

De angst voor het witte busje

Een analyse van het gebruik van logos- en ethostechnieken door traditionele en vernaculaire media

MA Scriptie

Naam: Ivo Terpstra

Studentnummer: s1601547

Opleiding: Master Media Studies: Journalistiek en Nieuwe Media

Instelling: Universiteit Leiden

Scriptiebegeleider: Dr. J.P. Burger

Tweede lezer: Prof. Dr. J. C. de Jong

Abstract

Deze scriptie onderzoekt welke logos- en ethostechnieken worden gebruikt in kranten en op Facebook in de discussie over witte busjes met kinderlokkers. Logos en ethos zijn retorische overtuigingsmiddelen, die respectievelijk inhouden de argumentatie en de indruk die als spreker wordt gemaakt. Het onderzochte corpus bestaat uit krantenartikelen en Facebookdiscussies uit de afgelopen drie jaar, waarvan de manier is geanalyseerd waarop discussianten zeggen te geloven in de witte busjes en de manier waarop zij daar autoriteit bij claimen.

Voorwaardelijke gelovers, die stellen dat de busjes zouden kunnen bestaan, hebben zowel in de krant als op Facebook de overhand. Journalisten beroepen zich hierbij vooral op een autoriteit die de zaak serieus neemt, terwijl gebruikers van Facebook met name het zekere voor het onzekere nemen. Debunkers, die het bestaan van de witte busjes ontkennen, komen net iets minder voor. Debunkende artikelen wijzen hierbij op autoriteiten die het ontkennen, Facebookgebruikers vooral op het gevaar van sociale media. Fervente gelovers en ervaringsgelovers zijn nauwelijks te vinden.

Kranten maken relatief weinig gebruik van ethostechnieken. De technieken die zij wel gebruiken behoren vooral toe aan de ethosdimensie 'deskundigheid'. Op Facebook worden ethostechnieken veel en gevarieerd aangedragen. Er zijn achttien verschillende technieken gevonden. Het zwartmaken van een gemeenschappelijke tegenstander komt zowel onder gelovers als onder debunkers het vaakst voor.

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	4
2. Theoretisch kader	7
2.1 Gezagscrisis	7
2.2 Sociale constructies van maatschappelijke problemen	8
2.3 Moderne sagen	9
2.4 Retorica	10
2.4.1 Retorica: logos	10
2.4.2 Stijlen van (on)geloof	12
2.4.3 Retorica: ethos.....	14
2.4.4 Hypothese op basis van de theorieën.....	16
3. Onderzoeksmaterialen en -methoden.....	18
3.1 Materiaalselectie	18
3.2 Privacy	19
3.3 Analysemethode.....	20
3.3.1 Logos	21
3.3.2 Ethos.....	21
3.4 Betrouwbaarheid onderzoek	23
3.4.1 Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid logos	24
3.4.2 Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid ethostechnieken	25
4. Resultaten: logos	27
4.1 Geschiedenis van de witte busjes met kinderlokkers	27
4.2 Stijlen van (on)geloof in Facebookdiscussies	29
4.2.1 Voorwaardelijke gelovers.....	30
4.2.2 Debunkers	34
4.2.3 Fervente gelovers	36
4.2.4 Ervaringsgelovers.....	37
4.2.5 Samenvatting.....	38
4.3 Stijlen van (on)geloof in krantenberichtgeving	39
4.3.1 Voorwaardelijke gelovers.....	40
4.3.2 Debunkers	43

4.3.3 Fervente gelovers	45
4.3.4 Ervaringsgelovers.....	46
4.3.5 Krantenkoppen	46
4.3.6 Samenvatting.....	47
5. Resultaten: ethos.....	49
5.1 Ethostechnieken in Facebookdiscussies	49
5.2 Ethostechnieken in krantenberichten.....	57
6. Conclusies.....	61
6.1 Logos	61
6.2 Ethos.....	62
6.3 Traditionele vs. vernaculaire media.....	63
6.4 Analysemodel	64
6.5 Gezagscrisis	64
7. Discussie.....	66
7.1 Limitaties aan het onderzoek.....	66
7.2 Analysemodel	67
7.3 Vervolgonderzoek.....	67
Bibliografie	69
Bijlage 1: Codeboek logos.....	71
Bijlage 2: Resultaten interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstest logos.....	75
Bijlage 3: Codeboek Ethostechnieken.....	77
Bijlage 4: Resultaten interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstest ethostechnieken	80
Bijlage 5: Overzicht bronnenmateriaal	82

1. Inleiding

“Meisjes (14) voelen zich bedreigd door eigenaardig gedrag man in wit busje” (AD Amersfoortse Courant, 27 juni 2013). “Kinderlokker. Politie Rijnmond wordt overspoeld met meldingen van 'witte busjes” (Metro, 10 april 2014). “Commotie in Gouda rond rode en witte lokbusjes” (AD Groene Hart, 12 april 2014). Wie deze krantenkoppen leest, zal voortaan extra alert zijn als een wit bestelbusje door zijn of haar wijk rijdt. Sinds begin deze eeuw doken dergelijke berichten over verdachte mannen in witte bestelbusjes regelmatig op, zowel in Nederlandse kranten als online op sociale media. De bestuurders zouden kinderen aanspreken, proberen te lokken, mogelijk zelfs ontvoeren of – nog gruwelijker – opensnijden om organen te stelen. Met name op internet deden de afgelopen jaren de wildste varianten de ronde.

De positie van traditionele media staat onder druk. Dit is met name het gevolg van de opkomst van het vernaculaire web, het geheel van participatieve websites als blogs, forums, wiki's en lezersreacties op nieuwssites en sociale media (Howard 2008a, p.490). Allereerst verliezen de 'oude' media hun machtspositie binnen het medialandschap door de opkomst van nieuwe online media elites (Streisand & Newman 2005, p.54). Het aantal consumenten van oude media daalt zodoende ten gunste van nieuwe media op het vernaculaire web.

Een ander probleem waar traditionele media mee kampen betreft het behouden van autoriteit. Doordat mensen eenvoudig hun stem op internet kunnen laten horen, kunnen zij hun eigen waarheid verkondigen ten opzichte van wat traditionele media berichten. Anderen zijn vervolgens weer in staat deze waarheden te lezen en af te zetten tegen de berichten uit traditionele media. Individuen zoeken zo in de vorm van het vernaculaire web naar een autoriteit als alternatief voor de traditionele instituten (Howard 2008a, p.491). Er wordt dan ook wel gesproken over de aanwezigheid van een gezagscrisis.

Dit onderzoek moet een bijdrage leveren aan de kennis van die gezagscrisis. Dit zal gebeuren aan de hand van een specifieke casus, namelijk de berichtgeving over witte busjes met kinderlokkers. De afgelopen jaren verschenen berichten over dergelijke busjes met regelmaat in het nieuws, terwijl ook op het vernaculaire web werd gediscussieerd over de waarheid van dit verhaal. Door aan de hand van de retorica te analyseren op welke manier beide media zeggen wel of niet te geloven in witte busjes en welke autoriteit ze daarbij aandragen ter ondersteuning van het standpunt, kan worden bepaald in hoeverre er sprake is van een gezagscrisis.

Natuurlijk is het bestuderen van een enkele casus niet voldoende om generaliserende conclusies te kunnen trekken over de gezagscrisis. De in dit onderzoek behandelde casus kan echter wel een onderdeel zijn van een breed onderzoek dat wel voor dergelijke conclusies zou kunnen zorgen.

In de toekomst zullen meer casussen moeten worden onderzocht, om de verschillende conclusies met elkaar te kunnen vergelijken en zo de gezagscrisis te duiden.

Er zijn verschillende onderzoeken gepubliceerd over de manieren waarop mensen geloven of niet geloven in moderne sagen of volksverhalen, oftewel de *stijlen van (on)geloof*. Onderzoekers zijn echter vaak voorbijgegaan aan online discussies. Donovan (2002) onderzocht bij haar studie naar *urban legends* wel de manier waarop mensen online met elkaar in gesprek gingen. Zij gaat echter voorbij aan de wisselwerking tussen het vernaculaire web en nieuwsmedia die berichten over dergelijke moderne sagen. De scriptie van Bos (2012) richt zich op online forumdiscussies, maar ook hier beperkt de aandacht zich tot het vernaculaire web en blijven traditionele media buiten beschouwing. Traditionele media zijn echter niet los te zien van het vernaculaire web, ze raken immers steeds dieper met elkaar verstrengeld (Deuze 2011). Mensen discussiëren naar aanleiding van nieuwsberichten op sociale media met elkaar en de traditionele media bieden bij hun berichtgeving ook steeds vaker de mogelijkheid voor de consument om de discussie aan te gaan.

Inmiddels zijn er ook onderzoeken verschenen waarin de relatie tussen nieuwsmedia en online discussies is geanalyseerd (Burger & Vanderveen 2010; Burger 2014; Karsemeijer 2014). Om ook de uitkomsten van deze onderzoeken te versterken, is het noodzakelijk om meer maatschappelijke kwesties vanuit *journalism studies* te onderzoeken. Het is bijvoorbeeld nog onduidelijk in hoeverre het schema met ethostechnieken van Burger en Anemaet (2011) ook voor andere casussen opgaat. Dat onderzoek heeft een schematisch overzicht opgeleverd met verschillende manieren waarop mensen in online discussies autoriteit aan hun berichten toevoegen. Door in dit onderzoek te kijken in hoeverre dat schema ook voor de discussie over witte busjes opgaat, wordt er een stap verder gezet in de richting van een algemeen analysemodel. In het theoretisch kader wordt er verder ingegaan op dit analysemodel.

Theorieën die betrekking hebben op moderne sagen, stijlen van (on)geloof en retorica vormen het kader aan de hand waarvan een antwoord zal worden gezocht op de volgende onderzoeksvraag:

Op welke manier worden de retorische overtuigingsmiddelen logos en ethos ingezet in de discussie over witte busjes met kinderlokkers in krantenberichten en op Facebook?

De toevoeging ten aanzien van de hierboven genoemde onderzoeken zal zijn dat in dit onderzoek Facebook als onderdeel van het vernaculaire web centraal staat. Burger en Vanderveen (2010), Burger (2014) en Karsemeijer (2014) hebben zich specifiek toegelegd op discussies op online fora. Een onderzoek naar discussies op Facebook ontbreekt nog, terwijl Facebook met 9,4 miljoen Nederlandse

gebruikers verreweg het meest gebruikte sociale medium van Nederland is.¹ Ten opzichte van bijvoorbeeld Twitter heeft Facebook bovendien het voordeel dat er geen beperking in het aantal tekens is. Op Facebook is iedereen in staat om in zowel korte als lange bewoordingen te reageren op de berichtgeving over witte busjes, terwijl men op Twitter gebonden is aan honderdveertig tekens. Facebook trekt bovendien mensen aan uit alle lagen van de bevolking en van alle leeftijden. Een laatste voordeel is dat mensen op Facebook in de meeste gevallen actief zijn onder hun eigen naam. Op forums wordt bijvoorbeeld vaak gebruik gemaakt van *nicknames*. Omdat gebruikers niet schrijven onder hun eigen naam, zou dit invloed kunnen hebben op de zuiverheid van de reacties. Reacties zouden bijvoorbeeld extremer kunnen zijn, omdat iemands identiteit toch moeilijk te achterhalen is. Omdat er in dit onderzoek wordt gekeken naar wat mensen zeggen en hoe ze dat zeggen, is de grotere zuiverheid van reacties op Facebook een groot voordeel.

Er zal in dit onderzoek zowel een kwalitatieve als een kwantitatieve inhoudsanalyse worden uitgevoerd. Hierdoor zal er een zo volledig mogelijk overzicht ontstaan van de manier waarop kranten en mensen op Facebook hun (on)geloof over de berichten beargumenteren en van de manier waarop zij daar autoriteit bij claimen.

In hoofdstuk 2 zullen eerst de belangrijkste concepten en theorieën voor dit onderzoek uiteen worden gezet. Hoofdstuk 3 richt zich op de onderzoeksmethode die gebruikt zal worden om de onderzoeksvraag te beantwoorden. Om tot een zo sluitend mogelijk antwoord te komen, zal er een kwalitatieve en een kwantitatieve retorische analyse worden uitgevoerd op zowel krantenberichten als Facebookreacties. In hoofdstuk 4 en 5 zullen de resultaten van deze analyse worden toegelicht. Dit leidt tot een conclusie waaruit moet blijken welke argumenten worden gebruikt in de discussie over witte busjes met kinderlokkers, evenals op welke manier de kranten en de Facebookgebruikers hier autoriteit bij claimen. Vervolgens wordt in discussiehoofdstuk 7 gereflecteerd op de onderzoeksresultaten en zullen aanbevelingen voor verder onderzoek worden gedaan.

¹ Cijfers gebaseerd op het *Nationaal Social Media Onderzoek 2015*, gepubliceerd op 2 februari 2015.

2. Theoretisch kader

De in de inleiding gepresenteerde onderzoeksvraag valt grofweg uiteen in twee delen. Allereerst moet de vraag worden beantwoord op welke manier kranten en discussiedeelnemers op Facebook wel of niet zeggen te geloven in de verhalen over witte busjes met kinderlokken. De verschillende manieren waarop mensen wel of niet geloof uitspreken in een verhaal worden ook wel met de term *stijlen van geloof* aangeduid. Ten tweede moet de manier waarop hierbij autoriteit wordt geclaimd worden onderzocht. Retorica, letterlijk 'de leer van de welsprekendheid', is een uitgelezen middel om deze twee onderdelen te analyseren. Op welke manier de retorica zal worden gebruikt wordt later in dit hoofdstuk uitgelegd. Eerst worden een aantal algemenere concepten besproken, te weten de gezagscrisis, sociale constructies van maatschappelijke problemen en moderne sagen. Deze vormen een overkoepelend kader waarbinnen de witte busjes met kinderlokken zullen worden bestudeerd.

2.1 Gezagscrisis

Met de komst van het internet is de autoriteit van traditionele media in het geding. Howard (2008a, p.491) stelt dat individuen vandaag de dag in staat zijn om oude media-instituten te negeren en hun eigen creaties aan te bieden aan het internetpubliek. Wie informatie zoekt, gaat niet meer automatisch af op de autoriteit van bijvoorbeeld de krant of televisie, maar gebruikt zoekmachines of sociale media om hieraan te komen en om over een onderwerp in discussie te gaan met andere gebruikers. Door de deze nieuwe manier van communiceren, treedt er een hybridisering op tussen traditionele en vernaculaire media (Howard 2008a, p.490): het vernaculaire web maakt weliswaar onderdeel uit van de instituties, maar onderscheidt zich aan de andere kant van het institutionele. Dit onderscheid is met name terug te vinden op het gebied van autoriteit. Het vernaculaire web biedt alternatieven ten opzichte van de enkele autoriteit van een instituut (Howard, 2008b, p.206). Er zijn op het vernaculaire web verschillende stemmen en daarmee autoriteiten die gehoord kunnen worden. Het monologische karakter van traditionele media verandert in een interactief karakter op het vernaculaire web.

De autoriteit van de instituten onder druk komt te staan. Door het interactieve karakter van het vernaculaire web vervaagt de grens tussen expert en niet-expert. Er wordt in dit verband dan ook gesproken van een gezagscrisis. De autoriteit ligt niet langer alleen in handen van instituten: mensen kunnen binnen het vernaculaire web hun eigen waarheid creëren en daarmee een alternatief bieden voor het eenzijdige communicatieproces van traditionele media.

2.2 Sociale constructies van maatschappelijke problemen

Discriminatie, armoede, ongelukken, gevaar. Een moderne samenleving brengt onvermijdelijk veel verschillende problemen met zich mee. Degelijke zaken worden vaak aangeduid met de term sociale problemen. Best (2009, p.3) geeft bijvoorbeeld de definitie uit het boek *Social Problems* van Bassis, Gelles en Levine uit 1982: 'Een sociaal probleem is een sociale omstandigheid dat schadelijk is bevonden voor het individuele of maatschappelijke welzijn.' Best geeft aan dat de kern van deze definitie overeenkomt met wat in algemene zin wordt gezien als een sociaal probleem, maar dat deze objectivistische definitie niet zaligmakend is.

Er wordt in de definitie van Bassis et al. immers voorbijgegaan aan het subjectieve karakter van een sociaal probleem. Te veel eten kan bijvoorbeeld schadelijk zijn voor een individu of maatschappij, maar voeding wordt volgens Best (2009, p.4) vaak niet beschouwd als sociaal probleem. Daar zit het subjectieve aspect: een sociaal probleem is wat mensen zien als een sociaal probleem (Best 2009, p.4). En andersom geldt dat als een objectief probleem wel aanwezig is, maar niet als zodanig wordt beschouwd, er geen sprake is van een sociaal probleem. Bovendien geeft Best (2009, p.5) aan dat de objectivistische definitie moeilijk te gebruiken is in het kader van wetenschappelijk onderzoek. Dit omdat er bij deze definitie weinig overeenkomsten zijn tussen verschillende sociale problemen, behalve dat ze op een of andere manier schadelijk zijn. Als sociale problemen op de objectivistische manier worden bekeken, is er dan ook nauwelijks sturing die helpt om het concept goed te begrijpen (Best 2009, p.5). Bij onderzoek naar het ene sociale probleem moeten andere vragen worden gesteld dan bij onderzoek naar een ander sociaal probleem. Bij de objectivistische benadering wordt hier geen rekening mee gehouden.

Vanwege de beperkingen van de objectivistische definitie van een sociaal probleem, zijn wetenschappers op zoek gegaan naar een nieuwe definitie. De constructionisten zien sociale problemen niet als een omstandigheid – zoals de objectivisten – maar als een product, iets dat is geconstrueerd door sociale activiteiten. In het kader hiervan is de definitie van Spector en Kitsuse (1977) bruikbaar. Zij omschrijven sociale problemen als 'the activities of individuals or groups making assertions of grievances and claims with respect to some putative conditions' (Spector & Kitsuse 1977, p.75). In deze definitie wordt het proces van het benoemen van het probleem, ofwel het maken van claims, benadrukt. Het gaat er dus niet om dat een probleem daadwerkelijk bestaat, het is van belang dat mensen er claims over maken (Best 2009, p.6).

De *claimsmakers* waar Best c.s. over spreken hebben als doel het institutionaliseren van het benoemde sociale probleem: het probleem moet worden erkend en er is beleid nodig om er iets aan te doen. *Insider claimsmakers* zijn zelf beleidsvoerders of hebben rechtstreeks toegang tot beleidsvoerders en daarmee ook tot het beleid, terwijl *outsider claimsmakers* middelen als publiciteit,

demonstraties of eigen voorlichting nodig hebben om toegang tot beleid te krijgen (Burger 2014, pp.79-80). Daarentegen heeft bijvoorbeeld een deelnemer aan een internetdiscussie niet het doel om het sociale probleem te institutionaliseren. Daarom moet er een onderscheid gemaakt worden tussen *claims-making* en *sense-making*. Waar bij *claims-making* het doel is gericht op beleid, wordt er bij *sense-making* een poging gedaan om een bepaalde ervaring te duiden (Burger 2014, p.203).

Volgens Best (2008, p.17) vindt de constructie van een sociaal probleem plaats via verschillende stappen. Eerst moet er worden benoemd dat een bepaald probleem speelt in de maatschappij. In de claim wordt beargumenteerd waarom iets een probleem is. Via media-aandacht komt het probleem breder op de kaart te staan, waarna er vanuit de maatschappij weer een reactie op komt. Als het probleem voldoende aandacht heeft gekregen en breed gedragen wordt, kan er over worden gegaan tot besluitvorming om het probleem op te lossen. Toch hoeft het probleem niet de wereld uit te zijn als gevolg van deze besluitvorming. Bijvoorbeeld wanneer een beleid niet effectief is of het probleem ondanks de genomen besluiten opnieuw opdoemt, begint dit proces weer van voren af aan.

2.3 Moderne sagen

De verhalen over witte busjes met kinderlokkers maken deel uit van een groter geheel aan moderne sagen. Wie aan sagen en volksverhalen denkt, heeft al gauw het romantische beeld van traditionele verhalen, die oraal van generatie op generatie worden doorverteld. Dit kenmerk van oraliteit moet echter worden losgelaten. Een groot deel van de verzameling moderne sagen is niet afkomstig van een mondelinge overdracht: ze zijn ontleend aan de media en orale versies zijn op hun beurt vaak afgeleid van mediaversies (Burger 2014, p.30). Het kenmerk oraliteit komt dan ook te vervallen wanneer wordt gekeken naar de manier waarop de waarheid van verhalen wordt geconstrueerd.

Een ander kenmerk dat nauw verbonden lijkt met een sage, is dat een sage een onwaar verhaal is. De gedachte dat sagen objectief gezien verzonden verhalen zijn, is nog steeds aanwezig onder onderzoekers (Burger 2014, p.22). De onderbouwing hiervan is vaak gebaseerd op het traditionele karakter van de verhalen en op de grote verschillen qua verschijningsvormen. Dat een verhaal een traditioneel karakter heeft is echter geen steekhoudend argument dat bewijst dat dit verhaal verzonden is. Dat een verhaal in vele variaties voorkomt evenmin. Ook het kenmerk onwaarheid kan dus komen te vervallen, omdat dit geen eigenschap is die sagen onderscheidt van andere verhalen.

In het licht van dit onderzoek is het veel bruikbaar om naar het proces zelf te kijken. Of een verhaal onwaar is doet niet ter zake, het gaat erom dat er discussie is over het waarheidsgehalte en in dat licht is het interessant hoe mensen hun bijdrages aan deze discussie construeren.

In het kader hiervan is het belangrijk om te kijken welke onderscheiden er zijn te vinden op het gebied van institutionalisering en vertelvelden. Sommige verhalen kunnen erkend zijn als sociaal probleem en bevinden zich op het formele vertelveld. Andere verhalen gaan vooral rond in informele sfeer en zijn op die manier nog niet geïnstitutionaliseerd als sociaal probleem. Burger (2014, p.104) onderscheidt op deze manier twee verschillende typen sagen. *Officiële sagen* zijn telkens terugkerende verhalen waarvan de waarheid wordt bediscussieerd, die door instituties als kranten, andere (nieuws)media, politici en wetenschappers worden gepresenteerd als zijnde waar. Deze worden dus binnen het formele vertelveld gepresenteerd, waarna ze op informeel niveau kunnen worden bediscussieerd. Aan de andere kant staan *vernaculaire sagen*, verhalen die juist op informeel niveau worden verteld en geloofd en waar de traditionele media de waarheid juist van betwisten.

Het bovenstaande laat zien dat er twee hoofdkenmerken van moderne sagen kunnen worden onderscheiden: de verhalen komen telkens opnieuw terug en er is discussie over het waarheidsgehalte. De definitie die Burger (2014, p.15) geeft van sagen sluit hier het best bij aan: een sage is volgens hem een 'verhaal dat bestempeld wordt als traditioneel en waarvan de waarheid ter discussie staat.' Voor dit onderzoek worden moderne sagen op eenzelfde manier gezien: verhalen die over langere periode telkens terugkeren en waarvan de waarheid wordt bediscussieerd.

2.4 Retorica

Om inhoudelijk te kunnen analyseren op welke manier kranten en Facebookgebruikers praten over witte busjes met kinderlokken, is de retorica een nuttig middel. De retorica vormt als sinds de klassieke oudheid een middel om standpunten en argumenten te analyseren. Volgens Aristoteles worden drie middelen ingezet om een betoog zo overtuigend mogelijk te maken: logos, ethos en pathos. Deze overtuigingsmiddelen houden respectievelijk in de daadwerkelijk aangedragen feiten en cijfers, de indruk die een spreker of schrijver wekt en de emotie die wordt opgeroepen bij toehoorders of lezers (Braet 2007). Dit laatste, pathos, zal binnen dit onderzoek buiten beschouwing worden gelaten. Omdat de nadruk zal liggen op de manieren waarop mensen zeggen wel of niet te geloven in de verhalen over witte busjes (logos) en de autoriteit die ze daarbij claimen (ethos), is het aspect pathos minder van belang. De begrippen logos en ethos zullen in de volgende paragrafen nader worden uitgewerkt.

2.4.1 Retorica: logos

Met logos wordt de daadwerkelijke argumentatie bedoeld. Het gaat hierbij dus om de inhoud, zonder te kijken naar niet-argumentatieve overtuigingsmiddelen. Braet (2007) onderscheidt vijf soorten

argumenten, ook wel topen of vindplaatsen genoemd. Hierbij baseert hij zich op de klassieke indeling van argumentsoorten van Aristoteles.

