwsgebruikers spreken dus (delen van) de inhoud van een factcheck tegen, maar onderbouwen hun kritiek ook met een bewijs of een redenering. Belangrijk om te vermelden is dat er tijdens de analyse alleen werd gekeken naar de manier waarop nieuwsconsumenten hun anti-factcheckargumenten onderbouwen. Er werd dus geen rekening gehouden met of een tegenargument van een commenter al dan niet klopt.

Onder de anti-factcheckreacties met een tegenargument zijn lange reacties met onderbouwde kritiek in de vorm van een of meerdere links naar YouTube-video's, websites, krantenartikelen, wetenschappelijke artikelen enzovoort (zie voorbeeld 53), maar ook deelt een persoon bijvoorbeeld zijn eigen ervaringen met COVID-19. Andere nieuwsgebruikers plaatsen dan weer een of meerdere links naar bronnen, zonder eruit te citeren of extra uitleg te geven. Soms plaatsen ze ook een of meer citaten uit wetenschappelijke artikelen en krantenartikelen of van Wikipediapagina's, met of zonder bronvermelding (zie voorbeeld 55). Ze zetten vaak ook eigen redeneringen uiteen (zie voorbeeld 54) of delen hun kennis over het onderwerp van een factcheck. Dat doen ze om te duiden en de andere nieuwsgebruikers ervan te overtuigen dat een factcheck foute informatie meegeeft en dus niet klopt. De toon van ook deze reacties is, net als reacties die tot een van de lagere niveaus behoren, eerder negatief. Wel zijn ze constructiever en doordachter.

Voorbeeld 53

"Dat corona oplopen je sterker maakt dan een prik daartegen, is een vaak gehoord argument. Voor sommige infectieziekten geldt wel degelijk dat je levenslang beschermd bent nadat je ze doormaakte. Wie bijvoorbeeld bof had, kan meer antistoffen opgebouwd hebben dan na een vaccinatie. Maar dat gaat niet op voor elke ziekte, zeker niet voor kinkhoest, difterie, klem, en op basis van de huidige gegevens ook niet voor Covid-19. Daar zou het net omgekeerd kunnen zijn. - - - FOUT!
 *
 *
 We weten ondertussen dat natuurlijke immuniteit veel breder is dan die welke door vaccins wordt opgewekt, en het effect van spike mutaties hierop zal naar verwachting ook beperkter zijn.
[https://www.cell.com/immunity/fulltext/S1074-7613\(21\)00031-5](https://www.cell.com/immunity/fulltext/S1074-7613(21)00031-5)
 *
 *
 "Zo'n 20 procent van de Belgen zou op dit moment antistoffen hebben tegen het coronavirus. Het is onduidelijk hoe talrijk en effectief die antistoffen precies zijn. Voorlopig lijken ze een aantal maanden lang te beschermen, al zijn er ook al herinfecties vastgesteld, soms zelfs na korte tijd. De gevallen van een tweede besmetting gaan wel gepaard met minder ernstige klachten." - - - FOUT!
 *
 Er kunnen geen uitspraken gedaan worden over immuniteit adhv. studies die zich beperken tot IgG en IgM-antilichamen.
 *
<https://www.journalofinfection.com/.../S0163.../fulltext> "This apparent immunity to re-infection was maintained for at least 6 months."
 *
<https://immunology.sciencemag.org/content/5/54/eabf3698>
 immuniteit ten minste 8 maanden (status)
 *
<https://science.sciencemag.org/.../01/06/science.abf4063>
<https://immunology.sciencemag.org/content/5/54/eabf3698>
 - bredere context -
 De "geheugen" T-cellen van ons immuunsysteem houden de virussen bij die ze eerder hebben gezien.
 Dit immuuncelgeheugen geeft de cellen een voorsprong in het herkennen en bestrijden van indringers. Men heeft in meerdere studies aangetoond dat er sterke immuniteit onder niet-blootgestelde personen kan ontstaan door kruisreactieve T-celreceptoren (TCR's) tegen oa. gewone CMV- en influenza-antigenen die een

vroege CD8 T-celreactie opzetten om SARS-CoV-2 op te ruimen (zonder dat die mensen hun immuunsysteem SARS-CoV-2 ooit eerder heeft gezien). Dit verklaart waarom een grote groep mensen mildere ziektesymptomen vertonen, terwijl anderen ernstig ziek worden.
 Naarmate we ouder worden, krimpt onze voorraad T-cellen. Mensen boven de 65 jaar hebben veel meer kans op slechte T-cel reacties, en een slecht gecoördineerde immuunrespons in het algemeen.
 **
<https://science.sciencemag.org/content/370/6522/1339.full>
 *
<https://science.sciencemag.org/content/370/6512/89.full>
 *
<https://www.nature.com/articles/s41598-020-78506-9>
 *
<https://www.nature.com/articles/s41586-021-03207-w...>
 *
<https://www.cebm.net/.../what-is-the-role-of-t-cells-in-.../>
 *
<https://www.sciencedirect.com/.../immunolog.../memory-t-cell>
 *
 mucosale immuunresponsen:
 Bij natuurlijk verworven immuniteit kan er sprake zijn van IgA antilichamen, die in staat zijn om SARS-CoV-2 spike-ACE2 interactie te blokkeren, Het virus kan zich dan niet repliceren in de lichaamscellen. Bv:
 *
 "MAb362 binds to both SARS-CoV and SARS-CoV-2 spike proteins and competitively blocks ACE2 receptor binding"
 *
 IgA wordt gevonden in slijm en speeksel in de mond, neus en luchtwegen, de belangrijkste plaatsen die Covid-19 gebruikt om het lichaam binnen te komen
 *
<https://www.frontiersin.org/.../fimmu.2020.611337/full>
 *
<https://www.nature.com/articles/s41368-020-0074-x>
 *
<https://stm.sciencemag.org/content/13/577/eabd2223>
 *
<https://www.frontiersin.org/.../fcimb.2020.605334/full>



Een Facebookreactie op een factcheck van *De Morgen* van 18 februari 2021.

Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprik

Voorbeeld 54	Voorbeeld 55
<p>■■■■■</p> <p>Een internationale groep onderzoekers ging na welke preventieve maatregelen efficiënt zijn om een besmetting met het coronavirus te beperken (1). In volle coronacrisis is het natuurlijk belangrijk om het onderscheid te maken tussen zinvolle en minder zinvolle maatregelen om de epidemie te bestrijden. Om een antwoord te vinden op hun onderzoeksvraag, voerden de onderzoekers een literatuurstudie uit. Ze vonden in totaal 172 studies uitgevoerd bij 25.697 personen, en deden volgende vaststellingen:</p> <p>Een afstand van één meter respecteren deed het risico op corona-infecties dalen met meer dan 80%.</p> <p>Ademhalingsbeschermers dragen, zoals de professionele Filtering Face Piece-maskers (FFP-maskers), deed het risico op een infectie met het coronavirus met 96% afnemen.</p> <p>Met chirurgische maskers en linnen maskers, bestaande uit 12 tot 16 textiellagen, daalde het risico op een corona-infectie met 67%.</p> <p>De onderzoekers besluiten dat sommige mondmaskers beter beschermen dan andere, en dat er meer onderzoek nodig is naar preventieve maatregelen tegen het coronavirus.</p> <p>Bron</p> <p>(1) Chu DK, Akl EA, Duda S, et al. Physical distancing, face masks, and eye protection to prevent person-to-person transmission of SARS-CoV-2 and COVID-19: a systematic review and meta-analysis. <i>Lancet</i>. 2020 Jun 27;395(10242):1973-1987.</p> <p>Like Reply 1y</p>	<p>■■■■■</p> <p>Bullshit want soja telen is geen kinderspel hoor. Het telen van soja heeft een evengrote impact op de wereld. Onze geliefde avocado is een nachtmerrie voor het drinkwater dat de wereld rest. Onze vissen in de oceanen worden met miljoenen gevangen en het grotendeels van de vissen komt terug dood in de zee. Het ecosysteem wordt volledig kapot gerukt door eeuwenoude technieken om te vissen jawel de vis netten !!</p> <p>Grondig tijd om op alle vlakken te strijden tegen het hebzucht van die paar honderden superrijken waardoor ze denken dat de planeet enkel van hen is om winst te maken.</p> <p>Like Reply 50w</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 27 oktober 2020.</p> <p><i>Factcheck Zijn chirurgische mondmaskers beter tegen de verspreiding van het virus?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 3 mei 2021.</p> <p><i>Factcheck Hoeveel CO2 bespaar je als je dagelijkse koffie plantaardig wordt?</i></p>

Tabel 19. Voorbeelden van anti-factcheckreacties waarin commenters hun anti-factcheckargument(en) onderbouwen door een tegenargument te gebruiken.

