



Universiteit
Leiden
The Netherlands

**Lateral reading en vertical reading als methoden van bronverificatie:
Een kwalitatief onderzoek onder Nederlandse onderzoeksjournalisten**
Verloop, Linus

Citation

Verloop, L. (2021). *Lateral reading en vertical reading als methoden van bronverificatie: Een kwalitatief onderzoek onder Nederlandse onderzoeksjournalisten*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3215005>

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master thesis in the Leiden University Student Repository](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3215005>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Lateral reading en vertical reading als methoden van bronverificatie

Een kwalitatief onderzoek onder Nederlandse onderzoeksjournalisten

Naam: L.M. Verloop, BA
Instelling: Universiteit Leiden
Studentnummer: 2369389
Vak: Masterthesis Journalistiek en Nieuwe Media
Begeleider: Dr. J. P. Burger
Tweede lezer: Prof. dr. J.C. de Jong
Datum: 7/6/2021

Voorwoord

Voor u ligt (of staat) mijn scriptie, geschreven als onderdeel van de master Journalistiek en Nieuwe Media aan de Universiteit Leiden. Ervaring leert dat het schrijven van een scriptie eigenlijk nooit meevalt. Wat een opleiding van één jaar had moeten zijn is, met dank aan deze pandemie, flink uitgelopen. Desalniettemin kan ik zeggen dat ik trots ben dat het toch eindelijk af is.

Mede door die pandemie heb ik het gevoel dat de noodzaak van het bestuderen van het onderwerp factchecken duidelijker is geworden dan ooit. Nepnieuws is aan de orde van de dag, en is door niemand meer te ontlopen. Ik heb van dichtbij mogen meemaken wat een schade desinformatie kan aanbrengen, en ben daarom ook trots en blij dat ik hiermee hopelijk een klein steentje heb bijgedragen aan het bestrijden ervan.

Bovenal ben ik ook zeer dankbaar voor de begeleiding van mijn begeleider Peter Burger, die meermaals waardevolle feedback heeft geleverd, zelfs nadat ik door de pandemie zo erg ben uitgelopen. Ik kan me voorstellen dat het begeleiden van zoveel studenten niet altijd even makkelijk is, en daarom waardeer ik het des te meer.

Ook ben ik dank verschuldigd aan alle respondenten van dit onderzoek. Ik heb eens te meer geleerd dat journalisten drukke mensen zijn, met volle agenda's. Desondanks hebben zij allen tijd voor mij weten vrij te maken. Ik heb van alle deelnemers ontzettend veel geleerd, en heb dit onderdeel van het onderzoek ook als uitzonderlijk prettig ervaren. Bedankt!

Daarnaast ben ik dank verschuldigd aan medestudent Yvet Maassen, zonder wie het schrijven van deze scriptie waarschijnlijk nóg veel langer had geduurd, of in ieder geval minder leuk was geweest. Maar ook alle anderen die ik heb gevraagd passages uit mijn scriptie te controleren, en dat waren er een hoop, ben ik zeer dankbaar voor hun input en tijd.

Ik wens u een fijne leeservaring toe.

Linus Verloop, 7 juni 2021

Samenvatting

De rol van desinformatie in het huidige informatielandschap is sterk gestegen. Steeds meer mensen zijn ontvankelijk voor nepnieuws, dat soms ronduit gevaarlijk voor mens en democratie kan zijn. Eén van de grootste vijanden van desinformatie is de factchecker, die de ware feiten boven tafel probeert te halen. De werkwijze van factcheckers is al uitvoerig onderzocht, maar zij zijn niet de enigen die efficiënt bronnen moeten kunnen verifiëren.

Aan de hand van dit kwalitatieve onderzoek wordt gekeken naar de wijze waarop onderzoeksjournalisten te werk gaan als het aankomt op bronverificatie. Als uitgangspunt worden de principes van lateral en vertical reading gebruikt, twee verschillende methoden om een bron te bestuderen. De onderzoeksvraag van dit onderzoek luidt dan ook: Passen Nederlandse onderzoeksjournalisten vooral vertical reading of lateral reading toe om online informatie te verifiëren?

Om tot een bevredigend antwoord te komen wordt gebruik gemaakt van een veldexperiment, waarbij deelnemende onderzoeksjournalisten een aantal bronnen enige minuten moeten bestuderen, alvorens aan te geven hoe betrouwbaar zij deze achten. De respondenten zijn een vrij diverse groep, afkomstig van verschillende redacties, met ook verschillende specialismen.

Uiteindelijk is duidelijk dat onderzoeksjournalisten een mix van vertical en lateral reading inzetten bij het bestuderen van bronnen. Het grootste verschil in de resultaten is deels te verklaren door het al dan niet ontbreken van een duidelijke strategie bij sommige deelnemers, een uitkomst die ook in eerder onderzoek waargenomen is. Efficiënt filteren en selecteren van informatie ging niet alle onderzoeksjournalisten even goed af, en sommigen worden zo overladen met informatie dat het opstellen van een goede strategie uitblijft.

Daarnaast komt het opvallend vaak voor dat onderzoeksjournalisten vertrouwen op intuïtie. Een deel hiervan komt voor uit werkervaring en een deel van zogenaamd 'gezond verstand'. Hierop vertrouwen kan veel tijd schelen in het onderzoeksproces, maar kan ditzelfde proces ook sterk in de weg staan. Zo werd tijdens het onderzoek meer dan eens relevante informatie niet meegenomen, simpelweg omdat de bron er niet betrouwbaar uitzag.

Op basis van deze bevindingen is aanbevolen om op journalistieke opleidingen meer aandacht te besteden aan het opzetten van efficiënte zoekstrategieën om bronnen te verifiëren. Onderzoeksjournalisten moeten gezien de omvang van hun onderzoek meer handvatten krijgen om zo goed mogelijk informatie te filteren, om zo een completer beeld te krijgen. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het opstellen van een dergelijke strategie, of meer vergelijkend onderzoek kunnen doen tussen factcheckers en onderzoeksjournalisten.

Inhoudsopgave

Samenvatting	1
Inhoudsopgave	2
Inleiding	4
Waarom factchecken?	5
De maatschappelijke rol van factchecken	5
De theorie van Wineburg en McGrew	7
De onderzoeksvraag	7
1. De kunst van verificatie	9
1.1. Factcheckers tegen desinformatie	9
1.2. Werkwijze van onderzoeksjournalisten	10
1.3. Mediawijsheid	12
1.3.1. De competentiegroep 'gebruik'	15
1.3.2. De competentiegroep 'begrip'	16
1.3.3. De competentiegroep 'communicatie'	18
1.3.4. De competentiegroep 'strategie'	18
1.4. Lateral reading en vertical reading	19
2. Methode	22
2.1. Regels van het experiment	22
2.2. De methode van Wineburg en McGrew als uitgangspunt	24
Verwachtingen lateral reading vs. vertical reading	25
2.3. Werkwijze tijdens het experiment	26
2.4. Mediawijsheid binnen de methode	26
2.4.1. De competentiegroep 'begrip'	27
2.4.2. De competentiegroep 'gebruik'	28
2.4.3. De competentiegroep 'communicatie'	28
2.4.4. De competentiegroep 'strategie'	29
2.5. Bronnen voor verificatie	29
2.5.1. Collective Evolution	30
2.5.2. Want to Know	31
2.5.3. Niburu	32
2.5.4. Holistik	32
2.5.5. Welingelichte Kringen	33

2.6. Deelnemers van het onderzoek	37
3. Resultaten	38
3.1. Mediawijsheid onder onderzoeksjournalisten	38
3.1.1. Bron 1: De genezen Alzheimer-patiënte	39
3.1.2. Bron 2: De opgepakte kritische journalist	41
3.1.3. Bron 3: De gedaalde zeespiegel	44
3.1.4. Bron 4: De gevaren van 5G	46
3.1.5. Bron 5: De gezonde leefomgeving	48
3.2. Lateral reading vs. vertical reading: de hoofdvraag	49
4. Conclusie en discussie	51
Literatuur	56
Bijlage	58
Instructies experiment	58

Inleiding

Het bewustzijn van de rol van desinformatie of 'fake news' in het democratisch proces is sterk toegenomen sinds onder andere de presidentiële verkiezingen in de Verenigde Staten van 2016 en het referendum in het Verenigd Koninkrijk omtrent het verlaten van de Europese Unie. Daarmee wordt ook de overgang naar wat sommigen 'post-truth politics' noemen gemarkeerd. Hieronder wordt verstaan dat er meer een beroep wordt gedaan op emoties dan op betrouwbare feitelijkheden.

Desinformatie of 'fake news' kan een lastig vast te leggen begrip zijn. Dit omdat het in feite fungeert als een overkoepelende term voor allerlei soorten informatie die feitelijk incorrect is. In een onderzoek uit 2017 ondervroegen twee onderzoekers focusgroepen om zo vast te stellen wat de deelnemers, afkomstig uit de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Spanje, en Finland zagen als fake news. De categorieën die hieruit voortkomen zijn hieronder te zien in figuur 1. Desinformatie bestaat volgens dit onderzoek voornamelijk uit slechte journalistiek, propaganda en bepaalde advertenties (Nielsen en Graves p. 3).



Figuur 1: de verschillende soorten nieuws die volgens Nielsen en Graves onder 'fake news' te scharen zijn.

Sinds ongeveer 2010 is er volgens Glenn Kessler van de Washington Post een sterke toename in het aantal factcheckorganisaties, vooral om de beloftes en uitspraken van politici te controleren (Kessler 2014). Niet alleen in de hierboven genoemde landen, maar wereldwijd is deze toename te zien (Duke Reporters Lab 2020). Het is niet onredelijk om te veronderstellen dat deze toename aan factcheckers een gevolg is van de toename aan desinformatie in het 'post-truth' tijdperk. Dit gegeven wijst op een toenemende behoefte aan betrouwbare journalisten die zich verzetten tegen de verspreiding van desinformatie.

Waarom factchecken?

Er zijn enkele redenen te onderscheiden waarom de functie van desinformatie belangrijk is om te onderzoeken. Allereerst is het dankzij sociale media eenvoudiger dan ooit om deel te nemen aan het medialandschap en om artikelen te delen. Hierdoor is het voor de meeste nieuwskanalen minder belangrijk om een betrouwbare reputatie voor zichzelf op te bouwen (Alcott en Gentzkow 2017, p. 214).

Ten tweede zijn sociale media uitermate geschikt voor het delen van nieuwsartikelen en posts, waaronder ook veel desinformatie, gezien sociale netwerken al jaren sterk groeien aan populariteit. Denk hierbij bijvoorbeeld aan video van een opstand in Irak die jaren later wordt opgeduikeld om te doen alsof zich dit nu afspeelt op een andere locatie. Ten derde is er het feit dat het vertrouwen dat veel mensen hebben in massamedia aan het afnemen is. Sociale media, waarin geen of minder sprake is van gatekeeping, bieden hier uitkomst. Tot slot is er nog het feit dat politieke polarisatie ook stijgende is. Deze polarisatie kan ertoe leiden dat aanhangers van een politieke ideologie eerder geneigd zijn om desinformatie te geloven over hun tegenhangers (Alcott en Gentzkow 2017, p. 216).

Met name de zorgen dat Rusland in de Amerikaanse verkiezingen van 2016 invloed heeft uitgeoefend door onder meer desinformatie te verspreiden heeft ervoor gezorgd dat langzaam maar zeker duidelijk werd dat dit een probleem is dat een effectieve aanpak vereist. Het zou niet meer mogen voorkomen dat burgers worden gemanipuleerd met foutieve teksten, die nauwkeurig zijn samengesteld om de lezer op politiek gebied te beïnvloeden.

De schuld voor deze desinformatie wordt door mensen op verschillende actoren afgeschoven. Zo krijgen soms uitgeverijen de schuld, dan weer platformen of politici. Wel wordt duidelijk dat ieder rekent op vertrouwde nieuwsbronnen om zichzelf te behoeden tegen dergelijke valse informatie (Nielsen en Graves, p. 5). Dit toont het belang aan van de betrouwbaarheid van factcheckers. Lezers willen het gevoel hebben altijd terug te kunnen vallen op een betrouwbare nieuwsomgeving.

De maatschappelijke rol van factchecken

Presidentskandidaat Trump maakte er een gewoonte van om negatieve berichten over hem in de pers, vaak zonder onderbouwing, weg te zetten als “fake news”. Het concept van desinformatie verkreeg hierdoor zoveel aandacht in de samenleving dat ‘fake news’ dan ook werd uitgeroepen tot woord van het jaar door enkele publicaties (Flood 2017). Het effect van deze uitspraken is dat meer lezers dan ooit de pers zien als een vooringenomen groep, waardoor Amerikaanse democraten geloven dat bijna 25% van het nieuws desinformatie betreft. Onder de republikeinen is dit zelfs 51%. Daarnaast gelooft deze groep dat nagenoeg alle nieuwsbronnen in Amerika vooringenomen zijn wanneer zij het nieuws brengen (Knight Foundation 2018).

Al deze ophef heeft de rol van factchecks in het huidige politieke landschap versterkt. Voor diegenen die het spuien van onwaarheden door bijvoorbeeld politici zien als onwenselijk,

is het van belang dat journalisten toegang hebben tot techniek die factchecken makkelijker en effectiever maakt (Chen, Conroy en Rubin 2015, p. 1).

Voornamelijk met betrekking tot de Amerikaanse verkiezingen is veel literatuur beschikbaar over de wijze waarop factchecks plaatsvinden. Minder onderzoek is beschikbaar als het aankomt op Nederlandse onderzoeksjournalisten in de uitoefening van hun vak. Vaak zijn dergelijke bronnen verouderd (Pleijter, Tebbe en Hermans 2002), of richten zij zich op journalisten in het algemeen (Hermans, Vergeer en Pleijter 2010).

Het doel van deze scriptie is om een beeld te krijgen van de wijze waarop Nederlandse onderzoeksjournalisten het nagaan van bronnen aanpakken. In het bijzonder zal de aandacht uitgaan naar de methoden die Nederlandse onderzoeksjournalisten toepassen om de betrouwbaarheid van nieuwsbronnen te verifiëren.

De reden dat de rol van factcheckers belangrijk is in het verifiëren van informatie is dat de gemiddelde burger niet beschikt over dezelfde kennis. Zij is hierdoor minder goed uitgerust met de nodige kennis om feit van fictie te kunnen onderscheiden. Wel woedt er een discussie over de rol van journalisten in dit proces. Is het aan hen om simpelweg interessante informatie ergens vandaan te plukken en aan lezers te presenteren, of is het aan hen om informatie te verifiëren en contextualiseren? Volgens sommigen wint dit eerste perspectief steeds meer terrein, maar ook hier is het wel van belang dat journalisten in staat zijn om bronnen te beoordelen op betrouwbaarheid (Chen, Conroy en Rubin, p. 2).

In een onderzoek van Wineburg en McGrew van de Stanford History Education Group werd een groep bestaande uit factcheckers, historici en studenten gevraagd om twee websites te vergelijken, waarbij de ene duidelijk minder betrouwbaar is dan de andere.

De keuze voor deze drie verschillende groepen is gemaakt vanuit de overweging dat van hen allen verwacht wordt dat zij bronnen effectief op waarheidsgehalte kunnen controleren (Wineburg en McGrew 2017, p. 4). Uit de conclusie van het onderzoek bleek dat de groep factcheckers vele malen beter kon inschatten hoe legitiem de gevonden informatie was dan de overige groepen proefpersonen (Wineburg en McGrew 2017, p. 13).

Het grootste onderscheid tussen de aanpak van de groepen is te vinden in de methode die zij toepassen om de gegeven bronnen op waarheid te beoordelen. Met name de historici en studenten kozen ervoor om het gegeven artikel volledig te lezen, en wat rond te klikken op de website waarop het artikel te vinden is. De factcheckers daarentegen keken slechts korte tijd naar het artikel, alvorens met zoekmachines te trachten meer informatie over de betreffende website op te doen (Wineburg en McGrew 2017, p. 1).

De factcheckers in het onderzoek kregen een perfecte score voor hun vaardigheden in het achterhalen van relevante informatie, en lieten hierin de historici en studenten ver achter zich (Wineburg en McGrew 2017, p. 13). De conclusies van dit onderzoek tonen dus aan dat factcheckers een effectiever proces doorlopen om informatie te verifiëren dan de andere onderzochte groepen. Maar welke aanpak gebruikten deze factcheckers dan? En hoe verschilt deze van de aanpak van de andere groepen?

De theorie van Wineburg en McGrew

De methode die de factcheckers grotendeels toepasten labelen Wineburg en McGrew als *lateral reading*. Met deze noemer wordt verwezen naar het horizontaal lezen dat zij deden, met name door het openen van nieuwe tabbladen binnen hun webbrowser. Zij bleven niet hangen op de websites die zij voorgeschoteld kregen, maar gingen actief op zoek naar meerdere bronnen over hetzelfde onderwerp om zo een vollediger beeld te kunnen vormen (Wineburg en McGrew 2017, p. 23).

De methode die de tegenhanger van lateral reading is, en veelal werd toegepast door de historici en studenten tijdens het onderzoek, noemen Wineburg en McGrew *vertical reading*. Deze naam verwijst eveneens naar de wijze waarop deze proefpersonen de gegeven bronnen lazen. De voorgeschotelde artikelen bekeken zij van boven naar beneden, met hier en daar een kleine sprong op de website die het artikel plaatste (Wineburg en McGrew 2017, p. 28).

Een groot deel van het verschil in de vaardigheden van de onderzochte personen kan verklaard worden door hun toepassing van deze twee verschillende methoden. De onderzochte groep in het onderzoek van Wineburg en McGrew betrof echter wel professionele factcheckers, en niet gemiddelde journalisten. De resultaten van het artikel roepen vragen op omtrent de kunde van journalisten die zich wellicht niet dagelijks hoeven bezig te houden met het controleren van beweringen. Kan een journalist die zich wel bezighoudt met online informatie, maar die niet per se werkt voor een factcheckorganisatie, de betrouwbaarheid van online informatie even goed beoordelen?

De onderzoeksvraag

Deze scriptie richt zich op Nederlandse onderzoeksjournalisten, gezien van deze subcategorie van journalisten verwacht wordt dat zij het meest kritisch te werk gaan. Onderzoeksjournalisten zijn vaak maanden achtereen bezig met dezelfde zaken om feiten boven water te halen. Vanwege de omvang van dergelijke zaken is het ook altijd van groot belang dat iedere bron betrouwbaar en juist is. Als blijkt dat een gebruikte bron niet betrouwbaar is, zou dat de geloofwaardigheid van de gehele zaak in gevaar kunnen brengen. De onderzoeksvraag van deze scriptie is dan ook "Passen Nederlandse onderzoeksjournalisten vooral vertical reading of lateral reading toe om online informatie te verifiëren?"

Naast het toepassen van vertical reading of lateral reading kan ook de mate van mediawijsheid van journalisten een groot verschil maken in de geboekte resultaten. Mediawijsheid verwijst naar de competenties die vereist zijn om in de hedendaagse gemedialiseerde samenleving effectief gebruik te kunnen maken van software, applicaties en allerhande digitale apparaten (zie paragraaf 1.4.). De theorie betreffende dit concept zal ook aangehaald worden om de competenties van de onderzoeksjournalisten onder de loep te nemen.

Met het beantwoorden van deze vraag zal belangrijke informatie over het handelen van Nederlandse onderzoeksjournalisten worden verkregen. Hiermee kan dit onderzoek ook dienen als springplank voor toekomstig onderzoek op het gebied van bronnenverificatie. Daarnaast zal er meer data op het gebied van lateral reading en vertical reading worden ingewonnen. Deze is bruikbaar om de theorie van Wineburg en McGrew in de toekomst verder uit te diepen.

1. De kunst van verificatie

Alvorens er uitspraken over gedaan kunnen worden is het van belang om het concept van desinformatie duidelijk te definiëren en af te bakenen. De belangrijkste eigenschap van desinformatie, is dat deze met een bewuste overtuiging wordt gemaakt en verspreid. Wanneer een nieuwsartikel inhoudelijke fouten bevat, hoeft dit dus niet meteen gekenmerkt te worden als desinformatie. Slechts wanneer de schrijver er bewust voor heeft gekozen om feitelijke onjuistheden te verkondigen spreekt men van desinformatie (Alcott en Gentzkow 2017, p. 213).