De eerste soort betreft de argumentatie op basis van waarschijnlijkheid. Deze waarschijnlijkheid kan gebaseerd zijn op tekens of op oorzaken of redenen die op een feit wijzen. Het is dus een samenspel tussen werkelijkheid (het argument) en waarschijnlijkheid (het standpunt). Argumenten op basis van waarschijnlijkheid zijn alleen bruikbaar bij wat Braet noemt *feitelijke standpunten*, standpunten op basis van feitelijke uitspraken, maar waarbij het wel onzekere feiten betreft.

Ten tweede zijn er argumenten op basis van waarden. Hierbij gaat het om standpunten die worden beargumenteerd op basis van positieve of negatieve eigenschappen of op basis van voor- of nadelige gevolgen die dat standpunt rechtvaardigen. Deze vorm van argumentatie past bij *waarderende standpunten*, waarin een waardeoordeel wordt opgehangen aan een standpunt.

Argumenten kunnen ook op basis van analogie worden gegeven, waarbij er een vergelijking wordt gemaakt met een ander geval. Als iets in een vergelijkbaar geval geldt, dan geldt het ook in dit geval, zo luidt de redenering. Analogische argumenten passen zowel bij feitelijke als bij waarderende standpunten.

Als iets in het algemeen geldt omdat er een of meerdere typerende voorbeelden van gegeven kunnen worden, dan wordt er volgens Braet gesproken van argumentatie op basis van voorbeelden. Deze argumentsoort – die eveneens bij zowel feitelijke als waarderende standpunten te gebruiken is – is vergelijkbaar met de argumentatie op basis van analogie, maar het verschil is dat er bij voorbeeldargumenten generalisatie optreedt in het standpunt. Bij analogische argumenten gaat het in het standpunt om een enkel specifiek geval.

Tot slot zijn er argumenten op basis van gezag. Hierbij wordt er in de argumentatie gewezen op een gezaghebbend persoon die het standpunt deelt. Het feit dat iemand met gezag iets vindt, moet de juistheid van het standpunt bewijzen. Ook deze standpunten zijn bovenal bruikbaar voor feitelijke standpunten, al is het ook mogelijk bij waarderende standpunten. Met deze vijfde en laatste toop kunnen de argumentatiesoorten volgens Braet (2007) als volgt schematisch worden weergegeven:

Tabel 2.1: Schematisch overzicht argumentatiesoorten volgens Braet (2007)

Argumentatiesoort (toop)	Te gebruiken bij
Argumentatie op basis van waarschijnlijkheid	Feitelijke standpunten
Argumentatie op basis van waarden	Waarderende standpunten
Argumentatie op basis van analogie	Feitelijke en waarderende standpunten
Argumentatie op basis van voorbeelden	Feitelijke en waarderende standpunten
Argumentatie op basis van gezag	Feitelijke en waarderende standpunten

Deze argumentatiesoorten vormen de middelen waarmee iemand een standpunt inhoudelijk mee onderbouwt. Voor de analyse van dit onderzoek kan dit overzicht van Braet een handig handvat zijn in de zoektocht naar argumenten in krantenberichten en Facebookdiscussies. Toch is dit slechts een eerste kader waarbinnen de analyse zal worden uitgevoerd: het volstaat niet om hiermee de analyse mee uit te voeren. Nog belangrijker voor de onderzochte casus van witte busjes met kinderlokken is de vraag waarom iemand wel of niet zegt te geloven in de verhalen. Welke zogenaamde stijl van geloof iemand uitdraagt, bepaalt welk standpunt iemand met zijn of haar argumenten onderbouwt. In de volgende paragraaf worden de mogelijke stijlen van geloof nader toegelicht.

2.4.2 Stijlen van (on)geloof

Er zijn verschillende manieren waarop mensen wel of niet geloven in (moderne) sagen. Deze manieren worden ook wel stijlen van (on)geloof genoemd. Logischerwijs vallen deze stijlen in meest brede zin onder te verdelen in gelovers en niet-gelovers. Toch valt er een scherpere verdeling te maken, zoals onder meer door Donovan (2002, 2007) wordt gedaan in haar onderzoek naar online reacties op de moderne sagen. Zij ziet aan de hand van haar analyse drie hoofdcategorieën naar voren komen.

Donovan (2002, p.193) ziet *fervent believers* als eerste categorie, mensen die vurig ergens in geloven. Deze groep gaat ook op zoek naar empirische bevestiging van hetgene waar zij in geloven. Deze groep gelovers treedt voornamelijk op als wat Becker (1997, p.179) een *moral entrepreneur* noemt: iemand die iets claimt en in die hoedanigheid campagne voert tegen een maatschappelijk probleem. Dit is volgens Donovan echter slechts een kleine groep en niet de norm binnen de groep gelovers. Die rol is weggelegd voor wat zij noemt *conditional believers*, gelovers die niet geïnteresseerd zijn in daadwerkelijke bewijzen, maar die geloven vanuit een sociale context. De verhalen waarin zij geloven zijn vooral bruikbaar voor sociale interactie.

De *conditional* of voorwaardelijke gelovers gebruiken volgens Donovan (2002, p.194) verschillende retorische middelen om zich te uiten. Bij het ontbreken van bewijs gaat deze groep

bijvoorbeeld op zoek naar vergelijkbare zaken om als voorbeeld aan te kunnen dragen. Bij *inferentieel geloof* gebruikt men bewezen voorbeelden van misdaden of andere kwaadaardigheden om te laten zien dat een bepaalde moderne sage wel degelijk waar kan zijn. Misdaden die niet ontkend kunnen worden tonen volgens deze groep gelovers aan dat een bepaalde casus wel degelijk waar kan zijn. Bij wat Donovan noemt het *symbolische geloof* gebeurt iets vergelijkbaars – mensen tonen door naar andere voorbeelden te wijzen aan dat de wereld wreed genoeg is om een bepaalde moderne mythe als realistisch te kunnen beschouwen – maar met het verschil dat de daadwerkelijke waarheid van die voorbeelden hierbij minder belangrijk is. Een subcategorie van het symbolisch geloof is het *curatief geloof*: mensen zien het verspreiden van een bepaald verhaal als een goede daad voor de samenleving. Of het verhaal nu waar is of niet, het kan geen kwaad om anderen te waarschuwen.

Voorwaardelijke gelovers gebruiken nog twee andere retorische middelen volgens Donovan: de *beschermende onzekerheid* en *beroep op insiderskennis*. Beschermende onzekerheid staat gelijk aan het argument ‘Ik weet het niet, maar je kunt het nooit weten’. Het is voor gelovers een middel om het gerucht in stand te houden. Door een beroep te doen op oncontroleerbare zaken en daarmee onzekerheid te creëren, blijft er ruimte voor het gerucht om waar te kunnen zijn (Donovan 2007, p.77). Het beroep op insiderskennis wordt naar voren gebracht als een deelnemer aan de discussie toegang heeft tot specifieke informatie die anderen niet kunnen hebben.

De derde categorie bestaat uit uitgesproken niet-gelovers, door Donovan *debunkers* genoemd. Hoewel debunkers zichzelf vooral als sceptisch zien, neigt hun standpunt meer naar totaal ongeloof dan naar scepticisme (Donovan 2002, p.193). De debunkers kunnen net als fervente gelovers optreden als *moral entrepreneurs*, door hun kant van het verhaal te verbreiden.

Er wordt door Burger (2014) een vierde categorie toegevoegd aan de stijlen van (on)geloof, te weten *ervaringsgeloof*. Hiermee wordt het geloof in de waarheid van een sage bedoeld dat wordt gerechtvaardigd op grond van eigen ervaringen (Burger 2014, p.13). Op basis van een eerste blik op het te onderzoeken materiaal en op basis van de vergelijkbare door Burger (2014) onderzochte casussen, lijkt ervaringsgeloof ook in dit onderzoek een rol te gaan spelen.

Burger (2014) analyseerde voor zijn proefschrift een met dit onderzoek vergelijkbare casus: de Smileybende. Deze bende zou de mondhoeken van slachtoffers opensnijden, van oor tot oor, zodat een glimlach van bloed op het slachtoffer zou achterblijven. Net als in dit onderzoek naar witte busjes met kinderlokken, vergeleek Burger de manier waarop er op traditionele en vernaculaire media over deze moderne sage werd gesproken.

Uit het onderzoek naar de Smileybende komt naar voren dat traditionele media het verhaal vrijwel volledig afdoen als onwaar. Deze debunkende houding wordt met name onderbouwd door te verwijzen naar autoriteiten die zeggen dat de Smileybende niet bestaat. Op het vernaculaire web is er meer ruimte voor discussie, al hebben ook hier de debunkers de overhand en is het wijzen op

autoriteiten onder hen het meest gebruikte argument. Er is echter wel meer ruimte voor instrumentele gelovers en, in mindere mate, fervente gelovers. Het belangrijkste argument dat voorwaardelijke gelovers gebruiken is dat de berichtgeving als inspiratie heeft gediend of kan dienen voor een echt misdrijf (Burger 2014, p.225). Fervente gelovers wijzen op slachtoffers die zij persoonlijk kennen en op nieuwsmedia die het verhaal als waar hebben bestempeld. Ervaringsgeloof werd slechts één keer door een zelf benoemde ooggetuige naar voren gebracht.

2.4.3 Retorica: ethos

Ethos betreft een middel om de indruk van jou als spreker of schrijver te vergroten. Het betreft de indruk die door lezers of toehoorders aan de spreker of schrijver wordt toegedicht. Door middel van verschillende technieken kan, in het geval van dit onderzoek, een schrijver die indruk en daarmee zijn of haar ethos vergroten. Aristoteles noemde dit het overtuigingsmiddel met het meeste effect (Braet 2007, p.50). Ethos is vergelijkbaar met de argumentatie op basis van gezag, alleen draait het hier om het eigen gezag.

Aristoteles onderscheidt bij ethos drie dimensies: deskundigheid, eerlijkheid en welgezindheid (Braet 2007, p.50). Bij deskundigheid draait het om het uitstralen dat je verstand van zaken hebt. Dit is mogelijk door bijvoorbeeld parate kennis, onderzoeksresultaten of detailkennis te tonen. Dit leidt tot een toename in gezag. Hier zit dus een overlapping met de hierboven behandelde logos, waarbij het eveneens gaat om feiten en cijfers. Eerlijkheid valt te verkrijgen door de waarheid te spreken en daarbij geen eenzijdig of onvolledig verhaal te houden. Een spreker of schrijver zou bijvoorbeeld de eigen onvolmaaktheden kunnen benadrukken, door te zeggen dat hij ook niet alles weet. Welgezindheid ontstaat wanneer de spreker of schrijver dezelfde voorkeuren heeft als de toehoorder of lezer.

Burger en Anemaet (2011) gebruiken ook de door Aristoteles bedachte driedeling van ethos in deskundigheid, eerlijkheid en welgezindheid, maar combineren dit met moderne onderzoeken naar ethostechnieken, waardoor een gedetailleerder overzicht ontstaat:

Afbeelding 2.1: Overzicht ethostechnieken (Burger & Anemaet 2011, p.231).

Expertise

- 1 Reporting a reality check
- 2 Appealing to authority
- 3 Pre-empting counter-arguments reflecting on one's ethos
- 4 Stressing one's expertise: knowledge, experience, education
- 5-7 Distancing from source of narrative (either first-hand (5), second-hand (6), or friend-of-a-friend (7))

Virtue

- 8 Disclosing information that could harm one's ethos
- 9 Referring to one's honesty
- 10 Searching for common ground by emphasizing personal or issue characteristics

Good will

- 11 Complimenting and thanking the audience
- 12 Vilifying a common enemy

Dit overzicht aan ethostechnieken is opgesteld naar aanleiding van het onderzoek uit 2011 van Burger en Anemaet naar online reacties op het zogenaamde *drink spiking*, het gooien van schadelijke middelen in andermans drankje. De resultaten van dit onderzoek vormen een bruikbaar uitgangspunt om de resultaten van dit onderzoek naar witte busjes mee te vergelijken. Burger en Anemaet (2011, p.236) concluderen dat zowel gelovers als debunkers gebruik maken van ethostechnieken, maar dat de eerste partij vaker en gevarieerder naar ethostechnieken grijpt. Deskundigheid is van de drie ethosdimensies van Aristoteles de meest gebruikte binnen het onderzoek naar *drink spiking*. Hierbij verwijzen gelovers vooral naar persoonlijke ervaringen, terwijl debunkers hun ervaringen als feestgangers en drugsgebruikers aanhalen. Externe autoriteiten worden nauwelijks aangehaald

Het bovenstaande overzicht aan ethostechnieken is opgesteld aan de hand van de specifieke casus *drink spiking*. In hoeverre deze technieken overeenkomen met de technieken die in de discussie over de witte busjes worden gebruikt, moet blijken uit dit onderzoek. Op die manier wordt tevens meer duidelijk in hoeverre dit schema van Burger en Anemaet als algemeen analysemodel bruikbaar is. Verder is het goed mogelijk dat er bij de casus van de witte busjes nieuwe ethostechnieken optreden. Het overzicht hierboven biedt dan ook slechts een houvast voor dit onderzoek, maar het is mogelijk dat deze gedurende de analyse een andere invulling krijgt. De driedeling van Aristoteles zal wel volledig worden aangehouden ter sturing van de analyse van ethostechnieken.

Een ander onderzoek waarvan de resultaten kunnen worden afgezet tegen die van deze scriptie is van de hand van Burger (2014). In het deel van zijn onderzoek waarin berichtgeving over de

Smileybende wordt geanalyseerd, is te zien dat debunkers en gelovers op het vernaculaire web ongeveer even vaak gebruik maken van ethostechnieken. Debunkers beroepen zich hierbij vooral op een autoriteit of op hun eigen kennis, ervaring of opleiding. Ook het benadrukken van de gemeenschappelijkheid en het zwartmaken van een gezamenlijke tegenstander zijn veelgebruikte ethostechnieken onder debunkers in discussie over de Smileybende. Gelovers beroepen zich vooral op bronnen uit derde hand en wijzen naar *mainstream media* om hun geloof te rechtvaardigen. Het benadrukken van de gemeenschappelijkheid en het anticiperen op tegenargumenten komen onder gelovers ook veelvuldig voor. In de onderzochte krantenberichten vonden de journalisten het amper noodzakelijk om het ethos te vergroten. Journalisten vertrouwden blijkbaar op hun eigen gezag en meenden dat dit gezag niet in gevaar kwam door alle online waarschuwingen voor de Smileybende.

2.4.4 Hypothese op basis van de theorieën

Op basis van de in de vorige paragrafen beschreven resultaten uit eerdere onderzoeken naar logos en ethos, kan een hypothese voor dit onderzoek worden opgesteld. Het onderzoek van Burger (2014) naar de Smileybende lijkt qua casus het dichtst in de buurt te liggen van de witte busjes. Wat betreft logos deden de traditionele media de verhalen over de Smileybende bijna volledig af als onwaar. Het is aannemelijk dat het duidelijke overwicht van debunkers in traditionele media in het geval van witte busjes minder aanwezig is. Het bestaan van kinderlokkers lijkt aannemelijker dan het bestaan van een criminele bende die de mondhoeken van slachtoffers opensnijdt zodat er een glimlach van bloed ontstaat. Dat er mensen bestaan die kwade bedoelingen met kinderen hebben, heeft het verleden immers al uitgewezen. Ook is het aannemelijk dat de aard van de daden van kinderlokkers als realistischer wordt beschouwd dan de vermeende daden van de Smileybende.

De verwachting is dan ook dat het aantal debunkers en voorwaardelijke gelovers dichter bij elkaar ligt dan bij het onderzoek van Burger. Voor de discussie op het vernaculaire web geldt vermoedelijk hetzelfde. Bij de witte busjes zal - om dezelfde reden als bij krantenberichten - eveneens volop discussieruimte zijn voor zowel gelovers als debunkers. Of gelovers of debunkers de overhand zullen hebben valt nog niet te zeggen, dat moet de analyse uitwijzen. Ook op de vraag welke argumenten het meest gebruikt zullen worden door alle partijen valt nog geen hypothese los te laten. Een kwalitatieve analyse moet immers eerst nog bepalen welke argumenten precies voorkomen in de discussie over witte busjes.

Wat betreft ethostechnieken biedt het schema van Burger en Anemaet (2011) alvast houvast. In hun onderzoek naar *drink spiking* beriepen gelovers zich vooral op persoonlijke ervaringen met drugs in drankjes en debunkers op hun ervaringen als feestganger en drugsgebruiker. Persoonlijke ervaringen met witte busjes met kinderlokkers zullen vermoedelijk niet de meest gebruikte

ethotechniek zijn van gelovers en ook voor debunkers geldt dat ervaringen waarschijnlijk niet het vaakst gebruikt zullen worden om indruk te maken als spreker. Maar welke ethotechnieken zullen hypothetisch gezien wel vaak voorkomen? Om dat te kunnen bepalen is wederom het onderzoek van Burger (2014) naar de Smileybende bruikbaar.

Krantenartikelen bleken binnen dat onderzoek nauwelijks gebruik te maken van ethotechnieken. Omdat de kans op de aanwezigheid van witte busjes met kinderlokken waarschijnlijk als realistischer wordt beschouwd dan de Smileybende, zullen kranten vermoedelijk vaker ethotechnieken nodig hebben om hun standpunt te onderbouwen. Technieken die de deskundigheid versterken zullen hierbij vermoedelijk het vaakst naar voren komen.

In het onderzoek naar de Smileybende maken gelovers en debunkers op het vernaculaire web ongeveer even vaak gebruik van ethotechnieken. Debunkers deden voornamelijk een beroep op een autoriteit of op eigen kennis en ervaring. Gelovers haalden bronnen uit derde hand en autoriteiten aan. Ook binnen de discussie over witte busjes met kinderlokken is het goed mogelijk dat dit de meest gebruikte ethotechnieken zijn. De gevoeligheid van de onderzochte casus maakt het eveneens aannemelijk dat de ethotechniek 'het zwartmaken van een gemeenschappelijke tegenstander' regelmatig zal voorkomen. De variëteit van ethotechnieken op het vernaculaire web zal net als bij Burger vermoedelijk hoger liggen dan in krantenartikelen.

3. Onderzoeksmaterialen en -methoden

In dit hoofdstuk zal duidelijk worden gemaakt op welke manier de analyse in dit onderzoek zal worden uitgevoerd. De onderzoeksmethode bestaat uit een kwalitatieve en kwantitatieve analyse van krantenartikelen en Facebookdiscussies.

3.1 Materiaalselectie

Bij de materiaalselectie is gekozen voor krantenberichten uit de periode 1 januari 2013 tot 1 september 2015. Artikelen over witte busjes met kinderlokken komen al veel langer voor, maar om het onderzoek in te kaderen en toch een representatief beeld te scheppen, is gekozen om alleen de afgelopen drie jaar te analyseren. De artikelen zijn gezocht door middel van de online krantendatabase LexisNexis Academic. Hierin zijn zoektermen als 'busje', 'witte busjes' en 'kinderlokken' gecombineerd en uit de zoekresultaten zijn de relevante artikelen gefilterd.

Verschillende kranten bleken in de geselecteerde periode over witte busjes met kinderlokken te hebben bericht. Van de grote landelijke dagbladen is het Algemeen Dagblad de enige krant die met regelmaat over het onderwerp schrijft. De enige andere grote krant die hier (eenmalig) over heeft geschreven is NRC Next, maar in dat artikel wordt de moderne sage *an sich* besproken. Voor de rest schrijven alleen regionale kranten over de witte busjes. Gezien het feit dat het AD ook is onderverdeeld in verschillende regionale edities in Nederland, kan geconcludeerd worden dat berichtgeving over witte busjes op nationaal niveau in deze periode de krant nauwelijks heeft gehaald. De *claimsmakers* van Best c.s. hebben duidelijk niet de intentie een nationaal probleem van de witte busjes te maken. Van de in totaal 57 berichten die in deze periode over het onderwerp zijn verschenen, zullen de manieren waarop logos en ethos worden ingezet worden geanalyseerd.

In drie van de geselecteerde krantenberichten wordt gesproken over een auto in plaats van een busje. Over het algemeen zijn artikelen waarin sprake is van een auto buiten beschouwing gelaten. Bij deze drie berichten is er echter onduidelijkheid over het voertuig. Als er naar andere (online) artikelen over hetzelfde voorval wordt gezocht, is te zien dat er door andere bronnen wel over een busje wordt gesproken. Omdat er geen overeenstemming is en daardoor de kans aanwezig blijft dat het om een busje gaat, is ervoor gekozen deze artikelen wel mee te nemen in een analyse.

Voor de reacties van mensen op het vernaculaire web zal alleen Facebook als bron worden gebruikt. Wederom gaat het hier om berichten die in de periode tussen 1 januari 2013 en 1 september 2015 zijn geplaatst, geschreven door Nederlandse Facebookgebruikers. Hierbij dient nog te worden aangetekend dat de reacties zo compleet mogelijk worden overgenomen in dit onderzoek. Fouten op

het gebied van spelling en interpunctie zullen niet worden verbeterd, om de zuiverheid en originaliteit van de reacties te behouden.

Bij zowel de krantenberichten als de Facebookdiscussies geldt de lengte niet als criterium om de relevantie van berichten te bepalen. Een eerste blik op het materiaal laat zien dat logos en ethos ook in korte artikelen of reacties terug te vinden zijn. Zo is er bijvoorbeeld een discussiant op Facebook die op een bericht over witte busjes reageert met de opmerking 'Weer zo'n nep bericht?' Ondanks dat deze reactie slechts uit vier woorden bestaat (zonder de spelfout zelfs uit drie), valt er veel uit te halen. De discussiant geeft aan niet te geloven in het bericht door het te labelen als nepbericht en is dus een debunker. Door het woord 'weer' toe te voegen geeft zij aan een dergelijk bericht al vaker te hebben gezien en dus op de hoogte te zijn van het fenomeen. Lengte van berichten wordt in dit onderzoek dan ook niet als belangrijk voor de relevantie gezien. Deze relevantie wordt puur bepaald door te kijken naar of een bericht betrekking op het onderwerp heeft, een standpunt met argumenten verkondigt of duidelijke ethostechnieken tentoonspreidt.

Kleur van de busjes

Berichten over busjes met kinderlokkers verschijnen al zeker vijftien jaar regelmatig in het nieuws of op internet. In de meeste gevallen betreft het een wit busje, maar de kleur kan verschillen. In de krantenberichten tussen 2013 en 2015 zijn naast witte busjes ook onder meer bordeauxrode, (donker)blauwe, grijze en zwarte busjes genoemd. Ook deze berichten zijn meegenomen in de analyse. Omdat de kleur wit het meeste voorkomt en het fenomeen ook vooral om de witte busjes bekend staat, wordt er in dit onderzoek in het algemeen over witte busjes gesproken.

3.2 Privacy

De mensen wier reacties op Facebook worden gebruikt voor dit onderzoek zijn hier vooraf niet van op de hoogte gebracht. Eysenbach en Till (2001, p.1103) geven aan dat onderzoekers die 'inbreken' binnen een online community als indringers kunnen worden ervaren en zij kunnen daarmee zo'n community mogelijk schaden. Deelnemers aan online gemeenschappen gaan er immers niet vanuit dat hun inbreng als onderzoeksmateriaal zal worden gebruikt. Het is dan ook belangrijk om zorgvuldig om te gaan met de privacy van de personen wier reacties in dit onderzoek aan een analyse worden onderworpen.

Eysenbach en Till (2001) onderscheiden drie aspecten waarop gelet dient te worden wanneer een onderzoeker aan de slag gaat met materiaal van forumgebruikers: toegankelijkheid, het aantal

gebruikers en normen en waarden omtrent de gevoeligheid van een onderwerp. In dit onderzoek is Facebook de bron waar het te onderzoeken materiaal vandaan komt. Voor Facebook geldt dat het noodzakelijk is om een profiel aan te maken om toegang te krijgen. Hoewel enkele berichten ook toegankelijk zijn zonder account, zijn de meeste gevonden discussies onzichtbaar voor iemand die niet is ingelogd. De registratieplicht maakt dat de meeste gebruikers hun activiteit op Facebook vermoedelijk beschouwen als een privéaangelegenheid.