3.3.6. Niveau 5: Weerleggen en Niveau 6: Weerleggen van het hoofdargument

Niveaus 5 (weerleggen) en 6 (weerleggen van het hoofdargument) van *De Hiërarchie van Onenigheid* (Graham, 2008) gebruiken commenters niet om hun anti-factcheckargumenten te onderbouwen. Volgens Graham (2008) is dat niet verwonderlijk, omdat weerleggen ‘de meest overtuigende vorm van onenigheid is en ook de zeldzaamste, omdat die de meeste inspanning vraagt’. Dit omdat een commenter de auteur moet citeren om wat hij zegt te weerleggen. Concreet moet hij eerst een passage vinden waarmee hij het oneens is en waarvan hij denkt dat die niet klopt en dan nog uitleggen waarom die niet klopt. Een anti-factcheckgeoriënteerde reactie die tot een van deze twee niveaus behoort, zou de grootste kans hebben om anderen te overtuigen, en dus om een effect te hebben op andere nieuwsconsumenten. Maar omdat geen enkele reactie tot niveau 5 of 6 kan worden gerekend, zal de argumentatie van de commenters in dit onderzoek waarschijnlijk weinig effect hebben op andere nieuwsconsumenten.

3.3.7. Combinaties van meerdere niveaus

In 8,5 procent van de reacties komt een combinatie van meerdere niveaus voor. De meestvoorkomende combinaties zijn die van niveau 1 (*ad hominem*) met niveau 2 (*aanspreken op toon*) en die van niveau 0 (*schelden*) met niveau 2 (*aanspreken op toon*). Dat is niet verwonderlijk, omdat dit de laagste en dus ook meestvoorkomende vormen van onenigheid zijn. In voorbeeld 56 spreekt de commenter de factcheck(er) aan op zijn toon, omdat die niet onpartijdig en objectief zou zijn. Hij valt daarmee ook de autoriteit van de factchecker aan, zonder dieper in te gaan op de inhoud van zijn factcheck. Door in zijn reactie te zeggen dat de factcheck is gebaseerd op argumenten van de vaccinproducenten, noemt ook de auteur van anti-

factcheckreactie 57 de partijdigheid van de factcheck(er). Hij combineert niveau 2 met een ad hominem-aanval. Ten slotte combineert de auteur van Facebookreactie 58 niveau 0 met niveau 2: hij scheldt met woorden als 'zever' en spreekt de factcheck(er) aan op zijn partijdigheid door te zeggen dat de media de kant van de regering en Bill Gates kiezen in plaats van die van de bevolking en door 'linkse propaganda' te gebruiken.

Voorbeeld 56	Voorbeeld 57
 <p>Zo altijd maar proberen om trump te bekritisieren. Man man man. Het valt echt niet meer op dat ze het op deze man gemunt hebben met hun gedetailleerd analyses verdraaide feiten en uit de context gerukte opmerkingen en uitspraken. Niet echt onpartijdig en objectief meer hoor. Wie hij ook is het moet wel op de juiste manier door de media getoond worden en dat is soms wel ver te zoeken.</p> <p>Like Reply 1y Edited  10</p>	 <p>is dit de eerste factcheck op de onzin van een beleidsmaker? proficiat... btw jullie argumenten stoelen op correlaties (gepubliceerd door de vaccinproducenten) maar daarom is er nog geen causaal verband. er zijn diverse onafhankelijke metastudies die aantonen dat gevaccineerden (bijna) net zoveel virus overdragen als niet-gevaccineerden.</p> <p>Like Reply 14w  82</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 4 november 2020.</p> <p><i>Factcheck: deze onwaarheden verkondigde Trump in zijn 'overwinningsspeech'</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022.</p> <p><i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>
Voorbeeld 58	
 <p>Tuurlijk.. linkse propaganda, bangmakerij en zeveer is gratis. Stop de waanzin. De overlevingskans is nog altijd 99,98%. De media samen met de regering zijn een bangmakerij campagne begonnen tegen het volk.. Bill gates is baas van de WHO, investeert in pharma en die kerel wil zijn geld zien.</p> <p>Like Reply 1y  4</p> <p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021.</p> <p><i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>	

Tabel 20. Voorbeelden van anti-factcheckreacties waarin commenters hun anti-factcheckargument(en) onderbouwen door een combinatie van twee niveaus te gebruiken.

4. Conclusie/discussie

Deze masterproef had als doel om de volgende onderzoeksvraag te beantwoorden:

→ *Welk discours gebruiken nieuwsgebruikers in hun Facebookreacties tegen factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten?*

4.1. Resultaten van de inhoudsanalyse

Ten eerste tonen de resultaten van de inhoudsanalyse aan dat anti-factcheckkritiek in zes categorieën kan worden opgedeeld. Het eerste kritiekpunt kwam in meer dan de helft van alle anti-factcheckreacties voor: nieuwsgebruikers beweerden dat factchecks niet kloppen door op een of meerdere manieren uit te drukken dat ze onder meer foute, onbetrouwbare en/of gedateerde informatie, leugens en/of halve waarheden bevatten. Een tweede kritiekpunt dat regelmatig voorkwam, is dat factchecks niet onafhankelijk, onpartijdig en/of objectief zouden berichten. De kritiekpunten die nieuwsgebruikers het minst in hun anti-factcheckreacties aanhaalden, behoren tot de derde – *Factchecks zijn onduidelijk en verwarrend* –, de vierde – *Factchecks zijn irrelevant en nutteloos* –, de vijfde – *Gratis factchecks boezemen de bevolking angst in, maar factchecks achter een betaalmuur zouden gratis moeten zijn* – en de zesde categorie – *Factchecks zijn sensationeel*.

Ten tweede viel op dat de toon van de anti-factcheckgeoriënteerde Facebookreacties vaak vrij tot zeer aanvallend is. Die aanvallende toon versterkten nieuwsgebruikers door emoji's, overvloedig veel uitroepen/ of vraagtekens, hoofdletters en/of GIF-bestanden te gebruiken.

Ten derde ging deze studie na hoe commenters de anti-factcheckargumenten in hun Facebookreacties onderbouwen. Daarvoor werd Paul Graham's *Hiërarchie van Onenigheid* (2008) gebruikt. Factchecks en factcheckers werden het vaakst op hun toon aangesproken. Dat is immers een nog vrij lage vorm van onenigheid. Verder gebruikten ze regelmatig een ad hominem-aanval en tegenargument en spraken ze factchecks geregeld tegen in hun Facebookreacties. De hoogste niveaus – *weerleggen* en *weerleggen van het hoofdargument* – gebruikten ze geen enkele keer om hun anti-factcheckargumenten te onderbouwen. Die technieken vragen immers de meeste inspanning. In de meestvoorkomende combinaties van verschillende niveaus gebruikten commenters vooral niveau 0 (*schelden*) en niveau 2 (*aanspreken op toon*).

4.2. Interpretatie van de resultaten

347 – dus 16,7 procent – van de 2 083 geanalyseerde Facebookreacties zijn anti-factcheck. Dat aantal is kleiner dan verwacht, rekening houdend met de literatuur die al over het onderwerp is verschenen. Die laat immers uitschijnen dat nieuwsgebruikers door de komst van sociale media en het internet bijzonder gemakkelijk en snel kritiek kunnen uiten op de media, en dus ook op factchecking, en dat dan ook vaak doen (Kaun, 2014; Brandtzaeg et al., 2018; Pavleska et al., 2018). Daarnaast beschrijft de literatuur dat de maatschappij almaar meer is gepolariseerd en dat er een groeiend publiek sentiment is tegen elitegroepen – de bevolking ziet ook nieuwsmedia als elitaire instellingen. Het feit dat er een verband is tussen iemands vertrouwen in de nieuwsmedia en iemands vertrouwen in en/of tevredenheid over de politieke

instellingen (Hanitzsch et al., 2018), doet dan ook vermoeden dat meer nieuwsgebruikers kritiek hebben op het nieuws van de nieuwsmedia en factchecking als journalistiek genre als nieuwsartikelen en factchecks tegen hun al bestaande overtuigingen ingaan. Ze beginnen nieuwsmedia en politiek ook steeds meer als onderdelen van hetzelfde spel te zien, op basis van regels die vaak ten koste van het publieke belang gaan (Hanitzsch et al., 2018). Hoewel het voor nieuwsgebruikers dus gemakkelijker is geworden om anti-factcheckkritiek te uiten, toont deze masterproef aan dat anti-factcheckreacties de commentaarsecties onder factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten niet domineren.