Gezien deze eigenschap is het dus ook aannemelijk dat desinformatie een specifiek doel dient. Er is immers geen reden om onwaarheden te verkondigen zonder dat de schrijver hiermee iets wil bewerkstelligen. Alcott en Gentzkow onderscheiden hierin twee doelstellingen. Allereerst kan desinformatie veel geld opleveren als er veel op geklikt wordt door onwetende lezers. Daarom is veel desinformatie sensationalistisch van aard, zoals ook te zien in het eerdere model van Nielsen en Graves. Ten tweede kan desinformatie een ideologisch doel dienen, bijvoorbeeld om een politicus te helpen door deze positief onder de aandacht te brengen, of zijn of haar tegenstanders negatief (Alcott en Gentzkow 2017, p. 217).

Wanneer de term 'desinformatie' wordt gebruikt in deze scriptie, is het van belang voor de lezer om te begrijpen dat het gaat om een vorm van desinformatie, met financiële of ideologische doeleinden. Misinformatie, waarbij de schrijver een feitelijke onjuistheid per ongeluk opschrijft valt dus niet onder de noemer 'desinformatie' voor dit onderzoek.

1.1. Factcheckers tegen desinformatie

Dankzij deze toename aan belangstelling voor desinformatie, haar werking, en de effecten ervan, is het belangrijker dan ooit om antwoorden te formuleren op vragen die hierover bestaan. Een bekende bestrijder van desinformatie is de zogenaamde factcheck, waarbij een journalist of expert alle gemaakte beweringen van een artikel met betwifelbare inhoud onder de loep neemt, en deze beoordeelt op betrouwbaarheid. Dergelijke beweringen krijgen dan meestal het stempel 'waar' of 'onwaar', afhankelijk van de bevindingen. In veel landen zijn websites opgericht waarop factchecks worden gepubliceerd, en ook bestaande mediaorganisaties in Nederland zoals NU.nl en NRC zijn meer aandacht gaan besteden aan factchecks.

Aan het begin van de 21e eeuw is hierin een sterke groei meetbaar, en met name politieke factchecks worden gezien als belangrijk in het verantwoordelijk houden van politici voor hun uitspraken. Zoals bekend is het presidentschap van Donald Trump in de Verenigde Staten hier voor een aanzienlijk deel verantwoordelijk voor, gezien deze president meer onwaarheden heeft verkondigd dan voorgaande presidenten, en hij hiervoor weinig tot niet

verantwoordelijk lijkt te worden gehouden door zijn achterban (Graves 2016, p. 1). Deze verantwoordelijkheid die rust op de schouders van de journalistiek gaat echter wel gepaard met een karakteristiek probleem. Zo worden factcheckers er vaak van beschuldigd dat zij partijdig zijn en hiermee de Republikeinen benadelen. Tegelijkertijd is ook kritiek geuit op het feit dat journalisten trachten onpartijdig te zijn, terwijl statistieken uitwijzen dat de ene partij vele malen meer onjuiste beweringen doet dan de andere (Graves 2016, p. 2).

Gezien deze kritiek staat het vak van factchecken onder een zekere druk, en is het belangrijk voor journalisten om hun factchecks zo goed mogelijk uit te voeren, zonder hierbij fouten te maken die de integriteit van het vak zouden kunnen schaden. De optimale manier om dit te bewerkstelligen is met het bepalen van een aantal vaste verwachtingen die men van een factcheck mag hebben. Onder journalisten is deze richtlijn minder vanzelfsprekend. De vraag is dan ook hoe journalisten te werken gaan wanneer zij informatie willen verifiëren.

1.2. Werkwijze van onderzoeksjournalisten

Journalistiek wordt al sinds jaar en dag bedreven, en zodoende is er ook al uitvoerig onderzoek gedaan naar de wijze waarop journalisten te werk gaan. De belangrijkste vraag hierbij is: "Hoe scheiden journalisten feit van fictie?". Een bruikbare bron uit de jaren tachtig die hier licht op kan schijnen is 'On the Epistemology of Investigative Journalism' van James Ettema en Theodore Glasser. Sinds het boek *All the President's Men* uitkwam, wordt onderzoeksjournalistiek gezien als journalistiek van de hoogste orde. Daarom fungeren onderzoeksjournalisten als uitstekende bron van informatie om vast te stellen hoe 'goede' journalistiek bedreven wordt (Ettema en Glasser 1984, p. 4).

Nieuws dat afkomstig is van onderzoeksjournalisten onderscheidt zich van de actualiteit aangezien het doorgaans gaat om ongepland nieuws. Hiermee wordt bedoeld dat het niet een evenement beschrijft dat van tevoren is voorbereid of geagendeerd (Ettema en Glasser 1984, p. 8). Daarnaast krijgen onderzoeksjournalisten over het algemeen langer de tijd om een verhaal voor te bereiden. In dit proces hebben ze ook toegang tot meer middelen dan hun collega's die zich richten op het nieuws van de dag. Ook is er een verschil te herkennen in de hoeveelheid onderzoek die deze groep journalisten doet in vergelijking met journalisten die zich richten op andere vormen van 'hard' nieuws (Ettema en Glasser 1984, p. 9). Dit betekent dat de epistemologie van de onderzoeksjournalistiek wezenlijk anders in elkaar steekt dan die van de alledaagse journalistiek waar meer op de actualiteit wordt gefocust.

In het onderzoek van Ettema en Glasser is met name aandacht voor het werkproces van de onderzoeksjournalist. Aan de hand van enkele diepte-interviews hebben zij onderscheid gemaakt tussen drie verschillende fases die de journalisten doorgaan tijdens het produceren van verhalen. Allereerst is er het verwerken van tips naar volledige onderzoeken. Hierna wordt bewijs verzameld en geëvalueerd. Tot slot wordt het verhaal samengesteld (Ettema en Glasser 1984, p. 16). In deze scriptie wordt gekeken naar de wijze waarop onderzoeksjournalisten informatie verzamelen en evalueren; de tweede stap in het volledige proces.

Deze fase van het proces kan alleen van start gaan wanneer de journalist in kwestie beschikt over een tip die realistisch tot een verhaal kan leiden. Hierna begint het proces van

bewijswerving. Alle documenten die het beoogde feit lijken te ondersteunen worden verzameld, om de bedongen feiten hard te kunnen maken in een journalistieke productie. Het verzamelen hiervan wordt door sommige journalisten gezien als het bouwen van een berg. Alle ondersteunende materialen worden samen op een stapel gegooid. Hier mist echter nog wel enige vorm van organisatie in (Ettema en Glasser 1984, p. 19).

Dit bewijsmateriaal wordt onderverdeeld in een zekere hiërarchie, met het meest belastende bewijs bovenaan. Hierbij is bijvoorbeeld videobewijs het meest waardevol, aangezien het voor eenieder de juistheid van de beweringen aantoonst. Vlak hieronder is papieren bewijsmateriaal te vinden. Hier weer onder behoort het relaas van direct betrokken getuigen, zoals een bekentenis van een beschuldigd persoon. Iets minder gewichtig is de mening van minder betrokken personen, zoals een expert die vertelt hoe zaken in elkaar zouden moeten steken. Op de bodem van deze hiërarchie bevindt zich materiaal dat niet als bewijs dient, maar zou kunnen leiden tot bewijs (Ettema en Glasser 1984, pp. 20-21).

De bewijsvoering van onderzoeksjournalisten verschilt sterk van die van 'normale' journalisten, die zich richten op het dagelijkse nieuws. Journalisten die zich richten op actualiteit kunnen zich meestal beroepen op officiële documenten om hun verhaal hard te maken. Onderzoeksjournalisten opereren echter buiten de actualiteit en hebben hierdoor een moeilijke zoektocht naar bewijsmateriaal. Om deze reden is de hiërarchie van het verzamelde bewijs van groot belang voor onderzoeksjournalisten, en moet er ook een distinctie gemaakt worden tussen bewijs dat zowel het verhaal ondersteunt als tegenspreekt (Ettema en Glasser 1984, p. 21).

In deze fase wordt ook een beroep gedaan op het karakter van de journalist. Zo wordt van hem of haar verwacht dat ze evenveel aandacht besteden aan het verzamelen van bewijsmateriaal dat het verhaal ontkracht als bewijs dat het verhaal ondersteunt. Wanneer het bewijs dat het verhaal niet klopt zwaarder weegt, of er is evenveel (en sterk) bewijs aan beide zijden, dan wordt het verhaal niet gepubliceerd. Alleen wanneer het ondersteunende bewijs zwaarder weegt dan wordt er doorgezet met het onderzoek (Ettema en Glasser 1984, p. 22).

De bevindingen van Ettema en Glasser zijn van belang om de werkwijze van onderzoeksjournalisten inzichtelijk te maken, maar deze bron stamt wel uit de jaren 80. Om een beroep te kunnen doen op deze kennis zal ze ook vertaald moeten worden naar het huidige tijdperk waarin digitaal onderzoek een belangrijker rol speelt. Zo gebruiken journalisten meer dan ooit bronnen zoals sociale media, zoekmachines of databases voor het produceren van hun verhalen (Broersma en Graham 2013, p. 446).

De opkomst van het internet heeft geleid tot een sterke verandering in de wijze waarop journalisten werken. Waar zij voorheen vaak via-via zochten naar betrouwbare bronnen, en toegang hadden tot meer informatie dan de gemiddelde burger vanwege perspassen, staan burger en journalist nu vaak op gelijke voet. Beide groepen hebben dezelfde toegang tot het internet, en de journalist heeft dus in vergelijking met jaren geleden ingeleverd aan exclusieve toegang tot informatie (De Haan et. al 2017, p. 5).

Bovenal wordt er tegenwoordig gebruik gemaakt van zoekmachines zoals Google om informatie online op te zoeken. Dit wordt door journalisten ook gedaan om bronnen via internet te verkrijgen. Deze zoekmachines maken echter gebruik van geavanceerde algoritmes om

informatie aan de gebruiker voor te schotelen. De Haan et al. concluderen dat journalisten zich in zekere zin ook automatisch aanpassen aan de logica van deze algoritmes (2017, pp. 6-7). Onderzoek heeft echter wel uitgewezen dat deze nieuwe vormen van informatievoorziening gezien moeten worden als supplementerend, en niet als vervanging van traditionele werkvormen van journalisten (Lecheler en Kruikemeier 2016, p. 157).

Recent onderzoek wijst echter wel op een aanzienlijke kloof tussen het belang dat journalisten stellen te hechten aan verificatie en de tijd die zij hieraan besteden. Zo zouden tussen de 50 en 72% van nieuwsberichten geverifieerd worden, en besteden journalisten slechts 5,5% van hun werktijd aan het verifiëren van nieuwsfeiten. Onder verificatie wordt hier verstaan: het contact opnemen met bronnen om informatie van voorgaande bronnen te bevestigen of te weerleggen (Barnoy en Reich 2019, p. 2313).

Het aandeel bronnen dat niet geverifieerd wordt kan door veel lezers gezien worden als omvangrijk, maar voor de journalist gaat hier een belangrijke overweging aan vooraf. Met name bronnen die gezien worden als betrouwbaar door journalisten behoeven minder vaak verificatie. Hierbij kan gedacht worden aan bekende bronnen waarmee al eerder gewerkt is, overheidsbronnen, PR-medewerkers, en opvallend genoeg vaker mannen dan vrouwen (Barnoy en Reich 2019, p. 2314).

Journalisten zien online bronnen zoals Wikipedia en Google vaak ook als betrouwbaar. Dit betekent dat zij meer dan eens bereid zijn de hier gevonden informatie over te nemen zonder deze nogmaals te hoeven verifiëren. Dit brengt echter risico's met zich mee, gezien onderzoek ook heeft uitgewezen dat journalisten vaak niet in staat zijn de mogelijkheden van bijvoorbeeld Google optimaal uit te baten. Daarnaast is er met deze werkwijze het gevaar dat het algoritme van Google uiteindelijk kan bepalen welke bronnen journalisten te zien krijgen, en speelt het zo indirect invloed uit op de strekking van een verhaal (Lecheler en Kruikemeier 2016, p. 164). Om deze redenen is het van belang dat journalisten beschikken over een zekere mate van mediawijsheid (zie paragraaf 1.3). Op deze manier kunnen de risico's die hieraan verbonden zitten worden vermeden. Daarnaast onderstreept dit het belang van onderzoek naar de mediawijsheid en werkwijze van journalisten.

1.3. Mediawijsheid

Een belangrijke kern van de gehanteerde theorie is die van mediawijsheid. Dit begrip zegt iets over de wijze waarop men omgaat met media, en hoe vaardig (of handig) zij hierin zijn. Onderzoek wijst uit dat de mediawijsheid van veel mensen te wensen overlaat, waardoor zij minder weerbaar zijn op het internet tegen misinformatie en oplichterij (Chen, Conroy en Rubin 2015, p. 3).

Om deze reden is het wenselijk dat zoveel mogelijk mensen beschikken over een fatsoenlijke mate van mediawijsheid. Om dit te bewerkstelligen wordt er bijvoorbeeld op scholen al veel aandacht aan deze vaardigheden besteed, zodat leerlingen de arbeidsmarkt kunnen betreden met een redelijke mate van kennis op dit gebied. De vraag is echter of journalisten, en

met name oudere journalisten die niet zijn opgegroeid met de mogelijkheden van het internet, ook beschikken over voldoende mediawijsheid.

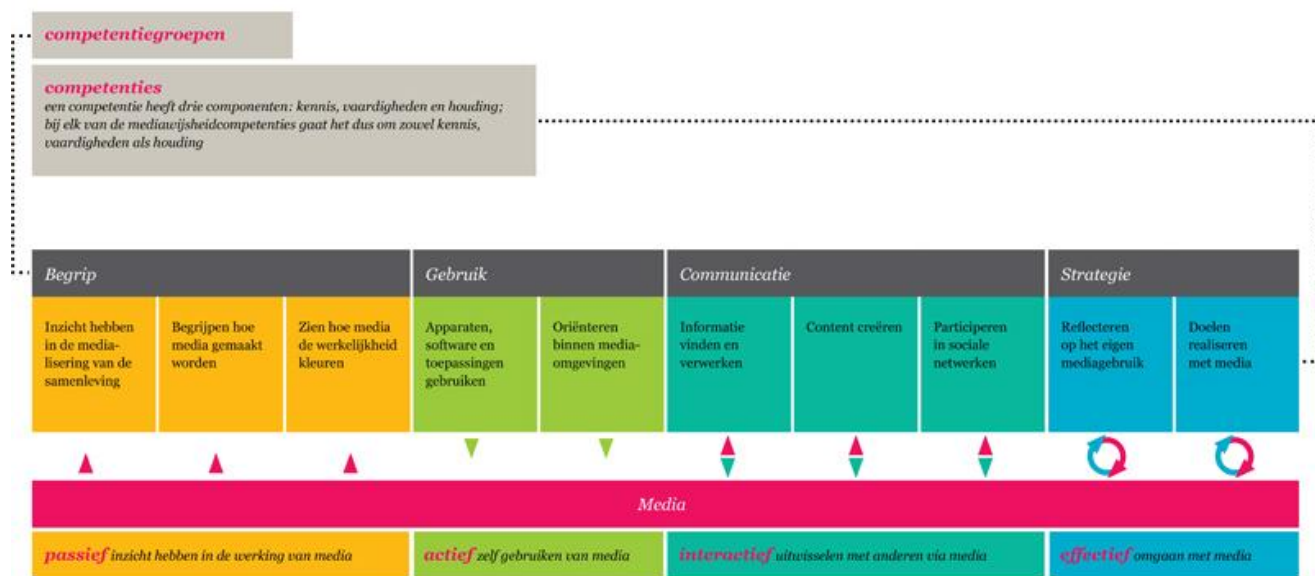
Recent onderzoek heeft uitgewezen dat journalisten dikwijls niet beschikken over de benodigde mediawijsheid om effectief gebruik te kunnen maken van alle geboden tools (Lecheler en Kruijkemeier 2016, p. 168). Van onderzoeksjournalisten, die vaak meer de tijd krijgen om aan verhalen te werken, en hierbij ook gebruik kunnen maken van meer tools, zou men kunnen verwachten dat zij beschikken over voldoende mediawijsheid.

Zoals te lezen is in hoofdstuk 2, behelst dit onderzoek een experiment onder Nederlandse onderzoeksjournalisten. Eén van de uitkomsten van dit experiment is de mate van mediawijsheid waarover de proefpersonen beschikken vast te stellen. Op deze manier zal er meer duidelijkheid verkregen worden over de mediawijsheid van onderzoeksjournalisten, en op welke wijze zich dit uit in hun werkzaamheden.

Om hier nuttige uitspraken over te doen zal allereerst moeten worden besloten welke definitie van mediawijsheid voor dit onderzoek gehanteerd zal worden. Over dit begrip is al veel geschreven, en de bestaande theorie volstaat dan ook voor de doeleinden van dit onderzoek. In 2005 omschrijft de Raad voor Cultuur mediawijsheid als “het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke, en fundamenteel gemedialiseerde wereld” (Raad voor Cultuur, p. 18).

Waar deze definitie ergens een idee geeft van de inhoud van het begrip ‘mediawijsheid’, blijft het echter onduidelijk over welke competenties iemand moet beschikken om ‘mediawijs’ te zijn. Gelukkig is daar de Mediawijzer, die in 2010 met een sterker uitgediepte definitie kwam. Hierin besloten liggen enkele competenties waarover mensen dienen te beschikken om mediawijs te zijn, zoals te zien is in figuur 2 hieronder.

Deze competenties zijn door Mediawijzer onderverdeeld in vier categorieën competenties: begrip, gebruik, communicatie en strategie. Binnen deze categorieën zijn de daadwerkelijke competenties te vinden, zoals het vinden van informatie, het succesvol gebruik maken van software en apparaten, en het inzicht hebben in de medialisering van de samenleving (Mediawijzer, p. 33).



Figuur 2: De competenties van mediawijsheid. Bron: Mediawijzer.

Niet al deze competenties zullen te toetsen zijn aan de hand van de gehanteerde methode. Wel is er informatie te extraheren aan de hand van het handelen van de journalisten op het gebied van enkele van deze competenties. Op het gebied van begrip zal het experiment duidelijk maken of de journalisten inzien hoe de bekeken bron de werkelijkheid kleurt, een van de competenties in de 'begrip'-groep.

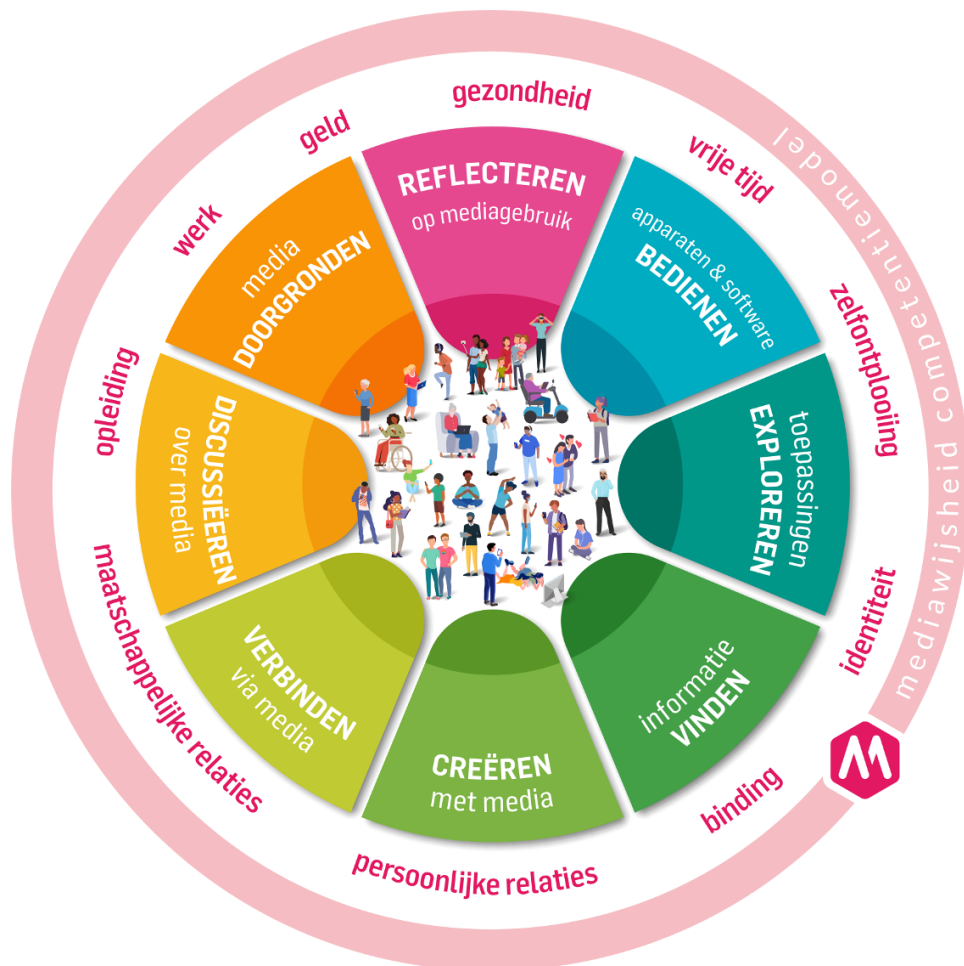
Met name de competentiegroep 'gebruik' zal relevant zijn bij het onderzoek. Van de journalisten wordt verwacht dat zij competent gebruik kunnen maken van software en toepassingen, en daarnaast ook dat zij zich behendig kunnen oriënteren. Binnen de groep 'communicatie' valt de competentie om informatie te kunnen vinden en verwerken. Uiteraard is ook deze competentie goed te testen tijdens het experiment.