Het aspect van het aantal gebruikers verschilt per gevonden discussie. Een aantal discussies zijn gevonden op groepspagina's waar veel deelnemers samen komen, zoals de Facebookpagina van Editie NL of van de Hoax-Wijzer. Hier is er dus een breed publiek voor wie de reacties zichtbaar zijn. Andere discussies zijn gevonden op persoonlijke pagina's van Facebookgebruikers. Die discussies zijn in de meeste gevallen bedoeld om alleen binnen het eigen Facebooknetwerk te worden gehouden, ook al kunnen deze berichten openbaar zijn voor gebruikers buiten dat netwerk. Bij deze discussies is privacy vermoedelijk belangrijker dan bij de eerste categorie.

Tot slot is ook de gevoeligheid van het onderwerp belangrijk. Wat dat betreft zijn bedreigingen voor kinderen – in dit geval kinderlokken - onderwerpen die behoorlijk gevoelig kunnen liggen. Naast deze drie aspecten, is eveneens belangrijk dat Facebook een sociaal medium is waarop de meeste mensen onder hun eigen naam actief zijn, in tegenstelling tot bijvoorbeeld forums waar het gebruikelijker is om een *nickname* te gebruiken. Mochten de namen van gebruikers in onderzoek benoemd worden, is het dus gemakkelijk om iemands identiteit te achterhalen. Dit alles in acht nemend, is besloten om zo anoniem mogelijk met de te analyseren discussies op Facebook om te gaan. Er zullen dan ook geen namen, voornamen of eventuele *nicknames* benoemd worden als een reactie geciteerd wordt. Ook wanneer in een reactie iemands naam wordt genoemd, zal deze anoniem worden gemaakt. Zoals hierboven al vermeld, zullen de reacties verder zo compleet mogelijk worden overgenomen.

3.3 Analysemethode

Voor het onderzoek naar de berichtgeving en online discussies over witte busjes zal er zowel een kwalitatief als een kwantitatief onderzoek worden uitgevoerd. Deze beide analysevormen hebben als doel een overzicht te creëren van de aanwezige argumenten en ethostechnieken binnen het corpus, als ook om de relatieve frequentie te bepalen van beide onderzochte retorische middelen.

3.3.1 Logos

Het logosgedeelte bestaat uit de aangedragen argumenten en de bijbehorende stijlen van geloof. Bij elke geloofsstijl die Donovan (2002) en Burger (2014) onderscheiden past een specifiek standpunt. In de volgende tabel is een overzicht van het standpunt dat aan elke stijl van geloof toebehoort. Ervaringsgelovers beweren iets te hebben meegemaakt dat lijkt op het onderwerp waarover gediscussieerd wordt. Daarmee staan zij qua standpunt tussen fervente en voorwaardelijke gelovers in.

Tabel 3.1: Overzicht stijlen van geloof en bijbehorende standpunten

Stijl van geloof	Bijbehorend standpunt
Debunkers	De witte busjes met kinderlokken bestaan niet
Fervente gelovers	De witte busjes met kinderlokken bestaan
Ervaringsgelovers	Ik heb iets vergelijkbaars meegemaakt
Voorwaardelijke gelovers	De witte busjes met kinderlokken zouden kunnen bestaan

Uit de krantenberichten en Facebookdiscussies zijn uitspraken gescoord die deze standpunten onderbouwen. Een uitspraak wordt als relevant beschouwd als deze een daadwerkelijke onderbouwing vormt van bovenstaande standpunten. De argumentatiesoorten van Braet (2007) vormen een hulpmiddel bij het zoeken naar argumenten. Daarnaast kan de relevantie van een uitspraak getoetst worden met de want-dus-proef: als op de weg van een standpunt naar een argument het woord 'want' kan worden toegevoegd en op de weg van een argument het woord 'dus', is er sprake van een geldige en bruikbare argumentatie.

De argumenten die op deze manier uit de krantenartikelen en Facebookdiscussies zijn gehaald, zijn vervolgens geordend per geloofsstijl. Op die manier is het mogelijk om de kwantitatieve analyse uit te voeren: per argument kan worden geteld hoe vaak deze voorkomt en zo kunnen de absolute en relatieve frequenties van de onderzochte retorische middelen worden bepaald. De krantenartikelen en Facebookdiscussies zijn apart van elkaar behandeld, om het zo gemakkelijk te maken om een vergelijking te maken.

3.3.2 Ethos

Naast de argumentatie zal ook het niet-argumentatieve retorische middel ethos worden geanalyseerd. Het onderstaande model van Burger en Anemaet (2011, p.231) vormt hierbij het uitgangspunt:

Afbeelding 3.1: Overzicht ethostechnieken (Burger en Anemaet 2011)

Expertise

- 1 Reporting a reality check
- 2 Appealing to authority
- 3 Pre-empting counter-arguments reflecting on one's ethos
- 4 Stressing one's expertise: knowledge, experience, education
- 5-7 Distancing from source of narrative (either first-hand (5), second-hand (6), or friend-of-a-friend (7))

Virtue

- 8 Disclosing information that could harm one's ethos
- 9 Referring to one's honesty
- 10 Searching for common ground by emphasizing personal or issue characteristics

Good will

- 11 Complimenting and thanking the audience
- 12 Vilifying a common enemy

Naast de bovenstaande ethostechnieken, kunnen andere technieken voorkomen die niet in het schema van Burger en Anemaet zijn terug te vinden. Het is hierbij van belang dat deze technieken daadwerkelijk manieren zijn van de schrijver om zijn of haar indruk te versterken. De nieuw gevonden ethostechnieken moeten bovendien passen in één van de drie onderscheiden kunstgrepen: deskundigheid, eerlijkheid of welwillendheid (Braet 2007, pp.51-52). Een derde criterium voor een extra ethostechniek is dat deze meerdere malen moet zijn terug te vinden binnen het geanalyseerde materiaal.

Nadat uit een kwalitatieve analyse een overzicht is ontstaan van alle in het corpus gebruikte ethostechnieken, zal een kwantitatieve analyse een overzicht bieden van de absolute en relatieve frequentie van de gevonden technieken. Bij het vaststellen hiervan zullen de ethostechnieken worden verdeeld in gelovers en debunkers. Er wordt bij de categorie gelovers geen onderscheid meer gemaakt tussen fervente-, voorwaardelijke- en ervaringsgelovers. Door enkel te tegenstelling gelovers versus niet-gelovers te analyseren, kan eenvoudig worden bepaald welke verschillen er tussen beide partijen zijn in het gebruik van ethostechnieken. Of kranten of discussianten fervent, voorwaardelijk of op grond van ervaringen geloven is daarbij minder relevant.

Om te bepalen of een krantenartikel gelovig of niet gelovig is, wordt gekeken naar de overheersende geloofstijl. In verschillende berichten zijn immers zowel gelovige als niet-gelovige uitspraken te vinden. Als het niet direct duidelijk is welke visie een bepaald artikel uitdraagt, wordt aan de hand van de kop boven het stuk en de volgorde en verdeling van de uitspraken (welke visie staat in

de inleiding en eerste alinea's? Welke visie wordt in de laatste alinea als wederhoor aangedragen? etc.) bepaald welk standpunt dit artikel inneemt.

3.4 Betrouwbaarheid onderzoek

De analyse van retorische technieken vergt interpretatie door menselijke codeurs (Burger 2014, p.113). Het gevolg hiervan is dat er een bepaalde mate van subjectiviteit verbonden is aan de uitgevoerde analyse. Om deze subjectiviteit op te vangen, wordt er een zogenaamde interbeoordelaarsbetrouwbaarheid vastgesteld.

Om de mate van betrouwbaarheid van dit onderzoek te bepalen, is er voor de daadwerkelijke analyse een proefanalyse met een tweede codeur uitgevoerd. De resultaten zijn vervolgens gemeten met behulp van Cohens kappa, aan de hand waarvan een waarde van de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid kan worden afgelezen. De formule voor Cohens kappa levert een getal op tussen de -1 en 1. Landis en Koch (1977, p.165) bieden een overzicht van de manieren waarop de uitkomsten moeten worden geïnterpreteerd.

Tabel 3.2: Cohens Kappa (Landis en Koch, 1977)

Kappa Statistic	Strength of Agreement
< 0.00	Poor
0.00-0.20	Slight
0.21-0.40	Fair
0.41-0.60	Moderate
0.61-0.80	Substantial
0.81-1.00	Almost Perfect

Omdat dit onderzoek uitkomsten met een zo hoog mogelijke mate van betrouwbaarheid wil voortbrengen, zijn per variabele alleen kappawaarden tussen 0.50 en 1.00 acceptabel. Op deze manier worden alle waarden die zich in de bovenste helft van de mogelijke uitkomsten tussen 0.00 en 1.00 bevinden als voldoende beschouwd.

3.4.1 Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid logos

Om de kappawaarden van de logosanalyse te berekenen, is aan de tweede codeur een willekeurig gekozen deel van het corpus voorgelegd. Dit betreft vijftien willekeurig geselecteerde krantenartikelen, te vinden in het volgende overzicht:

Tabel 3.3 Overzicht willekeurig geselecteerde krantenberichten tweede codeur.

Naam krant	Titel artikel	Verschenen op
AD Groene Hart	'Scholen waarschuwen voor kinderlokker'	20 maart 2014
AD Haagsche Courant	'Onrust over 'vreemde man' die bij speeltuin rondhangt'	25 mei 2013
Provinciale Zeeuwse Courant	'Zoektocht politie na melding van ontvoering'	6 maart 2013
De Gooi- en Eemlander	'Soester alarm kinderlokkers'	15 maart 2014
Noordhollands Dagblad	'Uren politiewerk door nepbericht over 'het witte busje''	20 maart 2014
AD/Amersfoortse Courant	"Melding uiteraard zeer serieus genomen"	29 juni 2015
AD/Utrechts Nieuwsblad	'Onrust in Terwijde over mogelijke kinderlokkers'	10 juni 2015
Noordhollands Dagblad	Kinderlokker in de IJmond	7 februari 2015
AD Groene Hart	'Nieuwe melding over lokker'	22 maart 2014
AD Groene Hart	'Kinderlokkers komen uit Roemenië of Bulgarije'	29 maart 2014
Enkhuizer Courant	'Beroering om 'kinderlokker''	7 februari 2015
AD Rotterdams Dagblad	'Ouders: kinderlokker actief'	4 oktober 2013
Brabants Dagblad	'Kinderlokker? Nee. Bezorger in Reeshof blijkt... pakketbezorger'	30 april 2014
AD Groene Hart	'Commotie in Gouda rond rode en witte lokbusjes'	12 april 2014
Eindhovens Dagblad	'Ooggetuige meldt ontvoering Soerendonk'	6 maart 2013

Het materiaal voor de tweede codeur betreft volledige berichten, waaruit de tweede codeur onafhankelijk van de eerste codeur argumenten heeft moeten verzamelen. Er was dus geen sprake

van enige sturing door specifieke zinnen of passages voor te leggen, dit om de analyse door de tweede codeur zo zuiver mogelijk te houden. Naast de krantenberichten is ook één willekeurig gekozen discussie op Facebook geanalyseerd door zowel de eerste als tweede codeur. Dit betreft de discussie die is gevoerd op de Facebookpagina van Editie NL onder het bericht ‘Enge mannen in witte busjes duiken weer op.’ Aan deze discussie deden in totaal 37 deelnemers mee, die goed waren voor 43 reacties.

Een kwalitatieve analyse heeft verschillende argumenten opgeleverd. Deze zijn als hulpmiddel voor de tweede codeur in een codeboek gezet (zie bijlage 1). Aan de hand van de gevonden variabelen is door beide codeurs onafhankelijk van elkaar een analyse uitgevoerd op het geselecteerde deel van het corpus. Per stijl van geloof, per gevonden argument en per ethostechniek zijn vervolgens de kappawaarden uitgerekend. In bijlage 2 zijn de tabellen met de uitkomsten terug te vinden. Uit de interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstest blijkt dat alle waarden hoger zijn dan 0.50. Er kan dus gesteld worden dat de betrouwbaarheid van de kwantitatieve analyse van de argumenten als voldoende tot (bijna) perfect kan worden beschouwd.

3.4.2 Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid ethostechnieken

Om de mate van betrouwbaarheid van de ethosanalyse te bepalen, wordt er ook bij de ethostechnieken gebruik gemaakt van Cohens kappa. Wederom zijn er vijftien krantenberichten willekeurig uit het volledige corpus geselecteerd en voorgelegd aan een tweede codeur. In het volgende overzicht staan de vijftien willekeurig gekozen artikelen op een rij:

Tabel 3.4 Overzicht willekeurig geselecteerde krantenberichten tweede codeur.

Naam krant	Titel artikel	Verschenen op
Noordhollands Dagblad	‘Onnodige paniek kinderlokkers’	18 september 2013
De Gelderlander	‘Melding over kinderlokker blijkt vals’	11 februari 2014
De Limburger	‘Onrust in Meijel over kinderlokker	14 maart 2013
Noordhollands Dagblad	‘Uren politiewerk door nepbericht over 'het witte busje''	20 maart 2014
AD Rotterdams Dagblad	‘Gerucht kinderlokkers zaait onrust’	8 maart 2013
AD/Utrechts Nieuwsblad	‘Onrust in Terwijde over mogelijke kinderlokkers’	10 juni 2015
AD Rotterdams Dagblad	‘Angst voor kinderlokkers’	8 april 2014
AD Rotterdams Dagblad	‘Kinderlokker bij voetbal’	30 januari 2014

Haarlems Dagblad	'Politie: maak elkaar niet gek'	18 april 2015
AD Amersfoortse Courant	'Meisjes (14) voelen zich bedreigd door eigenaardig gedrag man in wit busje'	27 juni 2013
AD Rotterdams Dagblad	'Ouders: kinderlokker actief'	4 oktober 2013
Leidsch Dagblad	'Ouders bezorgd om 'kinderlokker''	21 maart 2014
NRC Next	'Witte-busjes-syndroom'	9 april 2014
De Gelderlander	'Geen aanwijzingen' kinderlokker Horssen'	8 februari 2014
AD/De Dordtenaar	'Meldingen over kinderlokker'	15 april 2015

Naast deze krantenberichten is ook één willekeurig geselecteerde discussie op Facebook geanalyseerd door de tweede codeur. Het betreft hier de discussie die plaatsvond onder een bericht dat Buurttoezicht Lansingerland op 7 april 2014 plaatste op haar Facebookpagina, waarin wordt gewaarschuwd voor een man die zou hebben geprobeerd om drie meisjes zijn busjes in te lokken. In deze discussie zijn in totaal 58 reacties geplaatst door in totaal 49 deelnemers.

Ook hier werd een kwalitatieve analyse van de ethostechnieken omgezet in een codeboek (zie bijlage 3), dat dienst doet als hulpmiddel voor de tweede codeur. De analyses van de eerste en tweede codeur zijn vervolgens vergeleken en daar zijn kappa-waarden uit berekend door middel van het statistiekprogramma SPSS. De uitkomsten zijn terug te vinden in de tabellen in bijlage 4. Na een eerste proefronde bleken niet alle waarden boven de 0.5 uit te komen. Een tweede proefronde na aanscherping van het codeboek leverde wel louter kappa-waarden van hoger dan 0.5 op. De mate van betrouwbaarheid in het geval van ethostechnieken kan dan ook worden bestempeld als voldoende tot bijna perfect.

4. Resultaten: logos

In de komende twee hoofdstukken zullen de resultaten van de analyse worden besproken, te beginnen met analyse van de stijlen van (on)geloof en de bijbehorende argumenten, ofwel de logos. Een kwalitatieve analyse van de krantenberichten en van de Facebookdiscussies heeft per stijl van (on)geloof verschillende argumenten opgeleverd. Ook de verschillende ethostechnieken zijn aan de hand van een kwalitatief onderzoek onderscheiden. De kwalitatieve resultaten zullen vervolgens kwantitatief worden geanalyseerd, zodat er een overzicht ontstaat van de mate waarin bepaalde argumenten en ethostechnieken voorkomen. Voordat de resultaten zullen worden besproken, zal er in de volgende paragraaf kort aandacht worden besteed aan de geschiedenis van de in dit onderzoek behandelde casus.

4.1 Geschiedenis van de witte busjes met kinderlokken

In dit onderzoek wordt de discussie over witte busjes met kinderlokken geanalyseerd uit de periode 1 januari 2013 tot 1 september 2015. De verhalen over kinderlokken in busjes gaan echter al veel langer rond. Wie in de krantendatabase LexisNexis zoekt op termen als ‘kinderlokken’ in combinatie met ‘busje’ ziet dat verhalen over witte busjes met kinderlokken al in het jaar 2000 de krant haalden. Op 7 juni wordt in *De Dordtenaar* geschreven over een verdachte situatie in Zwijndrecht en rond 10 oktober is het Brabantse Oss in rep en roer, zo blijkt uit het Brabants Dagblad van die datum. Sindsdien verschijnen er om de zoveel maanden berichten in met name regionale en lokale kranten, waarin wordt gemeld dat er (mogelijk) kinderlokken in voornamelijk witte busjes zijn gesignaleerd.

Inmiddels is het 2015 en worden er nog steeds eens in de paar maanden kinderlokken in busjes gespot. Dit jaar doken de verhalen onder meer op in Alkmaar, Amersfoort, Beverwijk, Monster en Sas van Gent. In geen van deze gevallen is er daadwerkelijk een kind ontvoerd. Het deed districtschef van de politie Jan Janse in 2013 al eens de term ‘witte-busjes-syndroom’ opwerpen.

Waar komt de angst voor witte busjes dan vandaan? Peter Burger wijst er op zijn blog *De Gestolen Grootmoeder* op dat er bekende voorbeelden van kindermisbruik uit het verleden zijn waarbij witte busjes werden gebruikt²: de Belgische kindermisbruiker Marc Dutroux en de ontvoering van de Oostenrijkse Natascha Kampusch. Dutroux ontvoerde één van zijn slachtoffers in een witte bestelbus. Kampusch werd in 1998 eveneens ontvoerd in een wit busje en werd vervolgens acht jaar lang

² Zie <http://www.gestolengrootmoeder.nl/wordpress/kinderlokken-in-witte-busjes/> voor een uitgebreide geschiedenis plus een chronologisch overzicht van gemelde voorvallen met kinderlokken in witte busjes.

gedwongen vastgehouden. Haar verhaal verscheen volop in het nieuws en er werden een boek en een film van uitgebracht. Het is aannemelijk dat dit soort bekende verhalen hebben bijgedragen aan de negatieve connotatie van witte busjes.

Sinds de eerste berichten duiken witte busjes met kinderlokken regelmatig op. Vaak verplaatsen deze verhalen zich in korte tijd over allerlei plaatsen in Nederland. Zo laat Burger op zijn blog *De Gestolen Grootmoeder* zien dat een verdacht wit busje in 2014 aanvankelijk in Zoetermeer verscheen, om vervolgens ook in onder meer Egmond aan Zee, Tolbert, Soestdijk en Castricum op te duiken. Burger wijst in een poging dit te verklaren op het WYBIWYS-effect: *what you believe is what you see*. Als je eenmaal in een wit busje met kinderlokken gelooft, zie je opeens overal iets verdachts in.

Kinderlokken in witte busjes zijn als fenomeen niet alleen in Nederland aanwezig. Ook in onder meer Australië, België, Duitsland, Engeland, Frankrijk en Zweden is het een bekend verschijnsel.³ De inhoud van de sage is door de jaren heen ook wisselend. Burger laat op zijn blog *De Gestolen Grootmoeder* zien dat de mannen in busjes lang niet altijd Hollandse kinderlokken zijn, maar ook vaak buitenlanders, met name Oost-Europeanen. Puur het lokken van kinderen is ook lang niet altijd het doel van de verdachte personen, er wordt bijvoorbeeld eveneens over orgaanhandel gesproken in varianten van de sage.

De discussie over witte busjes is sinds begin deze eeuw volop gevoerd in kranten en met name op sociale media. Als op de constructionistische manier naar de witte busjes als sociaal probleem wordt gekeken, waarbij het proces waarop het sociale probleem wordt geconstrueerd centraal staat, is te zien dat de nadruk hierbij ligt op wat door Burger (2014) *sense-making* wordt genoemd: mensen proberen de witte busjes als sociaal probleem te duiden. Er wordt in mindere mate aan *claims-making* gedaan: het institutionaliseren van de witte busjes als sociaal probleem, om er zo iets aan te doen.

De onderzochte periode 1 januari 2013 tot 1 september 2015 laat zien dat traditionele en vernaculaire media een op en neer gaande interesse voor witte busjes tonen. In maart 2013 - naar aanleiding van meldingen over gevaarlijke mannen in witte busjes in de omgeving van Berkel en Rodenrijs - schrijven verschillende kranten over het incident. In oktober 2013 ontstond een nieuwe golf aan krantenberichten als gevolg van enkele claims over witte busjes. Deze golvende beweging zet zich de hele periode voort: ervaringen zijn er in januari en maart 2014 en in februari en juni 2015. Het is in het geanalyseerde materiaal zichtbaar dat de in de theorie genoemde cyclus van Best (2008) eens in de paar maanden in gang wordt gezet. Best (2008, p.17) wijst erop dat deze cyclus zich door niet

³ Zie <http://www.gestolengrootmoeder.nl/wordpress/witte-busjes-met-kinderlokken-in-het-buitenland/> voor een uitgebreid overzicht van voorbeelden in het buitenland.

afdoende besluitvorming steeds weer in gang kan zetten, iets dat ook lijkt te gebeuren in het geval van witte busjes.

4.2 Stijlen van (on)geloof in Facebookdiscussies

Het corpus van de Facebookdiscussies bestaat uit vijftien geselecteerde discussies op groepspagina's en plus een discussie die op een persoonlijke pagina is geplaatst, inclusief (reacties op) de berichten van 102 mensen die het bericht van deze persoonlijke pagina hebben gedeeld op hun eigen Facebookpagina. In totaal zijn er in deze discussies 720 reacties gegeven, waaruit in totaal 391 relevante uitspraken zijn gescoord. Het merendeel van deze uitspraken is afkomstig van voorwaardelijke gelovers: voorwaardelijke argumenten komen 239 maal voor. Debunkers zijn 140 keer terug te vinden binnen het corpus, in elf gevallen worden fervente beweringen gedaan en er is één iemand die zelf ervaring heeft met witte busjes.

Voordat de gevonden argumenten aan de hand van voorbeelden worden toegelicht, volgt eerst een overzicht van welke argumenten zijn gevonden in de geanalyseerde Facebookdiscussies. De argumenten zijn geordend per stijl van (on)geloof, zoals onderscheiden door Donovan (2002) en Burger (2014).

Debunkers: De verhalen over witte busjes met kinderlokken zijn niet waar, want...

- het zijn slechts geruchten die bestaan doordat mensen elkaar via (sociale) media ophitsen;
- deze *hoax* gaan al jarenlang rond;
- als de busjes echt hadden bestaan, had het wel in de media gestaan;
- de verhalen zijn onlogisch of te onduidelijk om ze als aannemelijk te beschouwen;
- in het verleden is gebleken dat het vergelijkbare geruchten onzin waren;
- een autoriteit zegt dat de verhalen niet waar zijn;
- er was wel een man in een wit busje, maar dat was geen kinderlokken of iemand met kwade bedoelingen.

Fervente gelovers: De verhalen over witte busjes met kinderlokken zijn waar, want...

- een direct bekende van mij heeft het meegemaakt;
- het is niet mogelijk om zulke verhalen te verzinnen;
- een autoriteit heeft bevestigd dat de verhalen kloppen.

Ervaringsgelovers: De verhalen over witte busjes met kinderlokken zijn waar, want...

- ik ben zelf benaderd door van een onbekende man in een (wit) busje of getuige van een dergelijke situatie.

Voorwaardelijke gelovers: De verhalen over witte busjes met kinderlokker kunnen waar zijn, want...

- *better safe than sorry*; een gewaarschuwd mens telt voor twee, het zal je maar overkomen;
- de wereld is er wreed genoeg voor; er lopen genoeg gekken rond op de wereld;
- het tegendeel is nog niet bewezen; er loopt nog een onderzoek naar de zaak en er is nog geen uitsluitsel of de verhalen waar of niet waar zijn;
- waar rook is, is vuur; in zulke verhalen zit altijd wel een kern van waarheid;
- via via ken ik iemand die slachtoffer/getuige is geweest van een kinderlokker in een wit busje;
- autoriteiten die het ontkennen zoals de media en de politie zijn niet te vertrouwen.