Op basis van een analyse van 347 anti-factcheckgeoriënteerde reacties werden zes grote categorieën gevonden waarbij die reacties, met daarin een of meerdere anti-factcheckargumenten, konden worden ingedeeld. De literatuur besteedt het meeste aandacht aan de argumenten die nieuwsconsumenten in de geanalyseerde reacties aanhalen die tot de twee grootste categorieën behoren: *Factchecks kloppen niet* en *Factchecks berichten niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk*. Een van de onderzoeken die tot de literatuur daarover behoort en is verschenen, is dat van Brandtzaeg et al. (2018). Ten eerste beweren zij dat factcheckers (politiek) partijdig en bevooroordeeld zouden zijn. Dat argument kan bij de tweede categorie, en dus *Factchecks berichten niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk*, worden ingedeeld. Ten tweede zouden factcheckdiensten opzettelijk informatie fout weergeven. Dat kritiekpunt behoort tot de eerste categorie, dus *Factchecks kloppen niet*. Ook zouden ze deelnemen aan fraude of propaganda en/of deel uitmaken van een groter complot in een voortdurende informatieoorlog. Die twee argumenten worden in deze masterproef ook tot de tweede categorie gerekend. Ten derde stelden nieuwsgebruikers inderdaad dat factcheckers een gebrek aan deskundigheid hebben. Ook dat argument werd ingedeeld bij de tweede categorie.

In de literatuur staan een aantal redenen van nieuwsgebruikers om anti-factcheckargumenten te uiten. Ook die komen overeen met die van de anti-factcheckcommenters die reageerden op factchecks van *De Morgen* en *De Standaard*. Ten eerste beweert Springer (2014) dat mensen een reactie plaatsen om hun woede en kritiek te uiten op elitaire actoren, zoals journalisten en dus ook factcheckers. Dat klopt met de Facebookreacties die in het kader van deze masterproef werden geanalyseerd. Ten tweede gebruikten ze de commentaarsecties onder factchecks om te debatteren of zich te richten tot de redactie. Volgens meerdere onderzoeken houden de discussies met andere commenters altijd het overtuigen van andersdenkenden in (Springer, 2014; Springer et al., 2015; Yoo, 2011). Ook dat komt overeen met de resultaten van dit onderzoek. Ze gebruiken daarvoor trucjes, zoals onderzoeken publiceren, uit onderzoeken citeren, ervaringen delen enzovoort. Gezien hun redenen om te reageren op factchecks, is het niet vreemd dat de toon van nieuwsconsumenten in hun anti-factcheckreacties eerder aanvallend en negatief is. Ksiazek (2015) merkte al op dat mensen vaak opmerkingen maken die opzettelijk iets of iemand aanvallen. Wat ook overeenkomt met de resultaten van deze masterproef, is dat de aard en de toon van de comments variëren naargelang het onderwerp van een nieuwsverhaal (Diakopoulos & Naaman, 2011; Goodman, 2013). Zo staan er onder factchecks over politiek en het coronavirus opvallend meer reacties. Ook de bevinding van Ksiazek en Springer (2018) dat een nieuwsbron die in een nieuwsverhaal wordt geciteerd de aard en de toon van de comments bepaalt, klopt met de bevindingen van deze masterproef. Zo uiten nieuwsgebruikers kritiek op factchecks over het coronavirus die bijvoorbeeld een viroloog aanhalen als bron.

Aangezien veel nieuwsconsumenten een comment plaatsen om factcheck(er)s te bekritisieren door aan te vallen, vinden ze het vaak minder belangrijk om hun anti-factcheckargumenten te onderbouwen. Dat verklaart waarom de onderbouwing van hun argumenten vaak tot een vrij laag niveau van onenigheid behoort volgens *De Hiërarchie van Onenigheid* van Paul Graham (2008). Niveau 2 (*aanspreken op toon*) is de meestgebruikte techniek, maar onverwacht genoeg gebruikten ze ook niveau 4 (*tegenargument*) vaak om hun anti-factcheckargumenten te onderbouwen. De hoogste niveaus – die vergen de meeste inspanning – gebruikten commenters niet. Dat bewijst dat ze vooral kritiek willen uiten zonder hun kritiekpunten voor andere commenters per se overtuigend te willen maken.

4.3. Sterktes en zwaktes van het onderzoek

Deze masterproef is het eerste onderzoek dat bestudeert wat het anti-factcheckdiscours is dat nieuwsconsumenten in hun Facebookreacties gebruiken om over de factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten te spreken. Deze studie heeft die hiaat voor een deel proberen op te vullen. Voor onder andere (de factcheckdiensten binnen) nieuwsmediabedrijven kunnen de resultaten van dit onderzoek interessant zijn. Nieuwsmedia maken immers nu meer dan ooit gebruik van factchecking. Hoe hun nieuwsconsumenten tegenover hun factchecks staan, kunnen ze echter pas nauwkeurig in kaart brengen dankzij studies als deze, op basis waarvan ze dan eventueel een aantal dingen kunnen veranderen of hervormen. Door als nieuwsorganisatie rekening te houden met de resultaten van deze masterproef, zullen commenters in de toekomst misschien minder anti-factcheckgeoriënteerde Facebookreacties plaatsen.

Een eerste sterkte van de methode – een kwalitatief-kwantitatieve inhoudsanalyse – is dat er gedetailleerde inzichten in het anti-factcheckdiscours onder de factchecks konden worden verworven, omdat de analyse volledig manueel werd uitgevoerd. Naast de anti-factcheckargumenten die nieuwsconsumenten gebruiken, kon daardoor ook hoe ze hun argumenten onderbouwen worden onderzocht. Een andere sterkte is dat de onderzoeker de Facebookreacties onder de factchecks van *De Morgen* en *De Standaard* drie keer heeft geanalyseerd om onder meer verkeerde aanduidingen op te sporen. Een laatste sterkte is dat de analyse werd uitgevoerd op Facebookreacties onder factchecks over uiteenlopende thema's, onder meer de politiek, het klimaat en het coronavirus. Een zwakte is dan weer dat de analyse gebeurde door slechts een onderzoeker. Het al dan niet anti-factcheckkarakter van een reactie werd dus op basis van de interpretatie van die ene onderzoeker gecodeerd. Daarnaast is het corpus van 347 anti-factcheckreacties redelijk beperkt, maar daardoor kon er wel in detail geanalyseerd worden wat de categorieën zijn waarin de kritiekpunten van commenters kunnen worden ingedeeld en hoe nieuwsconsumenten hun anti-factcheckargumenten onderbouwen.

4.4. Suggesties voor vervolgonderzoek

De resultaten die blijken uit de analyse die in het kader van deze masterproef werd uitgevoerd, kunnen in toekomstig onderzoek verder worden bestudeerd.

Ten eerste staan in deze masterproef de Facebookreacties van nieuwsconsumenten onder factchecks centraal. Facebook is immers, zoals gezegd, een platform waarvan mensen wereldwijd gebruikmaken. Ook blijkt uit het Digital News Report van 2021 dat mensen via Facebook meer dan via andere socialemediaplatformen nieuws te zien krijgen. Toch zou vervolgonderzoek het discours tegen factchecks van

Vlaamse kwaliteitskranten op andere socialemediaplatformen, bijvoorbeeld Instagram of Twitter, kunnen onderzoeken. Anti-factcheckkritiek van Facebookcommenters representeert de publieke opinie immers niet. Eerdere studies, waaronder die van Mellon en Prosser (2017), bevestigen dit.

Ten tweede is deze masterproef gebaseerd op een relatief beperkt corpus van 347 Facebookreacties. Vervolgonderzoek zou grotere corpora kunnen bestuderen om eventueel nieuwe categorieën te vinden, of om de zes categorieën die uit de analyse blijken die in het kader van deze masterproef werd uitgevoerd, te bevestigen of te nuanceren. Vervolgonderzoek zou behalve meer Facebookreacties ook de reacties onder factchecks over andere thema's kunnen analyseren. De comments onder factchecks over andere onderwerpen zouden immers kunnen verschillen van de reacties die in het kader van deze masterproef werden geanalyseerd.