Tot slot is er de competentiegroep 'strategie'. Aangezien van de journalisten wordt gevraagd of zij hardop kunnen nadenken tijdens het experiment, en daarbij hun keuzes uitleggen, betekent dit dat zij direct reflecteren op hun eigen mediagebruik. Daarnaast is te beargumenteren dat zij ook gebruik moeten maken van media om hun doelen te realiseren, namelijk het controleren van de aangeboden bronnen.

Deze mediacompetenties komen binnen het experiment aan bod. Naar verwachting kunnen hierdoor ook uitspraken gedaan worden over de mediawijsheid van de deelnemende journalisten. Van opvallende contrasten zal ook verslag worden gelegd. Zo is het mogelijk dat jongere journalisten op het gebied van mediawijsheid veel sterker uit de bus komen, of dat de ene redactie veel sterker voor de dag komt dan de andere.

De gehanteerde theorie is dus niet de complete visie van mediawijsheid zoals deze uiteen werd gezet door Mediawijzer. De reden hiervoor is de beperkte omvang van het experiment, en het feit dat mediawijsheid voornamelijk bedoeld is als theorie binnen het

onderwijs. Dit betekent ook dat er ruimte is voor de ontwikkeling van een nieuwe definitie van mediawijsheid zoals deze zich binnen de journalistiek uit. Mediawijzer lanceerde eind 2020 ook de nieuwe versie van hun competentiemodel (zie figuur 3). Deze is echter minder overzichtelijk, en er is geen sprake van spraakmakende nieuwe toevoegingen die voor het doeleinde van dit onderzoek relevant zijn. Daarom is ervoor gekozen om de voorgaande versie van de competentiewijzer te blijven hanteren.



Figuur 3: De vernieuwde competentiewijzer voor 2021. Bron: Mediawijzer.

1.3.1. De competentiegroep ‘gebruik’

Mediawijzer omschrijft deze groep competenties als “de meest basale”. Gebruik ligt ten grondslag aan de overige competenties, gezien van iemand die geen gebruik kan maken van software of apparaten ook niet verwacht kan worden dat diegene er een dieper begrip voor kan opbrengen (Mediawijzer, p. 36). Deze competenties moeten niet verward worden met het concept van ‘knoppenkunde’, waarbij een gebruiker alleen dient te weten welke knop welke functie uitvoert. In plaats daarvan moeten zij ook weten hoe ze gebruik dienen te maken van de

complexe mogelijkheden die de moderne digitale wereld met zich meebrengt. Denk hierbij aan meer geavanceerd gebruik van software, en het gebruik van bijvoorbeeld virusscanners om het apparaat te beveiligen tegen bedreigingen van buitenaf (Mediawijzer, p. 37).

Eén van de subcompetenties die binnen de groep 'gebruik' valt, is het bedienen van media-apparatuur. Het gaat hierbij om de fysieke handelingen die nodig zijn om effectief gebruik te maken van bijvoorbeeld een computer of smartphone. Ook het in gebruik nemen van randapparatuur zoals toetsenborden, webcams of muizen (Mediawijzer, p. 38). Een modern voorbeeld hiervan is de bediening die smartphones en veel laptops gebruiken, waarbij aanraking is vereist. Daarnaast beslaat deze competentie andere zaken. Zo moet een slechtziende gebruiker bijvoorbeeld effectief gebruik kunnen maken van een toetsenbord met een hoog contrast (Mediawijzer, p. 39).

De tweede subcompetentie beslaat het oriënteren binnen digitale omgevingen. Hierbij wordt voornamelijk verwezen naar de wijze waarop internetpagina's zijn ingericht, waarbij gebruik wordt gemaakt van hypertext en links (Mediawijzer, p. 39). Ook de structuur binnen computers, waar veel met folders wordt gewerkt, valt hieronder. Gebruikers moeten inzicht hebben in de manier waarop deze structuur werkt en in elkaar steekt om er effectief gebruik van te kunnen maken (Mediawijzer, p. 40).

De derde en laatste subcompetentie die wordt gerekend tot de 'gebruik'-groep, is die van risicobeperking. Hieronder valt een breed scala aan potentiële onveiligheden, zowel fysiek als digitaal. Denk hierbij aan het beschermen van gebruikte apparatuur tegen schade, maar ook het goed beschermen van de computer tegen virussen. Tot slot hoort hier ook bij het afschermen van gevoelige informatie, des te meer in het geval van persoonsgegevens binnen bijvoorbeeld de journalistiek. Deze competentie is minder vanzelfsprekende voor diegenen die moeite hebben met de meer basale handelingen die onder mediawijdsheid vallen (Mediawijzer, p. 41).

Gezien het feit dat de journalisten in de loop van de experimenten gebruik zullen moeten maken van de mogelijkheden van digitale technologie, is dit een van de meest relevante competentiegroepen bij het bestuderen van de mediawijdsheid van de betrokken journalisten. Hier zal bijvoorbeeld gelet worden op hun handigheid in het navigeren van digitale omgevingen, hoe capabel zij zijn in het daadwerkelijke gebruik van een computer, en van welke functies zij al dan niet op de hoogte zijn, zoals het openen van nieuwe tabbladen binnen een browser.

1.3.2. De competentiegroep 'begrip'

Een burger die effectief is in het gebruiken van digitale apparaten en de hierbij horende omgeving kan hierna overgaan op een poging meer begrip hiervoor op te brengen. Van een mediawijze gebruiker wordt dan ook verwacht dat hij of zij inzicht heeft in media, regelgeving hieromheen, en het productieproces hierachter. Alleen zo kunnen zij media op een verantwoordelijke wijze consumeren en deelnemen in de informatiemaatschappij van het internet (Mediawijzer, p. 44).

De eerste subcompetentie binnen de 'begrip'-groep is dan ook het begrijpen van het productie- en distributieproces van media. Hierbij moet gedacht worden aan gebruikte technieken om iets te produceren, kennis van wie de producent is, en het herkennen van

motivaties. Zo moet een lezer of gebruiker in staat zijn om te achterhalen wie verantwoordelijk is voor het produceren van bijvoorbeeld een foto om de betrouwbaarheid ervan vast te stellen, en wanneer dit niet mogelijk is moeten ze zich hier ook bewust van zijn. Een ander voorbeeld is bewustzijn van het doel van advertenties, die er altijd op gericht zijn om een bepaalde reactie bij het publiek teweeg te brengen (Mediawijzer, p. 45).

De volgende subcompetentie, die met de vorige samenhangt, is die van de rol van wetgeving en overheid binnen het mediaproces. Hierbij kan gedacht worden aan overheden die invloed uitoefenen op de media, zoals in repressieve samenlevingen zoals China en Rusland. Daarnaast beslaat het wetgeving, zoals auteursrechtbescherming. Deze subcompetentie draait met name om het belang van een ongekleurde, onafhankelijke media die bijvoorbeeld niet onder staatscontrole staat (Mediawijzer, p. 47).

De derde competentie binnen de groep 'begrip' is die van de rol van taal en betekenis. Op het gebied van taal kan gedacht worden aan het herkennen van informeel of formeel taalgebruik, en bijvoorbeeld jargon. Hieronder te scharen is ook het gebruik van framing binnen media. Taal speelt echter niet alleen binnen tekst een rol, maar ook bij visuele media. Zo kan gekeken worden naar de taal van de beelden, en de conventies waarbinnen deze vallen. Al met al kan deze competentie worden gezien als deels synoniem met taalbeheersing (Mediawijzer, p. 48).

De vierde competentie heeft betrekking op de representatieve rol van media. Zo wordt van mensen verwacht dat zij inzien dat media niet de werkelijkheid zijn, maar slechts een representatie hiervan. Zo kunnen perspectieven van de makers zaken altijd anders kleuren binnen media dan hoe zij in werkelijkheid zijn, maar ook bij advertenties speelt dit uiteraard een grote rol. Niet alleen moet publiek kijken naar zaken die worden gepresenteerd in media, maar ook zeker juist naar de zaken die dat niet worden, gezien verzwegen informatie vaak ook noodzakelijk is om een volledig beeld te krijgen van een situatie (Mediawijzer, p. 49).

De vijfde en laatste competentie die binnen het gebruik van media valt is begrip over de wijze waarop media worden aangepast op verschillende doelgroepen of beoogde publieken. Als voorbeeld kan gedacht worden aan reclame voor scheer crème. De reclame die zich op mannen richt besteedt met name aandacht aan wetenschappelijke informatie, terwijl de reclame die zich op vrouwen richt vooral spreekt over de gladde huid die gebruikers kunnen verwachten. Op deze wijze wordt de boodschap en het taalgebruik van media aangepast om zo het beoogde publiek te bereiken, en waar nodig over te halen om tot actie over te gaan (Mediawijzer, p. 51).

Tijdens het experiment zal deze competentiegroep met name aan de orde komen als het gaat om zaken als taalgebruik en het productieproces van media. Zo zou men van een journalist kunnen verwachten dat hij of zij vragen stelt bij de schrijver van een artikel, en wat het beoogde doel hiervan is. Sommige teksten zijn immers geschreven om te informeren, waar andere teksten trachten lezers te overtuigen. Ook het gebruik van framing vindt in hoge mate plaats in desinformatie-artikelen, en zou een journalist feilloos moeten herkennen.

1.3.3. De competentiegroep 'communicatie'

De derde groep competenties heeft betrekking op de wijze waarop mensen online met elkaar communiceren. De digitalisering van de samenleving heeft geleid tot een toename in het aantal mensen dat zelf media produceert. Hierdoor is er ook meer vereist op het gebied van competentie om hier goed mee om te kunnen gaan (Mediawijzer, p. 51).

De eerste competentie binnen de groep 'communicatie' heeft betrekking op de productie van eigen media. Denk hierbij aan het maken van content voor sociale media, zoals een post op Facebook of een tweet. Deze eerste competentie vereist dat gebruikers in staat zijn om hun media-inhoud af te stemmen op de doelgroep die zij voor ogen hebben. Zo is het mogelijk dat bepaalde content gevoelig ligt op bepaalde platformen (Mediawijzer, p. 52). Denk hierbij bijvoorbeeld aan een reactie die links gedachtegoed uit op een website zoals GeenStijl, waar het publiek voornamelijk het tegenovergestelde gedachtegoed aanhangt.

De tweede competentie heeft iets weg van de eerste. In plaats van het afstemmen van de inhoud van media, heeft de tweede competentie betrekking op de vormgeving van eigen media-inhoud. Hierbij kan gedacht worden aan lettertypen, of het gebruik van afbeeldingen. Op een social media post zitten op dit gebied minder strenge sociale regels dan aan bijvoorbeeld een sollicitatiebrief (Mediawijzer, p. 54).

De volgende competentie behelst het sociaal communiceren via media. Zo wordt van gebruikers verwacht dat zij begrijpen hoe ze moeten communiceren met anderen op een sociaal gewenste manier. Zo is de wijze waarop we communiceren via internet ook anders dan in 'het echte leven'. Van mediawijze gebruikers wordt verwacht dat zij dit inzien, en op een sociaal vaardige manier zich kunnen uiten via media (Mediawijzer, p. 55).

De vierde en laatste competentie binnen de 'communicatie'-groep draait om de beperking van risico's binnen communicatie die via media verloopt. Hierbij kan simpelweg gedacht worden aan het beschermen van privé gegevens, zoals adres, maar ook wachtwoorden en creditcardgegevens (Mediawijzer, p. 56).

Alhoewel deze competentiegroep waarschijnlijk zeer belangrijk is bij overige gelegenheden, zal er voor de doeleinden van dit onderzoek minder gebruik van gemaakt worden. Dit omdat de betrokken journalisten geen gebruik hoeven te maken van communicatieve vaardigheden tijdens de loop van het experiment.

1.3.4. De competentiegroep 'strategie'

De laatste subgroep competenties, 'strategie', beschrijft Mediawijzer als metacompetenties. Dat wil zeggen dat deze groep afhankelijk is van de mate van mediawijdsheid waar binnen de overige groepen aan wordt voldaan. Strategische competenties stellen gebruikers in staat om gedurende de proef, maar ook ervoor en erna, te reflecteren op het eigen mediagebruik en de effectiviteit ervan (Mediawijzer, p. 57).

De eerste van de twee competenties die binnen deze groep vallen is die van het 'mediamenu'. Dat wil zeggen: een bepaalde selectie aan media die beschikbaar is. Kennis van deze beschikbare media, wat ermee gedaan kan worden, kennis over eigen competenties op dit gebied, het bereik van deze media, en meer maken hier deel van uit. Belangrijk om hierbij te

vermelden is ook kennis van de eigen tekortkomingen, zodat hieromheen gewerkt kan worden (Mediawijzer, p. 58).

De tweede strategische competentie is het effectief toepassen van media. Deze competentie is een feite een amalgamatie van de overige competenties die hierboven aan bod zijn gekomen. Deze subcompetentie kan dus gezien worden als het doel van de overige competenties, en is tekenend voor gebruikers die dus werkelijk mediawijs zijn (Mediawijzer, p. 60).

Deze competentiegroep speelt ook een rol in de experiment. De competenties die hierin besloten liggen sluiten nauw aan op de theorie van lateral en vertical reading uit paragraaf 1.4. Dit omdat voor met name lateral reading een zekere mate van mediawijsheid vereist is. Deze vorm van analyse kan dan ook gezien worden als een effectieve manier om media toe te passen. Daarnaast moet de journalist zich bewust zijn van de media die beschikbaar zijn om tot antwoorden te komen.

1.4. Lateral reading en vertical reading

Zoals in de inleiding omschreven, introduceert het artikel van Wineburg en McGrew het concept van *lateral reading* als tegenhanger van *vertical reading*. Deze twee methoden van analyse vormen de basis van het onderzoek. Alhoewel er geen normatieve uitspraken worden gedaan, blijkt uit het onderzoek wel dat de factcheckers vooral gebruik maken van lateral reading, terwijl de historici en studenten meer gebruik maken van vertical reading (Wineburg en McGrew 2017, p. 1). De factcheckers blijken aan de hand van de tests beter in staat om de waarheid van bronnen te verifiëren, en het is dus ook aannemelijk dat lateral reading een lezer beter in staat stelt om de waarheidsgetrouwheid van een tekst of website te beoordelen (Wineburg en McGrew 2017, p. 13).

Vertical reading verwijst naar de wijze waarop veel gebruikers normaal gesproken een webpagina zullen lezen. Zij lezen de tekst op de pagina van boven naar beneden, en kijken dus bovenal naar de website waarop deze pagina zich bevindt. Er wordt veel op deze pagina gelezen, en er wordt ook aandacht besteed aan bronnen op de pagina, de opmaak en logo's die er te vinden zijn (Wineburg en McGrew 2017, p. 38).

Het probleem aan deze methode van lezen is dat het hiermee erg moeilijk is om de betrouwbaarheid van de website vast te stellen. Zo zal de website zelf naar verwachting niet aangeven dat er door derden vraagtekens zijn gezet bij de betrouwbaarheid ervan. Daarnaast is op veel websites niet duidelijk op te maken door welke organisatie zij wordt beheerd en welke belangen deze organisatie zou kunnen behartigen. Om deze redenen kan vertical reading dan ook gezien worden als een minder betrouwbare methode voor de verificatie van betrouwbaarheid van bronnen. Wineburg en McGrew stellen zelfs dat vertical reading na een minuut of tien aan lezen nagenoeg géén waardevolle informatie oplevert (Wineburg en McGrew 2017, p. 16).

Lateral reading verwijst naar de tweede optie in het analyseren van websites. In plaats van op een pagina of website te blijven hangen op zoek naar informatie, is het ook mogelijk om gebruik te maken van andere opties die hierbuiten vallen. Specifiek verwijzen Wineburg en

McGrew naar het openen van nieuwe tabbladen binnen de webbrowser, om hierin elders meer informatie in te winnen over het onderwerp. Wanneer dit gedaan wordt, kan de lezer gebruik maken van meerdere bronnen omtrent hetzelfde onderwerp. Hierdoor is het beter mogelijk om een zo objectief mogelijk beeld te schetsen, aangezien er op deze wijze meerdere kanalen met informatie beschikbaar zijn om te raadplegen (Wineburg en McGrew 2017, p. 38).

Een veelvoorkomend onderdeel van lateral reading in het onderzoek van Wineburg en McGrew is het gebruik van zoekmachines, en specifiek Google. Een zoekmachine kan een gebruiker helpen om zo snel mogelijk relevante informatie te vinden om te bepalen of een bron wel of niet betrouwbaar is. Een belangrijke voetnoot hierbij is dat er wel een vorm van kennis vereist is in het gebruik van zoekmachines om efficiënt informatie te kunnen verzamelen. Zo kwam het bij sommige studenten voor dat zij wel de stap maakten om Google te gebruiken, maar vervolgens niet wisten vast te stellen welke resultaten hier het meest betrouwbaar waren door gebrek aan expertise (Wineburg en McGrew 2017, p. 3).

De factcheckers beoordelen informatie op websites daarom ook niet in een vacuüm. Zo is een 'About us' pagina vaak niet genoeg om vast te stellen wat de belangen zijn of welke organisatie ervoor verantwoordelijk is. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat een website stelt een non-profit organisatie te zijn, wat vertrouwen zou kunnen wekken bij lezers. In een van de bronnen binnen het onderzoek van Wineburg en McGrew was dit ook het geval, maar bleek de organisatie in kwestie te zijn opgezet door een public relations firma, wat de geloofwaardigheid van de daar te vinden informatie in een heel ander daglicht plaatst (Wineburg en McGrew 2017, pp. 24-25).

Het vinden van betrouwbare bronnen lijkt in veel gevallen ook problematisch te zijn. Zelfs als er wordt gekozen voor lateral reading, lukt het veel proefpersonen niet om een efficiënte keuze te maken voor bronnen die te vertrouwen zijn. Van factcheckers wordt verwacht dat zij weten welke bronnen betrouwbaar zijn en welke niet (Wineburg en McGrew 2017, p. 25). Zo is een artikel van bijvoorbeeld *The New York Times* doorgaans beter van kwaliteit dan een artikel van bijvoorbeeld www.fenixx.org, een beruchte extreemrechtse website waarop voornamelijk onjuistheden en sterk politiek gekleurde artikelen worden gepubliceerd.

Het selecteren van de juiste bronnen vereist een zekere mate van mediawijsheid bij lezers. Wineburg en McGrew baseren zich in dit artikel ook op voorgaand onderzoek naar dit begrip. Een terugkerend beeld is dat studenten die onderzocht zijn vaak minder mediawijsheid toonden dan wellicht verwacht. Hun gebruik van zoekmachines is verre van optimaal, waardoor zij moeite hebben met het vinden van de gewenste bronnen (Wineburg en McGrew 2017, p. 4). Dit is geen uniek Amerikaans verschijnsel. Uit onderzoek van Kennisnet blijkt dat ook bij Nederlandse scholieren vraagtekens geplaatst kunnen worden bij hun kunde en mediawijsheid wanneer het aankomt op het selecteren van betrouwbare informatie (Kennisnet 2017, p. 57).

De theorie van Wineburg en McGrew is echter wel enigszins vernieuwend op het gebied van onderzoek naar mediawijsheid. Waar voorgaand onderzoek zich vaak richtte op de vraag of bepaalde doelgroepen in staat waren om de juiste zoekresultaten te vinden, kijken Wineburg en McGrew in feite naar de stap hiervoor. Zijn onderzoekers zich ervan bewust dat zij het best gebruik kunnen maken van zoekmachines en het internet om informatie te verifiëren? De

theorie van lateral reading lijkt nog niet veel gebruikt te zijn. Hierdoor is er veel ruimte om de theorie aan te vullen en uit te diepen.