4.2.1 Voorwaardelijke gelovers

Binnen het corpus zijn 239 uitspraken gevonden die het standpunt verdedigen dat witte busjes met kinderlokken zouden kunnen bestaan. De voorwaardelijke argumenten uit Facebookdiscussies zijn te categoriseren in zes verschillende argumentgroepen. Elk argument wordt ondersteund door een voorbeeld uit het corpus. Het komt voor dat een gegeven voorbeeld ook andere argumenten bevat. Mocht dit aan de orde zijn, zullen deze niet expliciet worden benoemd, omdat de voorbeelden specifiek bedoeld zijn om één soort argument te illustreren. Uiteraard zijn meerdere argumenten binnen één reactie wel stuk voor stuk meegeteld in de kwantitatieve analyse.

Better safe than sorry

Een argument komt overduidelijk het meest voor in het geanalyseerde corpus. In 108 van de 239 voorwaardelijke uitspraken wordt er gebruik gemaakt van het principe *better safe than sorry*. De gedachtegang is dat je beter het zekere voor onzekere kunt nemen, want het zal je maar overkomen. Dit argument staat gelijk aan wat Donovan (2002) *curatief geloof* noemt. Zo schrijft een bezorgde vrouw:

‘Al zou het een broodje aap zijn. Als moeder kan je niet voorzichtig genoeg zijn.’

Bij veel voorwaardelijke gelovers die voor de zekerheid waarschuwen is er wel openlijke twijfel zichtbaar over de waarheid van het verhaal. Bijvoorbeeld:

‘Tuurlijk heb je dan ook direct je twijfels als je zoiets leest, maar idd voor het zelfde geld is er maar 1 regel wel van waar dan sla je jezelf voor de kop als je er niets mee hebt gedaan.’

De wereld is er wreed genoeg voor

Ook het idee dat witte busjes met kinderlokken zouden kunnen bestaan omdat de wereld er wreed genoeg voor is, er lopen genoeg gekken rond, is een breed gedragen gedachte. Dit argument komt overeen met wat Donovan (2002) *symbolisch geloof* noemt. Dit komt binnen het corpus 68 keer voor. Iemand schrijft bijvoorbeeld:

‘Ja vind t ook apart. Maar je hoeft youtube maar te zien en je weet dat er heel veel gekken zijn en mensen zonder gevoel. Ik ben al sinds ik moeder ben n ander mens alsof m'n leven draait om m'n kinderen beschermen. Ik weet niet of t waar is maar ik ben me wel bewustdat er gekken zijn.’

Er wordt hierbij ook regelmatig verwezen naar andere landen waar dergelijke incidenten met kinderlokken of de variant met orgaanhandelaren ook zouden plaatsvinden. Als het daar kan, kan het in Nederland ook, is de gedachte:

‘Dat gebeurt bij ons 100% in zuid amerika. Ik las het gisteren en ik lag wakker daarvan vanacht verschrikkelijk :s.’

Ook Rusland, India en Centraal Amerika worden genoemd als locaties waar vergelijkbare gevallen zouden hebben plaatsgevonden. Om aan te tonen dat de wereld er wreed genoeg voor is, wordt er bovendien regelmatig verwezen naar incidenten binnen Nederland:

‘Dit gebeurt ook in Zwijndrecht hoor. Ook hier wordt geprobeerd kinderen te ontvoeren. Is nog niet gelukt maar proberen wel.’

Tot het tegendeel bewezen is

Op gepaste afstand van deze twee hoofdargumenten volgt de gedachte dat je beter maar waakzaam kunt zijn tot het tegendeel bewezen is (38 keer). Dit uit zich met name in het vragen naar informatie om de geruchten te kunnen bevestigen of ontkrachten:

‘Waarom is dit niet op het nieuws? Is dit waar? Ontvoeren ze kinderen voor organen? Wie heeft hier meer van gehoord?’

Anderen wachten liever af tot traditionele media melden dat het verhaal waar of niet waar is:

'Is natuurlijk heel erg, maar organen weg, maar ik vraag me wel af welke organen. En hoe en in welke staat zijn die kinderen dan terug gevonden. Je hoort me niet zeggen dat het niet gebeurd is maar wel heel gek dat het dan niet in het journaal is geweest of krant. Want mocht dit waar zijn vraag Ik me werkelijk af in wat voor een land ik nu leef. Maar Ik kan er niets zinnigs over zeggen omdat ik niet weet of dit iets is wat echt is of een sterk verhaal. Ik hoop dat het een sterk verhaal is, maar ook dat zou dan walgelijk zijn.'

Autoriteiten zijn niet te vertrouwen

Toch vertrouwt lang niet iedereen op de traditionele media en andere autoriteiten. In twaalf gevallen wordt de autoriteit van deze bronnen in twijfel getrokken, waardoor voor deze mensen het geloof dat busjes met kinderlokken zouden kunnen bestaan in stand blijft. Als bijvoorbeeld de politie als autoriteit wordt gewantrouwd, is de redenatie: de politie zegt dat de busjes niet bestaan. De politie is niet te vertrouwen. Dus de busjes zouden kunnen bestaan. Bijvoorbeeld:

'Wel degelijk aan de orde maar politie doet hierin bewust geen onderzoek en weigert dit TW registreren zoals in arnhem vaak aan de orde geweest is. En politie entameert dit als broodje aap. Daarbij is niet ieder busje of auto verdacht. Maar politie en justitie zijn hier de oorzaak van omdat deze roofdieren beschermt worden en vaak ook recidivisten zijn , bekenden !'

Niet alleen de politie, maar ook traditionele media worden verwijten gemaakt door een aantal discussianten. In het kader van dit onderzoek verdienen deze argumenten speciale aandacht. Zo schrijft iemand:

'ik snap niet waarom ze dit niet in de media gooien belachelijk 2 kinderen terug gevonden zonder organen en alle ouders worden niet op de hoogte gesteld van de ernst van de zaak want over die 2 gekke hoorde je nix meer.. echt afschuwelijk'

Er wordt geloofd in deze verhalen, al gaat men te weinig op zoek naar empirische bevestiging om dergelijke uitspraken als fervent te kunnen beschouwen. Dat de media niets met het nieuws doen of dat de politie ontkent of geen informatie heeft, is voor deze voorwaardelijke gelovers geen reden om te twifelen aan de (mogelijke) waarheid van de verhalen.

Waar rook is, is vuur

Een ander argument dat meermaals voorkomt, is dat er altijd wel een kern van waarheid in dergelijke verhalen zit. De gedachte ‘waar rook is, is vuur’ komt tienmaal voor. Zoals bijvoorbeeld:

‘Tja het kan dan misschien niet perse om een ontvoering gaan, maar dat ze iets willen doen wat niet in de haak is is toch wel duidelijk. [...] Juist door facebook is de kans groter dat ze gepakt worden omdat iedereen zijn ogen goed open houd nu. En dat een verhaal wat anders opgeschreven wordt dan wat er in het echt is gebeurd zal altijd zo blijven. Het feit dat er een paar malloten zijn die kinderen in hun busje willen krijgen voor wat dan ook is wel duidelijk. Hoop dat ze snel gepakt worden. Het zal je kind maar zijn!!!!’

Ik ken via via iemand die benaderd is door een onbekende man in een busje

In twee gevallen kennen mensen via via iemand die is benaderd door een onbekende man in een wit busje. Het betreft hier geen ervaringsgeloof omdat de discussiant het niet zelf heeft meegemaakt en het is geen fervent geloof omdat de discussiant geen directe band heeft met het slachtoffer. Daarom wordt dit argument onder het voorwaardelijk geloof geschaard. Bijvoorbeeld:

‘Ouders uit Rotterdam-Noord opgelet! [...] Afgelopen vrijdag zijn drie meisjes uit de klas van Noor tussen de middag thuis een boterham gaan eten. Toen ze weer onderweg naar school waren kwam er een witte bus naast hen rijden, met twee mannen erin; een bestuurder en een bijrijder. De bijrijder sprak de meisjes aan. Hij zei dat er iets met hun moeders was en dat ze in de bus moesten stappen. De man had een doek/ muts voor zijn gezicht, alleen zijn ogen waren zichtbaar. De meisjes schrokken hiervan en liepen snel door. De man sprak hen dringender aan en stapte uiteindelijk uit de bus. Waarop de meisjes gingen rennen en de man achter hen aan rende, terwijl hij riep; Ga in de bus! Toen ze bijna bij school waren gaf de man het op en stapte weer in de bus en toen reden ze hard weg. De meisjes waren uiteraard heel erg geschrokken. De school heeft direct de politie ingeschakeld en heeft het hele verhaal aangehoord. Nu blijken er meer meldingen bij de politie te zijn gemaakt over deze bus. Helaas hebben ze het kenteken niet gezien wel werd duidelijk dat de man met een accent sprak, iets uit het Oostblok is het vermoeden. De politie neemt de zaak heel serieus. [...] Wij hebben er met Noor uitgebreid over gesproken, zeker ook omdat een van de meisjes haar beste vriendin is. Wij hebben besloten haar voorlopig niet meer alleen te laten lopen.’

In de volgende tabel is een schematisch overzicht te vinden van de door voorwaardelijke gelovers meest gebruikte argumenten:

Tabel 4.1 Top 5 meest gebruikte argumenten voorwaardelijke gelovers Facebookdiscussies (N=239)

	Argument	Aantal keer gescoord	%
1	Better safe than sorry / het zal je maar gebeuren	108	45,19
2	De wereld is er wreed genoeg voor	68	28,45
3	Tot het tegendeel bewezen is	38	15,90
4	Ontkennende autoriteiten zijn niet te vertrouwen	12	5,02
5	Waar rook is, is vuur	10	4,18

4.2.2 Debunkers

Debunkende uitspraken zijn 140 keer terug te vinden binnen het corpus. De debunkers op Facebook zijn iets gevarieerder wat betreft het aantal verschillende argumenten. De 140 argumenten zijn in zeven categorieën te verdelen, die hieronder zullen worden besproken aan de hand van voorbeelden.

Het gevaar van sociale media

Opmerkelijk genoeg wordt er door debunkende gebruikers van Facebook het vaakst gewezen (46 keer) op het gevaar van sociale media, waardoor mensen elkaar ophitsen en geruchten over witte busjes in stand blijven, ondanks dat ze niet waar zijn volgens deze stijl van geloof. Iemand schrijft bijvoorbeeld:

‘word zooooo moe van al die onzinberichten.....en ik snap niet dat ze nog steeds verspreidt worden.’

Berichten over witte busjes zijn voor veel debunkers reden om de draak te steken met de mensen die deze verhalen delen. Bijvoorbeeld:

‘Ik heb wel eens gehoord van een vriend van de tante van de overbuurman van de bakker van Van der Meer & Schoep dat mensen die dit delen terug gevonden zijn zonder hersens...’

In deze categorie zijn ook de reacties meegerekend die betrekking hebben op de niet-sociale media. Want ook zij kunnen door te berichten over kinderlokken in witte busjes zorgen dat mensen worden opgehitst, zo redeneren enkele debunkers. Zo krijgt bijvoorbeeld het RTL 4-programma Editie NL kritiek op diens berichtgeving:

‘Editie NL neemt zulke dingen altijd klakkeloos over....eerst effe checken, redactie! Dit is dus een hoax!’

Toch gaat het slechts om enkele reacties waarin traditionele media verwijten worden gemaakt. In verreweg de meeste gevallen worden de sociale media aangehaald als oorzaak voor het in stand houden van de sage.

Het is niet logisch

In 27 gevallen nemen debunkers de tijd om te wijzen op de onlogische kanten van het verhaal. Dit gebeurt regelmatig in de vorm van een uitgebreide analyse, zoals deze:

‘Mensen, dat kan hier in NL helemaal niet, met Eurotransplant en haar strakke organisatie en administratie. Je kunt niet zomaar een kind vangen, het voor de lol even verkrachten (als dat tenminste in je geaardheid zit), het vermoorden, met een slagersmes de organen weghalen en die aan de hoogste bidder verkopen. Al is het alleen omdat zulke organen volkomen onbruikbaar zijn. Iemand moet op de I.C. aan de beademing sterven door hersenletsel, zonder zuurstoftekort voor de gezonde gedoneerde organen. Steken, scheten, wurgen en vergiften kunnen dus niet. En je zult een half ziekenhuis om moeten kopen voor een chirurgisch team en een IC-bed. Beetje onwaarschijnlijk, niet dan? [...]’

Als het waar is, staat het wel in de media

Waar debunkers dus veelvuldig wijzen op de risico’s van sociale media, is het eveneens opmerkelijk dat traditionele media door veel mensen nog wel als betrouwbare bron worden beschouwd. In 23 gevallen redeneren debunkers dat wanneer de verhalen over witte busjes waar zouden zijn, dit wel in de media had gestaan. Een voorbeeld:

‘...kinderen zonder organen gevonden en dit komt niet in de media? Grootste broodje aap dat er is.’

Beroep op autoriteit

Waar bij het vorige argument de absentie van witte busjes met kinderlokkers in de media wordt aangehaald, wordt er in 21 gevallen juist gewezen op autoriteiten die aangeven dat het onzin is. De website De Hoax-Wijzer is een veel aangedragen autoriteit, maar ook krantenartikelen of berichten op tv of radio:

‘He mop was vandaag op de radio bleek niet een kinderlijker te zijn maar had een kind met z'n fiets van de grote weg geplukt en heeft zich bij de politie gemeld nadat hij z'n signalement herkende.’

Kennis van hoax

Negentien debunkers zijn op de hoogte dat de verhalen over witte busjes met kinderlokken al langer rondzingen. Bijvoorbeeld:

"'Vroehah" [vroeger, IT] (25+jaar terug) onder de rook van Rotterdam gewoond en werden toen al bang gemaakt met "witte busjes" en "kinderlokken".. Niet iets van de laatste tijd dus...'

In vergelijkbare gevallen was het ook onzin

Tweemaal wordt verwezen naar vergelijkbare zaken waarbij bleek dat er geen kinderlokken rondreden in een busje. Zo wordt er gerefereerd aan een zaak in het Limburgse Tienray:

'De Maria school in Tienray waarschuwt preventief voor een kinderlokken, om dan te moeten vaststellen dat het hele verhaal verzonden blijkt te zijn'

Als de top vijf meest gebruikte argumenten door debunkers in een overzicht wordt gezet, ziet dat er als volgt uit:

Tabel 4.2 Top 5 meest gebruikte argumenten debunkers Facebookdiscussies (N=140)

	Argument	Aantal keer gescoord	%
1	Het gevaar van sociale media	46	32,86
2	Het is onlogisch	27	19,29
3	Het staat niet in de krant of een ander medium	23	16,43
4	Beroep op autoriteit	21	15
5	Kennis van hoax	19	13,57

4.2.3 Fervente gelovers

Tien gebruikers van Facebook zijn overtuigd van het bestaan van de witte busjes met kinderlokken. Met welke argumenten onderbouwen de fervente gelovers hun standpunt?

Autoriteit zegt dat het waar is

Vijfmaal wordt door fervente gelovers verwezen naar autoriteiten die hebben bevestigd dat witte busjes met kinderlokken bestaan. Bijvoorbeeld:

‘kijk uit hoax-wijzer, in rotterdam rijdt dezer dagen wel degelijk een wit busje rond, nix hoax. de inzittenden roepen naar kinderen: vlug, stap in, er is iets met je moeder. vraag maar na bij de rotterdamse politie. het zorgt voor veel angst en onrust.’

Persoonlijk een slachtoffer kennen

In vijf reacties wordt aangegeven dat de discussiant een directe relatie met een slachtoffer heeft:

‘Ca. 2 jaar geleden had ook mijn dochter en haar vriendin een vergelijkbare ervaring in Lansingerland bij het bouwterrein bij de middelbare scholen in Bergschenhoek. Gewoon alert zijn dus.’

Hier kun je niet over liegen

De laatste fervente bewering betreft de stelling dat nare ervaringen met witte busjes niet iets is waar iemand over zou liegen, ook niet als het kinderen betreft:

‘dat veel bestelbusjes wit zijn, kunnen die busjes ook niet helpen. gelukkig werden de meisjes door de schoolleiding wel degelijk geloofd. angst en beven speel je maar niet zomaar. en waarom zouden ze. ik ben er in deze luttele minuten van overtuigd geraakt dat jullie zelf volledig de weg kwijtgeraakt zijn in de hoaxteria.’

Het gevaar van sociale media wordt bij de bovenstaande reactie bovendien ook andersom benadrukt. Volgens de discussiedelnemer worden berichten veel te makkelijk als hoax afgedaan.

4.2.4 Ervaringsgelovers

Ervaringsgeloof is bij de discussies op Facebook de minst voorkomende stijl van geloof. Binnen het corpus is er slechts één persoon die zelf ervaring heeft met kinderlokken in busjes. Diegene schrijft het volgende:

Toevallig Was dit in Kloosterveen, Assen, Drenthe dit ECHT het geval, en dat waren ECHT 2 pedofielen dus het is niet altijd onzin!! Ik was toch behoorlijk bang toen ik 2 jaar terug op mijn 17e niet bij ze weg kon komen en uiteindelijk door een vriendin van me geholpen ben'

4.2.5 Samenvatting

Samenvattend heeft op Facebook het voorwaardelijke geloof de overhand. In totaal zijn 239 voorwaardelijke uitspraken teruggevonden in de geanalyseerde Facebookdiscussies. Concrete bewijzen kunnen ook de gebruikers van Facebook in de meeste gevallen niet tonen, maar met name de angst om dit mee te maken is groot genoeg om de verhalen toch niet direct te verwerpen. Dit betekent dat 61,28% van het totaal aantal relevante uitspraken voorwaardelijk is. Ook debunkers zijn duidelijk aanwezig op Facebook, 140 uitspraken (35,90% van het totaal aantal relevante uitspraken) zijn in totaal gescoord. Er is relatief weinig ruimte voor fervente beweringen (tien uitspraken, 2,56%) of persoonlijke ervaringen (één uitspraak, 0,26%).

Naar verhouding is het voorwaardelijke geloof met 239 uitspraken verreweg het meest aanwezig. Debunkers hebben met 140 uitspraken minder in de melk te brokkelen. Maar hoeveel unieke personen zijn nu verantwoordelijk voor deze uitspraken? Het is bijvoorbeeld mogelijk dat er heel weinig verschillende gelovers in het geanalyseerde materiaal zijn terug te vinden met veel argumenten. Of er zijn heel veel debunkers, met weinig argumenten. Om het antwoord hierop te vinden, is in de volgende tabel een overzicht gegeven van hoeveel unieke discussiedeelnemers verantwoordelijk zijn voor de uitspraken:

Tabel 4.3: Overzicht totaal aantal uitspraken vs. aantal unieke discussiedeelnemers

Stijl van geloof	Totaal aantal uitspraken	Aantal unieke deelnemers
Debunkers	140	115
Voorwaardelijke gelovers	239	191
Fervente gelovers	11	9
Ervaringsgelovers	1	1

De tabel laat zien dat de 239 voorwaardelijke uitspraken zijn gedaan door 191 unieke Facebookgebruikers. Dat betekent dat 79,92% van de voorwaardelijke uitspraken door unieke deelnemers zijn gedaan. Zijn er grote verschillen met debunkers? Dat blijkt niet het geval. De 140 debunkende uitspraken zijn gedaan door 115 unieke discussianten. Dat betekent dat 82,14% van de uitspraken door unieke Facebookgebruikers zijn gedaan. Dat ligt dus iets hoger dan bij het voorwaardelijke geloof, maar het verschil is verwaarloosbaar.

4.3 Stijlen van (on)geloof in krantenberichtgeving

Welke stijlen van (on)geloof komen in de krantenartikelen voor en hoe vaak worden welke argumenten daarbij aangedragen? Uit het corpus van 57 krantenartikelen zijn in totaal 162 bruikbare uitspraken te halen, die betrekking hebben op de manier waarop de kranten wel of niet zeggen te geloven in de verhalen over kinderlokken. Uitspraken die een voorwaardelijk geloof in kinderlokken met witte busjes tonen komen met 84 keer het vaakst voor, op de voet gevolgd door debunkende uitspraken (77x). Fervente uitspraken zijn driemaal terug te vinden en in één geval wordt ervaringsgeloof geuit.

Voordat de argumenten aan de hand van voorbeelden worden toegelicht, zal eerst een overzicht worden gegeven van de gevonden argumenten. De argumenten zijn geordend aan de hand van de stijlen van (on)geloof, zoals onderscheiden door Donovan (2002) en Burger (2014).

Debunkers: De verhalen over witte busjes met kinderlokken zijn niet waar, want...

- het zijn slechts geruchten die bestaan doordat mensen elkaar via (sociale) media ophitsen;
- deze *hoax* gaan al jarenlang rond;
- de verhalen zijn onlogisch of te onduidelijk om ze als aannemelijk te beschouwen;
- in het verleden is gebleken dat het vergelijkbare geruchten onzin waren;
- een autoriteit zegt dat de verhalen niet waar zijn;
- er was wel een man in een wit busje, maar dat was geen kinderlokken of iemand met kwade bedoelingen;
- de verhalen zijn het gevolg van de fantasie van kinderen.

Fervente gelovers: De verhalen over witte busjes met kinderlokken zijn waar, want...

- er zijn bewezen gevallen bekend uit het verleden, er zijn mensen voor veroordeeld;
- het is niet mogelijk om zulke verhalen te verzinnen, hier kun je niet over liegen.

Ervaringsgelovers: De verhalen over witte busjes met kinderlokken zijn waar, want...

- ik ben zelf benaderd door van een onbekende man in een (wit) busje of getuige van een dergelijke situatie.

Voorwaardelijke gelovers: De verhalen over witte busjes met kinderlokken kunnen waar zijn, want...

- *better safe than sorry*; een gewaarschuwd mens telt voor twee, het zal je maar overkomen;
- Er zijn vergelijkbare voorvallen bekend;
- het tegendeel is nog niet bewezen; er loopt nog een onderzoek naar de zaak en er is nog geen uitsluiting of de verhalen waar of niet waar zijn;
- er is een onbekende man in een wit busje geweest, al is het motief nog onduidelijk;

- een autoriteit neemt de verhalen serieus, zonder een oordeel te vellen over de waarheid ervan;
- er zijn meerdere meldingen gedaan;
- het is niet te controleren of er onbekende mannen in witte busjes zijn, er is te weinig informatie;
- er zijn mensen die beweren slachtoffer of getuige te zijn geweest van een onbekende man in een wit busje, zonder concrete bewijzen te leveren.

4.3.1 Voorwaardelijke gelovers

Voorwaardelijke geloofsuitspraken worden op verschillende manieren naar voren gebracht.

Een autoriteit neemt de verhalen serieus

Met achttien keer wordt er in voorwaardelijke geloofsuitspraken het vaakst gewezen op autoriteiten – met name de politie – die de zaak serieus nemen, zonder uitsluitel te geven of de witte busjes wel of niet bestaan:

‘In Beverwijk waren er in februari soortgelijke meldingen. De politie neemt ze 'uiterst serieus, juist vanwege het feit dat het om kinderen gaat'.’ (Noordhollands Dagblad, 1 april 2015).

Verwijzingen naar mensen die slachtoffers van witte busjes met kinderlokkers kennen

Zeventien keer wordt er door kranten verwezen naar mensen die beweren slachtoffers te kennen die zijn benaderd door een onbekende man in een busje. Bijvoorbeeld:

‘De moeder belde gistermiddag naar de politie met de noodkreet dat iemand haar kind wilde meenemen in een bordeauxrood busje.’ (AD Haagsche Courant, 11 maart 2014).

Dit soort uitspraken worden beschouwd als instrumentele uitspraken en niet als fervente uitspraken, omdat er bij deze berichten niet op zoek wordt gegaan naar empirische bevestiging. Harde bewijzen ontbreken. Bovendien zijn de slachtoffers van de incidenten slechts via via benoemd in de artikelen. De slachtoffers komen zelf niet aan het woord en zijn ook geen directe bekenden van de journalist.

Er zijn vergelijkbare voorvallen bekend

In veertien gevallen wordt door kranten gewezen op vergelijkbare gevallen uit het verleden of in andere plaatsen in Nederland. Bijvoorbeeld:

‘Opvallend genoeg is er in Beverwijk een zelfde incident geweest. Daar zou een man geprobeerd hebben een meisje van basisschool De Wilgeroos in een zwarte auto te lokken. Ze ontsnapte via de achterdeur’ (Noordhollands Dagblad, 7 februari 2015).

Het is niet te controleren

Negen kranten wijzen erop dat het moeilijk te controleren valt of witte busjes met kinderlokkers bestaan of niet. Dit is vergelijkbaar met wat Donovan (2002, p.194) *beschermende onzekerheid* noemt. Door te verwijzen naar oncontroleerbare zaken, valt er geen uitsluitel te geven over het bestaan van witte busjes. Een voorbeeld komt uit NRC Next van 9 april.