Ten derde zouden toekomstige onderzoeken zich kunnen verdiepen in de mate waarin en hoe negatieve Facebookreacties een invloed hebben op hoe andere nieuwsgebruikers de kwaliteit van de factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten percipiëren. Zo blijkt uit onderzoek dat negatieve reacties de overtuigende invloed van een nieuwsartikel kunnen doen verminderen (Winter et al., 2015) en dat die een negatieve impact kunnen hebben op iemands kwaliteitsperceptie van een nieuwsartikel (Kümpel & Springer, 2016; Prochazka et al., 2018).

Ten slotte zou vervolgonderzoek zich in plaats van op Vlaamse kwaliteitskranten op Vlaamse populaire kranten, andere media die regelmatig factchecken, of individuele factcheckers kunnen focussen. Door dat te doen, zou er op termijn vergelijkend onderzoek kunnen worden gedaan om onder meer te onderzoeken of de verschillende media evenveel kritiek krijgen of niet, of mensen al dan niet andere anti-factcheckargumenten gebruiken en of ze die argumenten op een andere of dezelfde manier onderbouwen.

Het doel van deze masterproef was ontdekken welke kritiek nieuwsgebruikers hebben op factchecking in het algemeen en factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten in het bijzonder. De basis van deze masterproef is een kwalitatief-kwantitatieve inhoudsanalyse van 347 anti-factcheckgeoriënteerde Facebookreacties onder veertien factchecks van Vlaamse kwaliteitskranten *De Morgen* en *De Standaard*. In het kader van deze masterproef werden drie dingen onderzocht: ten eerste werd er gekeken naar de anti-factcheckkritiek die onder nieuwsgebruikers bestaat; ten tweede onderzocht deze masterproef de toon die ze in hun anti-factcheckgeoriënteerde Facebookreacties aanslaan; en ten derde werd er bestudeerd hoe nieuwsgebruikers hun anti-factcheckkritische argumenten onderbouwen. Op basis van de inhoudsanalyse kon de anti-factcheckkritiek in zes categorieën worden opgedeeld. De grootste houdt in dat factchecks niet zouden kloppen en dus onder meer onbetrouwbare, foute en/of gedateerde informatie, halve waarheden en/of leugens zouden bevatten. De tweede grootste categorie gaat over het argument dat ze niet onpartijdig, objectief en/of onafhankelijk zouden berichten. Op basis van Graham's *Hiërarchie van Onenigheid* (2008) kon worden onderzocht of en/of op welke manier nieuwsgebruikers hun argumenten onderbouwen. Uit de inhoudsanalyse blijkt dat commenters de techniek *aanspreken op toon*, een nog vrij lage vorm van onenigheid, het vaakst gebruiken. Opvallend is dat ze ook regelmatig tegenargumenten gebruiken. Zoals gezegd, kunnen de resultaten van deze masterproef voor onder meer (de factcheckdiensten binnen) nieuwsmediabedrijven interessant zijn. Ze kunnen immers alleen in kaart brengen hoe

nieuwsgebruikers tegenover hun factchecks staan, dankzij onderzoeken als deze, op basis waarvan ze dan eventueel een aantal dingen kunnen veranderen of hervormingen kunnen doorvoeren.

Bibliografie

- Abbasi, A., Zhang, Z., Zimbra, D., Chen, H., & Nunamaker Jr., J. F. (2010). Detecting Fake Websites: The Contribution of Statistical Learning Theory. *MIS Quarterly*, 34(3), 435-461. doi: 10.2307/25750686
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. doi: 10.1257/jep.31.2.211
- Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., & Rubin, J. (2020). Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological Medicine*, 51(10), 1763-1769. doi: 10.1017/S003329172000224X
- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. SAGE Publications Inc.
- Amazeen, M. A. (2013). *Making a Difference: A Critical Assessment of Fact-checking in 2012*. New America Foundation. Geraadpleegd op 7 maart 2022, van https://static.newamerica.org/attachments/10215-making-a-difference/Amazeen_-_A_Critical_Assessment_of_Factchecking.4a3289cb3fcd4a8faf0d94f40ebcdc35.pdf
- Amazeen, M. A. (2016). Checking the Fact-Checkers in 2008: Predicting Political Ad Scrutiny and Assessing Consistency. *Journal of Political Marketing*, 15(4), 433-464. doi: 10.1080/15377857.2014.959691
- Amazeen, M. A. (2020). Journalistic interventions: The structural factors affecting the global emergence of fact-checking. *Journalism*, 21(1), 95-111. doi: 10.1177/1464884917730217
- Arpan, L. M., & Raney, A. A. (2003). An Experimental Investigation of News Source and the Hostile Media Effect. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(2), 265-281. doi: 10.1177/107769900308000203
- Bakker, P. (2018, 16 mei). *Dit zijn de 39 Nederlandse online nieuwsmerken met het grootste bereik*. Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Geraadpleegd op 17 maart 2022, van <https://www.svdj.nl/nieuws/39-online-nieuwsmerken-bereik/>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. doi: 10.1126/science.aaa1160
- Barnes, R. (2015). Understanding the affective investment produced through commenting on Australian alternative journalism website *New Matilda*. *New Media & Society*, 17(5), 810-826. doi: 10.1177/1461444813511039
- Bell, E., Owen, T., Khorana, S., & Henrichsen, J. R. (2017). *Journalism After Snowden: The Future of the Free Press in the Surveillance State*. Columbia University Press.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. doi: 10.1177/0267323118760317

- Bergström, A. (2008). The Reluctant Audience: Online Participation in the Swedish Journalistic Context. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), 60-79. doi: 10.16997/wpcc.67
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at The American Press Institute. Geraadpleegd op 24 maart 2022, van https://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Trust and Distrust in Online Fact-Checking Services. *Communications of the ACM*, 60(9), 65-71. doi: 10.1145/3122803
- Brandtzaeg, P. B., Følstad, A., & Domínguez, M. A. C. (2018). How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services. *Journalism Practice*, 12(9), 1109-1129. doi: 10.1080/17512786.2017.1363657
- Bruns, A. (2019). *Are Filter Bubbles Real?* Polity Press.
- Brunvand, J. H. (1998). *American Folklore: An Encyclopedia*. Routledge.
- Burger, P. [@JPeterBurger]. (z.d.). *Tweets* [Twitterprofiel]. Twitter. Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://twitter.com/JPeterBurger>
- Cantril, H., Gaudet, H., & Herzog, H. (2005). *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*. Taylor & Francis Inc.
- Carr, D. J., Barnidge, M., Lee, B. G., & Tsang, S. J. (2014). Cynics and Skeptics: Evaluating the Credibility of Mainstream and Citizen Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(3), 452-470. doi: 10.1177/1077699014538828
- Choi, J., Yang, M., & Chang, J. J. C. (2009). Elaboration of the Hostile Media Phenomenon: The Roles of Involvement, Media Skepticism, Congruency of Perceived Media Influence, and Perceived Opinion Climate. *Communication Research*, 36(1), 54-75. doi: 10.1177/0093650208326462
- Chou, W.-Y. S., Oh, A., & Klein, W. M. P. (2018). Addressing Health-Related Misinformation on Social Media. *Journal of the American Medical Association*, 320(23), 2417-2418. doi: 10.1001/jama.2018.16865
- Chung, C. J., Nam, Y., & Stefanone, M. A. (2012). Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(2), 171-186. doi: 10.1111/j.1083-6101.2011.01565.x
- Chung, D. S. (2008). Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 658-679. doi: 10.1111/j.1083-6101.2008.00414.x
- Chung, D. S., & Yoo, C. Y. (2008). Audience Motivations for Using Interactive Features: Distinguishing Use of Different Types of Interactivity on an Online Newspaper. *Mass Communication and Society*, 11(4), 357-397. doi: 10.1080/15205430701791048
- CNN. (z.d.). *Daniel Dale*. Geraadpleegd op 5 maart 2022, van <https://edition.cnn.com/profiles/daniel-dale#about>

Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.