Wineburg en McGrew maakten gebruik van 45 proefpersonen. Deze hoeveelheid is nog niet genoeg om kwantitatieve uitspraken over de theorie te kunnen doen. Daarnaast waren de proefpersonen in dit onderzoek allen ook Amerikanen. Dit schept ruimte voor dergelijk onderzoek onder Nederlanders. Het is mogelijk dat Europeanen op een andere wijze gebruik maken van tools om informatie online in te winnen en te verifiëren.

Al met al lijkt lateral reading zich beter te lenen voor het verifiëren van informatie dan vertical reading. De stap om over te gaan tot het openen van nieuwe tabbladen binnen de webbrowser en het gebruiken van zoekmachines is hier een van de belangrijkste onderdelen van. Wat hierbij echter wel vermeld moet worden, is dat lateral reading een zekere mate van mediawijsheid vereist. Gebruikers die niet bekend zijn met de werking van Google en de tools die de zoekmachine aanbiedt, zullen over het algemeen minder in staat zijn om betrouwbare bronnen te vinden. Het beschikken over goede leesvaardigheden is in dergelijke situaties niet voldoende. Mediawijsheid en literal reading zijn dan ook vaardigheden die Wineburg en McGrew graag zouden willen zien als vak voor studenten (Wineburg en McGrew 2017, p. 46).

Lateral reading brengt echter ook een nadeel met zich mee. De uitkomst van onderzoek wordt hierdoor minder bepaald door de evaluatie van de journalisten, maar door het algoritme dat de zoekmachine hanteert (de Haan et al. 2017, p. 6). Anders gezegd: journalisten worden beïnvloed door de logica van het systeem dat zij gebruiken om onderzoek te doen (de Haan et al. 2017, p. 7). Dit nadeel wordt wel enigszins beperkt door het feit dat journalisten ook online de voorkeur geven aan sites die zij als betrouwbaar zien, zoals politieke websites en de bekendere nieuwssites (de Haan et al. 2017, p. 8).

Tot slot beschrijven Wineburg en McGrew de rol van heuristieken in het proces van verificatie. Hiermee doelen zij op strategieën of technieken die al dan niet bewust worden toegepast om de waarde van een bron vast te stellen in het journalistieke proces. Eén van deze heuristieken is de 'representativiteitsheuristiek'. Hiermee wordt bedoeld dat mensen geneigd zijn om zaken te beoordelen op aspecten die zij associatief hierbij vinden passen (Wineburg en McGrew 2017, p. 41). Kortgezegd: een website die eruit ziet als zijnde een verspreider van nepnieuws zal waarschijnlijk op het eerste gezicht ook zo worden beoordeeld, en andersom.

Dit verschijnsel kan ook gezien worden als een vorm van intuïtie. Tijdens een zoektocht die plaatsvindt op het internet wordt een journalist geconfronteerd met talrijke bronnen, waarbij hij of zij vaak snel moet bepalen of deze bron van waarde zal zijn. Het is een heuristiek die veel tijd kan schelen, maar tegelijkertijd schuilt er het gevaar in dat een lezer waardevolle informatie van tevoren uitsluit. Deze heuristiek wordt gezien als een van de redenen dat de studenten en historici in dit onderzoek het slechter deden dan de factcheckers (Wineburg en McGrew 2017, p. 40). Lateral reading omschrijven zij daarentegen weer als een 'sterke' heuristiek, die uiteindelijk veel tijd scheelt en accuratere informatie oplevert dan vertical reading (Wineburg en McGrew 2017, p. 41).

2. Methode

Om een antwoord te kunnen formuleren op de onderzoeksvraag “Passen Nederlandse onderzoeksjournalisten vooral vertical reading of lateral reading toe om online nieuws te verifiëren?” zouden meerdere methodes toegepast kunnen worden. Zo zou het mogelijk zijn om journalisten te contacteren en ze te verzoeken een survey te laten nemen om antwoorden op relevante vragen te kunnen verkrijgen. Bij een dergelijke aanpak zou echter de kans kunnen bestaan dat journalisten antwoorden zullen indienen die voldoen aan de verwachtingen die men bij hen plaatst, waardoor de betrouwbaarheid van de resultaten in het geding zou komen. Waarom zou je als journalist immers toegeven dat je niet altijd zo nauwkeurig te werk gaat als men verwacht?

Vanwege deze reden is gekozen voor een experiment dat afgenomen zal worden bij Nederlandse onderzoeksjournalisten van verschillende redacties. Hier is voor gekozen omdat het de beste manier is om vast te leggen hoe onderzoeksjournalisten te werk gaan wanneer ze een praktijk-opdracht krijgen voorgeschoteld. De primaire theorie waar dit experiment op leunt is die van lateral reading zoals gezien in het artikel van Wineburg en McGrew. Ook de gehanteerde methode is geïnspireerd door dit onderzoek en de daarin gehanteerde methodologie.

2.1. Regels van het experiment

In totaal wordt er gemikt op zo'n tien tot vijftien journalisten voor dit onderzoek. Meer dan dit zou te veel data opleveren, terwijl minder een te kleine groep zou zijn om betrouwbare uitspraken over te kunnen doen. De leeftijd en functie van de journalisten is niet van belang; het enige dat er toe doet is dat zij actief zijn (geweest) als onderzoeksjournalist. Aangezien journalisten die samen op een redactie werken mogelijk van elkaar geleerd hebben, zal er gekeken worden naar journalisten van verschillende redacties. Aan dit onderzoek werkten journalisten mee van meerdere redacties die zich bezighouden met onderzoeksjournalistiek.

Het meest relevante gegeven is dat de journalisten werkzaam zijn als onderzoeksjournalist, of dit zijn geweest. Er wordt niet nadrukkelijk rekening gehouden met zaken als geslacht of afkomst. Wel zal er enigszins gekeken worden naar leeftijd, gezien het goed mogelijk is dat oudere journalisten minder goed om kunnen gaan met apparaten en software. Aan de hand hiervan is het mogelijk om opvallende verschillen waar te nemen en vast te leggen. Zo zou het kunnen dat met name de oudere journalisten in tijdnood komen, of minder gebruik maken van lateral reading.

Het experiment zal worden afgenomen middels de screen-sharing functie van Microsoft Teams. Op deze wijze is fysieke aanwezigheid niet van belang, en kunnen de deelnemende journalisten gebruik maken van alle tools die zijn in hun dagelijks werkzaamheden ook tot hun beschikking hebben. Hier krijgen de journalisten enkele bronnen voorgeschoteld, met de

instructie om meer te vertellen over de betrouwbaarheid ervan. Belangrijk is dat zij deze opdracht uitvoeren zoals ze dit in hun dagelijks werk ook zouden doen. Zij mogen gebruik maken van alle tools en programma's die zij graag toepassen in dit proces. Ook wordt hen geïnstrueerd om hardop hun proces uit te leggen. Dit is belangrijk voor de latere stappen van de uitwerking van het onderzoek.

De journalisten mogen gebruik maken van de browser die hun voorkeur geniet. Dit omdat ook deze keuze inzicht geeft in de werkzaamheden van de journalisten, en het van belang is dat het experiment zo dicht mogelijk komt bij hun vaste werkzaamheden als mogelijk, om zo accuratere resultaten op te leveren. Er wordt bewust geen gebruik gemaakt van een incognito browser. Deze kunnen worden aangewend om ervoor te zorgen dat alle journalisten dezelfde resultaten krijgen. In dit experiment wordt echter getracht om een normale werksituatie van de deelnemers na te bootsen, en een incognito browser zal hier voor de meesten geen onderdeel van uitmaken.

Per bron krijgen de journalisten tussen de vijf en tien minuten om de betrouwbaarheid ervan te bepalen. Wanneer er een minuut aan tijd over is zullen zij hiervan verwittigd worden. Hun bevindingen op dit gebied zijn minder belangrijk dan de methoden die zij toepassen, maar dit wordt niet van tevoren aangekondigd. Het uitgangspunt van dit onderzoek is om vast te stellen welke methoden journalisten toepassen om bronnen te beoordelen, en niet zozeer of zij in staat zijn om accuraat vast te stellen dat bepaalde sites niet bepaald betrouwbaar zijn. Er wordt dan ook geen gebruik gemaakt van een puntensysteem of een andere beoordeling. Mochten de journalisten de bronnen bestempelen als betrouwbaar, al zijn ze dit niet, dan doet dat niks af aan de verzamelde gegevens. Ook krijgen de journalisten geen beoordeling op de accuratesse van de verzette werkzaamheden.

Met behulp van externe software zal het gehele proces en tevens ook de gedachten van de journalisten vastgelegd worden, gezien zij worden gevraagd om deze hardop te delen om het proces inzichtelijker te maken. Deze opnames zijn nodig om achteraf precies te kunnen zien welke stappen de journalisten maakten. De genomen acties die in de opnames te zien zijn, zullen fungeren als data om na afloop van het experiment uitspraken te kunnen doen over het vastgelegde.

Voor dit doeleinde zal gebruik gemaakt worden van [Open Broadcaster Software](#), een open source programma dat is gemaakt om allerlei soorten beelden vast te leggen. Hiermee kan het venster van Microsoft Teams worden opgenomen, terwijl de journalist zijn of haar beeld deelt. Daarnaast kan op deze wijze ook de audio worden opgenomen, zodat de gedachten van de journalist kunnen worden vastgelegd. Dit is van belang voor de loop van het experiment zelf, en de opnames kunnen later ook nog gebruikt worden tijdens het codeerproces.

Na afloop van het experiment zal de verzamelde data worden getranscribeerd en uiteindelijk ook gecodeerd. Dit proces maakt het eenvoudiger om patronen te kunnen herkennen in de bevindingen. Wanneer de data op deze manier verwerkt is, is het mogelijk om uitspraken te doen over de loop van het experiment. Bovenal zullen deze uitspraken draaien om de methode die de journalisten toepassen, en waarin zij van elkaar verschillen.

Daarnaast is het mogelijk dat de journalisten hun methode aanpassen aan de bron. Zo kan het proces van verificatie verschillen als de journalist van tevoren het idee heeft te maken te

hebben met een betrouwbare bron, of juist niet. Ook hier zal tijdens het experiment op gelet worden. Zo zal er gebruik worden gemaakt van een bron die duidelijk niet betrouwbaar is, om te zien of de journalisten sneller over zullen gaan tot andere methoden.

Deze methode is deels ook vastgelegd op papier om aan de journalisten voor te leggen als instructie. Tijdens een pre-test bleek dat de instructies niet altijd even duidelijk waren voor de proefpersonen. Daarom krijgen alle deelnemers een standaard instructie, die zij eerst zelf mogen doorlezen. De tekst die hierin staat is in de appendix te vinden onder het kopje 'Instructies experiment'. Alle deelnemers ontvangen deze. Mocht een journalist van tevoren aangeven dat deze instructies nog ietwat onduidelijk zijn, kunnen kleine aanpassingen doorgevoerd worden om de instructieset duidelijker te maken voor toekomstige onderzoeken.

2.2. De methode van Wineburg en McGrew als uitgangspunt

Het experiment in dit geval zal ook enigszins lijken op dat van Wineburg en McGrew, al betreft het hier een wat meer gestroomlijnde versie. Waar het experiment van deze onderzoekers observaties maakt onder drie verschillende groepen, gaat het in deze scriptie slechts om één groep; Nederlandse onderzoeksjournalisten. Wel wordt er gelet op de redacties waarvan de journalisten afkomstig zijn. Om een beter beeld te krijgen zullen journalisten worden gekozen van meer dan één redactie. Daarnaast pasten Wineburg en McGrew een puntensysteem toe in hun resultaten, om zo vergelijkende uitspraken te kunnen doen over de verschillende groepen. In dit geval is een puntensysteem daarom niet nodig.

De journalisten zal gevraagd worden om twee tot drie bronnen te controleren op betrouwbaarheid zoals ze gewend zijn dit te doen in hun dagelijks werk. Cruciaal hierbij is dat zij hardop nadenken, en hun denkproces en handelen uiteen zetten. Op deze manier kan er meer data worden verzameld, aangezien het experiment zal worden opgenomen en uitgewerkt om patronen te kunnen herkennen.

Belangrijk is dat de journalisten niet van tevoren precies weten waarop gelet zal worden. Mochten zij hier wel van op de hoogte zijn, is het mogelijk dat zij hun handelingen tijdens het experiment zullen aanpassen. Daarom wordt van tevoren niet gesproken over vertical of lateral reading, om hun handelswijze op deze manier niet te beïnvloeden. Eveneens zal de theorie van bijvoorbeeld mediawijsheid ook niet met de deelnemers besproken worden.

Enkele zaken die tijdens dit onderzoek opvielen zullen naar verwachting ook tijdens dit onderzoek aan bod komen. Zo viel het op dat de deelnemers bij Wineburg en McGrew ervoor kozen om doorgaans de hoogste zoekresultaten binnen Google als meer betrouwbaar te bestempelen. Soms werd hierbij ook geklikt op resultaten die minder relevant waren voor de opdracht, maar die simpelweg hoger naar boven kwamen in de zoekresultaten (Wineburg en McGrew, p. 3).

De in het experiment gebruikte aansporingen zijn ook overgenomen van Wineburg en McGrew. Zo gaven zij alle deelnemers dezelfde instructies. "Voel je vrij om nieuwe tabs te

openen, of deze opdracht uit te voeren zoals je dat normaal ook altijd zou doen.” Het doel hiervan is om de deelnemers zo natuurlijk mogelijk aan het werk te kunnen zien, en een uniforme instructie zorgt ervoor dat de resultaten hier niet door beïnvloed worden (Wineburg en McGrew p. 7).

Een ander opvallend detail dat tijdens het onderzoek naar boven kwam, is dat veel deelnemers van het onderzoek niet bekend waren met de mogelijkheden van Google. Als voorbeeld hiervan kan gekeken worden naar de zoekopdracht waarbij de website ‘minimumwage.com’ onder de loep werd genomen. Veel deelnemers maakten hierbij geen gebruik van de mogelijkheid om binnen Google gebruik te maken van aanhalingstekens of andere gevorderde functies (Wineburg en McGrew p. 26). Tijdens dit onderzoek zal daarom ook gekeken worden of Nederlandse onderzoeksjournalisten bekend zijn met deze mogelijkheden, en in welke mate.

Verwachtingen lateral reading vs. vertical reading

Van journalisten wordt verwacht dat zij inzien dat een primaire bron over zichzelf doorgaans niets dan goeds te spreken heeft, en dat deze dus waarschijnlijk niet zeer objectief zal zijn. “Wij van Wc-eend adviseren Wc-eend”. Hierdoor komt ook de betrouwbaarheid van de bron in het geding. Mede hierdoor is de verwachting dat lateral reading meer zal voorkomen in het proces van informatievergaring dan vertical reading. Met name het onderdeel van het factcheckproces dat Graves het “nagaan van valse beweringen” noemt zal naar verwachting een grote rol spelen in het experiment. De journalisten zullen naar verwachting waarschijnlijk bovenal willen weten waar de informatie van de bron vandaan komt, en welke bronnen hier weer aan ten grondslag liggen.

Ook het selecteren van controleerbare beweringen is een belangrijke factor. Wanneer de journalisten geconfronteerd worden met een volledig artikel met hierin meerdere beweringen die zij wel eens in twijfel zouden kunnen trekken, is het van belang dat zij in staat zijn om de belangrijkste feiten hieruit te selecteren om deze vervolgens te onderzoeken.

Opsommend is de verwachting dat de journalisten er voor het grootste gedeelte voor zullen kiezen om over te gaan tot lateral reading wanneer zij beweringen tegenkomen waar zij twijfels bij hebben. Vertical reading zal naar verwachting beduidend minder voorkomen. Men verwacht van journalisten dat zij in staat zijn om goed brongebruik toe te passen. Ook moeten zij in staat zijn om informatie te kunnen verifiëren, hetgeen vaak een aanpak vereist die het dichtst overeenkomt met lateral reading.

2.3. Werkwijze tijdens het experiment

Deze paragraaf dient om de algehele werkwijze tijdens het experiment uiteen te zetten. Dit in het kader van transparantie, en om wellicht ruimte te ontdekken voor verbeteringen in toekomstige onderzoeken naar dit onderwerp.

Zoals in paragraaf 2.1. wordt geschreven, maken de journalisten tijdens dit onderzoek gebruik van Microsoft Teams. Dit omdat Teams veel gebruikt wordt op werkplekken, het gratis is, en het een eenvoudige manier aanbiedt om het beeldscherm van één zijde van het gesprek te delen. Voor dit onderzoek worden eenmalige meetings opgezet, die in feite veel lijken op videogesprekken die ook gevoerd kunnen worden in andere applicaties.

Allereerst wordt er een instructie naar de journalisten gestuurd zodat het zo duidelijk mogelijk is wat zij kunnen verwachten bij de meeting. Deze instructies zijn in de appendix terug te vinden. Wanneer de journalist aangeeft dat deze instructies duidelijk zijn en er geen verdere vragen zijn, kan er begonnen worden met het onderzoek. Hierna begint ook de schermopname, zodat deze later geraadpleegd kunnen worden voor de verzameling van data.

Bij aanvang van het experiment wordt de deelnemende journalist gevraagd haar of zijn beeldscherm te delen middels de knop hiervoor in het midden van het scherm. Wanneer dit goed gaat, wordt de eerste bron verstuurd via de chat in Microsoft Teams. In sommige gevallen hebben de journalisten nog hulp nodig om deze chat te vinden, hetgeen op zich al een interessant gegeven is met mediawijsheid in het achterhoofd. Gezien de journalisten hun scherm delen, zou deze bron ook zichtbaar moeten zijn voor de onderzoeker.

Verder krijgen de journalisten te horen dat de onderzoeker zichzelf zal 'muten', om te voorkomen dat er een dialoog ontstaat of dat de journalisten anderszins zullen worden afgeleid. De enige uitzondering hierop is wanneer de journalist moeite heeft met het hardop nadenken. Als dit gebeurt, zal de onderzoeker zichzelf wel moeten laten horen om hier en daar vragen te stellen in een poging om meer informatie te verzamelen over de werkwijze van de deelnemers.

Als ze klaar zijn om te beginnen, krijgen de journalisten te horen hoeveel minuten ze hebben om deze bron onder de loep te nemen. Daarna wordt ook een timer gebruikt op de telefoon van de onderzoeker, om de tijd niet uit het oog te verliezen. Verder worden de journalisten hierover niet geïnformeerd, tot ze één minuut over hebben.

2.4. Mediawijsheid binnen de methode

Zoals besproken in paragraaf 1.3 komt het concept van mediawijsheid ook aan bod binnen het experiment. Wel moet hierbij gesteld worden dat de competenties moeilijk kwantificeerbaar zijn te maken. Daarom zal ook deze theorie op een kwalitatieve wijze worden opgenomen en uitgewerkt in het onderzoek. Daarvoor moeten enkele regels worden opgesteld op het gebied van de mediawijsheid van de journalisten, en hoe deze te toetsen is.

De competenties van het model in figuur 1 die ook daadwerkelijk aan bod komen zijn te zien in figuur 2. De competenties die moeilijk te toetsen zijn, of anderszins niet relevant zijn voor

het onderzoek zijn uit het model gepoetst. Er wordt dus niet gebruik gemaakt van de volledige theorie voor dit experiment.

Allereerst is er het gegeven dat media de werkelijkheid kleuren, en daarbij gebruik maken van een zekere mate van framing. De journalisten zullen dit hopelijk inzien. Het raadplegen van andere bronnen is hier een wapen tegen. Mochten de journalisten dan ook overgaan op het openen van meerdere artikelen of bronnen, dan is duidelijk dat zij inzien dat één bron niet noodzakelijk betrouwbaar zal zijn.

De competentiegroep 'gebruik' speelt een grotere rol tijdens het experiment. Om informatie over de geleverde bronnen te kunnen achterhalen zullen de journalisten moeten aantonen dat zij ervaring hebben met het gebruik van computers en software. Daarnaast wordt van hen gevraagd aan te tonen zich te kunnen oriënteren binnen een digitale omgeving, zonder daarbij het overzicht te verliezen. Deze competenties maken samen één groep op binnen het competentiemodel van Mediawijzer, en kan dan ook gezien worden als een van de belangrijkste competenties voor een onderzoeksjournalist.

Binnen 'communicatie', een van de overgebleven competentiegroepen, vallen competenties zoals het creëren van content, en het gebruik van sociale media. Deze zullen in dit experiment niet aan bod komen. Wel zullen de journalisten moeten aantonen dat zij informatie kunnen opzoeken en effectief verwerken. Zo zullen zij eigenhandig moeten kunnen vaststellen wanneer een gevonden bron waardevol is en wanneer juist niet.