‘Hij wil overigens niet zeggen dat alle verhalen over kinderlokkers onwaar zijn. “Het wordt alleen al snel lastig om te weten te komen wat er echt gebeurd is.’ (NRC Next, 9 april 2014)

Onder deze categorie zijn ook de argumenten meegeteld die erop wijzen dat er te weinig informatie bekend is, waardoor het moeilijk te controleren is of de verhalen waar of niet waar zijn:

‘De politie riep gisteravond via social media op uit te kijken naar het voertuig. Dat leverde geen meldingen op. Er is dus nog geen bevestiging dat het busje daadwerkelijk in de straat is geweest’ (AD Haagsche Courant, 11 maart 2014).

Tot het tegendeel bewezen is

Zolang het politieonderzoek nog loopt, willen negen krantenartikelen geen uitsluitel geven over het bestaan van kinderlokkers in witte busjes:

Een woordvoester laat weten dat de politie de zaak onderzoekt en er bij surveillances op let. (AD Rotterdams Dagblad, 4 oktober 2013)

Er is een man in een busje, maar het motief is onduidelijk

Zeven keer wordt melding gedaan van de aanwezigheid van een onbekende man in een busje, maar wordt erbij vermeld dat de motieven van hem onduidelijk zijn. Het zou om iemand met kwade bedoelingen kunnen gaan, maar het zou ook een onschuldige situatie kunnen zijn. Bijvoorbeeld:

“Het jongetje is om tien voor een ’s middags aangesproken door een man die in een lichtkleurig busje reed. We weten niet of de man iets kwaads in de zin heeft”. (Noordhollands Dagblad, 27 juni 2015)

Better safe than sorry

In vijf gevallen laten de onderzochte kranten het principe ‘better safe than sorry’ optekenen in hun artikelen. Waarschuwen kan geen kwaad, of het verhaal nu waar is of niet, is de redenatie. Donovan (2002) noemt dit ook wel *curatief geloof*. Zo wordt in het volgende citaat een schooldirecteur aangehaald:

‘Maar dat doet er niet eens toe. Als het verhaal niet blijkt te kloppen, dan is dat fijn. Als het wel klopt, dan hoop ik dat ze de dader zo snel mogelijk vinden. Het gaat erom dat dit kind veilig naar school kan’ (AD Groene Hart, 20 maart 2014)

Er zijn meerdere meldingen gedaan

Een laatste voorwaardelijk argument houdt in dat het mogelijk is dat de witte busjes met kinderlokkers bestaan, omdat er meerdere meldingen door verschillende personen zijn gedaan. Dit argument komt vijf keer voor, waaronder in het volgende voorbeeld, waarin een voorzitter van een voetbalclub wordt geciteerd:

“Het is niet zo dat maar één kind met dit verhaal naar zijn trainer is gekomen”. (AD Rotterdams Dagblad, 30 januari 2014)

In de volgende tabel is een overzicht te vinden van de vijf meest voorkomende voorwaardelijke uitspraken uit de onderzochte krantenberichten. De tabel bestaat uit zes argumenten, omdat twee argumenten evenveel voorkwamen in het corpus.

Tabel 4.4: Top 5 meest gebruikte argumenten voorwaardelijke gelovers krantenberichten (N=84)

	Argument	Aantal keer gescoord	%
1	Een autoriteit neemt de verhalen serieus	18	21,43
2	Mensen die beweren een slachtoffer te kennen	17	20,24
3	Er zijn vergelijkbare voorvallen bekend	14	16,67
4	Het is niet te controleren	9	10,71
	Tot het tegendeel bewezen is	9	10,71
5	Onduidelijk motief	7	8,33

4.3.2 Debunkers

Debunkende uitspraken komen iets minder vaak voor dan voorwaardelijke argumenten, maar zijn alsnog 76 keer te vinden over de afgelopen drie jaar. Hoe zijn deze argumenten verdeeld?

Beroep op autoriteit

Het vaakst, 28 keer, wordt gewezen op autoriteiten die stellen dat de verhalen niet waar zijn. Het betreft hier met name politieonderzoek waaruit is gebleken dat geruchten over kinderlokken niet kloppen. Bijvoorbeeld:

‘Wijkagenten gingen op zoek naar een pakketbezorger, vonden hem, om vervolgens te concluderen dat dat precies is wat de man deed: pakketten bezorgen. En dus niet kinderen trachten te ontvoeren. Want dat was het verhaal dat rondging op Facebook.’ (Brabants Dagblad, 30 april 2014).

Kennis van hoax

Twaalf keer wordt er gewezen op het bestaan van het ‘witte-busjessyndroom’. De kranten tonen zo aan dat ze op de hoogte zijn dat de verhalen over witte busjes al langer rondzingen.

‘Heel Nederland ziet al jarenlang verdachte witte busjes rondrijden.’ (AD De Dordtenaar, 2 november 2013).

Niet alleen wordt er hierbij naar Nederland verwezen, maar ook in het buitenland blijken de busjes een fenomeen te zijn dat steeds weer terugkomt:

‘In Engeland heeft de politie er een naam voor: black van syndrome.’ (Brabants Dagblad, 30 april 2014)

Het is onlogisch

Elf keer wordt gewezen op de onlogische kanten van de verhalen over witte busjes met kinderlokkeners. Zo schrijft het AD Rotterdams Dagblad van 8 april 2014:

‘Als alle melders op social media moeten worden geloofd rijden ze af en aan door de regio.’ (AD Rotterdams Dagblad, 8 april 2014)

Voorbeelden uit verleden bleken ook niet waar te zijn

Ook uit voorbeelden uit het verleden trekken verschillende kranten de conclusie dat de witte busjes met kinderlokkeners niet bestaan. Er wordt negenmaal verwezen naar voorbeelden die niet waar bleken te zijn:

‘In Kennemerland bleken vermeende kinderlokkeners drie bouwvakkers te zijn, van wie eentje tegen een kind had gezegd 'wat heb je een mooi kort rokje aan'. In een ander geval vroeg iemand in een zwart busje de weg aan een kind. Dat gebeurde in de Kop van Noord-Holland. De man meldde zich spontaan bij de politie.’ (Noordhollands Dagblad, 1 april 2015)

Het gevaar van sociale media

Ook de kranten zijn op de hoogte dat mensen elkaar via sociale media kunnen ophitsen. Op het gevaar van sociale media wordt negen keer gewezen, zoals in dit voorbeeld:

‘Zo doet een bericht over een blauw busje van het merk Mercedes-Benz, waarin eveneens kinderlokkeners zouden zitten, momenteel ook de ronde. Dit onjuiste bericht, compleet met kenteken van de wagen, is in een paar dagen ruim achtduizend keer gedeeld.’ (Noordhollands Dagblad, 18 september 2013)

Valse beschuldiging

In sommige gevallen was er wel sprake van een man in een busje, maar ging het niet om een kinderlokkeners of iemand met kwade bedoelingen. In de onderzochte artikelen wordt een dergelijke valse beschuldiging vijf keer aangehaald. Bijvoorbeeld:

‘De man in kwestie vertelde wel dat hij bij een woning aan de Brummenstraat op het raam had geklopt toen daar niet open werd gedaan. Mogelijk heeft dat de fantasie van enkele kinderen op hol gebracht en de geruchtenstroom op gang gebracht.’ (Brabants Dagblad 30 april 2014)

De fantasie van kinderen

Tot slot wordt ook de fantasie van kinderen aangedragen als oorzaak voor het bestaan van een gerucht over kinderlokken in witte busjes. Dit gebeurt in totaal drie keer.

“Het verleden heeft geleerd dat kinderen zich wel eens ten onrechte druk maken”.’ (Noordhollands Dagblad 27 juni 2015)

In de volgende tabel staat een overzicht van de vijf meest gebruikte debunkende argumenten in de onderzochte krantenartikelen. De top vijf bestaat uit zes argumenten, omdat twee argumenten even vaak zijn gebruikt.

Tabel 4.5: Top 5 meest gebruikte argumenten debunkers krantenberichten (N=77)

	Argument	Aantal keer gescoord	%
1	Beroep op autoriteit	28	36,36
2	Kennis van hoax	12	15,58
3	Het is onlogisch	11	14,29
4	Voorbeelden uit het verleden	9	11,69
-	Het gevaar van sociale media	9	11,69
5	Valse beschuldiging	5	6,49

4.3.3 Fervente gelovers

Het aantal fervente beweringen is op een hand te tellen: slechts drie uitspraken wijzen op een volledig geloof in witte busjes met kinderlokken.

Bewezen gevallen uit het verleden

Tweemaal wordt gewezen op bewezen voorbeelden uit het verleden, bijvoorbeeld in het *AD Groene Hart* van 26 maart 2014:

‘Er zijn gevallen waarbij ontvoerders kinderen van straat oppikken en meenemen. Zo is er in Oudenbosch, in 2012, een dader veroordeeld.’

Hier kun je niet over liegen

Ook in de krantenberichten is éénmalig terug te vinden dat ervaringen met onbekende mannen in witte busjes niet iets is waar iemand over zou liegen. De volgende bewering in het AD Groene Hart van 20 maart 2014 van een schooldirecteur wordt onder dit fervente argument geplaatst:

“Het kind was volledig overstuur en stond te trillen. Samen met een ervaren collega was ik overtuigd van het verhaal.”

4.3.4 Ervaringsgelovers

Geloof op basis van eigen ervaringen komt slechts éénmaal voor. In het AD Amersfoorste Courant van 27 juni 2013 wordt een meisje geïnterviewd die zelf te maken heeft gehad met een kinderlokker in een wit busje:

“‘We wilden de straat oversteken toen er in de verte een busje aankwam. [...] Hij stopte vlak bij ons aan de kant van de weg en maakte wilde armgebaren, zocht oogcontact en riep iets. We konden hem niet horen omdat hij geen raam open had, maar we maakten er wel uit op dat hij wilde dat we naar hem toekwamen. [...] Toen zijn we weggerend in de richting van het spoorbruggetje”.’

4.3.5 Krantenkoppen

Deze verdeling van argumenten zegt nog niet voldoende over de daadwerkelijke aantal keren waarop de stijlen van ongeloof voorkomen. In veel artikelen komen zowel instrumentele als debunkende uitspraken voor. Het is dan ook goed om ook te kijken naar de algemene aard van de artikelen. Welke boodschap komt in de kop en welke visie wordt als tegenwerping later in het artikel aangehaald? Hieruit blijkt dat het aantal debunkende artikelen ten opzichte van voorwaardelijke gelovers een stuk lager ligt dan het geval was bij de hierboven bestudeerde argumenten. Er zijn slechts acht koppen te vinden in het corpus die een debunkende boodschap uiten. Voorbeelden hiervan zijn: ‘Kinderlokker? Nee. Bezorger in Reeshof blijkt... pakketbezorger’ (*Brabants Dagblad*, 30 april 2014) en ‘Uren politiewerk door nepbericht over ‘het witte busje’ (’*Noordhollands Dagblad*, 20 maart 2014). De kop ‘Kinderlokkers komen uit Roemenië of Bulgarije’ (*AD Groene Hart*, 29 maart 2014) lijkt een fervente uitspraak, maar het artikel verkondigt juist een debunkende boodschap.

Een aantal krantenkoppen geven een daadwerkelijk alarmerende boodschap. Bijvoorbeeld: ‘Kinderlokker in Huiswaard’ (*Noordhollands Dagblad* 23 mei 2015) en ‘Vrij precies signalement

kinderlokker' (*AD Rotterdams Dagblad*, 1 februari 2014). Toch houden de kranten in de meeste gevallen ook in de koppen een slag om de arm. Dit gebeurt met name door het woord kinderlokker tussen aanhalingstekens te zetten, door in de kop duidelijk te maken dat het nog om een gerucht gaat of door naar iemand anders te verwijzen die het bestaan van de kinderlokkers verkondigt: 'Meisjes (14) voelen zich bedreigd door eigenaardig gedrag man in wit busje' (*AD Amersfoortse Courant*, 27 juni 2013) of 'Scholen waarschuwen voor kinderlokker' (*AD Groene Hart*, 20 maart 2014). Het instrumentele geloof heeft duidelijk de overhand.

In verschillende artikelen wijzen mediadeskundigen op het bestaan van de moderne sage van het witte busje met kinderlokkers, maar ook zij houden een slag om de arm wat betreft het bestaan van deze busjes. Zo zegt onderzoeker Peter Burger van de Universiteit Leiden in het *AD Rotterdams Dagblad* van 8 april 2014: 'Ik kan niet zeggen of ze [de verhalen over witte bestelbussen, IT] fantasie of serieus zijn.' Ook internetsocioloog Albert Benschop kan verhalen over kinderlokkers in witte busjes niet volledig ontkrachten. 'Het probleem van een geruchtenmachine is volgens Benschop dat iedereen elkaar napraat. "Daardoor is het lastig om te onderzoeken of het klopt."' (*Haarlems Dagblad*, 18 april 2015).

4.3.6 Samenvatting

Net als bij de Facebookdiscussies heeft het voorwaardelijke geloof in krantenberichtgeving de overhand. Toch is de verhouding tussen voorwaardelijke gelovers en debunkers hier een stuk gelijkjer. 50,91% van de uitspraken behoort toe aan het voorwaardelijke geloof, terwijl 46,67% van de in totaal 165 uitspraken debunkend is. Fervent geloof (drie keer, 1,82% van het totaal aantal uitspraken) en ervaringsgeloof (één keer, 0,61%) komen nauwelijks voor in de onderzochte artikelen.

De in totaal 165 uitspraken zijn gevonden in 57 verschillende krantenartikelen uit de periode 1 januari 2013 tot 1 september 2015. Om te kunnen vaststellen wat de waarde is van de hierboven beschreven verhoudingen, is het goed om te kijken hoe de verhouding gelovig/debunkend in het algemeen in krantenartikelen is. Door te kijken naar zaken als krantenkoppen, de volgorde waarin voorwaardelijke en debunkende uitspraken worden gepresenteerd en woordgebruik kan worden bepaald welke stijl van (on)geloof aan een artikel toebehoort. Dat wil dus niet zeggen dat een artikel die als 'debunkend' wordt beschouwd louter debunkende argumenten bevat. Verschillende debunkende argumenten bevatten gelovige uitspraken en andersom.

Het blijkt dat in 33 van de 57 artikelen het voorwaardelijke geloof de overhand heeft, dat is 57,89% van het totaal aantal artikelen. Er zijn 23 artikelen te vinden waarin debunkende uitspraken de dienst uitmaken, 40,35%. Een artikel is volledig gestoeld op ervaringsgeloof (1,75%), een artikel waar het fervente geloof de overhand heeft is in het corpus niet teruggevonden. Het verschil tussen het

voorwaardelijke geloof en debunkers is zodoende in het algemeen iets groter dan wanneer puur naar de losse uitspraken wordt gekeken.

5. Resultaten: ethos

Zoals gezegd zijn met behulp van een kwalitatieve analyse de verschillende ethostechnieken onderscheiden, waarmee mensen proberen hun indruk en autoriteit als spreker te vergroten. Hierbij is als basis het schema met ethostechnieken van Burger en Anemaet (2011) gebruikt, zoals in het theoretisch kader is beschreven. Opvallend is dat alle door Burger en Anemaet gevonden ethostechnieken ook zijn terug te vinden in de Facebookdiscussies over witte busjes met kinderlokken. Daarnaast zijn een aantal extra technieken gevonden. De aanwezige ethostechnieken zullen eerst aan de hand van voorbeelden worden besproken, waarna een kwantitatieve analyse duidelijk moet maken in welke mate de technieken aanwezig zijn.

5.1 Ethostechnieken in Facebookdiscussies

Het onderzoek van Burger en Anemaet (2011) naar *drink spiking* leverde een overzicht van twaalf ethostechnieken op, gestructureerd aan de hand van de driedeling van Aristoteles: deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid. Deze twaalf ethostechnieken zijn eveneens terug te vinden in de discussies op Facebook die voor dit onderzoek zijn geanalyseerd. In deze paragraaf zal dit worden getoond aan de hand van voorbeelden. Tevens zijn er zes extra ethostechnieken gevonden in het corpus. Deze zullen later in de paragraaf worden beschreven.

Elke ethostechniek wordt verduidelijkt aan de hand van een voorbeeld. In sommige voorbeelden zijn ook andere ethostechnieken terug te vinden, naast de techniek die wordt geïllustreerd. Deze andere ethostechnieken zullen niet worden benoemd. Uiteraard zijn deze technieken in de kwantitatieve analyse wel gewoon stuk voor stuk meegeteld.

Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt

Bij deze techniek draait het erom dat iemand zijn stelling verdedigd door aan te geven dat hij of zij deze stelling met een experiment getoetst heeft. Er wordt hierbij dus eenmalig een specifieke poging gedaan om iets te toetsen. Zo schrijft een discussiant aanvankelijk:

'Omg is dit serieus?! Ikkkkk ga de politie bellen hoe het zit en wel direct....noa speelt elke dag alleen buiten brrrrr enge shit dit zeg!'

Even later verklaart diegene inderdaad de politie en zelfs een school te hebben gebeld en meldt het resultaat van de actie:

‘Politie zegt tegen mij...er zijn geen CONCRETE bewijzen....dus er speelt wel iets...ik heb de godde herder school gebelt die waren een stuk vriendelijker dan de politie overginds en hun vertelde mij dat hun idd een brief hebben uitgegeven uit voorzorg..ze weten zelf ook niet presies wat hier waar van is maar uit voorzorg dus wel idd een brief meegegeven aan ouders. Ik weet het niet vind het een naar verhaal en ik hou igg me kinderen goed in de gaten buiten.’

Er is in dit geval sprake van een test door de discussiant. Er is een poging gedaan om de waarheid van een melding van een kinderlokker te achterhalen door de politie en een school te bellen. Er wordt niet een algemene opmerking die de politie heeft gedaan aangehaald, de persoon heeft zelf initiatief getoond om een reactie van de politie los te krijgen. Vandaar dat deze reactie als de ethostechniek ‘aangeven dat je wat je zegt, getest hebt’ wordt gecodeerd.

Beroep op autoriteit

Deze ethostechniek is simpelweg het aanhalen van een autoriteit, om zo de deskundigheid te vergroten. Onder debunkers is bijvoorbeeld De Hoax-Wijzer een populaire website om aan te tonen dat de witte busjes niet bestaan. Bijvoorbeeld:

‘Deze staat regelmatig op De Hoax-Wijzer, inderdaad broodje aap.’

Anticiperen op tegenargumenten of vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben

Bij deze techniek is de spreker op de hoogte van mogelijke tegenwerpingen die zijn of haar reactie zou kunnen losmaken. Om die reacties voor te zijn, geeft de spreker alvast antwoorden op die mogelijke tegenwerpingen. Een mooi voorbeeld hiervan is de volgende reactie op Facebook:

‘Sommigen zeggen..ook al is het een hoax, een gewaarschuwd mens telt voor twee....maar dan zeg ik :'' aan massahysterie heb je ook niets''. Zeggen ze: '' nou, deel het toch! En zo gaat het maar door en door. Als het echt is dan staat het echt wel in de plaatselijke media’

Mensen die hierna reageren hoeven niet meer aan te komen met argumenten als ‘een gewaarschuwd mens telt voor twee’ of ‘deel het hoe dan ook’, want door deze gebruiker is alvast ingespeeld op deze mogelijke tegenwerpingen.

Verwijzen naar eigen kennis, ervaring of opleiding

Hierbij claimt iemand zijn of haar deskundigheid aan kennis die is opgedaan door bijvoorbeeld een bepaalde opleiding te hebben gevolgd of door een bepaald beroep uit te oefenen. Ook een woonplaats is voor veel mensen een manier om autoriteit te claimen. Zo beschouwt een geëmigreerde discussiant het bestaan van een orgaanhandelaar in een wit busje voor mogelijk, omdat dit soort praktijken in diens werelddeel voorkomen:

‘Dat gebeurt bij ons 100% in zuid amerika. Ik las het gisteren en ik lag wakker daarvan vanacht verschrikkelijk :s’

De afstand verkleinen tot de bron. Cat.1: uit eerste hand

Hiervan is sprake wanneer iemand zelf een ervaring met kinderlokken in witte busjes heeft gehad. Er wordt een persoonlijk verhaal verteld, waarbij de bron dus afkomstig is uit de eerste hand.

Bijvoorbeeld:

‘Toevallig Was dit in Kloosterveen, Assen, Drenthe dit ECHT het geval, en dat waren ECHT 2 pedofielen dus het is niet altijd onzin!! Ik was toch behoorlijk bang toen ik 2 jaar terug op mijn 17e niet bij ze weg kon komen en uiteindelijk door een vriendin van me geholpen ben! wink- emoticon’

De afstand verkleinen tot de bron. Cat.2: uit tweede hand

Het kan ook zijn dat iemand van bijvoorbeeld een familielid, vriend of kennis heeft gehoord over het wel of niet bestaan van witte busjes met kinderlokken. De bron waar de spreker zijn of haar deskundigheid aan ontleent is iemand uit de directe omgeving van de spreker en wordt bij deze ethostechniek dan ook benoemd binnen een reactie. Zo schrijft iemand:

‘Ca. 2 jaar geleden had ook mijn dochter en haar vriendin een vergelijkbare ervaring in Lansingerland bij het bouwterrein bij de middelbare scholen in Bergschenhoek. Gewoon alert zijn dus.’

De afstand verkleinen tot de bron. Cat.3: uit derde hand

Als iemand een bron uit derde hand aanhaalt, wordt deze bron verder niet geïdentificeerd.

Bijvoorbeeld:

‘Ik hoorde ook net dat er zo n gek op een zwart brommertje kinderen lastig valt in de buurt van de hsl. Opletten dus!’

De kinderlokkers in witte busjes zouden in de ogen van deze Facebook-gebruiker kunnen bestaan en daarmee wordt de vergelijking gemaakt met een ander verhaal. Van wie dit verhaal afkomstig is en wat de relatie van de bron met de spreker is, blijft onbekend.

Zaken vermelden die in je nadeel lijken

Deze techniek valt onder de categorie eerlijkheid. Door iets te benoemen dat mogelijk in het nadeel van jou als spreker kan zijn, probeer je zo eerlijk mogelijk over te komen. Iemand schrijft bijvoorbeeld:

‘Dan kan dit een hoax zijn... r is in Berkel wel iemand opgepakt die meisjes lastig viel....’

Deze reactie is geschreven onder een bericht waarin het bestaan witte busjes met kinderlokkers wordt ontkracht. Het lijkt dus niet logisch om in deze omstandigheid toch nog te geloven in die kinderlokkers. Deze spreker benadrukt dan ook eerst op de hoogte te zijn dat er sprake is van een *hoax*, iets dat nadelig is ten opzichte van het vervolg van zijn reactie. Door de debunkers eerst te onderschrijven, maar vervolgens toch op een incident in Berkel te wijzen, vergroot de spreker zijn eerlijkheid.

Naar de eigen eerlijkheid verwijzen

Om de eerlijkheid van een reactie te vergroten, kunnen mensen proberen om te benadrukken volledig objectief te zijn. De volgende debunker schrijft bijvoorbeeld:

“Mensen, even allemaal rustig nou. Ik heb ook twee kids, en ook voor mij is dit de grootste angst. Pas in Zoetermeer was ook een zogenaamd poging tot ontvoering. Er zou een rood busje bij betrokken zijn. Niet veel later zou het busje in het westland gesingaleerd zijn. Op half Facebook breekt de totale paniek uit, overal zouden schooldirecteuren ingelicht zijn door de politie, politie post op school bij dochter X, "ze" hebben het hier ook geprobeerd. Iedereen poste zijn 1e hand informatie van een agent of schooldirecteur. Achteraf is elk bericht stuk voor stuk onzin gebleken, en dan praat ik over meer dan 30! Berichten. Ook hier lees ik al 8 pogingen tot ontvoering. Even hard gesteld; als iemand echt een kind wil ontvoeren, heeft ie binnen een uur een kind. Als iemand een kind wil ontvoeren, is de kans dat hij een groep aanspreekt gewoon nihil! Kinderlokkers werken zelden met zijn tweeën. Kortom, wees altijd op je hoede, maar ga niet mee in de paniek.”