Daniller, A., Allen, D., Tallevi, A., & Mutz, D. C. (2017). Measuring Trust in the Press in a Changing Media Environment. *Communication Methods and Measures*, 11(1), 76-85. doi: 10.1080/19312458.2016.1271113

demorgen.be. (2020, 20 augustus). *Factcheck bij de film 'Dark Waters': hoe gevaarlijk is uw teflonpan?* [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/231742536958/search/?q=hoe%20gevaarlijk%20is%20uw%20teflonpan>

demorgen.be. (2020, 4 november). *Factcheck: deze onwaarheden verkondigde Trump in zijn 'overwinningsspeech'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/231742536958/search/?q=deze%20onwaarheden%20verkondigde>

demorgen.be. (2020, 7 november). *Is er eigenlijk iets waar van Trumps claims over verkiezingsfraude?* [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/231742536958/search/?q=is%20er%20eigenlijk%20i%C3%A9ts%20waar%20van%20trumps%20claims>

demorgen.be. (2021, 18 februari). *Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorgeprikt*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/231742536958/search/?q=waarom%20alleen%20kwetsbaren%20vaccineren>

demorgen.be. (2022, 24 januari). *Op de coronabetoging waren ook linksextremisten aanwezig, en die waren uit op 'oorlog'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/231742536958/search/?q=op%20de%20coronabetoging>

Deuze, M. (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *International Journal of Communication*, 2, 848-865. doi: 1932-8036/2008FEA0848

Diakopoulos, N., & Naaman, M. (2011, 19-23 maart). *Towards Quality Discourse in Online News Comments* [Paperpresentatie]. Conference on Computer Supported Cooperative Work, Hangzhou, Zhejiang, China. Geraadpleegd op 16 maart 2022, van <https://dl-acm-org.kuleuven.e-bronnen.be/doi/pdf/10.1145/1958824.1958844>

Dobbs, M. (2012). *The Rise of Political Fact-checking. How Reagan Inspired a Journalistic Movement: A Reporter's Eye View* (Nr. 15318). New America Foundation. Geraadpleegd op 25 maart 2022, van <https://www.issuelab.org/resources/15318/15318.pdf>

Duke Reporters' Lab. (2014). *About the Lab*. Geraadpleegd op 9 februari 2022, van <https://reporterslab.org/about-the-lab/>

Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116. doi: 10.1080/23808985.2019.1602782

EUR-Lex. (2018, 5 december). *GEZAMENLIJKE MEDEDELING AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE EUROPESE RAAD, DE RAAD, HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ EN HET COMITÉ VAN DE REGIO'S: Actieplan tegen desinformatie*. Geraadpleegd op 11 maart 2022, van <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52018JC0036>

FactCheck.org. (z.d.). *Our Mission*. Geraadpleegd op 14 februari 2022, van <https://www.factcheck.org/about/our-mission/>

Factcheck.Vlaanderen. (z.d.). *Onze werkwijze*. Geraadpleegd op 14 februari 2022, van <https://factcheck.vlaanderen/werkwijze>

Farsetta, D., & Price, D. (2006). *Fake TV News: Widespread and Undisclosed: A multimedia report on television newsrooms' use of material provided by PR firms on behalf of paying clients*. Center for Media and Democracy. Geraadpleegd op 19 maart 2022, van <https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/NFNPDFExt6.pdf>

Fletcher, R., & Park, S. (2017). The Impact of Trust in the News Media on Online News Consumption and Participation. *Digital Journalism*, 5(10), 1281-1299. doi: 10.1080/21670811.2017.1279979

Friemel, T. N., & Dötsch, M. (2015). Online Reader Comments as Indicator for Perceived Public Opinion. In M. Emmer, & C. Strippel (Eds.), *Kommunikationspolitik für die digitale Gesellschaft* (pp. 151-172). Digital Communication Research. doi: 10.17174/dcr.v1.8

Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.

Gaozhao, D. (2021). Flagging fake news on social media: An experimental study of media consumers' identification of fake news. *Government Information Quarterly*, 38(3), 1-13. doi: 10.1016/j.giq.2021.101591

Giner-Sorolla, R., & Chaiken, S. (1994). The Causes of Hostile Media Judgements. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30(2), 165-180. doi: 10.1006/jesp.1994.1008

Goodman, E. (2013). *Online comment moderation: emerging best practices*. World Association of Newspapers and News Publishers. Geraadpleegd op 27 maart 2022, van https://netino.fr/wp-content/uploads/2013/10/WAN-IFRA_Online_Commenting.pdf

Graham, P. (2008, maart). *How to Disagree*. Paul Graham. Geraadpleegd op 3 februari 2022, van <http://www.paulgraham.com/disagree.html>

Grant, M. (1995). *Greek and Roman historians: information and misinformation*. Routledge.

Graves, L., & Glaisyer, T. (2012). *The Fact-Checking Universe in Spring 2012: An Overview* (Nr. 15317). New America Foundation. Geraadpleegd op 7 maart 2022, van <https://www.issuelab.org/resources/15317/15317.pdf>

Graves, L. (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-checking in American Journalism*. Columbia University Press.

Graves, L. (2017). Anatomy of a Fact Check: Objective Practice and the Contested Epistemology of Fact Checking. *Communication, Culture & Critique*, 10(3), 518-537. doi: 10.1111/cccr.12163

- Graves, L. (2018). Boundaries Not Drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism Studies*, 19(5), 613-631. doi: 10.1080/1461670X.2016.1196602
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374-378. doi: 10.1126/science.aau2706
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586-eaau4586. doi: 10.1126/sciadv.aau4586
- Gunther, A. C., & Chia, S. C.-Y. (2001). Predicting Pluralistic Ignorance: The Hostile Media Perception and Its Consequences. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(4), 688-701. doi: 10.1177/107769900107800405
- Habermas, J. (1992). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society*. Polity Press.
- Haller, A., & Holt, K. (2016). Paradoxical populism: how PEGIDA relates to mainstream and alternative media. *Information, Communication & Society*, 22(12), 1665-1680. doi: 10.1080/1369118X.2018.1449882
- Hanitzsch, T., Van Dalen, A., & Steindl, N. (2018). Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3-23. doi: 10.1177/1940161217740695
- Hassan, N., Zhang, G., Arslan, F., Caraballo, J., Jimenez, D., Gawsane, S., Hasan, S., Joseph, M., Kulkarni, A., Nayak, A. K., Sable, V., Li, C., & Tremayne, M. (2017). ClaimBuster: The First-ever End-to-end Fact-checking System. *Proceedings of the VLDB Endowment*, 10(12), 1945-1948. doi: 10.14778/3137765.3137815
- Heise, N., Loosen, W., Reimer, J., & Schmidt, J.-H. (2014). Including the Audience: Comparing the attitudes and expectations of journalists and users towards participation in German TV news journalism. *Journalism Studies*, 15(4), 411-430. doi: 10.1080/1461670X.2013.831232
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Harvard University Press.
- Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, 35(2), 441-456. doi: 10.1177/S0038038501000219
- Hwang, H., Kim, Y., & Huh, C. U. (2014). Seeing is Believing: Effects of Uncivil Online Debate on Political Polarization and Expectations of Deliberation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 621-633. doi: 10.1080/08838151.2014.966365
- Hwang, H., Kim, Y., & Kim, Y. (2018). Influence of Discussion Incivility on Deliberation: An Examination of the Mediating Role of Moral Indignation. *Communication Research*, 45(2), 213-240. doi: 10.1177/0093650215616861

Jamieson, K. H., & Taussig, D. (2017). Disruption, Demonization, Deliverance, and Norm Destruction: The Rhetorical Signature of Donald J. Trump. *Political Science Quarterly*, 132(4), 619-650. doi: 10.1002/polq.12699

Johnson, B. T., & Eagly, A. H. (1989). Effects of Involvement on Persuasion: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 106(2), 290-314. doi: 10.1037/0033-2909.106.2.290

Joseph, N. L. (2011). CORRECTING THE RECORD: The impact of the digital news age on the performance of press accountability. *Journalism Practice*, 5(6), 704-718. doi: 10.1080/17512786.2011.587670

Karlsson, M. (2012). Charting the liquidity of online news: Moving towards a method for content analysis of online news. *International Communication Gazette*, 74(4), 385-402. doi: 10.1177/1748048512439823

Karlsson, M., Clerwall, C., & Nord, L. (2017). Do Not Stand Corrected: Transparency and Users' Attitudes to Inaccurate News and Corrections in Online Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 148-167. doi: 10.1177/1077699016654680

Kaun, A. (2014). 'I really don't like them!' – Exploring citizens' media criticism. *European Journal of Cultural Studies*, 17(5), 489-506. doi: 10.1177/1367549413515259

Kim, Y., & Hwang, H. (2019). When partisans see media coverage as hostile: The effect of uncivil online comments on hostile media effect. *Media Psychology*, 22(6), 845-866. doi: 10.1080/15213269.2018.1554492

Köcher, R. (2016, 8 november). *Vertrauenskrise der Medien?* [Powerpoint-slides]. Institut für Demoskopie Allensbach. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van https://publishers-summit.de/fileadmin/ps/user_upload/downloads/vortraege2016/VDZPS16_Renate-K%C3%B6cher_Allensbach-Studie_Vertrauenskrise-der-Medien_20161108.pdf

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2011). *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*. Bloomsbury Publishing.