Tot slot is er de competentiegroep 'strategie'. Hierin valt de competentie om te kunnen reflecteren op het eigen mediagebruik. Deze vaardigheid zal ook getoetst worden, door de journalisten te vragen om hardop na te denken terwijl zij het experiment afleggen. Op deze manier zijn ze genoodzaakt om tijdens het werken aan te geven waarom ze bepaalde keuzes maken, en zodanig ook stilstaan bij hun eigen strategie voor het verwerken van informatie. Al met al kan deze groep gezien worden als een alomvattende beoordeling van de competenties die tijdens het onderzoek ingezet zullen moeten worden.

2.4.1. De competentiegroep 'begrip'

Van deze competentiegroep wordt met name gelet op de mate waarin media de werkelijkheid kleuren, en het bewustzijn dat de journalisten hiervan hebben. De manier waarop dit in de methode het best zichtbaar gemaakt kan worden, is of de journalisten tijdens het onderzoek andere bronnen raadplegen dan de bron die ze krijgen aangereikt.

Objectiviteit is een streven dat hoog op het lijstje staat van menig journalist. Tegelijkertijd begrijpen journalisten ook dat objectieve waarheid onbereikbaar is. Om hier zo dicht mogelijk bij in de buurt te komen zal gebruik gemaakt moeten worden van verschillende bronnen, om op deze manier een zo volledig mogelijk beeld te krijgen van de situatie. De meest voor de hand liggende wijze om te zien of de journalisten wat dit betreft mediawijs zijn, is dus om te kijken of zij met behulp van zoekmachines op zoek gaan naar bronnen die niet gelieerd zijn aan de oorspronkelijke tekstschrijver.

Een andere belangrijke toevoeging is dat bronnen altijd gekleurd zijn en, in dit experiment, vaak doen aan een bepaalde mate van framing. Tijdens het onderzoek zouden

journalisten hier rekening mee moeten houden. Zo zou men in moeten zien dat een bron die een hevig gekleurde versie van de werkelijkheid voorschotelt aan het publiek meteen inlevert aan geloofwaardigheid.

2.4.2. De competentiegroep 'gebruik'

De competenties die onder 'gebruik' worden geschaard zijn enigszins eenvoudiger te controleren tijdens het onderzoek dan sommige andere vaardigheden. Zo zal het snel duidelijk worden als een van de journalisten moeite heeft met het besturen van de laptop via de trackpad. Denk hierbij aan moeite met het klikken op de gewenste schermelementen, of het per ongeluk uitvoeren van bepaalde bewegingen die niet wenselijk zijn, zoals in- of uitzoom functies.

Daarnaast zal het ook snel duidelijk worden als een proefpersoon moeite heeft met het navigeren van de digitale omgevingen. Dit kan merkbaar zijn doordat ze er lang over doen om te zoeken naar bepaalde pagina's of functies, zoals het openen van nieuwe tabbladen. Ook het verzoek tot hardop nadenken zal hierbij nuttig zijn, gezien ze zelf waarschijnlijk aan zullen geven als ze ergens moeite mee hebben. Uiteindelijk is dit voor de resultaten minder interessant. Het feit dat een journalist wellicht niet bedreven is in zogenaamde knoppenkunde zegt verder niet per se alles over zijn of haar competentie als journalist.

Een andere situatie die zich ongetwijfeld voor zal doen is een zoektocht naar rapporten om informatie te verifiëren. Vaak bevinden deze zich op websites met een groot aantal andersoortige rapporten, waardoor het voor een leek moeilijk kan zijn om de juiste selectie te maken. Dergelijke situaties vallen voor de resultaten van dit onderzoek ook binnen de 'gebruik' groep, gezien ze betrekking hebben op oriëntatie binnen een mediaomgeving.

Op gebruik van media zal veel worden gelet in de uitwerking van het experiment, en daarom zullen er waarschijnlijk veel resultaten uitkomen die hier betrekking op hebben. Op deze wijze zullen opvallende waarnemingen worden vastgelegd, om hier uiteindelijk uitspraken over te kunnen doen. De belangrijkste waarnemingen vallen onder de technische vaardigheden van de journalisten.

2.4.3. De competentiegroep 'communicatie'

Deze competentiegroep speelt met name een grote rol bij het uitwisselen van informatie en berichten met andere gebruikers via internet. Gezien de opzet van dit experiment, zullen deze competenties niet aan bod komen. In een hoogst uitzonderlijk geval zou dit het geval zijn wanneer een van de deelnemers besluit via internet contact op te nemen met een bron.

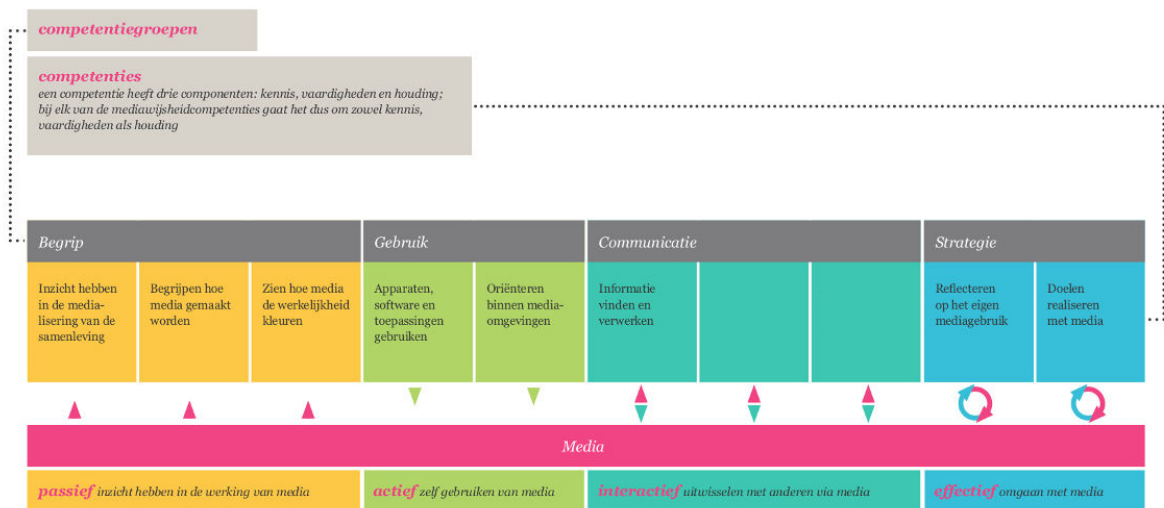
Wel relevant is de competentie om informatie te vinden en verwerken. Gezien de focus op lateral reading is het van groot belang om vast te stellen of journalisten gebruik maken van zoekmachines of overige tools om informatie te vinden. Het feit dat de competentie in deze groep valt is de reden dat ook communicatie een rol speelt binnen het onderzoek.

2.4.4. De competentiegroep 'strategie'

Zoals in hoofdstuk 1.4 te lezen is, behelst de groep 'strategie' een overkoepelende mediacompetentie. Daarbij moet wel gesteld worden dat deze groep abstracter is dan de andere, en daarmee lastiger te peilen is. Tijdens het experiment zal voor deze groep met name gekeken worden naar de aanpak van de journalisten, en hoe zij deze zelf beschrijven.

Wanneer zij spreken van een concreet plan om de huidige bron aan te pakken, kunnen we stellen dat hier een duidelijke strategie achter zit. Onder de zelfreflectie die binnen deze competentiegroep valt wordt ook de invloed verstaan die media op de consument heeft. Deze competentie is moeilijk meetbaar met de huidige methode, en daarom vrijwel niet relevant voor de doeleinden van dit onderzoek.

De tweede competentie, het behalen van doelen met media, is vele malen relevanter. De journalisten krijgen een opdracht met een duidelijk doel voorgeschoteld. Hun aanpak en het succes ervan zijn hierdoor direct te linken aan deze competentiegroep. Als zij tot een eindoordeel komen over de geboden bron dan kan dus eigenlijk al gesteld worden dat zij hun doel hebben behaald.



Figuur 4: De relevante competenties voor dit onderzoek. Bron: Mediawijzer.

2.5. Bronnen voor verificatie

Tijdens het experiment zullen de journalisten de authenticiteit van vijf bronnen moeten nagaan. Deze bronnen zijn geselecteerd op het feit dat er vraagtekens geplaatst kunnen worden bij hun herkomst, en dat de bronnen niet het volledige verhaal (lijken te) vertellen. Met andere woorden: de bronnen zijn niet compleet en vereisen meer verificatie door de journalisten. De optimale

manier om meer te weten te komen over de bronnen is door gebruik te maken van zoekmachines als Google om het volledige verhaal te achterhalen. De verwachting is dan ook dat de journalisten zich hiervan bewust zijn en over zullen gaan tot lateral reading om zo meer te weten te komen over onderstaande verhalen.

Voor een overzicht van de gebruikte bronnen, de toebedeelde tijd voor het controleren daarvan en de motivatie achter deze tijdsverdeling kan hieronder naar figuur 3 gekeken worden. Tijdens het experiment zal ook een eindoordeel worden genoteerd om kortweg duidelijk te maken wat de journalist in kwestie van de bron vond. Hiervoor zijn drie steekwoorden gebruikt: betrouwbaar, onbetrouwbaar, en semi-betrouwbaar. De eerste twee spreken voor zich, maar de term semi-betrouwbaar werd genoteerd als de journalist de bron niet per se volledig wantrouwde, maar toch zijn of haar bedenkingen had bij de nuancering van de gemaakte claims.

Tot slot is per bron beschreven waarom deze is geselecteerd voor de doeleinden van dit onderzoek. Iedere gebruikte bron heeft zaken op het gebied van mediawijsheid/competentie die aan de hand van het onderzoek getoetst kunnen worden. Deze doelen zijn hieronder per bron beschreven, en staan tevens in de matrix onderaan het hoofdstuk (figuur 4).

2.5.1. Collective Evolution

De [eerste bron](#) is een artikel van de website Collective Evolution over een 82-jarige vrouw die aan Alzheimer lijdt en de symptomen hiervan succesvol zou hebben bestreden met een zeer specifiek dieet. Dit terwijl de vrouw leed aan vergevorderde Alzheimer en zelfs in het ziekenhuis was opgenomen. In het artikel komen geen onderzoekers of medewerkers van het ziekenhuis aan het woord, terwijl hier wel aanleiding voor is. Als zij zouden bevestigen dat het herstel van de vrouw te wijten is aan dit dieet, zou de bron direct geloofwaardiger zijn. Daarnaast maakt de bron enkele beweringen zonder daar bronnen bij te vermelden, waardoor de geloofwaardigheid in het geding komt. Voor deze bron wordt 7 minuten aan tijd toegekend, gezien het een zeer specifiek geval is dat redelijk eenvoudig te controleren zou moeten zijn. Wel worden er een paar minuten extra gerekend aangezien het de eerste bron van het onderzoek is, en het derhalve mogelijk is dat de journalisten even in moeten komen.

Collective Evolution biedt als bron een kans om te zien hoe journalisten met een aantal zaken omgaan. Allereerst maakt de website al meteen een enorme aanslag op de aandacht van de lezer. Het eerste dat men ziet is een grote pop-up met hierin het verzoek om lid te worden van een Telegram-groep, omdat Collective Evolution gecensureerd zou worden op andere platformen. Dit zou op zichzelf al een enorme waarschuwing voor de lezer moeten vormen dat de website allicht niet zeer reputabel zou kunnen zijn.

Daarnaast staan er door het artikel heen veel advertorials, en zijn er veel mogelijkheden om zaken te kopen op de website. Denk bijvoorbeeld aan e-guides, voedingssupplementen, of een lidmaatschap van het videoplatform van Collective Evolution. Reputabele nieuwswebsites doen dit niet. Uiteraard heeft de website ook een nieuwsbrief, en is de tactiek die het hanteert om mensen hierop te laten abonneren ronduit agressief.

Ten tweede staan er veel opmerkelijke artikelen in de zijlijn. Dit zijn artikelen die gepubliceerd zijn op Collective Evolution, en dus ook meegenomen zouden moeten worden in de beoordeling van de website als geheel. De onderwerpen waarover deze artikelen gaan zijn ronduit absurd, en zouden een goede journalist meteen duidelijk moeten maken dat de website allerm minst betrouwbaar is. Denk hierbij aan onderwerpen als UFO's, geheime missies van de CIA, of anti-vaccinatie materiaal.

Ten derde staat de vraag centraal of journalisten in zullen zien wat het doel van de schrijver van de tekst is. De inhoud is bijna woord voor woord overgenomen van de originele bron, en het is Collective Evolution er niet om te doen dat zoveel mogelijk mensen weten dat Sylvia Hatzler genezen is van haar Alzheimer. In werkelijkheid dient het artikel als springplank naar andere artikelen op de website, waar supplementen in worden aangeprezen, en wordt ook doorverwezen naar het betaalde videoplatform van Collective Evolution. In andere bewoordingen: de website wil geld verdienen door kliks te genereren, en probeert dit te verdoezelen door achter een enigszins legitiem verhaal te schuilen.

2.5.2. Want to Know

De [tweede bron](#) is een artikel van de website [wanttoknow.nl](#) waarin de arrestatie van Rypke Zeilmaker wordt besproken. Enige nuance ontbreekt in dit artikel, waardoor duidelijk wordt dat slechts één kant van de situatie wordt belicht. Om meer over de zaak te weten te komen is meer zoekwerk vereist. Wanneer gezocht wordt naar bijvoorbeeld 'aanhouding blogger friese ambtenaar', dan zijn artikelen vindbaar van bijvoorbeeld NRC, GeenStijl of de Leeuwarder Courant met meer informatie. Met name het vinden van het artikel op GeenStijl zal meer informatie over de zaak opleveren.

Dit artikel stelt ons in staat een aantal zaken te testen. Allereerst hoe onderzoeksjournalisten omgaan met een sterke mate van framing. Al onmiddellijk probeert Want to Know duidelijk te maken dat er volgens hen geen vrije pers mogelijk is in Nederland. Ook worden de rollen van slachtoffer en dader ook meteen geschetst, zonder dat de feiten van de zaak worden genoemd.

Ten tweede wordt gekeken of journalisten de website waarop zij zich bevinden beter onder de loep zullen nemen. Als er geklikt wordt naar de homepagina van Want To Know of overige artikelen, zou al direct duidelijk moeten zijn dat de website volstrekt onbetrouwbaar is. Daarmee is dit ook een goede bron om een duidelijk beeld te krijgen van de mate aan vertical reading waar de journalisten aan doen.

Ten derde is dit een goede bron om te bekijken of de journalisten de juiste keuzes maken in het zoekproces. De volledige toedracht van het incident met Zeilmaker is niet te achterhalen aan de hand van het artikel van Want to Know. Om hierachter te komen zullen zij gebruik moeten maken van zoekmachines. De vraag is echter of zij de meest voor de hand liggende bronnen, zoals een GeenStijl, serieus zullen nemen. Ook is het mogelijk dat zij juist in de onbetrouwbare bronnen over dit incident, zoals Blue Tiger Studio, wel veel tijd investeren.

2.5.3. Niburu

De [derde bron](#) die tijdens het experiment aan bod komt is afkomstig van de website [Niburu.co](#). Op deze website worden doorgaans enigszins opvallende artikelen gedeeld, die te maken hebben met onderwerpen als vluchtelingen, een denkbeeldige machtselite, en buitenaardse wezens. In dit artikel wordt aandacht gevraagd voor een daling van de zeespiegel van Nederland. Met andere woorden: klimaatverandering is helemaal niet zo erg. Over deze bron is uiteraard al veel af te leiden van de website zelf, die volstaat met bizarre beweringen. Daarnaast wordt er veelvuldig gebruik gemaakt van subjectieve uitspraken, waardoor ook de geloofwaardigheid van de bron wordt aangetast. Maar ook de claim in het artikel is direct te checken met behulp van zoekmachines. Is de zeespiegel van Nederland daadwerkelijk gedaald vorig jaar? De journalisten krijgen 7 minuten de tijd om dit artikel te beoordelen. Dit omdat er in principe slechts kort gezocht hoeft te worden naar een rapport, en het artikel zelf ook de ware toedracht eigenlijk al bevat. De vraag is alleen of journalisten door de rest van het artikel niet ontmoedigd raken om zo toch de laatste paragrafen door te lezen.

Door journalisten naar het artikel op Niburu te laten kijken zijn er een aantal zaken te onderzoeken. Allereerst is er de vraag of journalisten kunnen herkennen wanneer een website aan *cherry picking* doet. Hiermee wordt bedoeld op het feit dat de schrijver één element uit een grotere grafiek heeft gepikt wat hem of haar uitkomt. In dit geval wordt geclaimd dat de zeespiegel sterk is gedaald in 2018. In feite klopt dit, maar er is een duidelijke verklaring voor, en de langere trend wijst toch echt op een zeespiegelstijging. Gekeken kan hierdoor worden of journalisten beschikken over voldoende mediawijsheid om deze informatie correct te interpreteren.

Ten tweede doet Niburu zowaar sterker aan framing dan de vorige bron. Iedereen die zich zorgen maakt over klimaatverandering wordt weggezet als een charlatan, angsthaas, of zelfs een terrorist. De vraag is hoe de onderzoeksjournalisten naar deze framing kijken, en of zij nog bereid zijn om de informatie in de bron serieus te onderzoeken. Zo kan er gekeken worden of zij de gemaakte claim af zullen doen aan de hand van hun indruk van de website en haar framing, of dat zij toch inhoudelijk zelf op onderzoek zullen gaan.

Tot slot kan met behulp van Niburu gekeken worden hoe vertical reading wordt beïnvloed door de geloofwaardigheid van een website. Een journalist die doorklikt naar de homepage van Niburu zal meteen in moeten zien dat de gepubliceerde artikelen grotendeels onzin zijn. Dit zou niet alleen een signaal moeten zijn dat de website niet betrouwbaar is, maar ook dat het wellicht tijd is om over te gaan op Google of overige websites.

2.5.4. Holistik

De [vierde bron](#) binnen het experiment heeft te maken met de introductie van een zogenaamd 5G-netwerk in Nederland. Deze nieuwe technologie wordt aangewend om mensen toegang te geven tot een nog sneller datanetwerk dan het huidige 4G. Bijkomend nadeel is dat er veel nieuwe antennes geplaatst moeten worden in het land om overal dekking te kunnen krijgen. Als

gevolg van deze nieuwe antennes klinken er tegengeluiden uit de samenleving, die beweren gevoelig te zijn voor de straling die ervan afkomstig is. Deze bron waarschuwt voor potentiële gezondheidsgevaaren die dit nieuwe netwerk met zich mee zou brengen. De conclusie: 5G en zelfs oudere netwerken zijn gevaarlijk voor de mensheid, en wij worden hierover voorgelogen. Hier zijn echter geen betrouwbare bronnen aan verbonden. Voor deze bron krijgen de journalisten 10 minuten de tijd. De reden hiervoor is dat dit een discussie is die vandaag de dag nog woedt, waardoor er veel recente bronnen over bestaan. Er zal dus waarschijnlijk meer werk aan vastkleven.

Holistik is in dit experiment de eerste bron die enigszins geloofwaardig over zou moeten komen. Hierdoor zijn er een aantal zaken die ermee getoetst kunnen worden. Allereerst kan gekeken worden hoe journalisten tegenover het artikel staan wanneer zij beginnen met vertical reading. De tekst begint op een vrij gematigde toon, en lijkt objectiviteit uit te willen stralen. Daarnaast is ook de opmaak van de website iets professioneler, waardoor de eerste indruk voor lezers positiever zou moeten zijn. De vraag is of deze feiten genoeg zijn om journalisten af te leiden van het feit dat het brongebruik van de website totaal niet deugt, en dat het artikel in werkelijkheid niets meer is dan een activistische blog met een duidelijk doel.

Ten tweede behandelt het artikel een kwestie die meer in het publieke debat leeft dan voorgaande bronnen. 5G is vooralsnog een onderwerp waar sommigen angstig om blijken te zijn. Hierdoor kan gekeken worden hoe onderzoeksjournalisten een zoekopdracht naar meer informatie over een dergelijk onderwerp aanpakken. Zouden zij bijvoorbeeld genoeg nemen met een statement van het RIVM dat 5G allerm minst gevaarlijk is, of beroepen zij zich liever op andere bronnen?