De spreker verwijst naar allerlei vergelijkbare berichten die allemaal onzin bleken te zijn en geeft ook nog eens aan dat de acht ontvoeringspogingen die in de discussie worden opgevoerd niet logisch zijn. Om toch objectief over te komen, geeft de spreker in het begin aan zelf kinderen te hebben en ook bang te zijn dat hen iets overkomt. Op die manier wordt de eerlijkheid vergroot, de spreker kan zich

als ouder van kinderen immers inleven in de situatie en is daardoor extra bevoegd om de verhalen over witte busjes met kinderlokkers te ontkrachten.

De gemeenschappelijkheid benadrukken

Met deze ethostechniek probeert een spreker *goodwill* te kweken door gemeenschappelijke kenmerken tussen hem en het publiek te benadrukken. Iemand schrijft bijvoorbeeld:

‘Aan alle ouders Laat je kind niet alleen buiten spelen!!!Heel veel mogen wij als gewonen burger niet weten om massa hysterie te voorkomen maar een gewaarschuwd mens telt voor 2!!’

Deze reactie richt zich in eerste instantie op alle ouders, waarmee een gemeenschappelijk kenmerk tussen de spreker en het beoogde publiek wordt benadrukt. Even later wordt nog een ander gemeenschappelijk kenmerk benoemd: ‘wij als gewone burgers.’ Op deze manier zet de spreker zichzelf op één lijn met zijn publiek, terwijl het publiek zich juist kan identificeren met de spreker. Op die manier groeit de welwillendheid richting de spreker.

Het publiek complimenteren en bedanken

Het publiek welwillend stemmen kan ook gebeuren door te complimenteren of te bedanken. Zo geeft iemand het publiek een compliment, door het woord ‘kanjers’ te gebruiken:

‘ik vind het erg dat het zo gaat in nederland het gaat wel om kinderen zeg als kinderen gepakt worden door volwassen dan kunnen ze niks doen ik zeg alleen hou deze mensen in de gaten oke kanjes [kanjers, IT] hou jullie kinderen of kleinkinderen in de gaten blijf bij jullie kinderen of kleinkinderen grt’

Een gezamenlijke tegenstander zwartmaken

Ook door je op een gemeenschappelijke tegenstander te richten, kan de welwillendheid worden vergroot. Tussen gelovers en debunkers is binnen het corpus een opmerkelijke trend zichtbaar. Gelovers bewaren hun scheldpartijen vooral voor de kinderlokkers over wie de moderne sagen rondgaan. Bijvoorbeeld:

‘Als ik het ziet.... Ik hang ze op aan de hoogste boom. Stelletje viespeuken... Sukkels.. Losers.’

Debunkers daarentegen zien in de gelovers hun gezamenlijke tegenstander, zoals de volgende reactie laat zien:

‘Ik heb wel eens gehoord van een vriend van de tante van de overbuurman van de bakker van Van der Meer & Schoep dat mensen die dit delen terug gevonden zijn zonder hersens...’

Extra ethostechnieken in Facebookdiscussies

Binnen het corpus zijn zes ethostechnieken gevonden die meermaals worden gebruikt, maar die niet terugkomen in het schema van Burger en Anemaet (2011). Dit geldt voor ethostechnieken die zowel deskundigheid, eerlijkheid als welwillendheid vergroten. Deze extra ethostechnieken zijn alleen gevonden in de discussies op Facebook. Voor krantenberichten volstond het schema van Burger en Anemaet. De extra technieken zullen worden beschreven aan de hand van voorbeelden.

Andersmans bronnen wantrouwen

Door de waarde van andermans bronnen in twijfel te trekken, proberen mensen zich als deskundiger te profileren dan de bron van de opponent in de discussie. Deze ethostechniek valt dan ook onder de noemer ‘deskundigheid’. Zo is er een debunker die twijfelt aan de betrouwbaarheid van het televisieprogramma Hart van Nederland, dat een reactie eerder als bron was aangehaald door een andere discussiant:

‘Ja best jammer dat hart van nederland bijdraagt aan deze onzin. Ga er maar van uit dat wanneer dit soort zaken daadwerkelijk aan de hand zijn het breed in het echte nieuws zou worden gebracht.’

Reacties uitlokken

Door een vraag te stellen tonen discussianten aan niet vooringenomen te zijn, open te staan voor nieuwe informatie en te hopen op reacties van andere deelnemers aan de discussie. Dit draagt bij aan de eerlijkheid van de discussiant. Tot de antwoorden zijn gegeven staan ze open voor informatie van alle kanten. Bijvoorbeeld:

‘Waarom is dit niet op het nieuws? Is dit waar? Ontvoeren ze kinderen voor organen? Wie heeft hier meer van gehoord?’

Goede manieren tonen

Het publiek staat welwillender tegenover je, wanneer je jezelf op een beleefde manier presenteert. Door verontschuldigen of andere beleefdheidsfrases te gebruiken, proberen discussianten dit voor elkaar te krijgen, zoals in het volgende voorbeeld:

‘tag ff door aub dames dit is wel belangrijk!!’

Het publiek begroeten en afscheid nemen

Ook door als beleefdheidsvorm netjes te groeten ontstaat welwillendheid. Bijvoorbeeld:

‘[Naam] een kennis van mij heeft net navraag gedaan bij de politie, dit hele verhaal is verzonnen dus verwijder het maar. Xx’

Aandacht trekken

Verschillende gebruikers van Facebook proberen in de discussie over witte busjes met kinderlokkers de aandacht van het publiek te trekken. Dit doen ze bijvoorbeeld door in hoofdletters te schrijven of veel leestekens te gebruiken. Op deze manier proberen zij het publiek welwillend te stemmen om hun reactie te lezen en serieus te nemen. Een voorbeeld:

‘GROOT GEVAAR, IEDEREEN GOED OPLETTEN, ZOU JE KIND OF KLEINKIND ZIJN, DEEL DIT ZO VEEL MOGELIJK, GEVAAR GEVAAR VOOR ALLE KINDEREN!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!’

Het publiek gelijk geven

Tot slot wordt er in verschillende reacties op Facebook welwillendheid gekweekt door een medediscussiant gelijk te geven. Door iemands bericht te bevestigen vlei je niet alleen de andere deelnemer aan de discussie, het laat ook zien dat je openstaat voor andere reacties. Bijvoorbeeld:

‘Tuuuurlijk houden ze veel geheim maar dat er een kind gevonden is zonder ingewanden no mang Sorry dat niet.’

Een eerdere reactie, waarin wantrouwen richting de openheid van de politie werd geuit, wordt in bovenstaande reactie eerst onderschreven en de welwillendheid die hiermee ontstaat stelt deze discussiant vervolgens in staat een tegengestelde mening te verkondigen.

Kwantitatieve analyse ethostechnieken in Facebookdiscussies

Op de volgende pagina is in een tabel te vinden hoe vaak de gevonden ethostechnieken voorkomen in de geanalyseerde Facebookdiscussies. Zoals blijkt uit dit overzicht, gebruiken gelovers ruim twee keer zoveel ethostechnieken als debunkers (265 tegenover 119). Bij meer dan de helft van deze 265 ethostechnieken (136 keer, 51,32% van de door gelovers gebruikte ethostechnieken) wordt gebruik gemaakt van de kunstgreep 'welwillendheid.' Dit terwijl in het geval van de debunkers het zwaartepunt op 'deskundigheid' ligt: 59 van de 119 uitspraken, 49,58% van het in totaal door debunkers gebruikte aantal ethostechnieken.

Ook opmerkelijk is dat de techniek 'een gezamenlijke tegenstander zwartmaken' bij zowel gelovers als debunkers het meest gebruikt wordt. Gelovers gebruiken deze techniek 48 keer (12,5% van het totaal aantal ethostechnieken), tegenover 21 keer door debunkers (5,47%). Zoals al eerder gezegd, richten gelovers zich hierbij vooral op de kinderlokkers, terwijl debunkers met name kwaadspreken over gelovers.

Hoewel beide partijen een behoorlijk breed scala aan ethostechnieken tentoonspreiden, voeren wederom de gelovers hierin de boventoon. Elke van de achttien gevonden ethostechnieken wordt in meer of mindere mate door gelovers gebruikt. Bij de debunkers zijn er vier technieken die niet binnen het corpus voorkomen. Omdat niet alleen de variëteit, maar ook de kwantiteit bij gelovers een stuk hoger ligt, voelen zij blijkbaar meer de verplichting om hun indruk als spreker te vergroten.

Een laatste zaak die opvalt is dat gelovers veel meer moeite doen om aandacht te besteden aan medediscussianten. Ze proberen in 29 gevallen (7,55% van het totaal) reacties van anderen los te weken en stemmen liefst 36 keer (9,38%) in met een eerdere reactie binnen een discussie, terwijl er ook nog 12 keer (3,13%) een compliment of bedankje wordt uitgedeeld. Als debunkers aandacht besteden aan andere discussianten is dat toch vooral in negatieve zin, door ze zwart te maken. Bij gelovers is dit ook een veelgebruikte ethostechniek, maar zij richten zich hierbij niet op medediscussianten maar op de kinderlokkers zelf.

Tabel 5.1 Ethotechnieken in Facebookdiscussies

Ethotechniek		Gelovig		Debunkend		Totaal	
		N	%	N	%	N	%
1	Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt	1	0,26	-	-	1	0,26
2a	Beroep op traditionele autoriteit	7	1,82	6	1,56	13	3,39
2b	Beroep op internetautoriteit	4	1,04	18	4,69	22	5,73
3	Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon en bron betrekking hebben	7	1,82	15	3,91	22	5,73
4	Verwijzen naar eigen kennis, ervaring of opleiding	26	6,77	12	3,13	38	9,9
5	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.1: uit eerste hand	1	0,26	-	-	1	0,26
6	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.2: uit tweede hand	11	2,86	1	0,26	12	3,13
7	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.3: uit derde hand	17	4,43	-	-	17	4,43
8	Andermans bronnen wantrouwen	14	3,65	7	1,82	21	5,47
9	Zaken vermelden die in je nadeel lijken	5	1,3	1	0,26	6	1,56
10	Naar de eigen eerlijkheid verwijzen	7	1,82	5	1,3	12	3,13
11	Reacties uitlokken	29	7,55	4	1,04	33	8,59
12	De gemeenschappelijkheid benadrukken	15	3,91	-	-	15	3,91
13	Het publiek complimenteren en bedanken	12	3,13	8	2,08	20	5,21
14	Een gezamenlijke tegenstander zwartmaken	48	12,5	21	5,47	69	17,97
15	Goede manieren tonen	10	2,6	6	1,56	16	4,17
16	Het publiek begroeten en afscheid nemen	4	1,04	5	1,3	9	2,34
17	Aandacht trekken	11	2,86	2	0,52	13	3,39
18	Het publiek gelijk geven	36	9,38	8	2,08	44	11,46
	TOTAAL	265	69,01	119	30,99	384	100

5.2 Ethotechnieken in krantenberichten

Waar gebruikers van Facebook een breed scala aan ethotechnieken uit de kast trekken, zijn de kranten een stuk minder variërend in hun pogingen om hun ethos te vergroten. Slechts zes van de achttien ethotechnieken zijn terug te vinden in het corpus. In deze paragraaf zullen deze technieken aan de hand van voorbeelden worden getoond. Vervolgens zal een kwantitatieve analyse uitwijzen hoe vaak deze ethotechnieken voorkomen.

Beroep op autoriteit

Ook kranten verwijzen regelmatig naar autoriteiten om hun standpunt te onderbouwen. De politie is een veel geciteerde bron, maar ook bijvoorbeeld internetexperts komen een aantal keer aan het woord. Bijvoorbeeld:

Internetsocioloog Albert Benschop herkent dit. “We hebben steeds vaker het idee dat er allemaal vieze mannen achter onze kinderen aanzitten, maar dat is natuurlijk niet zo.” (Haarlems Dagblad, 18 april 2015)

Verwijzen naar eigen kennis, ervaring of opleiding

Een aantal keer wordt er verwezen naar eigen kennis, ervaring of opleiding. Kranten tonen bij deze techniek vooral aan op de hoogte te zijn van het bestaan van de *hoax* en claimen op die manier hun autoriteit om hun standpunt te bepalen. Ze gebruiken geen bron om hun stelling te onderbouwen. In het Noordhollands Dagblad van 14 oktober staat bijvoorbeeld:

‘Om de zoveel maanden verschijnen ergens in de provincie Noord-Holland berichten op Facebook of een ander sociaal medium over mogelijke kinderlokken. Soms rijdend in een wit, dan weer een grijs, of een blauw busje.’ (Noordhollands Dagblad, 14 oktober 2013)

De afstand verkleinen tot de bron. Cat.1: uit eerste hand

Het AD Amersfoortse Courant gebruikt deze ethostechniek in zijn editie van 27 juni 2013, door een meisje aan het woord te laten die zelf is lastiggevalen door een wit busje. De bron waarop de krant zich beroept is dan ook afkomstig uit eerste hand:

‘Een van de twee vertelt over het incident: “We wilden de straat oversteken toen er in de verte een busje aankwam. De bestuurder reed langzaam, dus we dachten dat we makkelijk konden oversteken. Opeens gaf hij gas en reed keihard door. Hij stopte vlak bij ons aan de kant van de weg en maakte wilde armgebaren, zocht oogcontact en riep iets tegen ons.”’ (AD Amersfoortse Courant, 27 juni 2013)

De afstand verkleinen tot de bron. Cat.2: uit tweede hand

Ook bronnen die het bestaan van kinderlokken in witte busjes uit tweede hand hebben gehoord worden aangehaald. Dit betreft met name directeuren van scholen waarvan een leerling melding heeft gedaan van een verdacht busje. Bijvoorbeeld:

“Het kind was volledig overstuurd en stond te trillen,” stelde directeur van Ko Katsman van Het Mozaïek in deze krant. “Samen met een ervaren collega was ik overtuigd van het verhaal.” (AD Groene Hart, 22 maart 2014)

De afstand verkleinen tot de bron. Cat.3: uit derde hand

Bronnen uit derde hand worden niet nader geïdentificeerd, waardoor het vaag blijft wie precies de bron is. Voor kranten geen al te overtuigend middel om indruk te maken, maar toch wordt deze techniek een aantal keer toegepast:

‘Mogelijk is gistermiddag een meisje van ongeveer zes jaar oud ontvoerd vanaf het Praatsveld in Soerendonk. Iemand zou hebben gezien dat een stevige, ongeveer 55-jarige, kalende man met grijs haar het kind in een zwart busje trok.’ (Eindhovens Dagblad, 6 maart 2013)

Naar de eigen eerlijkheid verwijzen

Dit is de enige ethostechniek die niet onder ‘deskundigheid valt’ en die wordt gebruikt in krantenberichten. Wanneer in het AD Groene Hart van 26 maart 2014 bijvoorbeeld onderzoeker Peter Burger van de Universiteit Leiden wordt aangehaald, staat er bijvoorbeeld:

‘Burger, zelf vader van twee dochters, bagatelliseert de verhalen over witte busjes overigens niet.’ (AD Groene Hart, 26 maart 2014)

In dit citaat wordt aangetoond dat Burger voor de krant een eerlijke, objectieve bron is, door te benadrukken dat Burger zelf twee kinderen heeft. Hij kan zich als vader immers inleven in de leefwereld van ouders, dus de debunkende uitspraken die daarna worden gedaan zijn niet het gevolg van ongevoeligheid of onwetendheid hoe het voor ouders is als kinderen risico lopen.

Kwantitatieve analyse ethostechnieken in krantenberichten

Op de volgende pagina is een overzicht te zien van de mate waarin de gevonden ethostechnieken voorkomen in de geanalyseerde krantenberichten. In totaal zijn er 71 ethostechnieken gevonden, waarvan wederom het merendeel bestaat uit gelovige uitspraken.

Gelovers beroepen zich het meest op bronnen uit tweede hand, achttien keer (25,35% van het totaal aantal ethostechnieken). Ook het aanhalen van een autoriteit is met veertien keer (19,72%) een veelgebruikte ethostechniek onder gelovers. Voor debunkers is de verdeling nog eenzijdiger: in liefst 22 van de 27 gebruikte technieken wordt een autoriteit aangehaald. Wanneer zowel gelovers als debunkers worden meegerekend, is een beroep op autoriteit in meer dan de helft van het totaal aantal ethostechnieken aan de orde (50,70%).

Tabel 5.2 Ethotechnieken in krantenartikelen

Ethotechniek		Gelovig		Debunkend		Totaal	
		N	%	N	%	N	%
1	Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt	-	-	-	-	-	-
2	Beroep op autoriteit	14	19,72	22	30,99	36	50,70
3	Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon en bron betrekking hebben	-	-	-	-	-	-
4	Verwijzen naar eigen kennis, ervaring of opleiding	5	7,04	4	5,63	9	12,68
5	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.1: uit eerste hand	1	1,41	-	-	1	1,41
6	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.2: uit tweede hand	18	25,35	1	1,41	19	26,76
7	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.3: uit derde hand	4	5,63	-	-	4	5,63
8	Andermans bronnen wantrouwen	-	-	-	-	-	-
9	Zaken vermelden die in je nadeel lijken.	-	-	-	-	-	-
10	Naar de eigen eerlijkheid verwijzen	2	2,82	-	-	2	2,82
11	Reacties uitlokken	-	-	-	-	-	-
12	De gemeenschappelijkheid benadrukken	-	-	-	-	-	-
13	Het publiek complimenteren en bedanken	-	-	-	-	-	-
14	Een gezamenlijke tegenstander zwartmaken	-	-	-	-	-	-
15	Goede manieren tonen	-	-	-	-	-	-
16	Het publiek begroeten en afscheid nemen	-	-	-	-	-	-
17	Aandacht trekken	-	-	-	-	-	-
18	Het publiek gelijk geven	-	-	-	-	-	-
	TOTAAL	44	61,97	27	38,03	71	100

Voor zowel gelovers als debunkers is 'dekundigheid' verreweg de meest gebruikte kunstgreep om het ethos te vergroten. In liefst 97,18% van de gevallen wordt de deskundigheid benadrukt. 'Eerlijkheid' komt slechts twee keer voor (2,82%) en 'welwillendheid' is zelfs helemaal afwezig.

6. Conclusies

Al sinds het jaar 2000 verschijnen meerdere keren per jaar berichten over witte busjes met kinderlokken in kranten en op sociale media. Voor dit onderzoek zijn de krantenartikelen en een selectie van Facebookdiscussies van groeps- en persoonlijke pagina's uit de afgelopen drie jaar geanalyseerd op logos- en ethostechnieken. In dit conclusiehoofdstuk zal een antwoord worden gezocht op de in de inleiding gestelde onderzoeksvraag:

Op welke manier worden de retorische overtuigingsmiddelen logos en ethos ingezet in de discussie over witte busjes met kinderlokken in krantenberichten en op Facebook?

In dit hoofdstuk zal eerst voor de volledigheid een kort overzicht worden gegeven van de belangrijkste resultaten van de analyse. Daarna zal het gebruik van logos en ethos door kranten en Facebookgebruikers worden vergeleken. Tot slot zullen conclusies worden getrokken over de bruikbaarheid van het analysemodel van Burger en Anemaet (2011) en de zichtbaarheid van de gezagscrisis in het geanalyseerde corpus.

6.1 Logos

Het voorwaardelijke geloof heeft onder de Facebookgebruikers de overhand: 61,28% van de gevonden relevante uitspraken stelt dat witte busjes zouden kunnen bestaan. Honderdveertig discussiedeelnemers verwerpen dat de witte busjes bestaan en daarmee is 35,80% van alle relevante uitspraken debunkend. Het lijkt voor veel mensen aan bewijs te ontbreken om zich definitief voor het bestaan van witte busjes uit te kunnen spreken. De angst dat het je maar zal overkomen is echter dusdanig groot, dat veel mensen maar het zekere voor het onzekere nemen. Het *curatief geloof*, de stijl van geloof die voor Donovan (2002) gelijkstaat aan de gedachte 'het zal je maar gebeuren', is dan ook een veelvoorkomend argument onder voorwaardelijke gelovers. Ook het argument dat de witte busjes zouden kunnen bestaan omdat de wereld er wreed genoeg voor is sluit aan bij de angst die onder veel mensen heerst.

Debunkers op Facebook wijzen opvallend genoeg het vaakst naar sociale media als oorzaak dat de verhalen over witte busjes de ronde doen. Daarnaast worden ook de onlogische kanten van het verhaal regelmatig aangehaald: ofwel omdat het idee van onbekende mannen in witte busjes niet logisch is, ofwel omdat het gerucht niet in traditionele media is terug te vinden. Harde bewijzen dat de witte busjes niet bestaan worden daarentegen een stuk minder vaak aangedragen.

Aan de andere kant worden er ook amper harde bewijzen aangedragen dat de busjes wel degelijk rondrijden in Nederland. Slechts tien fervente gelovers zijn er in het corpus te vinden, veelal mensen die een directe relatie met een slachtoffer hebben. Slachtoffers zelf zijn nog minder op Facebook te vinden: één persoon geeft aan te maken te hebben gehad met kwaadwillende mannen in een busje.

Krantenartikelen zijn eveneens weinig eensgezind in hun stijl van geloof. Iets meer dan de helft van de gevonden uitspraken draagt het voorwaardelijk geloof uit, met name door te wijzen op autoriteiten als de politie die het verhaal serieus nemen. Op drie fervente uitspraken en een keer ervaringsgeloof na, is de rest van de uitspraken debunkend van karakter (46,67%). Het ontkennen van het bestaan van witte busjes gebeurt vooral door te wijzen op autoriteiten die stellen dat het niet klopt. In totaal is in 57,89% van de artikelen het voorwaardelijk geloof de overheersende stijl van (on)geloof, tegenover 40,35% debunkende artikelen.

De resultaten op het gebied van logos wijken iets af van het (deel van het) onderzoek van Burger (2014) naar de Smileybende, dat het meest vergelijkbaar is met dit onderzoek naar witte busjes. Bij de Smileybende verwijzen de krantenartikelen de verhalen bijna volledig naar het rijk der fabelen. Een beroep op autoriteit is hierbij eveneens het meest gebruikte argument, alleen het aandeel debunkers is vele malen groter dan bij de witte busjes. Op het vernaculaire web hebben bij Burger de debunkers eveneens de overhand, opnieuw een verschil met de resultaten van dit onderzoek. De voorwaardelijke gelovers die zich online melden beargumenteren hun standpunt vooral door te stellen dat de verhalen over de Smileybende mensen zouden hebben kunnen inspireren om dit na te doen. Dit argument ontbreekt volledig in de discussie over witte busjes.

6.2 Ethos

Niet alleen zijn de argumenten in de discussie over witte busjes onderzocht, ook is de manier waarop mensen hun autoriteit als spreker proberen te versterken geanalyseerd, oftewel de ethostechnieken. Krantenartikelen blijken niet al te scheutig en variërend in hun ethosgebruik te zijn: slechts 71 maal, verdeeld over zes verschillende technieken. Debunkende krantenartikelen tonen zich hierbij het minst variërend: slechts drie verschillende technieken, die allemaal onder de dimensie deskundigheid vallen.

Dat het aandeel van ethos in krantenartikelen over witte busjes relatief klein is, sluit aan bij het onderzoek van Burger (2014) naar de Smileybende. Toch is er een verschil. In Burgers onderzoek voelden journalisten zich nauwelijks verplicht om hun ethos te vergroten. Ethostechnieken werden nog veel minder gebruikt dan het geval is bij de witte busjes. Dit is te verklaren door de grotere onzekerheid die er in de krantenartikelen heerst over het bestaan van de busjes. De Smileybende werd bijna volledig afgedaan als onwaar en daarom vonden de kranten het blijkbaar niet nodig om hun

indruk als spreker te vergroten. Over de witte busjes is veel meer discussie en dan is het voor kranten noodzakelijker om hun indruk als spreker te vergroten.

Dit laatste geldt nog in veel grotere mate voor het vernaculaire web. Liefst achttien verschillende ethostechnieken worden gebruikt, verdeeld over alle ethosdimensies: deskundigheid, eerlijkheid en welgezindheid. Het zwartmaken van een gezamenlijke tegenstander is zowel onder gelovers als debunkers de meest gebruikte techniek. Wie die gezamenlijke tegenstander is verschilt: gelovers richten zich vooral op de kinderlokkers over wie de verhalen de ronde doen, debunkers maken juist de gelovers zwart. Debunkers doen verder regelmatig een beroep op een autoriteit, maar het relatieve aandeel van deze ethostechniek ligt een stuk lager dan in het onderzoek van Burger (2014).