Ksiazek, T. B. (2015). Civil Interactivity: How News Organizations' Commenting Policies Explain Civility and Hostility in User Comments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(4), 556-573. doi: 10.1080/08838151.2015.1093487

Ksiazek, T. B. (2018). Commenting on the News: Explaining the degree and quality of user comments on news websites. *Journalism Studies*, 19(5), 650-673. doi: 10.1080/1461670X.2016.1209977

Ksiazek, T. B., & Springer, N. (2018). User Comments in Digital Journalism: Current research and future directions. In S. A. Eldridge II, & B. Franklin (Eds.), *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies* (pp. 475-486). Routledge. doi: 10.4324/9781315270449-37

Kümpel, A. S., & Springer, N. (2016). Commenting quality. *Studies in Communication, Media*, 5(3), 353-366. doi: 10.5771/2192-4007-2016-3-353

- Larsson, A. O. (2011). Interactive to me – interactive to you? A study of use and appreciation of interactivity on Swedish newspaper websites. *New Media & Society*, 13(7), 1180-1197. doi: 10.1177/1461444811401254
- Lee, E.-J. (2012). That's Not the Way It Is: How User-Generated Comments on the News Affect Perceived Media Bias. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(1), 32-45. doi: 10.1111/j.1083-6101.2012.01597.x
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106-131. doi: 10.1177/1529100612451018
- Liebes, T. (2000). Inside a News Item: A Dispute Over Framing. *Political Communication*, 17(3), 295-305. doi: 10.1080/105846000414296
- Lowrey, W. (2017). The Emergence and Development of News Fact-checking Sites: Institutional logics and population ecology. *Journalism Studies*, 18(3), 376-394. doi: 10.1080/1461670X.2015.1052537
- Marcus, J. (1993). *Mesoamerican Writing Systems: Propaganda, Myth, and History in Four Ancient Civilizations*. Princeton University Press.
- Medders, R. B., & Metzger, M. J. (2018). The Role of News Brands and Leads in Exposure to Political Information on the Internet. *Digital Journalism*, 6(5), 599-618. doi: 10.1080/21670811.2017.1320770
- Mediawijs. (z.d.). *Digital News Report*. Geraadpleegd op 9 maart 2022, van <https://www.mediawijs.be/nl/onderzoek/digital-news-report>
- Mellon, J., & Prosser, C. (2017). Twitter and Facebook are not representative of the general population: Political attitudes and demographics of British social media users. *Research and Politics*, 4(3), 1-9. doi: 10.1177/2053168017720008
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., & Mccann, R. M. (2003). Credibility for the 21st Century: Integrating Perspectives on Source, Message, and Media Credibility in the Contemporary Media Environment. *Annals of the International Communication Association*, 27(1), 293-335. doi: 10.1080/23808985.2003.11679029
- Meyer, H. K., & Carey, M. C. (2014). In Moderation: Examining how journalists' attitudes toward online comments affect the creation of community. *Journalism Practice*, 8(2), 213-228. doi: 10.1080/17512786.2013.859838
- Mosseri, A. (2017, 7 april). *Working to Stop Misinformation and False News*. Meta. Geraadpleegd op 17 februari 2022, van <https://www.facebook.com/formedia/blog/working-to-stop-misinformation-and-false-news>
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563. doi: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x

Nekmat, E. (2020). Nudge Effect of Fact-Check Alerts: Source Influence and Media Skepticism on Sharing of News Misinformation in Social Media. *Social Media + Society*, 6(1), 1-14. doi: 10.1177/2056305119897322

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute. Geraadpleegd op 17 maart 2022, van https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

Newman, N., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2015). *Reuters Institute Digital News Report 2015: Tracking the Future of News*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Geraadpleegd op 17 maart 2022, van https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Reuters%2520Institute%2520Digital%2520News%2520Report%25202015_Full%2520Report.pdf

Nieminen, S., & Rapeli, L. (2019). Fighting Misperceptions and Doubting Journalists' Objectivity: A Review of Fact-checking Literature. *Political Studies Review*, 17(3), 296-309. doi: 10.1177/1478929918786852

Nieuwscheckers. [@nieuwscheckers]. (z.d.). *Tweets* [Twitterprofiel]. Twitter. Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://twitter.com/nieuwscheckers>

Nyhan, B., & Reifler, J. (2015). The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on U.S. State Legislators. *American Journal of Political Science*, 59(3), 628-640. doi: 10.1111/ajps.12162

Oh, O., Gupta, P., Agrawal, M., & Rao, H. R. (2018). ICT mediated rumor beliefs and resulting user actions during a community crisis. *Government Information Quarterly*, 35(2), 243-258. doi: 10.1016/j.giq.2018.03.006

Park, S., Park, J. Y., Kang, J.-h., & Cha, M. (2021). The presence of unexpected biases in online fact-checking. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 2(1). doi: 10.37016/mr-2020-53

Patterson, T. E. (2013). *Informing the News: The Need for Knowledge-based Journalism*. Vintage Books.

Pavleska, T., Školkay, A., Zankova, B., Ribeiro, N., & Bechmann, A. (2018). *Performance analysis of fact-checking organizations and initiatives in Europe: A critical overview of online platforms fighting fake news*. COMPACT – Social Media and Convergence. Geraadpleegd op 27 februari 2022, van http://www.skamba.info/wp-content/uploads/2018/02/Performance-assessment-of-fact-checking-organizations_A-critical-overiview-opraven%C3%A9-1.pdf

Pickard, V. (2016). Media Failures in the Age of Trump. *The Political Economy of Communication*, 4(2), 118-122.

Poynter. (2022, 1 juni). *About*. Geraadpleegd op 1 maart 2022 van <https://www.poynter.org/about/>

Poynter. (2022, 1 juni). *IFCN*. Geraadpleegd op 1 maart 2022 van <https://www.poynter.org/ifcn/>

Prochazka, F., Weber, P., & Schweiger, W. (2018). Effects of Civility and Reasoning in User Comments on Perceived Journalistic Quality. *Journalism Studies*, 19(1), 62-78. doi: 10.1080/1461670X.2016.1161497

Radio 1. (z.d.). *De Nieuwe Feitenchecker*. Geraadpleegd op 26 februari 2022, van <https://radio1.be/de-nieuwe-feitenchecker>

Rich, T. S., Mildén, I., & Wagner, M. T. (2020). Research note: Does the public support fact-checking social media? It depends who and how you ask. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(8), 1-10. doi: 10.37016/mr-2020-46

Richardson, J. E., & Stanyer, J. (2011). Reader opinion in the digital age: Tabloid and broadsheet newspaper websites and the exercise of political voice. *Journalism*, 12(8), 983-1003. doi: 10.1177/1464884911415974

Robertson, C. T., Mourão, R. R., & Thorson, E. (2020). Who Uses Fact-Checking Sites? The Impact of Demographics, Political Antecedents, and Media Use on Fact-Checking Site Awareness, Attitudes, and Behavior. *The International Journal of Press/Politics*, 25(2), 217-237. doi: 10.1177/1940161219898055

Robinson, S., & Deshano, C. (2011). CITIZEN JOURNALISTS AND THEIR THIRD PLACES: What makes people exchange information online (or not)? *Journalism Studies*, 12(5), 642-657. doi: 10.1080/1461670X.2011.557559

Roth, Y., & Pickles, N. (2020, 11 mei). *Updating our approach to misleading information*. Twitter Blog. Geraadpleegd op 17 februari 2022, van https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2020/updating-our-approach-to-misleading-information

Rotter, J. B. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of Personality*, 35(4), 651-665. doi: 10.1111/j.1467-6494.1967.tb01454.x

Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so Different after All: A Cross-Discipline View of Trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404. doi: 10.5465/AMR.1998.926617

Rubin, V. L., Chen, Y., & Conroy, N. K. (2015). Deception Detection for News: Three Types of Fakes. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-4. doi: 10.1002/pra2.2015.145052010083

Salmon, C. T. (1986). Perspective on involvement in consumer and communication research. *Progress in communication sciences*, 7, 243-268.

Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (2007). An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future. *Academy of Management Review*, 32(2), 344-354. doi: 10.5465/AMR.2007.24348410

Schumacher-Matos, E. (2012, 28 oktober). *Election 1: Fact Checking The NPR Fact Checkers*. NPR. Geraadpleegd op 12 februari 2022, van <https://www.npr.org/sections/publiceditor/2012/10/28/161839145/election-1-fact-checking-the-npr-fact-checkers>

Seligman, A. B. (1997). *The Problem of Trust*. Princeton University Research.

Sevenhant, R., Stragier, J., De Marez, L., & Schuurman, D. (2021). *imec.digimeter 2021: Digitale trends in Vlaanderen*. Imec. Geraadpleegd op 20 maart 2022, van <https://www.imec.be/sites/default/files/2022-05/IMEC-Digimeter-2021.pdf>

Shin, J., & Thorson, K. (2017). Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-Checking Messages on Social Media. *Journal of Communication*, 67(2), 233-255. doi: 10.1111/jcom.12284

Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies, and Viral Content*. Tow Centre for Digital Journalism.

Silverman, C. (2016, 16 november). *This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook*. BuzzFeed News. Geraadpleegd op 19 maart 2022, van <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>

Springer, N. (2014). *Beschmutzte Öffentlichkeit? Warum Menschen die Kommentarfunktion auf Online-Nachrichtenseiten als öffentliche Toilettenwand benutzen, warum Besucher ihre Hinterlassenschaften trotzdem lesen, und wie die Wände im Anschluss aussehen*. LIT Verlag Münster.

Springer, N., Engelmann, I., & Pfaffinger, C. (2015). User comments: motives and inhibitors to write and read. *Information, Communication & Society*, 18(7), 798-815. doi: 10.1080/1369118X.2014.997268

standaard.be. (2020, 8 mei). *'België staat aan de Europese top met aantal tests'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=%E2%80%98Belgi%C3%AB%20staat%20aan%20de%20Europese%20top%20met%20aantal%20tests%E2%80%99>

standaard.be. (2020, 7 juli). *'De laatste veroordeelde politieke terrorist was kabinetslid voor Groen'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=%E2%80%98De%20laatste%20veroordeelde%20politieke%20terrorist%20was%20kabinetslid%20voor%20Groen%E2%80%99>

standaard.be. (2020, 9 september). *Factcheck: 'Vlamingen betalen 70 procent van de belastingen'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=Factcheck%3A%20%E2%80%98Vlamingen%20betalen%2070%20procent%20van%20de%20belastingen%E2%80%99>

standaard.be. (2020, 27 oktober). *Factcheck | Zijn chirurgische mondmaskers beter tegen de verspreiding van het virus?* [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=Factcheck%20%7C%20Zijn%20chirurgische%20mondmaskers%20beter%20tegen%20de%20verspreiding%20van%20het%20virus%3F>

standaard.be. (2020, 6 november). *Wat klopt er van Trumps claims over fraude? Zeven uitspraken gecheckt*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=wat%20klopt%20er%20van%20trumps>

standaard.be. (2021, 5 februari). *'Een 30-jarige hiv-patiënt kan veel beter tegen covid dan een gezonde 50-jarige'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=%E2%80%98Een%2030-jarige%20hiv->

pati%C3%ABnt%20kan%20veel%20beter%20tegen%20covid%20dan%20een%20gezonde%2050-jarige%E2%80%99

standaard.be. (2021, 3 mei). *'Maak je dagelijkse koffie plantaardig! Zo bespaar je jaarlijks evenveel CO2 als 6 uur filerijden op de Antwerpse Ring'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van

<https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=%E2%80%98Maak%20je%20dagelijkse%20koffie%20plantaardig!%20Zo%20bespaar%20je%20jaarlijks%20evenveel%20CO2%20als%206%20uur%20filerijden%20op%20de%20Antwerpse%20Ring%E2%80%99>

standaard.be. (2021, 9 juni). *Factcheck: 'Hogere minimumlonen = hogere werkloosheid'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=Factcheck%3A%20%E2%80%98Hogere%20minimumlonen%20%3D%20hogere%20werkloosheid%E2%80%99>

standaard.be. (2022, 10 januari). *'Een gevaccineerde die besmet is, heeft negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen'*. [Facebook status update]. Geraadpleegd op 22 februari 2022, van <https://www.facebook.com/page/7133374462/search/?q=een%20gevaccineerde%20heeft>

Stanley, B. (2008). The thin ideology of populism. *Journal of Political Ideologies*, 13(1), 95-110. doi: 10.1080/13569310701822289

Stencel, M., & Luther, J. (2021, 2 juni). *Fact-checking census shows slower growth*. Duke Reporters' Lab. Geraadpleegd op 6 februari 2022, van <https://reporterslab.org/fact-checking-census-shows-slower-growth/>

Strömbäck, J., & Esser, F. (2014). Introduction: Making sense of the mediatization of politics. *Journalism Studies*, 15(3), 243-255. doi: 10.1080/1461670X.2014.897412

Stroud, N. J., Van Duyn, E., & Peacock, C. (2016). *News Commenters and News Comment Readers*. Center for Media Engagement. Geraadpleegd op 15 maart 2022, van <https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/03/ENP-News-Commenters-and-Comment-Readers1.pdf>

Tandoc Jr., E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. doi: 10.1080/21670811.2017.1360143

Tapia, A. (2020, 12 december). *What Is an Op-Ed Article?* The Balance Small Business. Geraadpleegd op 28 februari 2022, van <https://www.thebalancesmb.com/oped-what-is-it-and-how-to-write-it-1360714>

Texas State University. (z.d.). *Ad Hominem*. Geraadpleegd op 20 maart 2022, van <https://www.txstate.edu/philosophy/resources/fallacy-definitions/Ad-Hominem.html>

The Washington Post. (z.d.). *Fact Checker*. Geraadpleegd op 7 april 2022, van <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/>

Thorson, E. (2008). Changing Patterns of News Consumption and Participation: News recommendations engines. *Information, Communication & Society*, 11(4), 473-489. doi: 10.1080/13691180801999027

Tonkiss, F., Passey, A., Fenton, N., & Hems, L. (2000). *Trust and Civil Society*. Palgrave Macmillan.

Toronto Star. [@TorontoStar]. (z.d.). *Tweet* [Twitterprofiel]. Twitter. Geraadpleegd op 8 maart 2022, van <https://twitter.com/TorontoStar>

Tsfati, Y. (2003a). Does Audience Skepticism of the Media Matter in Agenda Setting? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(2), 157-176. doi: 10.1207/s15506878jobem4702_1

Tsfati, Y. (2003b). Media Skepticism and Climate of Opinion Perception. *International Journal of Public Opinion Research*, 15(1), 65-82. doi: 10.1093/ijpor/15.1.65

Tsfati, Y. (2010). Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 22-42. doi: 10.1177/0002764210376309

Tsfati, Y., & Ariely, G. (2014). Individual and Contextual Correlates of Trust in Media Across 44 Countries. *Communication Research*, 41(6), 760-782. doi: 10.1177/0093650213485972

Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173. doi: 10.1080/23808985.2020.1759443

Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do People Watch What They Do Not Trust? Exploring the Association Between News Media Skepticism and Exposure. *Communication Research*, 30(5), 504-529. doi: 10.1177/0093650203253371

Tsfati, Y., & Cohen, J. (2013). Perceptions of Media and Media Effects: The Third Person Effect, Trust in Media, and Hostile Media Perceptions. *The International Encyclopedia of Media Studies: Media Effects/Media Psychology*, 128-146. doi: 10.1002/9781444361506.wbiems995

Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The Hostile Media Phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 577-585. doi: 10.1037//0022-3514.49.3.577

Van Dale. (z.d.). Halo-effect. In *Dikke Van Dale*. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://vowb-vandale-nl.kuleuven.e-bronnen.be/zoeken/zoeken.do>

Vande Berg, L. R., Wenner, L. A., & Gronbeck, B. E. (2004). Media Literacy and Television Criticism: Enabling an Informed and Engaged Citizenry. *American Behavior Scientist*, 48(2), 219-228. doi: 10.1177/0002764204267266

Van Gorp, B. (2018). *Verdraaid! Het nieuws anders bekeken*. Pelckmans Pro.