Tot slot is er het feit dat Holistik gebruik maakt van veel links door het artikel. Ook worden er veel claims gemaakt met betrekking tot 5G, zoals statements van telecomproviders tot plannen van de overheid, beide zonder de juiste bronvermelding. Hierdoor kan gekeken worden waarop onderzoeksjournalisten aanslaan. Welke claims en bronnen vinden zij het onderzoeken waard, en wat laten ze links liggen? Daarnaast is het mogelijk dat zij de vele bronnen ervaren als overweldigend, waardoor zij niet goed weten waar te beginnen.

2.5.5. Welingelichte Kringen

De [vijfde bron](#) heeft betrekking op een onderzoek van Washington State University waaruit zou blijken dat levensverwachting nauw samenhangt met leefomgeving. Het artikel linkt naar een website voor wetenschappelijk nieuws, waar de bronvermelding van het originele onderzoek te vinden is. Het onderzoek toont aan dat leefomgeving een grote invloed heeft op de levensverwachting, gebaseerd op meerdere factoren. Zo zou een omgeving waarin wandelen goed mogelijk is bijvoorbeeld leiden tot een gezondere leefstijl en daarmee een langer leven. Journalisten krijgen hiervoor 7 minuten de tijd, aangezien het vinden van het originele onderzoek en bestuderen hiervan waarschijnlijk nodig zullen zijn om deze bron op waarde te schatten.

De laatste bron onderscheidt zich van de rest door kortgezegd betrouwbaar te zijn. Er is geen sprake van een dubieuze bronvermelding, framing, of andere tekortkomingen. Daarom biedt de bron ook de mogelijkheid om een aantal zaken te toetsen die de vorige bronnen niet boden.

Allereerst hebben de journalisten hiervoor enkele bronnen bekeken die onder de streep niet heel betrouwbaar waren. Hierdoor kan onderzocht worden of zij van tevoren al wantrouwend tegenover de laatste bron staan. De overige bronnen waren behoorlijk dubieus, dus waarom zou deze bron ineens wel betrouwbaar zijn?

Ten tweede is het de enige bron die hard wetenschappelijk bewijs aanhaalt in de vorm van een onderzoek van Washington State University. Het onderzoek is gepubliceerd in een wetenschappelijk tijdschrift, en er is op verscheidene websites over geschreven. Er kan gekeken worden hoe onderzoeksjournalisten omgaan met wetenschappelijke bronnen. Zo is het mogelijk dat zij het onderzoek zelf opzoeken en doorlezen. Daarnaast zou het kunnen dat zij al genoeg nemen met het feit dat het gepubliceerd is in een reputabel tijdschrift.

Tot slot wordt gekeken of de deelnemers betrouwbare informatie zullen vertrouwen wanneer deze is gepubliceerd op een website die niet per se sterk wetenschappelijk van aard is. Welingelichte Kringen schrijft vaak korte artikelen op basis van berichtgeving van andere websites, en doet vaak ook aan eenvoudig knip- en plakwerk. De vraag is of de journalisten dit herkennen, en of dit voor hen afdoet aan de betrouwbaarheid van de website.

<p style="text-align: center;"><u>Bron 1:</u> Alzheimer-dieet</p>	<p style="text-align: center;">8 minuten</p> <p style="text-align: center;">Geen wetenschappelijke bronnen te vinden die dit verhaal ondersteunen, maar gezien het de eerste bron is krijgen journalisten paar minuten extra om op te warmen</p>
<p style="text-align: center;"><u>Bron 2:</u> Journalist hardhandig opgepakt</p>	<p style="text-align: center;">7 minuten</p> <p style="text-align: center;">Genuanceerd onderwerp dat niet per se om wetenschap draait. Enig zoekwerk vereist om meer over de zaak te weten te komen. Aangezien er meerdere bronnen over geschreven hebben is er enigszins meer tijd nodig om tot de ware aard van de zaak te</p>

	komen.
<u>Bron 3:</u> Daling zeespiegel	7 minuten Binnen enkele minuten zou duidelijk moeten zijn dat deze website volledig onbetrouwbaar is, dus hier krijgt men kort de tijd voor.
<u>Bron 4:</u> Gevaren van 5G	10 minuten Ingewikkeld onderwerp met veel meningen en opvattingen, daarom krijgen proefpersonen iets meer tijd. Betrouwbaarheid artikel zou wel al snel moeten blijken wanneer zij de gebruikte bronnen nagaan.
<u>Bron 5:</u> Levensverwachting afhankelijk van omgeving	7 minuten Slechts enkele minuten nodig om het artikel te lezen en wellicht de originele bron op te zoeken. Journalisten zullen waarschijnlijk kritische noten plaatsen over de bevindingen, die zeer waarschijnlijk om meer draaien dan alleen woonlocatie.

Figuur 3: de opzet van het experiment en tijd per bron.

Afkomst bron	Elementen waardoor de bron relevant is voor dit onderzoek
Bron 1: Collective Evolution	<ul style="list-style-type: none"> - Sensory overload: de website vraagt veel van de lezer, die daardoor makkelijk het overzicht kan verliezen - Pop-up die spreekt van censuur, één van de meest herkenbare kenmerken van nepnieuws - Collective Evolution maakt veel reclame en maakt duidelijk gebruik van clickbait om verkeer op de website te brengen - De artikelen zijn veelal clickbait en knip- en plakwerk
Bron 2: Want to Know	<ul style="list-style-type: none"> - Er wordt al vanaf de eerste zin in het artikel aan sterke mate van framing gedaan. - Makkelijk te vinden 'over ons' pagina. Daarnaast nodigt de website uit om er meer informatie over te achterhalen. - Voor het komen tot een juist antwoord is een goede zoekopdracht vereist.
Bron 3: Niburu	<ul style="list-style-type: none"> - Gekeken wordt of journalisten het gebruik van <i>cherrypicking</i> om een argument te formuleren zullen herkennen. - Niburu doet aan nog sterkere framing dan de vorige website, waardoor gekeken kan worden hoe gevoelig journalisten hiervoor zijn. - Met absurde koppen aan de zijkant nodigt Niburu uit tot vertical reading om zo een completer beeld van de website te schetsen.
Bron 4: Holistik	<ul style="list-style-type: none"> - Holistik nodigt uit tot vertical reading van eerste bron vanwege het gematigde taalgebruik en de nette opmaak van de website. - 5G is een onderwerp waarover veel wordt gediscussieerd. De vraag is of journalisten genoeg nemen met een statement van een instantie als het RIVM of verder kijken.

	<ul style="list-style-type: none"> - Holistik maakt gebruik van veel links in het artikel. Gekeken wordt of journalisten hierdoor afgeleid raken van de hoofdpdracht.
Bron 5: Welingelichte Kringen	<ul style="list-style-type: none"> - Welingelichte Kringen is de eerste daadwerkelijk betrouwbare bron. Er wordt gekeken of journalisten geen achterdocht laten zien na het bekijken van de voorgaande bronnen. - Deze bron haalt een wetenschappelijk artikel aan dat makkelijk te vinden is. De vraag is hoe journalisten hiermee omgaan. Met name: bekijken zij zelf het artikel of nemen ze genoegen met het feit dat het gepubliceerd is in een betrouwbaar tijdschrift? - Welingelichte Kringen is een website die niet per se als wetenschappelijk te boek staat. Betekent dit dat journalisten hier geen genoegen mee nemen en verder gaan zoeken?

Figuur 4: de zaken binnen de bronnen in het onderzoek waarop gelet wordt.

2.6. Deelnemers van het onderzoek

Het inplannen van afspraken ging in verband met thuiswerken vanwege de corona-situatie niet zo makkelijk als van tevoren gehoopt. De experimenten hebben uiteindelijk voornamelijk plaatsgevonden in de periode augustus 2020 tot november 2020. Aangezien er gekozen is voor een kwalitatieve aanpak in plaats van een kwantitatieve was er behoefte aan een enigszins diverse groep deelnemers.

De deelnemers, uiteindelijk een stuk of 12, zijn afkomstig van meerdere redacties in Nederland, en hebben verschillende specialismen. Ook is er een goede spreiding van leeftijd en geslacht; 5 deelnemers waren vrouwen, 7 mannen, met leeftijden tussen de 24 en 57. In totaal zijn zij verspreid over 4 verschillende redacties, en zijn er ook enkele zelfstandige journalisten onder hen. Uiteindelijk is het enige dat zij gemeen hebben dat zij werkzaam zijn (geweest) als onderzoeksjournalisten in het Nederlandse medialandschap. Er is voor gekozen om hun identiteit niet te verwerken in deze scriptie, om hun privacy te waarborgen.

3. Resultaten

De resultaten van het onderzoek zijn in enkele paragrafen verdeeld. Allereerst de beantwoording van de hoofdvraag. Het doel van dit onderzoek was op de eerste plaats om te achterhalen of onderzoeksjournalisten genoeg zouden nemen met de hen geboden informatie, of dat zij ervoor zouden kiezen om nieuwe tabbladen te openen en gebruik te maken van zoekmachines.

Daarna volgen de observaties uit het onderzoek op het gebied van mediawijsheid. Aangezien de deelnemers de ruimte kregen om de bronnen te onderzoeken hoe ze maar wilden, zit er een enorm verschil tussen de verschillende aanpakken. Deze zullen geanalyseerd worden door de bril van mediawijsheid zoals deze geconceptualiseerd is door Mediawijzer.

Uiteindelijk is het doel van dit hoofdstuk om duidelijk te maken wat het onderzoek heeft opgeleverd, hoe het gesteld is met de mediawijsheid van onderzoeksjournalisten in Nederland, en op welke wijze zij te werk gaan om gevonden bronnen te verifiëren of te ontcrachten.

3.1. Mediawijsheid onder onderzoeksjournalisten

De mediawijsheid van deelnemende journalisten werd veelvuldig op de proef gesteld. Aangezien het hele experiment digitaal heeft plaatsgevonden kwam daar een extra dimensie bij. Nog voor de test goed en wel begon moesten deelnemers al gebruikmaken van Microsoft Teams om allereerst een videocall op te nemen, en vervolgens hun scherm te delen. Hieruit was al informatie op het gebied van mediawijsheid te extraheren.

De eerste competentie binnen de groep 'gebruik' richt zich op het daadwerkelijke gebruik van soft- en hardware. Veel deelnemers leken al enige moeite te hebben met het delen van hun scherm via Microsoft Teams. Opvallend genoeg leek dit niet af te hangen van leeftijd, beroepservaring, of andere maatstaven. Bij alle groepen was te merken dat zij tegen enige technische problemen aanliepen bij het bedienen van hun computer.

Sommigen deelden bijvoorbeeld het verkeerde beeldscherm of tabblad, terwijl weer anderen zich niet bewust leken te zijn van het feit dat zij informatie ten toon spreiden die wellicht vertrouwelijk was. Denk hierbij aan een tabblad waar WhatsApp nog open stond met privégesprekken, of hun inbox vol met vertrouwelijke e-mails. Er was zelfs een enkeling die zoveel tabbladen had openstaan dat Microsoft Teams volledig vastliep. Dit duidt toch op een klein gebrek aan mediawijsheid op het gebied van (technisch) gebruik.

Alle andere competentiegroepen kwamen pas tot uiting tijdens het onderzoek zelf. Om de resultaten zo overzichtelijk mogelijk te maken zullen ze worden besproken per behandelde bron tijdens het experiment. Per bron liepen de handelwijzen, observaties, en getoonde vaardigheden van de journalisten sterk uiteen. Om eventuele verschillen zo duidelijk mogelijk te maken is het het eenvoudigst dit te doen door verschillen in dezelfde fase van het onderzoek,

dus dezelfde bron, erbij te betrekken. Onder deze secties zal uitgeweid worden over de observaties die tijdens het experiment zijn gedaan.

3.1.1. Bron 1: De genezen Alzheimer-patiënte

De eerste bron, een artikel over een oudere dame die genezen zou zijn van Alzheimer door middel van een specifiek dieet, leert ons meteen een van de belangrijkste observaties als het aankomt op het beoordelen van bronnen op betrouwbaarheid. De plausibiliteit van de claim in de ogen van de lezer is van groot belang. Wanneer een geponeerde stelling klinkt alsof deze waar zou kunnen zijn op basis van voorkennis, dan wordt deze eerder als betrouwbaar beschouwt.

Wel moet gezegd worden dat, vanwege het feit dat dit de eerste bron van het onderzoek is, men niet altijd meteen doorhad wat de bedoeling was. Sommigen moesten eerst vragen of ze gebruik mochten maken van zoekmachines, en sommigen vroegen dit helemaal niet. Zo zijn er een aantal deelnemers die voornamelijk gebruik maakten van vertical reading in combinatie met hun intuïtie om tot een eindoordeel te komen.

Als laatste toevoeging moet ook vermeld worden dat één deelnemer deze bron oversloeg, aangezien deze in het Engels was. Deze journalist gaf aan hier niet goed genoeg in te zijn om de bron te kunnen bestuderen. Een interessante observatie, gezien dit inhoudt dat teksten in de Engelse taal voor deze deelnemer al tijdens onderzoek af zullen vallen als bruikbare bronnen. Taal komt niet voor in het model van mediawijsheid, maar kennis van taal is uiteraard ook van belang om teksten te kunnen lezen en begrijpen.

De meeste deelnemers stellen uiteindelijk dat het genezen van Alzheimer door middel van een dieet zeer waarschijnlijk onmogelijk is, en dat de bron dus eigenlijk een vorm van desinformatie is. Wel moet daarbij gezegd worden dat ze het ermee eens zijn dat dieet veel invloed heeft op de gezondheid van de mens, en dat dit stukje nuance de stelling enigszins geloofwaardiger maakt.

Onderaan de streep oordelen alle deelnemers dat deze bron onbetrouwbaar is, al zijn er wat twijfelaars die de bron semi-betrouwbaar vinden. Dat wil zeggen dat ze niet honderd procent achter de gemaakte claims staan, maar dat het alleen aan wat nuance ontbreekt.

De manier waarop de journalisten tot hun oordeel komen loopt echter vanaf het startsein al sterk uiteen. Sommigen kiezen ervoor het artikel grondig door te lezen om zoveel mogelijk informatie in zich op te nemen. Anderen scannen de tekst snel, komen relevante informatie tegen en besluiten hierop over te gaan op het Googlen van meer informatie (lateral reading). Hiermee kunnen er meteen observaties opgedaan worden op het gebied van mediawijsheid, en dan specifiek uit de competentiegroep 'gebruik'.

Wanneer je als journalist een lange webpagina tegenkomt, loont het om snel te kunnen analyseren welke informatie voor jou van belang is, zonder daarbij kostbare tijd kwijt te zijn aan het lezen van nutteloze randzaken. Of, zoals Mediawijzer zelf stelt in de toelichting van hun competentiemodel: 'Mediawijs zijn betekent: kunnen vinden wat je zoekt, selecteren wat je nodig hebt, en kunnen bepalen of de informatie betrouwbaar is of niet.' (Mediawijzer 2012, 11).

Niet alleen weten hoe, maar ook wanneer het verstandig is om over te stappen op Google om hier meer informatie in te winnen is ook een belangrijke vaardigheid in het plaatje van mediawijsheid (Mediawijzer 2012, 9).

Bij enkele deelnemers leek het hier meteen niet soepel van start te gaan. Enkelen namen de tijd om het gehele artikel door te lezen, terwijl een zoekopdracht naar een gemaakte claim of genoemde naam uit het artikel ongetwijfeld productiever zou zijn. Een enkeling leek het nog iets lastiger voor zichzelf te maken. Na het scannen van de inhoud van het artikel, viel zijn oog op een advertorial die niet als dusdanig was aangemerkt. Hierdoor dacht hij dat het hele artikel geschreven was om dit product te marketen, waarna hij zijn volledige tijd opgebruikte aan het Googlen naar informatie over dit product.

Dit heeft uiteindelijk tot een nieuwe observatie geleid. Mediawijsheid is niet alleen van belang om effectief en doeltreffend te werken, maar kan ook nog eens een flinke tijds winst opleveren; iets dat zeker binnen de journalistiek niet onbelangrijk is.

Daarnaast leverde deze bron ook bewijs dat de competentiegroep 'communicatie' ook binnen de onderzoeksjournalistiek van groot belang is. Onderzoeksjournalisten hebben vaak een niche, zo bleek al snel tijdens de loop van het onderzoek. Wanneer een onderwerp, zoals dus bijvoorbeeld Alzheimer, buiten deze niche viel, gaven deelnemende journalisten aan dat ze graag contact hadden gezocht met een expert, of beter ingelichte collega.

Die intuïtie bleek uiteindelijk vaak de doorslag te geven, zoals ook bij latere bronnen te zien zal zijn. Beweringen die ingaan tegen de bestaande kennis van de journalisten werden vaak al bij voorbaat van tafel geveegd, zonder dat hiervoor extra bewijs of verdere onderbouwing voor nodig was. Dit is een verschijnsel waar Wineburg en McGrew over spraken in hun onderzoek, en kan schadelijk zijn voor het verificatie-proces (2017, p. 45). Wat betreft bron 1 kwam deze intuïtie vaak tot uiting in uitspraken als 'Ik geloof niet dat dit honderd procent klopt, en er ontbreekt wat nuance, maar dieet zal zeer waarschijnlijk wel invloed hebben op gezondheid.'

In veel gevallen was deze intuïtie ook gebaseerd op de eerste indruk van de website. Journalisten die inzagen dat de overige links op Collective Evolution vaak onzin betroffen deden hierdoor eerder gemaakte claims van de hand. In sommige gevallen werden zelfs aangehaalde bronnen op de website, die in feite als betrouwbaar gezien hadden kunnen worden, toch gewantrouwd vanwege de associatie met Collective Evolution. Zo linkt de website naar de Alzheimer's Society, een degelijk instituut uit Engeland dat zich inzet om bewustzijn en onderzoek naar Alzheimer te bevorderen.

De Alzheimer's Society is een van de weinige professionele bronnen die werd aangehaald in het artikel van Collective Evolution. Toch deed niet iedereen hier een zoekopdracht naar. Iets meer dan de helft van de deelnemers kwam uiteindelijk terecht op de website van de Alzheimer's Society. Enkelen van hen wantrouwden ook deze instantie echter al, vanwege hun eerste indruk van Collective Evolution.

Een opvallend laag aantal journalisten zocht naar de naam Sylvia Hatzler, terwijl zij toch het onderwerp van het artikel is. Een enkeling zocht wel naar Mark Hatzler, haar zoon, die veel aangehaald werd in dit artikel. Uiteindelijk was dit in sommige gevallen ook een omweg om

alsnog bij de Alzheimer's Society te belanden, aangezien een door hem geschreven artikel hier ooit was gepubliceerd.

Sommige zoekopdrachten bleven echter helemaal uit of leidden niet naar de beoogde informatie. Zo deed iemand een zoekopdracht naar 'medisch rapport Alzheimer'. Een zoekopdracht die veel te algemeen is en onmogelijk interessante informatie kan opleveren voor het doeleinde van het onderzoek.

Deze observatie kan duiden op een lagere mate van mediawijsheid binnen de competentiegroep 'communicatie' dan voorheen werd aangenomen. Niet zozeer omdat niet werd voldaan aan de verwachtingen, maar vanwege het feit dat een ineffectieve zoekopdracht werd gedaan.

Al met al kwamen de meeste journalisten tot een bevredigend antwoord. Collective Evolution heeft de waarheid ietwat aangedikt, door te pretenderen dat Sylvia Hatzler 'genezen' is van haar Alzheimer. In werkelijkheid, zoals te achterhalen is bij onder meer de oorspronkelijke bron, maar ook bijvoorbeeld de BBC, waren haar symptomen enigszins afgenomen. Er is geen wetenschappelijke bron beschikbaar die stelt dat dit komt door het nieuwe dieet dat zij tot zich nam. Het is een anekdotisch verhaal, waarvan de nuance is gestript door Collective Evolution.

De bevindingen van de eerste bron moeten wel met een korrel zout worden genomen. Aangezien het de eerste bron van het onderzoek betrof werd er iets meer tijd toebedeeld dan normaal gesproken het geval zou zijn. Daarnaast werd er rekening gehouden met het feit dat sommigen wellicht even in moesten komen. Zo kwam het meer dan eens voor dat een journalist aangaf de instructies goed te hebben doorgenomen, maar stelden ze later alsnog vragen die hierin beantwoord waren. Daarom zijn de bevindingen in latere bronnen ietwat sprekender, gezien de proefpersonen hier wat beter in hun element waren.