Hoewel beide partijen veel gebruik maken van en variërend zijn in hun ethostechnieken, lijken gelovers zich meer verplicht te voelen tot het vergroten van hun indruk als spreker. Elke van de achttien ethostechnieken wordt gebruikt en in totaal worden er ook meer technieken gebruikt door gelovers dan door debunkers, 265 tegenover 119. Dit laat een duidelijk verschil zien met het onderzoek van Burger (2014) naar de Smileybende. In zijn onderzoek is het aantal ethostechnieken van debunkers en gelovers op het vernaculaire web ongeveer gelijk, terwijl gelovers in het geval van witte busjes ruim twee maal zoveel technieken gebruiken als debunkers.

Het onderzoek van Burger en Anemaet (2011) naar ethostechnieken in berichtgeving over *drink spiking* sluit meer aan op de resultaten van de casus witte busjes. In hun onderzoek maken gelovers eveneens vaker en gevarieerder gebruik van ethostechnieken dan debunkers. Deskundigheid voert bovendien in beide onderzoeken de boventoon onder debunkers. Daarentegen is bij de witte busjes de dimensie welwillendheid onder gelovers het meest gebruikt, terwijl Burger en Anemaet ook bij gelovers vooral deskundigheid terugvinden.

6.3 Traditionele vs. vernaculaire media

Er is in de analyse een duidelijk verschil zichtbaar tussen het gebruik van ethos in krantenartikelen en in Facebookdiscussies. Dit verschil zit met name in de variëteit: op Facebook zijn achttien verschillende ethostechnieken teruggevonden, in de kranten slechts zes.

Overeenkomstig met het onderzoek van Burger (2014) overheerst de ethosdimensie deskundigheid in krantenartikelen. Ook bij debunkers op Facebook worden – net als bij Burger - vooral ethostechnieken die de deskundigheid vergroten gebruikt, maar de gelovers laten een ander patroon zien op Facebook. Onder hen is welwillendheid de meest voorkomende ethosdimensie. Desondanks kan in het algemeen worden gesteld dat de resultaten behoorlijk overeenkomen met de uitkomsten van Burger (2014).

De argumenten waarmee debunkers in kranten en op Facebook hun standpunt onderbouwen verschillen niet veel van elkaar. Vier van de vijf meest gebruikte debunkende argumenten op Facebook staan ook in de top vijf van krantenartikelen. Onder voorwaardelijke gelovers zijn er wel veel verschillen. Kranten wijzen vooral op de politie en daarmee op een externe autoriteit die de verhalen over witte busjes serieus neemt. Facebookgebruikers willen vooral het zekere voor het onzekere nemen en hebben geen externe autoriteiten nodig om die houding te rechtvaardigen.

Het is niet met zekerheid te zeggen waarom deze patronen zich voordoen in krantenberichten en op Facebook. De verschillen die optreden ten opzichte van het onderzoek naar de Smileybende lijken het gevolg van de aard van beide casussen. Het feit dat kinderlokken in het algemeen bestaan en de negatieve publiciteit van witte busjes rond incidenten als Marc Dutroux en Natascha Kampusch maken het voor mensen vermoedelijk aannemelijk dat kinderlokken in witte busjes kunnen bestaan. Tel hierbij op dat het om een risico voor kinderen gaat en het is voor te stellen dat ook journalisten het zekere voor het onzekere willen nemen. Dit in tegenstelling tot de Smileybende, waarbij journalisten het verhaal vrijwel volledig afdeden als broodje aap en de discussie eigenlijk alleen op het vernaculaire web werd gevoerd.

6.4 Analysemodel

Het analysemodel van Burger en Anemaet (2011) voor ethostechnieken vormt voor dit onderzoek de basis voor de ethosanalyse. In het theoretisch kader is de vraag gesteld in hoeverre dit analysemodel ook in de casus witte busjes met kinderlokken bruikbaar zou zijn. Dit blijkt het geval te zijn. Alle ethostechnieken die Burger en Anemaet in hun tabel hebben gezet, zijn eveneens terug te vinden in de discussie over witte busjes. De twaalf technieken blijken dus geen eendagsvliegers te zijn die slechts op *drink spiking* betrekking hebben, ze komen ook voor in deze volledig andere casus. Het analysemodel blijkt zelfs nog te beperkt te zijn voor dit onderzoek. In het geanalyseerde corpus werden zes extra ethostechnieken gevonden die meermaals zijn gebruikt. Verdere aanbevelingen over de bruikbaarheid van het analysemodel zijn in het volgende hoofdstuk terug te vinden.

6.5 Gezagscrisis

Het gebruik van logos en ethos in de discussie over witte busjes met kinderlokken is in het bovenstaande verduidelijkt. Nu resteert alleen nog de vraag in hoeverre de gezagscrisis waarover in de inleiding en de theorie is gesproken zichtbaar is in het geanalyseerde corpus. Staat het gezag van

traditionele media onder druk nu gebruikers van Facebook online hun eigen waarheid kunnen construeren?

Aan de ene kant is er wel iets van de gezagscrisis zichtbaar. Slechts in 3,39% van de gevallen beroepen Facebookgebruikers zich op een traditionele autoriteit om hun ethos te vergroten. Op het gebied van logos komen traditionele media niet veel beter naar voren. Slechts enkele reacties wijzen op krantenartikelen om hun standpunt te onderbouwen. Veel vaker wordt er verwezen naar internetsites als de Hoax-Wijzer of naar de politie.

Aan de andere kant is het wantrouwen ten aanzien van sociale media veel duidelijker zichtbaar dan het wantrouwen jegens traditionele media. Onder debunkende Facebookgebruikers is het gevaar van sociale media zelfs het meest gebruikte argument om te onderbouwen dat witte busjes met kinderlokken niet bestaan. Het idee dat het wel in de krant zou hebben gestaan als de witte busjes daadwerkelijk hadden bestaan staat eveneens in de top drie meest gebruikte argumenten. Dit wijst erop dat de autoriteit van traditionele media nog steeds boven de autoriteit van sociale media wordt gesteld. Dat autoriteiten niet te vertrouwen zijn staat onder gelovige Facebookgebruikers weliswaar in de top vijf meest gebruikte argumenten, maar dit wantrouwen richt zich met name op de politie en in mindere mate op de media.

Dit is een opmerkelijke conclusie die niet lijkt te stroken met het idee van een gezagscrisis die Howard (2008a) naar voren brengt en waarvan de aanwezigheid ook in bijvoorbeeld het onderzoek van Burger (2014) zichtbaar is. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de discussie over witte busjes vaker op het vernaculaire web wordt gevoerd dan in kranten. De artikelen over witte busjes zijn bovendien vrijwel allemaal afkomstig uit regionale of lokale kranten, met een kleiner lezerspubliek dan de grote kranten van Nederland. Dit zou kunnen betekenen dat de kranten wellicht een minder zichtbare partij zijn binnen de discussie. Hierdoor ligt de focus voornamelijk op de sociale media en komt het gevaar van die sociale media eerder als argument uit de bus dan argumenten die het gezag van kranten ondermijnen. Dit is echter niet meer dan een mogelijke verklaring voor het afwijkende patroon wat betreft de gezagscrisis. In ieder geval zou dit onderzoek journalisten iets meer hoop kunnen geven dat het nog niet volledig gedaan is met hun gezag.

7. Discussie

In dit laatste hoofdstuk zal er worden gereflecteerd op de conclusies van dit onderzoek en zullen aanbevelingen voor vervolgonderzoek worden gedaan.

7.1 Limitaties aan het onderzoek

De analyse van dit onderzoek is uitgevoerd op materiaal uit de laatste drie jaar en vormt daarmee slechts een deel van alle krantenartikelen en Facebookdiscussies die sinds 2000 zijn verschenen. Hoewel representatief, hebben de conclusies die in dit onderzoek worden getrokken dus geen betrekking op al het beschikbare materiaal. Met Facebook is er bovendien maar één platform binnen het vernaculaire web geanalyseerd, terwijl ook op bijvoorbeeld forums, Twitter of blogs deze discussie wordt gevoerd.

Wat ook vooral niet moet worden vergeten is dat bijna alle artikelen afkomstig zijn van regionale of lokale kranten. Grote landelijke kranten hebben nieuws over witte busjes over het algemeen links laten liggen. Is dit sinds de eerste geruchten over witte busjes al het geval of hebben de landelijke dagbladen in de loop van de tijd besloten er geen aandacht meer aan te besteden? Het zou interessant zijn hier onderzoek naar te doen. Als de aandacht in de loop der jaren is verzwakt, kunnen de grote kranten als debunkers worden beschouwd. In dat geval kruipen de resultaten weer dichterbij de resultaten van Burger (2014) toe, waarin kranten de berichten over de Smileybende bijna volledig naar het rijk der fabelen verwezen.

Verder is er in dit onderzoek geen aandacht besteed aan het derde overtuigingsmiddel dat in de klassieke retorica wordt onderscheiden: pathos, ofwel het opwekken van emoties bij het publiek. Dit onderzoek richt zich op argumenten en de autoriteit die daarbij wordt geclaimd en het pathos is daarbij buiten beschouwing gelaten, omdat deze minder relevant is bij het beantwoorden van de onderzoeksvraag. De resultaten zijn dan ook niet voldoende om van een volledige retorische analyse van de wittebusjescasus te kunnen spreken.

Tot slot laat dit onderzoek zien op welke manier er door kranten en Facebookgebruikers over witte busjes met kinderlokkers wordt gesproken, maar zijn er hooguit mogelijke verklaringen te geven over de vraag waarom deze patronen zich bijvoorbeeld op Facebook vertonen. In de conclusie zijn deze mogelijke verklaringen gegeven, maar voor een definitief antwoord is eerst meer onderzoek nodig.

7.2 Analysemodel

Alle ethostechnieken uit het analysemodel van Burger en Anemaet (2011) waren eveneens terug te vinden in de casus van dit onderzoek. Op basis daarvan kan gesteld worden dat het analysemodel in bredere zin bruikbaar is, al zijn er meer vergelijkbare onderzoeken nodig om deze stelling definitief te kunnen onderbouwen.

Daarnaast zijn er in dit onderzoek ethostechnieken gevonden die niet in het analysemodel voorkomen. Om te weten of deze extra technieken een plaats moeten krijgen in het standaard analysemodel, is het nodig om te onderzoeken of deze ethostechnieken ook bij andere casussen vaker voorkomen.

7.3 Vervolgonderzoek

Omdat alleen de berichtgeving van de afgelopen drie jaar is geanalyseerd, blijft er ruimte om een grotere onderzoeksperiode te nemen. Dan kan worden gesteld of de ontdekte retorische patronen definitief gelden binnen de casus witte busjes met kinderlokkers. Sinds het jaar 2000 komen de discussies over witte busjes regelmatig terug. Het kan zijn dat in de beginperiode, toen het nog niet of in ieder geval minder bekend was dat het hier om een moderne sage gaat, retorica op een totaal andere manier is ingezet door kranten en op het vernaculaire web. Facebook bestond weliswaar nog niet, maar het is voorstelbaar dat er op andere platforms als forums al wel werd gediscussieerd over de busjes.

Wat betreft het vernaculaire web is in dit onderzoek alleen Facebook geanalyseerd. Het kan interessant zijn om ook andere platforms te analyseren, om te kijken of de retorische patronen uit dit onderzoek ook in brede zin gelden voor het vernaculaire web. Bovendien kan zo worden bepaald of het gebruik van logos en ethos op Facebook verschilt van het gebruik op bijvoorbeeld forums of Twitter. Daarvoor is eveneens eerst meer onderzoek naar retorica op specifiek Facebook nodig, omdat de volledige focus op Facebook in dit onderzoek momenteel nog op zichzelf staat.

In de hypothese en in de conclusie is binnen het begrip moderne sagen een verschil aangeduid in de aard van de sagen als mogelijke verklaring voor de resultaten en de verschillen met andere onderzoeken. Er zit een verschil in mate van geloofwaardigheid tussen verschillende sagen: het is bijvoorbeeld aannemelijk te denken dat het *drink spiking* uit het onderzoek van Burger en Anemaet (2011) als realistischer wordt beschouwd dan de Smileybende uit het onderzoek van Burger (2014), al wordt er over beide sagen gediscussieerd over de waarheid. Dit verschil in mate van geloofwaardigheid zou van invloed kunnen zijn op de retorische patronen die in de discussies aan het licht komen. Maar dat dit verschil een rol kan spelen is slechts een aanname en dus (nog) niet op wetenschappelijke

kennis gestoeld. Zodra er voldoende sagen zijn onderzocht kan er een vergelijkingsonderzoek worden uitgevoerd, om te kijken of verschillen in de resultaten inderdaad ontstaan vanwege het verschil in mate van geloofwaardigheid.

Zoals al eerder in dit hoofdstuk duidelijk is gemaakt, is meer vergelijkbaar onderzoek nodig om de algemene bruikbaarheid van het analysemodel van Burger en Anemaet (2011) te kunnen bepalen. Van de extra ethostechnieken die in dit onderzoek naar witte busjes zijn gevonden, moet bovendien nog worden vastgesteld of deze relevant genoeg zijn om deel uit te maken van het algemene analysemodel of dat dit technieken zijn die specifiek toebehoren aan de discussie over witte busjes.

Dit onderzoek draagt bij aan het begrip van de gezagscrisis die door Howard (2008a) is benoemd. Er is echter maar één casus onderzocht en dat is uiteraard te weinig om generaliserende conclusies over de gezagscrisis te kunnen trekken. De resultaten zijn dan ook slechts een onderdeel op weg naar volledig begrip van de relatie tussen traditionele en vernaculaire media. Dit volledige begrip kan alleen worden bereikt wanneer meer casussen op een vergelijkbare manier worden onderzocht.

Tot slot zou het interessant kunnen zijn om nader onderzoek te doen naar de beweegredenen van met name journalisten in hun ethosgebruik. Zoals uit de analyse is gebleken, richten journalisten zich van de drie ethosdimensies vrijwel volledig op deskundigheid. Eerlijkheid en welwillendheid zijn nauwelijks of zelfs niet aanwezig. Waarom denken journalisten voldoende te hebben aan het vergroten van deskundigheid? Nader onderzoek naar dit soort achtergronden zouden eveneens kunnen bijdragen aan een beter begrip van de gezagscrisis.

Bibliografie

- Becker, H.S. (1997). *The Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance*. New York: Free Press.
- Best, J. (2008). *Social Problems*. New York: Norton.
- Best, J. (ed.) (2009). *Images of Issues: Typifying Contemporary Social Problems (Second Edition)*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Braet, A. (2007). *Retorische kritiek: Hoe beoordeel je overtuigingskracht?* Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Burger, P. (2014). Kinderlokkers in witte busjes (1), *De Gestolen Grootmoeder*, laatst geraadpleegd op 16 november 2015 via <http://www.gestolengrootmoeder.nl/wordpress/kinderlokke rs-in-witte-busjes/>.
- Burger, P. (2014). Kinderlokkers in witte busjes (2): de Oost-Europeaan heeft het gedaan, *De Gestolen Grootmoeder*, laatst geraadpleegd op 16 november 2015 via <http://www.gestolengrootmoeder.nl/wordpress/witte-busjes-met-kinderlokkers-in-het-buitenland/>.
- Burger, P. (2014). *Monsterlijke verhalen. Misdaadsagen in het nieuws en op webfora als retorische constructies*. Den Haag: Boom Lemma.
- Burger P. en L. Anemaet (2011). Exploring Everyday Ethos. Ethos Techniques in Online Discussions about Extraordinary Experiences. In: T. van Haaften, H. Jansen, J. de Jong & W. Koetsenruijter (Ed.) *Bending Opinion. Essays on Persuasion in the Public Domain* (pp.219-240). Leiden: Leiden University Press.
- Burger P. & G. Vanderveen (2010). Drugs in je drankje . Schuldattributie en genderstereotypen in nieuwsberichtgeving en onlinediscussies. *Tijdschrift voor criminologie*, vol.52 (4) pp.412-423.
- Deuze, M (2011). Media Life. *Media Culture Society*, vol.33 (137) pp.137-148.
- Donovan, P. (2002). Crime legends in a new medium: Fact, fiction and loss of authority. *Theoretical Criminology*, vol.6 (2) pp.189-215.
- Donovan, P. (2007). How idle is idle talk? One hundred years of rumor research. *Diogenes* vol.54 (13), pp.59-82.
- Eysenbach, G. & J. Till (2001). Ethical issues in qualitative research on internet communities. *BMJ*, vol.323 (7321), pp.1103-1105.

Howard, R.G. (2008a). The Vernacular Web of Participatory Media. *Critical Studies in Media Communication* vol.25 (5), pp.490-512.

Howard, R.G. (2008b). Electronic hybridity. The persistent processes of the vernacular web. *Journal of American Folklore*, vol.121 (480), pp.192-218.

Karsemeijer, L. (2014). *Omstreden anticonceptiemiddelen, het vernaculaire web en institutionele expertise. Een framinganalyse van Nederlandse nieuwsberichten en online forumdiscussies van vrouwen over het gebruik van de Diane-35 pil en de Nuvaring*. Masterscriptie, Universiteit Leiden, Leiden.

Landis J.R. & G. Koch (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, vol.33 (1) pp.159-174.

Spector, M. & J. Kitsuse (1977). *Constructing social problems*. Menlo Park: Cummings.

Streisand B. & R. Newman (2005). The New Media Elites. *U.S. News and World Report*, vol.139 (18) pp.54-63.

Turpijn, L., S. Kneefel & N. van der Veer, *Nationaal Social Media onderzoek 2015*, gepubliceerd op 2 februari 2015.

Bijlage 1: Codeboek logos

Irrelevante berichten

Een bericht wordt bij het analyseren van argumenten als niet relevant beschouwd wanneer het te analyseren materiaal inhoudelijk geen betrekking heeft op witte busjes met kinderlokken of wanneer er op geen enkele manier (impliciet of expliciet) argumenten in een reactie kunnen worden gevonden.

Emoticons

Omdat het bij emoticons niet altijd duidelijk is wat ermee wordt bedoeld, zullen deze niet worden meegenomen in de analyse.

Meerdere argumenten

Binnen een krantenartikel of Facebookbericht kunnen in sommige gevallen twee of meerdere argumenten worden gevonden. Verschillende argumenten binnen één bericht zullen stuk voor stuk worden meegenomen en dus allemaal gecodeerd worden. Een argument dat dubbel wordt aangedragen of inhoudelijk exact hetzelfde is als een ander argument binnen één bericht zal als één argument worden beschouwd.

Stijlen van (on)geloof in krantenberichten en Facebookdiscussies

Het analyseren van de krantenberichten en de reacties op Facebook verloopt in twee stappen. Allereerst moet worden bepaald op welke manier er wordt geloofd in de verhalen over witte busjes met kinderlokken. Hiervoor worden de vier stijlen van (on)geloof gebruikt die in het theoretisch kader zijn besproken. Als sturing voor de tweede codeur zullen de vier soorten geloof hieronder kort worden benoemd en omschreven:

Geloofsstijl 1: Debunkers

Totaal ongelooft in witte busjes met kinderlokken. Het zijn verzinsels en ze bestaan niet

Geloofsstijl 2: Fervente gelooft

Een vurig geloof in witte busjes met kinderlokken + de zoektocht naar empirische bevestiging. Ze zijn zeker dat de witte busjes met kinderlokken bestaan en daar dragen ze ook bewijs voor aan. Iemand die zegt dat de busjes bestaan, maar daar verder geen concrete bewijzen voor aandraagt is geen fervente gelooft.

Geloofsstijl 3: Ervaringsgelooft

Geloof in witte busjes met kinderlokken op basis van eigen ervaringen. Deze gelooft hebben de witte busjes met kinderlokken zelf meegemaakt, als slachtoffer of getuige. Iemand die uit tweede of derde hand iemand kent die het heeft meegemaakt behoort niet tot deze categorie.

Geloofsstijl 4: Voorwaardelijke gelooft

Geloof dat de witte busjes met kinderlokken zouden kunnen bestaan.

Argumenten in krantenberichten en Facebookdiscussies

Een kwalitatieve analyse heeft per geloofsstijl verschillende argumenten opgeleverd, die binnen het corpus worden gebruikt om hun standpunt te versterken. Als hulpmiddel voor de tweede codeur worden deze argumenten hieronder per geloofsstijl benoemd en kort omschreven.

DEBUNKERS ‘Verhalen over witte busjes met kinderlokkeners zijn niet waar.’

Debunkend argument 1: De macht van (sociale) media

De witte busjes met kinderlokkeners bestaan niet, maar de geruchten ontstaan doordat mensen elkaar via sociale media ophitsen door dergelijke berichten te verzinnen en/of te delen of doordat media erover berichten zonder het waarheidsgehalte na te kijken.

Debunkend argument 2: Kennis van de hoax

Dit argument wordt aangedragen wanneer mensen weten dat verhalen over witte busjes met kinderlokkeners als jarenlang opduiken. Ze zijn op de hoogte dat het gaat om een verzinsel of benoemen zelfs het ‘witte-busjessyndroom.’

Debunkend argument 3: Niet in de media

Een argument valt in deze categorie wanneer mensen aangeven dat (traditionele) media er wel over zouden hebben bericht, mochten de busjes met kinderlokkeners echt hadden bestaan.

Debunkend argument 4: Onlogisch

Dit argument wordt gebruikt om aan te geven dat verhalen over witte busjes onlogisch of niet mogelijk is of wanneer er te veel onduidelijkheden zijn om de verhalen als aannemelijk of logisch te beschouwen.

Debunkend argument 5: Vergelijking

Mensen geloven niet in de verhalen over witte busjes omdat in vergelijkbare gevallen uit het verleden al was gebleken dat het onzin was.

Debunkend argument 6: Autoriteit

Deze categorie is aan de orde wanneer mensen verwijzen naar autoriteiten die stellen dat de witte busjes niet bestaan. Onder autoriteiten vallen bijvoorbeeld kranten, websites, experts of de politie.

Debunkend argument 7: Valse beschuldiging

Wanneer wordt aangegeven dat er wel degelijk een man in een busje is geweest, maar dat het hier niet om iemand met kwade bedoelingen gaat, is er sprake van dit argument.

Debunkend argument 8: Kinderfantasieën

Van dit type argument is sprake wanneer wordt gezegd dat de witte busjes met kinderlokkeners slechts een gevolg zijn van de fantasie van kinderen en verder niet op waarheid zijn gebaseerd.

FERVENTE GELOVERS: ‘Verhalen over witte busjes met kinderlokken zijn waar.’

Fervent argument 1: Autoriteit

In deze categorie vallen argumenten waarin wordt gesteld dat autoriteiten hebben bevestigd dat de kinderlokken in witte busjes bestaan.

Fervent argument 2: Dit verzin je niet

Deze categorie betreft mensen die stellen dat de witte busjes bestaan, omdat het voor kinderen simpelweg niet mogelijk is om zoiets te verzinnen of om angst of verdriet te spelen.

Fervent argument 3: Een directe bekende heeft het meegemaakt

Dit argument gaat op wanneer iemand direct een bekende kent die het heeft meegemaakt. Verhalen uit tweede of derde hand vallen niet onder deze categorie.

Fervent argument 4: Er zijn bewezen gevallen bekend

Bij dit argument wordt er gewezen naar bewezen gevallen uit het verleden waarbij kinderen zijn ontvoerd, mogelijk zelfs inclusief veroordeling van de dader.

ERVARINGSGELOVERS ‘Ik heb zelf meegemaakt dat verhalen over witte busjes met kinderlokken waar zijn.’

Ervaringsargument 1: Eigen ervaring

Van dit argument is sprake wanneer iemand claimt zelf (waarschijnlijk) slachtoffer of getuige te zijn geweest van witte busjes met kinderlokken.

VOORWAARDELIJKE GELOVERS ‘Verhalen over witte busjes met kinderlokken kunnen waar zijn.’

Voorwaardelijk argument 1: Better safe than sorry, het zal je maar gebeuren.

Van dit argument is sprake wanneer mensen erop wijzen dat het voor de zekerheid geen kwaad kan om te waarschuwen. Een gewaarschuwd mens telt voor twee, is de gedachte.

Voorwaardelijk argument 2: De wereld is er wreed genoeg voor

Dit argument wordt gebruikt wanneer wordt aangegeven dat er genoeg gekken op de wereld rondlopen of dat het ergens anders ook gebeurt. Onder deze categorie vallen ook argumenten waarbij mensen voorbeelden aandragen van vergelijkbare situaties, bijvoorbeeld wanneer er op andere plekken in Nederland ook busjes zijn gesignaleerd.