Verhagen, L. (2022, 5 maart). *Wat bezielt de onvermoeibare factchecker? 'Een deel van mijn familie is vermoord door mensen die waanzinnige theorieën aanhingen'*. De Volkskrant. Geraadpleegd op 15 maart 2022, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/wat-bezielt-de-onvermoeibare-factchecker-een-deel-van-mijn-familie-is-vermoord-door-mensen-die-waanzinnige-theorieen-aanhingen~bb7cca9f/>

von Sikorski, C., & Hänel, M. (2016). Scandal 2.0: How Valenced Reader Comments Affect Recipients' Perception of Scandalized Individuals and the Journalistic Quality of Online News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(3), 551-571. doi: 10.1177/1077699016628822

Walter, N., Cohen, J., Holbert, R. L., & Morag, Y. (2020). Fact-Checking: A Meta-Analysis of What Works and for Whom. *Political Communication*, 37(3), 350-375. doi: 10.1080/10584609.2019.1668894

Weber, P. (2014). Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments. *New Media & Society*, 16(6), 941-957. doi: 10.1177/1461444813495165

Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers' public Facebook pages. *New Media & Society*, 20(12), 4728-4747. doi: 10.1177/1461444818784302

Wendling, M. (2018, 22 januari). *The (almost) complete history of 'fake news'*. BBC. Geraadpleegd op 13 maart 2022, van <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-42724320>

West, M. D. (1994). Validating a Scale for the Measurement of Credibility: A Covariance Structure Modeling Approach. *Journalism Quarterly*, 71(1), 159-168. doi: 10.1177/107769909407100115

Winter, S., Brückner, C., & Krämer, N. C. (2015). They Came, They Liked, They Commented: Social Influence on Facebook News Channels. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(8), 431-436. doi: 10.1089/cyber.2015.0005

Yamamoto, M., Hyerim, J., & Ran, W. (2021). Anti-media expression by citizens: conservative summary sites, hostile media perceptions, and media trust in Japan. *Information, Communication & Society*, 1-17. doi: 10.1080/1369118X.2021.1907436

Yoo, C. Y. (2011). Modeling Audience Interactivity as the Gratification-Seeking Process in Online Newspapers. *Communication Theory*, 21(1), 67-89. doi: 10.1111/j.1468-2885.2010.01376.x

Zhang, J., Featherstone, J. D., Calabrese, C., & Wojcieszak, M. (2021). Effects of fact-checking social media vaccine misinformation on attitudes toward vaccines. *Preventive Medicine*, 145, 106408-106408. doi: 10.1016/j.ypmed.2020.106408

Ziegele, M., Johnen, M., Bickler, A., Jakobs, I., Setzer, T., & Schnauber, A. (2013). Männlich, rüstig, kommentiert? Einflussfaktoren auf die Aktivität kommentierender Nutzer von Online-Nachrichtenseiten. *Studies in Communication, Media*, 2(1), 67-114. doi: 10.5771/2192-4007-2013-1-67

Ziegele, M., Breiner, T., & Quiring, O. (2014). What Creates Interactivity in Online News Discussions? An Exploratory Analysis of Discussion Factors in User Comments on News Items. *Journal of Communication*, 64(6), 1111-1138. doi: 10.1111/jcom.12123

Ziegele, M. (2016). *Nutzerkommentare als Anschlusskommunikation: Theorie und qualitative Analyse des Diskussionswerts von Online-Nachrichten*. Springer.

Bijlagen

<p>██████████ Ondertussen heeft ongeveer elk medium al een portie mythes verspreid. Waarom zouden deze meer aanvaardbaar/geloofwaardiger zijn? Like Reply 1y 9</p>	<p>██████████ Propaganda 6 Like Reply 1y</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>
<p>██████████ Ik weet niet of het u ontgaan is, maar deze papers zijn reeds gepubliceerd in enkele van de meest gerespecteerde peer reviewed journals. Ze spreken enkele beweringen die afgedaan worden als feit uit dit De morgen artikel resoluut tegen. Like Reply 1y 3</p>	<p>██████████ Het is maar wat je heldere informatie noemt: het is mogelijk, het zou zijn dat, wetenschappers gaan ervan uit dat, men neemt aan dat, studie loopt nog. Jaja, echte mythbusters... Like Reply 1y 2</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>
<p>██████████ Dit is eenzijdige propaganda, geen journalistiek. Het is helemaal niet nodig om 70% van de bevolking te vaccineren, aangezien een heel groot deel al kruisimmunitet heeft door eerdere besmetting met andere corona-verkoudheidsvirussen. https://www.medi-sfeer.be/.../ldquo-vaccineer-juist-niet...  MEDI-SFEER.BE "Vaccineer juist niet iedereen" (Jeroen van der Hilst) Like Reply 1y 9</p>	<p>██████████ Als men correcte informatie wil geven, moet die weldegelijk correct zijn. "Er zijn geen ernstige bijwerkingen vastgesteld" klopt niet: in het fase2 onderzoek van Astra-Zenica hadden 37 proefpersonen ontstekingen aan het ruggenmerg. Ik zou dat een ernstige bijwerking durven noemen. Like Reply 1y 23</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>
<p>██████████ De vermelde bronnen zijn nogal summier. Geen links naar studies of onderzoeken! Like Reply 1y 9</p>	<p>██████████ Ik post deze tegenargumenten ,niet omdat ik het allemaal beter weet. Ik post ze zodat mensen een eigen afweging dwz vrije keuze kunnen maken in het wel of niet nemen van een vaccin. Ik mis wel de bewijzen door studies en onafhankelijke labo's en experten die "De Morgen" aanhaald om hun versie van het verhaal met feiten te onderbouwen. Dat zou wel fijn zijn. Over de tegens van vaccinatie heb ik al verschillende 'bewijzen cq bronnen' aangehaald. Aan ieder de keuze. Blijf gezond allemaal aub. Like Reply 1y 8</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorpikt</i></p>

<p>██████████ Zeker nonsens dat ze hier neerschrijven dus nog geen moeite doen om het te lezen. Dodelijke vaccins...! Red alert....! Like Reply 1y</p>	<p>██████████ Ik begrijp niet waarom u zich verlaagt tot het manipuleren van uw lezers met dit tendentieuze artikel ? 🙄 Like Reply 1y</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorprijkt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorprijkt</i></p>
<p>██████████ De big pharma lobby...</p>  <p>Like Reply 1y</p>	<p>██████████</p>  <p>Like Reply 1y</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorprijkt</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Morgen</i> van 18 februari 2021. <i>Waarom alleen kwetsbaren vaccineren niet voldoende is: 6 schadelijke mythes over de vaccins doorprijkt</i></p>
<p>██████████ https://www.nature.com/articles/d41586-021-02689-y</p>  <p>Like Reply 20w</p>	<p>██████████ Een masker beschermt u NIET tegen virussen, het helpt een beetje de verspreiding tegen te gaan door mensen die reeds besmet zijn. Like Reply 1y</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 10 januari 2022. <i>Factcheck Heeft een gevaccineerde die besmet is negen à tien keer minder kans om het virus over te dragen?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 27 oktober 2020. <i>Factcheck Zijn chirurgische mondmaskers beter tegen de verspreiding van het virus?</i></p>

 <p>Is er écht geen evolutie in de wetenschap hierover de laatste 6 maand? De test is op 10/07 gedaan.</p> <p>Like Reply 1y</p>	 <p>https://youtu.be/g9_SgYJnbKo</p> <p>YOUTUBE.COM CHRISTINA BOBB: DAY 3. THE EVIDENCE OF VOTER FRAUD CNN CAN'T FIND</p> <p>Like Reply 1y</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 27 oktober 2020.</p> <p><i>Factcheck Zijn chirurgische mondklappers beter tegen de verspreiding van het virus?</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 6 november 2020.</p> <p><i>Factcheck Wat klopt er van Trumps uitspraken over verkiezingsfraude?</i></p>
 <p>Niet volgens verschillende economen.</p> <p>Like Reply 50w</p>	 <p>en in 2019 nogmaals veroordeeld tot 6 maanden voor kwaadwillige belemmering van het spoorverkeer. 😞</p> <p>https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20190110_04093763</p> <p>NIEUWSBLAD.BE Anarchist veroordeeld omdat hij tips voor spoor sabotage verspreidt</p> <p>Like Reply 1y Edited</p>
<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 9 juni 2021.</p> <p><i>Factcheck: 'Hogere minimumlonen = hogere werkloosheid'</i></p>	<p>Een Facebookreactie op een factcheck van <i>De Standaard</i> van 7 juli 2020.</p> <p><i>Factcheck: was de laatst veroordeelde politieke terrorist een kabinetslid voor Groen?</i></p>