3.1.2. Bron 2: De opgepakte kritische journalist

De tweede bron, een artikel op www.wanttoknow.nl over Rypke Zeilmaker die zou zijn opgepakt vanwege het publiceren van kritische informatie, was ietwat riskanter om toe te voegen dan de eerste bron. Want To Know is bij veel journalisten bekend als een notoire nepnieuws website. Opvallend genoeg was slechts een handvol van de deelnemers met de website bekend. Zij lieten meteen blijken wantrouwend tegenover de website te staan, een enkeling barstte zelfs in lachen uit bij het zien van de URL.

De tweede bron toont ook meteen een interessante tweesplitsing aan binnen de groep testpersonen. De ene groep heeft alleen oog voor het artikel dat ze kregen aangeleverd, terwijl de andere groep ook kijkt naar randzaken. In dit geval wordt de zijkant van de webpagina op Want To Know bedoeld, waar grote advertenties staan voor bijvoorbeeld 'helende kristallen'. Bij het zien van deze advertentie zouden uiteraard meteen alarmbellen moeten gaan rinkelen bij de journalisten, maar een groot deel heeft deze advertenties nooit gezien of er iets over gezegd.

Wel geven bijna alle deelnemers meteen aan de website sterk te wantrouwen. De redenen hiervoor lopen wel sterk uiteen. Verreweg de meest in het oog springende reden om de website niet serieus te nemen is de amateuristische schrijfstijl, die volgens sommige deelnemers iets wegheeft van een blog, en het incorrecte en overmatige gebruik van

leestekens. Ook gaven sommigen aan dat de opmaak van de website afdeed aan de geloofwaardigheid.

Naast het uiterlijk van de website werd ook snel duidelijk dat het taalgebruik een grote invloed kan hebben op de geloofwaardigheid van een tekst. Het artikel van de website Want To Know was in deze zin een goede peiler van de competentie binnen de groep 'begrip' die Mediawijzer omschrijft als 'zien hoe media de werkelijkheid kleuren' (Mediawijzer 2012, 6).

De website doet aan een bijna indrukwekkende vorm van framing. Al vanaf de eerste zin wordt Rypke Zeilmaker als onschuldig slachtoffer neergezet. Een kritische journalist die de mond wordt gesnoerd omdat hij naar buiten treedt met informatie die 'men' niet gepubliceerd wil hebben. Vrijheid van meningsuiting, zo stelt de schrijver, bestaat niet meer in Nederland. Om in de woorden van Mediawijzer te spreken: de werkelijkheid wordt hier sterk gekleurd weergegeven.

Slechts een handvol van de deelnemers weet hier direct doorheen te prikken. Velen lezen vol interesse het citaat aan het begin van het artikel, waarin de journalistiek ervan wordt beticht slechts de wil van de rijke elite op te volgen. Dit zou eigenlijk het signaal moeten zijn om te beginnen met het filteren van de relevante informatie, en de overige irrelevante stemmingmakerij links te laten liggen. Toch gebeurt dit dus in de meeste gevallen niet.

Uiteindelijk zijn er slechts twee deelnemers die heel WantToKnow links laten liggen. De eerste omdat hij bekend is met de website en dus al weet dat de inhoud volstrekt onbetrouwbaar is. De tweede omdat hij bekend is met Rypke Zeilmaker. Zijn specialiteit binnen de onderzoeksjournalistiek ligt duidelijk bij klimaat, en hij weet dus ook dat Rypke Zeilmaker hierin niet een betrouwbare bron is. Deze journalisten keken alleen naar de claim die gemaakt werd, en ging daarna meteen verder.

Wel gaat iedere deelnemende journalist over op Google bij deze bron. Enkelen doen eerst aan vertical reading: ze klikken bijvoorbeeld op de naam van de auteur van het stuk, of bekijken de 'over ons' pagina van WantToKnow. Dit duidt wel op een mate van mediawijsheden. Niet bekend zijn met een website, maar wel op deze manier informatie inwinnen is een goede strategie.

Ook op het gebied van de gebruikte zoekopdrachten op Google is een goede strategie zichtbaar die ook valt binnen de verwachtingen van het onderzoek. Uiteindelijk doen alle journalisten een zoekopdracht naar de naam van Rypke Zeilmaker. Pas na het doen van deze opdracht beginnen de gehanteerde strategieën sterk uiteen te lopen.

De zoekresultaten variëren sterk in relevantie. De eerste links die verschijnen leiden naar de website van Zeilmaker zelf: niet bepaald een onafhankelijke bron binnen dit verhaal. Overige zoekresultaten die verschijnen zijn bijvoorbeeld GeenStijl, Blue Tiger Studios, en allerhande websites waarvoor Zeilmaker geschreven heeft. Opvallend genoeg is juist GeenStijl, een website waar veel journalisten geen hoge pet van op hebben, juist de bron die de meeste informatie zou kunnen verschaffen.

Een stuk of drie journalisten besluiten uiteindelijk wel op de link naar GeenStijl te klikken, maar slechts één van hen leest ook daadwerkelijk het volledige artikel. Hiermee weet deze journalist ook de daadwerkelijke toedracht van het verhaal te achterhalen. De andere twee lijken toch afgeschrikt te worden door het feit dat de informatie wordt gedeeld door GeenStijl. Deze observatie toont aan dat vooringenomenheid van journalisten hun werk ook in de weg kan

zitten. Het feit dat GeenStijl deze informatie verspreidt wil dus a priori niet zeggen dat deze onbetrouwbaar is, en het nog altijd waard is om onafhankelijk van de bron op waarheid te controleren.

De andere journalisten zijn veelal niet tevreden met de resultaten die ze vinden via Google, en besluiten vaak toch terug te gaan naar het oorspronkelijke artikel. Hier wordt echter weinig doorgelinkt, behalve naar andere artikelen op Want To Know, en naar Blue Tiger Studio. Deze laatstgenoemde is ook een verspreider van nepnieuws, al zijn geen van de journalisten in dit onderzoek daar bekend mee.

Het gevolg is dat veel van hen ervoor kiezen om een video van Blue Tiger Studio te bekijken, waarin Zeilmaker zelf te gast is. Het feit dat deze eenzijdige bron van informatie geheel niet betrouwbaar is lijkt enkele van de journalisten te ontgaan. Dit duidt in deze gevallen op een gebrek in de competentiegroep 'begrip'. De werkelijkheid kan niet veel gekleurder dan ze hier door Blue Tiger Studio en Zeilmaker wordt gepresenteerd.

Ongeveer de helft van de deelnemers weet uiteindelijk via Google te achterhalen wat de ware toedracht is van de arrestatie van Zeilmaker: hij heeft een ambtenaar bedreigd op zijn blog. De overige deelnemers weten dit niet te achterhalen, maar uiteindelijk is iedereen het er wel over eens dat de bron op Want To Know niet betrouwbaar is. Dit toont wederom aan dat intuïtie voor onderzoeksjournalisten een grotere rol speelt in hun oordeel dan voorheen aangenomen.

Ook van belang om te registreren is de reden waarom deze journalisten niet meer informatie wisten in te winnen over het incident met Rypke Zeilmaker: het ontbreekt bij veel deelnemers aan een efficiënte zoekstrategie. De eerste stap (Googlen naar Zeilmaker) is snel gezet, maar hierna lopen velen vast. Sommigen raakten ook afgeleid door de video van Blue Tiger Studio die is ingesloten in het artikel. De inhoud kan interessant zijn, maar is door de eenzijdigheid van de bron nooit betrouwbaar.

Tot slot was ook hier een enkeling die in de war raakte. Bij de eerste bron van Collective Evolution ging een journalist op een wilde zoektocht om meer te achterhalen over een product dat slechts een advertentie betrof. Bij deze bron ging iemand naarstig op zoek naar meer informatie over Climategate. Deze journalist verzamelde zoveel mogelijk informatie over deze website waar Zeilmaker wel eens artikelen voor schrijft, een exercitie die weinig opleverde, aangezien Zeilmaker verder geen eigenaar is van deze stichting. Het kan weliswaar achtergrondinformatie opleveren over Zeilmaker's klimaatontkenning, maar leidt niet tot relevante informatie die betrekking heeft tot de oorspronkelijke bron.

Toch was deze zoektocht, ondanks het feit dat het weinig informatie over Zeilmaker opleverde, wel interessant voor de resultaten van het onderzoek. Een tool die hier gebruikt werd is Company.info, een website die vaker opdook tijdens het experiment. Journalisten die hier een abonnement op hebben, kunnen veel informatie over bedrijven achterhalen zonder hiervoor al te veel moeite te hoeven doen.

3.1.3. Bron 3: De gedaalde zeespiegel

Evenals Want To Know, de tweede bron, is ook Niburu een berucht verspreider van nepnieuws. Deze website staat zelfs bekend nog een stukje verder te gaan. Op de voorpagina staan, op het moment van schrijven, artikelen over moord op de bevolking door middel van COVID-vaccins, wordt Bill Gates de antichrist genoemd, en waarschuwingen dat het World Economic Forum poogt de mensheid te vernietigen. Daarnaast is op de website steevast een UFO-meldpunt te vinden, en wordt er nog altijd gewaarschuwd voor de gevaren van 5G.

Bovenstaande paragraaf zou moeten illustreren dat iedere journalist die op deze website terecht komt deze linea recta van de hand zou moeten doen als nepnieuws. In de praktijk valt dat echter tegen. Slechts twee van de journalisten zijn bekend met Niburu en weten daarom meteen dat de informatie hier verstrekt wordt zeer waarschijnlijk onzin is. Van de overigen is er slechts één die al bij het openen van de website stelt dat er nul vertrouwen is in de inhoud van het artikel.

Wat Niburu ook met Want to Know gemeen heeft is dat de opmaak van de website de betrouwbaarheid niet ten goede lijkt te komen. Veel deelnemers maken direct een opmerking over het uiterlijk van de website. Het geheel ziet er behoorlijk amateuristisch uit, en het logo, een dofzwaar zwevend boven een aardbol, maakt dat sommige deelnemers in lachen uitbarsten.

Alle journalisten probeerden de column van Leon de Winter te openen. Deze zat achter verscholen achter een zogenaamde paywall: er moet betaald worden om het artikel te mogen lezen. Bij het vaststellen dat dit artikel niet toegankelijk was, gaven alle journalisten, op één na het op.

Deze enkeling probeerde met een truc de paywall te omzeilen. In sommige gevallen loont het om een dergelijk artikel te openen in een zogenaamde incognito-browser. Deze slaan geen cookies op zoals browsers gebruikelijk doen, waardoor de website de bezoeker ziet als iemand die de website voor het eerst bezoekt. Bij sommige nieuwswebsites stelt dit de gebruiker in staat om het artikel alsnog te lezen, aangezien deze websites een aantal gratis artikelen ter beschikking stellen.

Uiteindelijk was deze column hoe dan ook niet zeer relevant geweest voor het onderzoek. Leon de Winter beroept zich op een rapport van Deltares, een instituut dat zich bezighoudt met de stand van de zeespiegel aan de Nederlandse kust. Dit rapport is de beste bron om te achterhalen of de claim van Niburu klopt. De omzeiling van de paywall is wel een interessante observatie op het gebied van mediawijsheid, en dan specifiek de competentiegroep 'gebruik'. Dergelijke trucs kunnen handig zijn voor journalisten om informatie te achterhalen. Het feit dat de meeste journalisten hier niet bekend mee leken te zijn druist ook in tegen de verwachtingen voor het experiment.

Het meest opvallende aan de resultaten van deze bron is het feit dat niet iedere journalist op zoek ging naar het rapport van Deltares of het wist te vinden. Dit instituut wordt in het artikel aangehaald als enige wetenschappelijke bron, maar het lijkt erop dat veel deelnemers hier simpelweg overheen hebben gelezen.

Ook de deelnemers die wel op zoek gingen naar het rapport van Deltares deden het niet altijd even goed. Het navigeren binnen de website van Deltares leek voor veel van hen ook een uitdaging. Enkelen raakten verdwaald, zoals zij zelf omschreven. Uiteindelijk bereikt iets minder dan de helft van de journalisten het rapport waar het gehele artikel en de bijbehorende column op gebaseerd zijn.

Niet iedere eerste zoekopdracht was gericht op Deltares. Enkele van de deelnemers die niet bekend zijn met Niburu doen eerst een zoekopdracht naar de website. Deze zoekopdracht wijst echter al snel uit dat Niburu volledig ongeloofwaardig is, gezien de website vaak genoemd wordt in lijstje met nepnieuws-websites. Hieruit blijkt ook dat een dergelijke karakterisering voor journalisten van waarde is. Een website die door anderen wordt aangemerkt als nepnieuws wordt hierdoor meteen gewantrouwd.

Intuïtie lijkt op in het geval van Niburu een grote rol te spelen. De deelnemers die al bekend zijn met de website doen de inhoud van het artikel eigenlijk meteen af als onzin. Ook de anderen reageren wantrouwend op het lezen van de gemaakte claim. 'We weten gewoon dat de zeespiegel stijgt', zeggen zij wanneer gevraagd wordt waarom het artikel niet klopt.

Uiteindelijk hebben zij uiteraard gelijk. Niburu en Leon de Winter hebben een greep gedaan uit een grafiek over meerdere jaren, er één jaar uitgekozen waarin de zeespiegel flink daalde, en negeren daarbij de jaren waarin de zeespiegel wel steeg. Dit bewijst echter wel dat intuïtie en vooroordelen binnen het journalistieke vak ook een valkuil kunnen zijn. Iets van tevoren af doen als onzin zonder er beter onderzoek naar te doen kan legitieme informatie teniet doen.

Deze intuïtie lijkt vaak gebaseerd op voorkennis rond het onderwerp, maar ook op de eerste indruk van de website. Websites met een rommelige of amateuristische opmaak en met vreemde artikelen in de zijlijn, zoals een Niburu, maken niet voor een goede eerste kennismaking. Dat is echter niet de enige reden voor journalisten om een website op het eerste gezicht te wantrouwen.

Evenals bij de tweede bron, Want To Know, storen de journalisten zich bij deze bron ook aan het taalgebruik. Niburu doet al vanaf de eerste zin aan framing, wanneer het mensen die zich zorgen maken om het klimaat als 'hysterisch' wegzet. Met name de wijze waarop de site Al Gore beschrijft, die verantwoordelijk is voor de film 'An Inconvenient Truth' waarin klimaatverandering aan de kaak wordt gesteld, stoort de journalisten. Gore wordt door Niburu omschreven als een 'zakkenvuller' en 'klimaatprofeet'. Ook weerman Reinier van den Berg wordt als leugenaar weggezet vanwege zijn uitspraken over klimaatverandering. Veel deelnemers geven op dit moment aan dat de website alle geloofwaardigheid al verloren heeft.

Het feit dat de meeste deelnemers deze website nu al niet meer serieus nemen, leidt er in de meeste gevallen toe dat het artikel niet in zijn geheel wordt gelezen. Opvallend genoeg benoemt Niburu zelf dat zij een greep van één jaar hebben gedaan uit een langer traject, en dat er ook een logische verklaring is voor het feit dat de zeespiegel dit jaar lager stond. Slechts één van de deelnemers lijkt deze passage actief te verwerken. De anderen lezen er overheen, of zijn inmiddels al in de weer met Google om het rapport van Deltares te vinden. Deze observatie lijkt niet direct te koppelen aan mediawijsheid, maar levert alsnog interessante informatie op

voor dit onderzoek. Een overvloed aan nonsens lijkt journalisten ongevoelig te maken voor relevante informatie binnen een bron.

3.1.4. Bron 4: De gevaren van 5G

Deze bron, een artikel op de website Holistik, verschilt in enkele opzichten sterk van de voorgaande bronnen. De site heeft een professionelere opmaak, en begint het artikel met een meer gematigde schrijfvorm. Wellicht komt het door dit contrast, maar de journalisten in het onderzoek lijken hierdoor aanvankelijk meer vertrouwen te hebben in deze website dan de eerdere bronnen. Wel is er onder de deelnemers al snel aandacht voor het 'zweverige' karakter van de website.

Dit aspect komt tot uiting als er gekeken wordt naar de homepagina, of wanneer de 'over ons' pagina van de website wordt bekeken. Ook overige artikelen op de website verraden een enigszins spiritueel karakter. Daarnaast staat er bovenaan te allen tijde een infobox met getiteld 'Your Cosmic Connection', met hierin de datum, stand van de maan, en het bijbehorende sterrenbeeld. Kortom, niet de informatie die men zou verwachten bij een website die artikelen deelt met een wetenschappelijke basis.

Deze eerste indruk lijkt meteen al een indruk te wekken voor de journalisten over de identiteit van de website als een spiritueel blog zonder al te veel kennis van zaken. Op slechts twee deelnemers na maakt iedereen hier een opmerking over. Deze twee lijken ook enigszins in de opbouw van het artikel te tuinen. Door eerst gematigd en schijnbaar objectief over 5G te schrijven, verbloemt de website het activistische karakter van het artikel. Het enige doel van de schrijvers is immers om lezers te 'waarschuwen' voor de 'gevaren' van 5G.

Wat opvalt is dat het ook deze journalisten zijn die meer aan vertical reading doen dan lateral reading. Dit zijn ook de journalisten die nog twijfelden over de geloofwaardigheid van de bron. Ze bleven lang in het artikel hangen, en gingen pas heel laat over op zoekopdrachten naar inhoudelijke informatie over 5G. Dit duidt op een gebrek in de competentiegroep 'begrip' van mediawijsheid. Wanneer het doel van de opbouw van de tekst niet wordt voorzien, wordt dus het gehele doel van het artikel (het aansporen van mensen om een petitie tegen 5G te ondertekenen) ook over het hoofd gezien.

Dit begrip speelt ook een rol als het aankomt op het brongebruik van Holistik. De journalisten die de site niet als onbetrouwbaar zagen, gaven ook complimenten aan de site voor haar brongebruik. Dit terwijl er in werkelijkheid bijna geen wetenschappelijke bronnen zijn aangehaald om het verhaal kracht bij te zetten. Of deze complimenten voor het brongebruik voortvloeien uit het contrast met het brongebruik van de voorgaande bronnen is niet helemaal duidelijk. Wel toont het aan dat een eerste indruk nog altijd van belang lijkt te zijn voor teksten.

Als het aankomt op het gebruik van hun tijd is de groep journalisten in tweeën te splitsen. De ene groep komt in tijdnood, terwijl de andere groep ruim binnen de tijd hun oordeel al paraat heeft. Die laatste groep lijkt zich veelal te kunnen beroepen op voorkennis. Zij zijn al bekend met het 5G-fenomeen, en weten dus ook dat de technologie geen gevaar vormt voor de

volksgezondheid. Het enige dat zij hoeven te doen om tot een eindoordeel te komen is een korte zoekopdracht naar de gevaren van 5G.

De groep die in tijdnood komt lijkt te lijden onder het feit dat ze geen efficiënte strategie hebben gekozen voor het benaderen van de bron. Enkelen van hen geven aan door de bomen het bos niet meer te zien. Het artikel haalt zoveel verschillende bronnen aan en doet zoveel verschillende claims dat de journalisten niet weten waar te beginnen. Het gevolg is een slordige zoektocht naar meer informatie. Deze verloopt wel via lateral reading, maar levert niet de gewenste resultaten op.

Zo besluit een van de deelnemers om de website Holistik beter onder de loep te nemen, in plaats van de gemaakte claims. Deze journalist achterhaalt veel informatie over de bedrijfsstructuur van Holistik, inclusief de locatie van hun kantoor. Ook hier wordt, net als bij de tweede bron, gebruik gemaakt van Company.info. Dit kan interessant zijn in een serieus onderzoek naar een dergelijke website, maar gezien de opdracht is eigenlijk een andere strategie vereist. Toch is hier een goede mate van mediawijsheid in te herkennen, gezien de zoektocht soepel verloopt, en meer informatie inwinnen over een bron toch van belang is om de betrouwbaarheid ervan vast te kunnen stellen.

Weer anderen komen er niet uit omdat hun zoekopdracht niet effectief is. Zo besluiten veel deelnemers om te Googlen naar irrelevante informatie, of worden er spelfouten gemaakt in de zoekopdracht, waardoor deze op niets uitloopt. Onoplettendheid lijkt hierin ook parten te kunnen spelen. Zo is er een deelnemer die via Google zoekt naar een jaarverslag van een telecomprovider, maar de naam is niet goed gelezen, waardoor deze bij compleet andere documenten uitkomt dan gezocht.

Ook is er grote verdeeldheid tussen de journalisten als het aankomt op het analyseren van de bewoordingen van Holistik. De schrijvers hameren erop dat er 'geen enkel onderzoek' is, dat aantoont dat 5G veilig zou zijn. In werkelijkheid is het tegendeel waar: er is geen wetenschappelijk onderzoek dat aantoont dat het onveilig is.