Voorwaardelijk argument 3: Tot het tegendeel bewezen is

In deze categorie vallen mensen die geloven in witte busjes met kinderlokken tot het tegendeel is bewezen. Ook mensen die op zoek gaan naar bewijs vallen hieronder. Ook wanneer er bijvoorbeeld nog een onderzoek gaande is zonder uitsluitend is sprake van deze categorie.

Voorwaardelijk argument 4: Waar rook is, is vuur

Mensen die stellen dat verhalen over witte busjes misschien niet helemaal waar zijn, maar dat deze verhalen vaak wel een kern van waarheid bevatten.

Voorwaardelijk argument 5: Via via iemand kennen die het heeft meegemaakt

Deze categorie betreft argumenten waarmee wordt gesteld dat iemand uit tweede of derde hand beweert slachtoffer of getuige te zijn geweest van witte busjes met kinderlokken. Het betreft hier dus geen ervaringsgeloof, omdat het slachtoffer of de getuige niet zelf aan het woord komt.

Voorwaardelijk argument 6: Het is niet te controleren

Hiervan is sprake wanneer wordt gesteld dat het niet valt te zeggen of de witte busjes bestaan of niet, bijvoorbeeld door een gebrek aan informatie of meldingen bij de politie.

Voorwaardelijk argument 7: Een autoriteit neemt de verhalen serieus

Dit argument is aan de orde wanneer een autoriteit de verhalen over witte busjes met kinderlokken serieus neemt, zonder te bevestigen of te ontkennen dat ze bestaan.

Voorwaardelijk argument 8: Autoriteiten zijn niet te vertrouwen

Van dit argument is sprake wanneer mensen stellen dat de verhalen over witte busjes nog steeds waar kunnen zijn, ook als autoriteiten als de politie of de media verhalen over witte busjes ontkennen of verzwijgen. Deze autoriteiten zijn volgens deze mensen immers niet te vertrouwen.

Voorwaardelijk argument 9: Meerdere meldingen

Hier vallen argumenten onder die wijzen op het feit dat er meerdere meldingen zijn gedaan bij de politie.

Voorwaardelijk argument 10: Onduidelijk motief

Hiervan is sprake wanneer er wel een onbekende man in een busje was, maar diens motief is nog niet duidelijk. Het is niet gezegd dat het hier om een kinderlokken gaat, maar de mogelijkheid dat hij wel kwade bedoelingen had is er eveneens.

Bijlage 2: Resultaten interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstest logos

Tabel 1: Kappawaarden debunkers krantenberichten

<u>Argument</u>	<u>Kappawaarde</u>
Macht van (sociale) media	1
Kennis van hoax	0,750
Onlogisch	0,503
Vergelijking	n.v.t.*
Autoriteit	0,655
Valse beschuldiging	0,834
Kinderfantasieën	n.v.t.**

Tabel 2: Kappawaarden fervente gelovers krantenberichten

<u>Argument</u>	<u>Kappawaarde</u>
Autoriteit heeft bestaan bevestigd	n.v.t.
Dit verzin je niet	n.v.t.
Directe bekende heeft het meegemaakt	1
Er zijn bewezen gevallen bekend	1

Tabel 3: Kappawaarden voorwaardelijke gelovers krantenberichten

<u>Argument</u>	<u>Kappawaarde</u>
Better safe than sorry	1
De wereld is er wreed genoeg voor	0,617
Tot het tegendeel bewezen is	0,755
Motief is nog onduidelijk	1
Autoriteit neemt de verhalen serieus	0,697
Er zijn meerdere meldingen gedaan	0,649
Het is niet te controleren	1
Mensen beweren slachtoffer te zijn	0,658

Tabel 4: Kappawaarden debunkers Facebookdiscussies

<u>Argument</u>	<u>Kappawaarde</u>
Macht van (sociale) media	0,788
Kennis van hoax	0,600
Niet in media	n.v.t.
Onlogisch	0,774
Vergelijking	n.v.t.
Autoriteit	1
Valse beschuldiging	1
Kinderfantasieën	n.v.t.

Tabel 5: Kappawaarden voorwaardelijke gelovers Facebookdiscussies

Argument	Kappawaarde
Better safe than sorry	0,885
De wereld is er wreed genoeg voor	0,797
Tot het tegendeel bewezen is	n.v.t.
Waar rook is, is vuur	0,656
Via via iemand kennen die het heeft ervaren	n.v.t.
Autoriteiten zijn niet te vertrouwen	1
Het is niet te controleren	n.v.t.
Een autoriteit neemt de verhalen serieus	n.v.t.

*Om Cohens kappa te kunnen berekenen, is het noodzakelijk dat een variabele minstens één keer door beide partijen is gevonden. Als er bij een variabele n.v.t. staat, wil dat zeggen dat de variabele niet door beide partijen is gevonden.

**Om Cohens kappa te kunnen berekenen, is het noodzakelijk dat een variabele minstens één keer door beide partijen is gevonden. Het argument 'Kinderfantasieën' is in de willekeurige selectie krantenartikelen wel door de eerste codeur gevonden, maar niet door de tweede codeur. Het berekenen van de kappawaarde is derhalve niet mogelijk.

Bijlage 3: Codeboek Ethostechnieken

Wat zijn ethostechnieken?

Bij het houden van een betoog draagt niet alleen de inhoud bij aan de overtuigingskracht. Ook zogenaamde niet-argumentatieve middelen worden hiervoor gebruikt: ethos en pathos. Voor dit onderzoek is alleen ethos van belang. Ethos betreft de indruk die een spreker of schrijver tijdens zijn rede maakt op zijn of haar publiek. Er zijn verschillende kunstgrepen die kunnen helpen om de indruk te versterken. Deze kunstgrepen worden ethostechnieken genoemd. In brede zin zijn er drie categorieën: ethostechnieken die de deskundigheid vergroten, ethostechnieken die de eerlijkheid vergroten en ethostechnieken die de welwillendheid vergroten.

Irrelevante berichten

Een bericht wordt bij het analyseren van argumenten als niet relevant beschouwd wanneer het te analyseren materiaal inhoudelijk geen betrekking heeft op witte busjes met kinderlokken of wanneer er geen ethostechnieken in een bericht terug te vinden zijn.

Emoticons

Omdat het bij emoticons/smiley's niet altijd duidelijk is wat ermee wordt bedoeld, zullen deze niet worden meegenomen in de analyse.

Meerdere ethostechnieken

Binnen één krantenartikel of Facebookbericht kunnen twee of meerdere ethostechnieken terug te vinden zijn. Verschillende ethostechnieken binnen één bericht zullen stuk voor stuk meegenomen worden in de analyse. Wanneer één ethostechniek meerdere keren voorkomt in een bericht, zal dit als één techniek worden beschouwd.

Ethostechnieken in krantenberichten en Facebookdiscussies

Een kwalitatieve analyse van het corpus krantenberichten en Facebookdiscussies heeft verschillende ethostechnieken opgeleverd, die hieronder kort omschreven zullen worden.

DESKUNDIGHEID

Ethostechniek 1: Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt

Hiervan is sprake wanneer iemand een bewering toetst door deze specifiek te testen. Het betreft hier dus geen algemene ervaring, maar een eenmalige poging om een bewering te toetsen.

Ethostechniek 2: Beroep op autoriteit

Hiervan is sprake wanneer iemand een standpunt onderbouwt door naar specifieke websites, artikelen of andere autoriteiten te verwijzen. Het moet hier dus echt om een autoriteit gaan die iets met het onderwerp te maken heeft.

Ethostechniek 3: Anticiperen op tegenargumenten of vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben

Hiervan is sprake wanneer iemand zich bij voorbaat al verdedigt tegen mogelijke tegenwerpingen of vragen.

Ethotechniek 4: Verwijzen naar eigen kennis, ervaring of opleiding

Hiervan is sprake wanneer iemand verwijst naar zijn eigen deskundigheid, bijvoorbeeld doordat hij/zij een bepaalde opleiding heeft gevolgd, relevante ervaring heeft of bijvoorbeeld in een bepaalde plaats woont en op basis daarvan zijn of haar standpunt bepaalt.

Ethotechniek 5: De afstand verkleinen tot de bron. Cat.1: uit eerste hand

Hiervan is sprake wanneer iemand zichzelf als bron aanhaalt, dus wanneer iemand zelf slachtoffer of getuige is geweest van kinderlokken in witte busjes.

Ethotechniek 6: De afstand verkleinen tot de bron. Cat.2: uit tweede hand

Hiervan is sprake wanneer iemand een bron uit zijn of haar directe omgeving met naam opvoert. Bijvoorbeeld een familielid, een vriend, een kennis of een plaatselijke bekendheid.

Ethotechniek 7: De afstand verkleinen tot de bron. Cat.3: uit derde hand

Hiervan is sprake wanneer iemand een onbekende, niet nader geïdentificeerde bron opvoert.

Ethotechniek 8: Andermans bronnen wantrouwen

Hiervan is sprake wanneer iemand geen genoegen neemt met de bronnen die iemand anders aanlevert.

EERLIJKHEID

Ethotechniek 9: Zaken vermelden die in je nadeel lijken

Hiervan is sprake wanneer iemand bij het opvoeren van een standpunt aangeeft op de hoogte te zijn van zaken die in het nadeel lijken van hem of haar als spreker.

Ethotechniek 10: Naar de eigen eerlijkheid verwijzen.

Hiervan is sprake wanneer iemand bij het opvoeren van zijn of haar argumenten probeert aan te tonen objectief en eerlijk naar de situatie te kijken.

Ethotechniek 11: Reacties uitlokken

Hiervan is sprake wanneer iemand probeert om door het stellen van vragen reacties uit te lokken. Zo toont hij/zij aan open te staan voor reacties, nieuwe informatie e.d.

WELWILLENDHEID

Ethotechniek 12: De gemeenschappelijkheid benadrukken

Hiervan is sprake wanneer iemand gemeenschappelijk kenmerken met het publiek benadrukt om zo het publiek welwillend te stemmen.

Ethotechniek 13: Het publiek complimenteren en bedanken

Hiervan is sprake wanneer iemand het publiek complimenten geeft of bedankt.

Ethotechniek 14: Een gezamenlijke tegenstander zwartmaken

Hiervan is sprake wanneer iemand een tegenstander openlijk uitscheldt, beledigt of op een andere manier zwartmaakt. Deze tegenstanders kunnen zowel medediscussianten zijn als externe personen, bijvoorbeeld de kinderlokkers zelf.

Ethotechniek 15: Goede manieren tonen

Hiervan is sprake wanneer iemand openlijk zijn best doet om beleefd en opgevoed over te komen, bijvoorbeeld door 'alstublieft' en dergelijke beleefdheidstermen aan zijn betoog toe te voegen.

Ethotechniek 16: Het publiek begroeten en afscheid nemen

Hiervan is sprake wanneer iemand zijn of haar bericht begint of eindigt met een begroeting.

Ethotechniek 17: Aandacht trekken

Hiervan is sprake wanneer iemand in zijn bericht een duidelijke poging doet om de aandacht te trekken zodat mensen het bericht gelezen wordt. Dit kan bijvoorbeeld door woorden in hoofdletters te schrijven, mensen in gebiedende wijs te verzoeken het bericht te lezen (Attentie! Lees dit! Let op! Etc.) of heel veel uitroeptekens achter een woord te plaatsen.

Ethotechniek 18: Het publiek gelijk geven

Hiervan is sprake wanneer iemand in zijn bericht een andere spreker gelijk geeft, alvorens zijn of haar standpunt en argumenten te verkondigen.

Bijlage 4: Resultaten interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstest ethostechnieken

Tabel 1: Kappawaarden ethostechnieken krantenberichten

Ethostechniek	Kappawaarde
Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt	n.v.t.*
Beroep op autoriteit	0,595
Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon en bron betrekking hebben	n.v.t.
Verwijzen naar eigen kennis, ervaring of opleiding	0,634
De afstand verkleinen tot de bron. Cat.1: uit eerste hand	1
De afstand verkleinen tot de bron. Cat.2: uit tweede hand	0,857
De afstand verkleinen tot de bron. Cat.3: uit derde hand	n.v.t.
Andermans bronnen wantrouwen	n.v.t.**
Zaken vermelden die in je nadeel lijken.	n.v.t.
Naar de eigen eerlijkheid verwijzen	n.v.t.
Reacties uitlokken	n.v.t.
De gemeenschappelijkheid benadrukken	n.v.t.
Het publiek complimenteren en bedanken	n.v.t.
Een gezamenlijke tegenstander zwartmaken	n.v.t.
Goede manieren tonen	n.v.t.
Het publiek begroeten en afscheid nemen	n.v.t.
Aandacht trekken	n.v.t.
Het publiek gelijk geven	n.v.t.

*Om Cohens kappa te kunnen berekenen, is het noodzakelijk dat een variabele minstens één keer door beide partijen is gevonden. Als er bij een variabele n.v.t. staat, wil dat zeggen dat de variabele niet door beide partijen is gevonden.

**Om Cohens kappa te kunnen berekenen, is het noodzakelijk dat een variabele minstens één keer door beide partijen is gevonden. De ethostechniek 'Andermans bronnen wantrouwen' is wel door de tweede codeur gevonden, maar niet door de eerste codeur. Het berekenen van de kappawaarde is derhalve niet mogelijk.

Tabel 2: Kappawaarden ethostechnieken Facebookdiscussies

Ethostechniek	Kappawaarde
Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt	n.v.t.*
Beroep op autoriteit	1
Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon en bron betrekking hebben	0,699
Verwijzen naar eigen kennis, ervaring of opleiding	0,782
De afstand verkleinen tot de bron. Cat.1: uit eerste hand	n.v.t.
De afstand verkleinen tot de bron. Cat.2: uit tweede hand	0,880
De afstand verkleinen tot de bron. Cat.3: uit derde hand	0,937
Andermans bronnen wantrouwen	0,651
Zaken vermelden die in je nadeel lijken.	n.v.t.**
Naar de eigen eerlijkheid verwijzen	1
Reacties uitlokken	0,815
De gemeenschappelijkheid benadrukken	0,791
Het publiek complimenteren en bedanken	0,869
Een gezamenlijke tegenstander zwartmaken	0,812
Goede manieren tonen	1
Het publiek begroeten en afscheid nemen	1
Aandacht trekken	0,525
Het publiek gelijk geven	0,629

*Om Cohens kappa te kunnen berekenen, is het noodzakelijk dat een variabele minstens één keer door beide partijen is gevonden. Als er bij een variabele n.v.t. staat, wil dat zeggen dat de variabele niet door beide partijen is gevonden.

**Om Cohens kappa te kunnen berekenen, is het noodzakelijk dat een variabele minstens één keer door beide partijen is gevonden. De ethostechniek 'Zaken vermelden die in je nadeel lijken' is wel gescoord door de eerste codeur, maar niet door de tweede codeur. Het berekenen van de kappawaarde is derhalve niet mogelijk.

Bijlage 5: Overzicht bronnenmateriaal

1. Krantenartikelen over witte busjes (2013-2015)

1. Mieke Bon, Ooggetuige meldt ontvoering Soerendonk. Eindhovens Dagblad, 6 maart 2013.
2. Zoektocht politie na melding van ontvoering. Provinciale Zeeuwse Courant, 6 maart 2013.
3. Onrust na gerucht over kinderlokken. AD De Dordtenaar, 8 maart 2013.
4. Gerucht kinderlokken zaait onrust. AD Rotterdams Dagblad, 8 maart 2013.
5. Kort nieuws. AD Haagsche Courant, 9 maart 2013.
6. Onrust door geruchten over kinderlokken. AD Rotterdams Dagblad, 11 maart 2013.
7. Onrust in Meijel over kinderlokker. De Limburger, 14 maart 2013.
8. Onrust over 'vreemde man' die bij speeltuinen rondhangt. AD Haagsche Courant, 25 mei 2013.
9. Piet van Dijk, Meisjes (14) voelen zich bedreigd dooreigenaardig gedrag man in wit busje. AD Amersfoortse Courant, 27 juni 2013.
10. Vanda de Haan, Onnodige paniek kinderlokken. Noordhollands Dagblad: Dagblad Zaanstreek, 18 september 2013.
11. Onrust over 'kinderlokken'. Noordhollands Dagblad: Dagblad Waterland, 20 september 2013.
12. Ouders: Kinderlokker actief. AD Rotterdams Dagblad, 4 oktober 2013.
13. Gerucht kinderlokker 'hype' op het eiland. AD Rotterdams Dagblad, 8 oktober 2013.
14. Gerucht wit busje een flinke 'hype'. AD De Dordtenaar, 9 oktober 2013.
15. Eric Molenaar, Alarm soms niet terecht. Noordhollands Dagblad, 14 oktober 2013.
16. Bram Verbrugge, Angst om kinderlokker. AD De Dordtenaar, 17 oktober 2013.
17. 'Kinderlokker' duikt weer op. AD Rotterdams Dagblad, 18 oktober 2013.
18. Over branietwitteren, witte busjes en een swaffelfysio. AD De Dordtenaar, 2 november 2013.
19. Kinderlokker bij voetbal. AD Rotterdams Dagblad, 30 januari 2014.
20. Opnieuw ophef over 'kinderlokker'. AD Rotterdams Dagblad, 30 januari 2014.
21. Vrij precies signalement kinderlokker. AD Rotterdams Dagblad, 1 februari 2014.
22. DRUTEN - 'Geen aanwijzingen' kinderlokker Horssen. De Gelderlander: Maas en Waal, 8 februari 2014.
23. Melding over kinderlokker blijkt vals. De Gelderlander, 11 februari 2014.
24. Waarschuwing voor kinderlokker. AD Haagsche Courant, 11 maart 2014.
25. Soester alarm kinderlokken. De Gooi- en Eemlander, 15 maart 2014.
26. Marco Gerling, Scholen waarschuwen voor kinderlokker. AD Groene Hart, 20 maart 2014.
27. Ophef op basisscholen om 'kinderlokker'. Leidsch Dagblad, 20 maart 2014.
28. Koen van Eijk, Uren politiewerk door nepbericht over 'het witte busje'. Noordhollands Dagblad: Alkmaarsche Courant, 20 maart 2014.
29. Ouders praten met school over kinderlokker. AD Groene Hart, 21 maart 2014.
30. Annelies Karman, Ouders bezorgd om 'kinderlokker'. Leidsch Dagblad, 21 maart 2014.
31. Nieuwe melding over lokker. AD Groene Hart, 22 maart 2014.
32. Annelies Karman, Twee melding 'kinderlokker' in Alphen. Leidsch Dagblad, 22 maart 2014.
33. Witte lokbusjes.... AD Groene Hart, 26 maart 2014.
34. Dennis Captein, Kinderlokken komen uit Roemenië of Bulgarije. AD Groene Hart, 29 maart 2014.
35. Angst voor kinderlokken. AD Rotterdams Dagblad, 8 april 2014.

36. School in ban van vermeende kinderlokker. Metro, 8 april 2014.
37. Sheila Kamerman, Witte-busjes-syndroom. NRC Next, 9 april 2014.
38. Kinderlokker. Politie Rijnmond wordt overspoeld met meldingen van 'witte busjes'. Metro, 10 april 2014.
39. Commotie in Gouda rond rode en witte lokbusjes. AD Groene Hart, 12 april 2014.
40. Kinderlokker? Nee. Bezorger in Reeshof blijkt... pakketbezorger. Brabants Dagblad: Tilburg, 30 april 2014.
41. Met zijn allen op de uitkijk. De Limburger, 24 november 2014.
42. Han Lieshout, Kinderlokker in de IJmond. Noordhollands Dagblad: Dagblad Kennemerland, 7 februari 2015.
43. Beroering om 'kinderlokker'. Noordhollands Dagblad: Enkhuizer Courant, 7 februari 2015.
44. Bart Vuijk, Kinderlokker onvindbaar. Noordhollands Dagblad: Dagblad Kennemerland, 10 februari 2015.
45. Commotie rond busje bij basisschool in IJmuiden. Noordhollands Dagblad: Dagblad Kennemerland, 12 februari 2015.
46. Winnie van Galen, De 'kinderlokker': van waarheid tot verhaal. Noordhollands Dagblad: Alkmaarsche Courant, 1 april 2015.
47. Meldingen over kinderlokker. AD/De Dordtenaar, 15 april 2015.
48. Anouk Kragtwijk, Politie: maak elkaar niet gek. Haarlems Dagblad, 18 april 2015.
49. Ophef in social media om kinderlokker. AD Haagsche Courant, 9 mei 2015.
50. Kinderlokker in Huiswaard. Noordhollands Dagblad: Alkmaarsche Courant, 23 mei 2015.
51. 'Kinderlokker' zaait onrust. AD/Rotterdams Dagblad, 24 juni 2015.
52. Marco Willemse, 'Waarschuwen kan geen kwaad'. AD Amersfoortse Courant, 25 juni 2015.
53. Hans Brandsma, Waarschuwing school voor kinderlokker. Noordhollands Dagblad: Alkmaarsche Courant, 27 juni 2015.
54. 'Kinderlokker' is nepverhaal. AD Amersfoortse Courant, 29 juni 2015.
55. 'Melding uiteraard zeer serieus genomen'. AD/Amersfoortse Courant, 29 juni 2015.
56. Iris van den Boom, Een schreeuw om aandacht. AD Amersfoortse Courant, 1 juli 2015.
57. SAS VAN GENT - Waarschuwing voor kinderlokker. Provinciale Zeeuwse Courant: Zeeuws-Vlaanderen, 4 augustus 2015.

2. Facebookdiscussies over witte busjes

2.1 Groespagina's

1. Buurttoezicht Lansingerland, Man lokt meisjes naar bus- Lansingerland e.o. https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=452807844864952&id=221529704659435.
2. Editie NL, Enge mannen in witte busjes duiken weer op. https://www.facebook.com/EditieNL/posts/683166091748935?stream_ref=5.
3. Hoaxmelding, Explosie aan verhalen over kinderlokkers in witte busjes. https://www.facebook.com/Hoaxmelding/posts/10203466084635381?reply_comment_id=7956160&total_comments=1.
4. Hoaxmelding, <https://www.facebook.com/Hoaxmelding/posts/285143381646433>.
5. De Hoax-Wijzer, HOAX: Donkerblauw busje van kinderlokker. https://www.facebook.com/dehoaxwijzer/posts/576409302495728?comment_id=576413955828596&reply_comment_id=576416645828327&total_comments=6&comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22R9%22%7D

6. De Hoax-Wijzer, HOAX: Er rijdt in het dorp een wit busje – in Nieuwekerk Aan Den IJssel. https://www.facebook.com/dehoaxwijzer/posts/10201779263424859?reply_comment_id=57584268&total_comments=5.
7. De Hoax-Wijzer, HOAX: Kinderlokker met lange zwarte jas in witte bestelwagen in de Nolenstraat, Rotterdam. https://www.facebook.com/dehoaxwijzer/posts/415253878611272?reply_comment_id=2023931&total_comments=3.
8. De Hoax-Wijzer, HOAX: 2 ontvoerde kinderen teruggevonden in Rotterdam-Zuid zonder organen. https://www.facebook.com/dehoaxwijzer/posts/423732517763408?comment_id=423748367761823&offset=0&total_comments=38.
9. De Hoax-Wijzer, HOAX: Opsporingsfoto van kinderlokkers van orgaanmafia rondom Zaandam. https://www.facebook.com/dehoaxwijzer/posts/415644175238909?reply_comment_id=2026540&total_comments=2.
10. Politie Echt, Man valt kinderen lastig. <https://www.facebook.com/PolitieEcht/posts/720991734583797>
11. Politie ZHZ, <https://www.facebook.com/politieZHZ/posts/570103993044607?fref=nf>.
12. Ultras Arnhem, <https://www.facebook.com/ultrasarnhem/posts/445777705432634>.
13. Van Kinderen Blijf Je Af, Explosie aan verhalen over kinderlokkers in witte busjes. <https://www.facebook.com/271636876218940/photos/a.273399979375963.57176.271636876218940/640086836040607/>.
14. Van Kinderen Blijf Je Af, Onrust in Amersfoort door kinderlokker. https://www.facebook.com/permalink.php?id=271636876218940&story_fbid=849566158426006.
15. 112Enkhuizen, Bovenkarspel/Lutjebroek – opgepast!, <https://www.facebook.com/112enkhuizenk/posts/590590447670463>.

2.2 Persoonlijke pagina's

Het bericht op de Facebookpagina van Fatima uit Rotterdam, geplaatst op 22 april 2014, plus de reacties op de pagina's van 102 personen die haar bericht over ontvoeringen door orgaanrovers hebben gedeeld. Fatima is niet de oorspronkelijke bron van het bericht.