Ditzelfde fenomeen steekt de kop op later in het artikel, waar Holistik aangeeft dat telecomproviders zeggen niet te kunnen garanderen dat de technologie ongevaarlijk is. Slechts enkele journalisten zien in dat dit een juridische clause is die de providers opnemen om rechtszaken te voorkomen. Dit duidt op een grote verdeeldheid in de competentiegroep 'begrip'. Met name het feit dat dit medium de werkelijkheid tracht te kleuren om activisme tegen 5G aan te wakkeren is lang niet altijd bij iedereen even duidelijk.

Al met al zijn de resultaten van deze bron zeer uiteenlopend, en daarmee ook interessant. Er is duidelijk vastgesteld dat journalisten de weg kwijt kunnen raken in een artikel als er teveel informatie achter elkaar wordt aangehaald. Hierdoor lijken velen niet zeker te weten waar ze moeten beginnen met het controleren van de gemaakte beweringen. Daarnaast is 5G een onderwerp waarover heftig gediscussieerd wordt. Het gevolg hiervan is dat de journalisten minder vooringenomen durven te zijn, en voor een deel ook aangeven niet helemaal zeker te zijn welke kant van de discussie het bij het juiste eind heeft.

Daarnaast is te zien dat de deelnemers gevoelig zijn voor het contrast tussen bronnen. Voorgaande bronnen hadden een meer amateuristische opmaak, en maakten geen gebruik van bronnenlijsten. Het gevolg is dat deze bron als serieuzer wordt ervaren dan ze in werkelijkheid

is. Ook raakten enkele deelnemers in de war door deze website. Het feit dat het hier om een activistische blog gaat lijkt sommigen te ontgaan, door de meer gematigde toon die aanvankelijk wordt aangenomen, waardoor de suggestie van objectiviteit wordt gewekt.

3.1.5. Bron 5: De gezonde leefomgeving

Verrassend genoeg kent een aanzienlijk deel van de journalisten Welingelichte Kringen al. Velen geven aan dat ze weten dat de website redelijk deugt als het aankomt op het brengen van nieuws, maar dat er wel veel knip- en plakwerk bij komt kijken. Dit wil zeggen dat de schrijvers van Welingelichte Kringen volgens hen elders nieuws oppikken, en dit publiceren zonder al te veel stil te staan bij de inhoud van de artikelen.

De journalisten die niet bekend zijn met de website doen nog wel aan een grotere mate van vertical reading. Ze bekijken overige artikelen die op de website zijn gepubliceerd, en ook de 'over ons' pagina wordt vaak aangedaan. In enkele gevallen krijgt ook de schrijfster van het artikel veel aandacht. Doorklikken naar haar persoonlijke pagina levert weinig nieuwe informatie op, maar een Google-opdracht naar deze mevrouw is wel de moeite waard. Zo komen de journalisten onder andere uit bij haar LinkedIn-pagina, en in een enkel geval weet iemand zelfs haar CV te bemachtigen. Wellicht een overdreven achtergrond-check, maar het stelt deze journalist wel in staat om een beter oordeel over Welingelichte Kringen te vormen.

Deels lijkt de mening van de journalisten ook gevormd te zijn door de eerder bekeken bronnen. Deze waren uiteraard veelal onbetrouwbaar of ongeloofwaardig, waardoor ze in direct contrast met deze bron komen te staan. Het lijkt erop dat de journalisten verwachten dat er daarom met deze bron ook iets mis zal zijn. Gesteld zou dus kunnen worden dat blootstelling aan veel dubieuze websites en informatie een journalist wantrouwig zou kunnen maken, terwijl dit soms helemaal niet nodig is.

Onder de streep wordt dit artikel wel als betrouwbaar gezien. Een factor die sterk meeweegt in dit oordeel is het feit dat de gemaakte claim dat levensverwachting afhangt van leefomgeving niet bepaald onlogisch klinkt of onplausibel is. Dit bevestigt ook de eerdere observaties op het gebied van intuïtie. Wanneer een claim dus in beginne niet als onzin klinkt, is men eerder geneigd deze te geloven. Dit lijkt zelfs zo zwaar mee te wegen dat sommige mensen het originele onderzoek waar het artikel op gebaseerd is niet eens in hoeven te zien. Dit terwijl dat onderzoek de enige bron is waar het artikel gebruik van maakt.

Alle deelnemers klikken wel op de link naar het artikel over dit onderzoek, maar het originele onderzoek besluiten slechts een paar journalisten ook daadwerkelijk in te lezen. In een paar gevallen is dit niet geheel vrijwillig. Enkel zoeken wel naar het artikel, maar lijken het niet goed te kunnen vinden.

De reden dat dit niet lukt, is dat er enkel gezocht wordt naar de naam van de onderzoeker, Rajan Bhardwaj. Dit is schijnbaar een veel voorkomende naam, waardoor de zoekopdracht op niets uitloopt. In veel gevallen wordt hierdoor genoeg genomen met het feit dat de claim plausibel klinkt, en er wel een ander artikel is aangehaald als bron. Dit duidt wel wederom op een gebrek aan kennis als het aankomt op Google. Er is een grote verscheidenheid aan zoekopdrachten denkbaar die wel naar dit onderzoek zouden leiden. In één uitzonderlijk geval, wist iemand de website van het tijdschrift te vinden waarin het

onderzoek was gepubliceerd. Toch lukte het deze persoon niet om dit onderzoek te achterhalen, zelfs met behulp van de zoekmogelijkheden van de website.

Slechts een klein aantal deelnemers plaatste vraagtekens bij het onderzoek. Het feit dat iets plausibel klonk was voor hen niet voldoende om de conclusie als waar aan te nemen zonder verder onderzoek. Zij twijfelden niet aan de echtheid van het nieuws, maar wel over bijvoorbeeld de onderzoeksopzet of de conclusies die eraan verbonden werden. Eén deelnemer stelde heel stellig dat dit in principe klopte, maar dat de zaken omgedraaid werden. Men wordt niet ouder vanwege de leefomgeving, maar omdat zij in een betere socio-economische situatie verkeerden dan mensen op andere plekken, zo werd gesteld.

Deze bron leidde het minst tot twijfel onder de onderzoeksjournalisten. Dit omdat de hypothese van het geciteerde onderzoek allerm minst ongeloofwaardig is. Daarnaast maakt deze bron zich ook niet schuldig aan framing zoals in eerdere bronnen bij het onderzoek gezien. Tot slot staat ook de bron netjes onderaan de tekst, zodat er weinig twijfel kan zijn over het artikel. Hoogstens konden de journalisten zich afvragen of het onderzoek waarop het gebaseerd is niet te kort door de bocht was, wat dan ook wel eens gebeurde.

Het gevolg van de geschatte betrouwbaarheid van de bron is de reden dat er ook weinig behoefte was om zoekmachines te gebruiken. Wel toonde de bron aan dat een lezer die welwillend is om de inhoud van een artikel te geloven omdat het plausibel klinkt eerder genoeg neemt met de geboden bron, zonder zelf hier verder onderzoek naar te doen.

Wel toonde dit deel van het onderzoek het belang van reputatie aan ten opzichte van geloofwaardigheid. Veel deelnemers kenden Welingelichte Kringen omdat oud-collega's van hen er werkten. Ook zijn de oprichters van de website allemaal afkomstig van alom gerespecteerde journalistieke redacties met een goede reputatie, waardoor deelnemende journalisten eerder geneigd waren de inhoud van de bron voor waarheid aan te nemen.

3.2. Lateral reading vs. vertical reading: de hoofdvraag

De onderzoeksvraag 'Passen Nederlandse onderzoeksjournalisten vooral vertical reading of lateral reading toe om online informatie te verifiëren?' is niet eenvoudig te beantwoorden. Allereerst mag duidelijk zijn dat alle deelnemende journalisten gebruik hebben gemaakt van lateral reading. Na het krijgen van de instructies werd hen duidelijk dat van hen verwacht werd dat ze dit onderzoek zouden aanpakken zoals ze dit ook tijdens hun dagelijkse werkzaamheden zouden doen.

Het gevolg hiervan was dat men nieuwe tabs begon te openen, en gretig gebruik maakten van zoekmachines. In alle gevallen was de zoekmachine waar men voor koos Google. De zoekopdrachten liepen vaak wel sterk uiteen. Per journalist leek het te verschillen welk deel van het artikel ze besloten te gaan onderzoeken, en met welke zoekopdracht ze hoopten dit gedaan te krijgen. De belangrijkste bevinding om in gedachten te houden is het feit dat de journalisten allemaal gebruik maakten van lateral reading.

Naast lateral reading werd er echter ook veel aan vertical reading gedaan. Aanvankelijk was de verwachting dat deelnemers tijdens het experiment een duidelijke voorkeur zouden hebben, met name voor lateral reading. Zichtbaar werd echter dat de onderzoeksjournalisten vaak begonnen met wat vertical reading om de bronnen beter te begrijpen. Hierbij werd veel gekeken naar bijvoorbeeld overige artikelen van hetzelfde medium, de schrijvers van het artikel, en ook de 'over ons' pagina die op veel websites te vinden valt.

Dit is een strategie die vaker voorkomt in journalistiek onderzoek. In het onderzoek van de Haan et al. werd hiernaar verwezen als *background verification strategy* (2017, p. 10). Dit houdt in dat er niet wordt gekeken naar specifiek gemaakte claims, maar meer naar de identiteit en achtergrond van de verspreider ervan om de betrouwbaarheid vast te stellen. Wel moet gezegd worden dat deze strategie zowel uit vertical- als lateral reading kan bestaan. Een journalist kan meer informatie over de website verkrijgen via de hiervoor genoemde 'over ons' pagina, maar er kan bijvoorbeeld ook een zoekopdracht worden uitgevoerd op de naam van een website of schrijver om zo vast te stellen hoe betrouwbaar deze is.

Hieruit volgde vaak een zoektocht met behulp van lateral reading om meer informatie over de schrijver of website te achterhalen. Denk hierbij aan het onderzoeken wat er zoal geschreven is over de website of schrijver, maar in sommige gevallen werd zelfs het CV van de schrijver gevonden en bestudeerd.

Uiteindelijk omvat de werkwijze van onderzoeksjournalisten dus meer een balans van vertical en lateral reading dan voorheen verwacht. Net als bij het oorspronkelijke onderzoek van Wineburg en McGrew werd er een combinatie van vertical en lateral reading toegepast. Zoals ook gezien werd in het onderzoek van Wineburg en McGrew is er echter wel een groot verschil tussen de journalisten als het aankomt op de tijd die zij spendeerden aan de een of de ander (Wineburg & McGrew 2017, p.15). Sommigen bleven lange tijd hangen op bronnen (vertical reading), waar anderen vrij snel overgingen op lateral reading. Deze laatste aanpak leidde tot snellere of accuratere zoekresultaten.

4. Conclusie en discussie

Uit dit onderzoek is gebleken dat journalisten ieder een eigen vorm van onderzoek naar bronnen hebben. Wel zijn er een aantal overeenkomsten. Allen beginnen ze met het bekijken van de originele bron, en de hierin gemaakte beweringen (vertical reading). Hierna gaan ze over op andere hulpmiddelen, zoals Google of Company.info om meer informatie over de gemaakte claims in te winnen (lateral reading).

De mate van mediawijsheid die ze hierin laten zien loopt sterk uiteen. Sommigen deden al snel een zeer effectieve zoekopdracht via Google, terwijl weer anderen dit pas laat deden, of er een minder efficiënte zoekstrategie op nahielden. Ook uitte deze mediawijsheid zich op andere manieren, zoals het over het hoofd zien van bizarre zaken aan de zijkant van de webpagina's. Hier stonden bij sommige bronnen teksten over ontvoeringen door aliens, bewijs dat 9/11 doorgestoken kaart was, of bijvoorbeeld reclame voor 'helende kristallen'.

Tegelijkertijd is er soms sprake van zogenaamde sensory overload, waarbij gebruikers verblind worden door de hoeveelheid informatie op een website. Dit verschijnsel kan ertoe leiden dat er niet correct gefilterd wordt op de meest relevante informatie om te onderzoeken, omdat er te veel opties zijn. Hierdoor kwam het meer dan eens voor dat een journalist 'verdwaalde' op een website, zonder een duidelijk plan de campagne te hebben.

Ook op het gebied van vertical reading lopen de verschillen in mediawijsheid sterk uiteen. Sommige deelnemers leken over cruciale informatie heen te lezen, of lijken blind te zijn voor elementen in de websites die ze bekeken die toch veel informatie konden verstrekken. Zo is een website die veel nepnieuws verspreidt al van tevoren niet als betrouwbaar aan te merken, of is een blog dat primair tracht spullen te verkopen duidelijk minder gebaat bij het verspreiden van geloofwaardig nieuws.

De onderzoeksvraag is hiermee dus beantwoord. Onderzoeksjournalisten maken gebruik van een mix aan vertical en lateral reading, en vormen op basis hiervan hun oordeel over de bronnen zie de tegenkomen tijdens een onderzoek. Van tevoren was de verwachting geschetst dat zij een sterke voorkeur zouden laten zien voor één van deze vormen van verificatie, maar nu blijkt dat zij gebruik maken van een mengvorm van de twee.

Een groot verschil in de resultaten is te verklaren aan de hand van de tijd die journalisten gebruiken voordat ze overgaan op lateral reading, hetgeen ook te zien was in het onderzoek van Wineburg en McGrew (2017, p.15). Vroeg overgaan op lateral reading is de sterkste strategie om in een kort tijdsbestek een bron te controleren op waarheid.

Daarnaast is er een onderdeel waar van tevoren weinig rekening mee werd gehouden dat de kop opstak tijdens het onderzoek: intuïtie. Dit verschijnsel lijkt ook sterk mee te wegen in de waardering van een bron door journalisten, maar is niet eenvoudigweg in te delen bij vertical of lateral reading. Het is een opzichzelfstaande heuristiek die in veel gevallen de keuzes die journalisten maken beïnvloedt.

Uit het onderzoek bleek ook dat het met name meer ervaren journalisten waren die bij voorbaat aangeven een bron te wantrouwen op basis van hun intuïtie. In sommige gevallen gaven deze journalisten ook aan de gepresenteerde bron liever meteen te sluiten ware het niet dat ze deelnamen aan een onderzoek. De vraag is echter nog of deze intuïtie gevormd wordt door ervaring of anders te verklaren is.

Deze heuristiek is echter niet altijd even betrouwbaar. In sommige gevallen werd informatie die in feite juist was al snel van de hand gedaan als onbetrouwbaar op basis van niets meer dan intuïtie. Dit kan een struikelblok zijn voor journalisten die zwaar leunen op hun ervaring en eerste indruk tijdens een onderzoek.

Kennis over de betreffende bronnen of onderwerpen woog in sommige gevallen ook zwaar mee. Journalisten die voldoende kennis hadden over bijvoorbeeld klimaatproblematiek wisten direct op basis van deze kennis onzinnige bronnen van informatie eruit te filteren. Mede hierom is het met het oog op de bestrijding van nepnieuws, belangrijk dat (onderzoeks)journalisten bekend zijn met websites en schrijvers die veelvuldig nepnieuws de wereld in helpen, om zo van tevoren vast te kunnen stellen hoe betrouwbaar deze zijn.

Discussie

Met dit onderzoek is de theorie van lateral en vertical reading enigszins verder uitgewerkt onder een nieuwe doelgroep. Belangrijk om te weten is echter wel dat ook de doelgroep in dit onderzoek te klein is om kwantitatieve uitspraken over te kunnen doen. Daarnaast is de groep journalisten in dit onderzoek niet representatief voor alle journalisten ter wereld. Dit vanwege hun nationaliteit, specialisaties en ervaring. In de toekomst is er nog volop ruimte voor grootschalige onderzoeken met bijvoorbeeld journalisten uit meerdere landen of van verschillende disciplines. Zo is het mogelijk dat de mate van mediawijsheid van de journalisten hoger is in bepaalde landen, of onder bepaalde subgroepen, zoals politiek verslaggevers of sportjournalisten. Daarnaast kan het medialandschap per land sterk verschillen. Zo zijn kranten in Engeland meer gericht op de markt, en zijn Nederlandse kranten onderling minder competitief (Broersma en Graham 2013, p. 450).

Naast het beperkte aantal journalisten dat onderzocht wordt tijdens dit experiment, is ook het aantal bronnen beperkt. In de toekomst is dus zonder meer ook ruimte voor een onderzoek met meer bronnen, een grotere variatie aan bronnen, of bronnen die niet slechts tekst beslaan, zoals video, audio of foto.

Daarop voortbouwend: in dit onderzoek is gebruik gemaakt van bronnen waarvan van tevoren verwacht werd dat de journalisten zouden twijfelen aan de authenticiteit ervan. Dit om de kans te vergroten dat zij veel stappen zouden ondernemen om tot een oordeel te kunnen komen. Dit roept echter wel een andere vraag op. Hoe zouden onderzoeksjournalisten omgaan met een bron waarvan zij niet twijfelen aan de betrouwbaarheid? Hier zou een vervolgonderzoek op kunnen ingaan, om te zien of de werkwijze hierdoor een andere vorm zou aannemen.

Ook de setting van het experiment is niet ideaal. Er was geen sprake van een 'natuurlijke' werkomgeving. In plaats van zelf bronnen uit te kiezen en te bestuderen, kregen onderzoeksjournalisten enkele links voorgeschoteld met slechts enkele minuten om er een indruk van te krijgen. Juist hierom is het ook van belang dat er onderzoek wordt gedaan naar onderzoeksjournalisten in hun natuurlijke habitat, zonder al te veel inmenging van onderzoekers.

De rol van intuïtie in het journalistieke proces kwam ook duidelijk tijdens het onderzoek naar voren. Hierdoor is de deur wel geopend voor toekomstig onderzoek naar de rol van intuïtie in het werk van onderzoeksjournalisten, om wellicht te bepalen hoe doorslaggevend deze is in hun beoordelingsproces.

Uit een dergelijk onderzoek zou kunnen blijken of deze intuïtie kan worden aangescherpt, of dat dit wellicht een 'aangeboren' talent is waar sommigen over beschikken. Daarnaast kan het concept van intuïtie in de journalistiek zo beter in kaart worden gebracht voor eventueel toekomstig onderzoek.

De onderzoeksjournalisten die deelnamen aan dit onderzoek verschilden sterk van de factcheckers in het onderzoek van Wineburg en McGrew. Waar de factcheckers in dit onderzoek perfecte resultaten boekten, leken de onderzoeksjournalisten meer op de historici uit het eerder genoemde onderzoek. Hiervan deed ongeveer de helft het goed, en de andere helft beduidend minder (Wineburg en McGrew 2017, p. 13).

Een van de voornaamste redenen dat deze factcheckers zo sterk presteerden volgens Wineburg en McGrew is omdat zij eerder begonnen met oriënteren of deden aan '*taking bearings*'. Kortgezegd betekent dit dat de factcheckers weinig tot geen tijd besteden op de website waarop zij terecht kwamen, maar direct overgingen op het gebruik van zoekmachines (lateral reading) om meer informatie te bemachtigen (Wineburg en McGrew 2017, pp. 13-14).

Tijdens het onderzoek van Wineburg en McGrew werden door deelnemers ook vaak opmerkingen gemaakt over de presentatie en het uiterlijk van websites. Met name mensen uit de groep studenten en historici leken hun oordeel vaak te baseren op dergelijke uiterlijke kenmerken. Puur en alleen de aanwezigheid van een bronnenlijst leek vaak al reden te zijn om aan te nemen dat de inhoud van een bron klopte (Wineburg en McGrew 2017, p. 19).

Deze verschillen in hoe de proefpersonen presteerden is (deels) uit te leggen aan de hand van de competenties van mediawijsheid uit de theorie. Mediawijze journalisten zijn beter in staat om te bepalen wat de beste stappen zijn om te ondernemen om meer informatie te bemachtigen, en nemen deze stappen ook sneller.

Dit alles neemt niet weg dat het model van mediawijsheid dat hier gehanteerd wordt is ontwikkeld voor gebruik binnen het onderwijs. Het zou niet misplaatst zijn om in de toekomst een nieuw model te ontwikkelen dat specifiek bedoeld is voor gebruik binnen een journalistieke of academische context.

Voor toekomstig onderzoek zou ook een diepte-interview na afloop van het experiment van toegevoegde waarde kunnen zijn. Bij het uitwerken van de resultaten kwamen vragen naar

boven, die dus helaas onbeantwoord zullen blijven. Bijvoorbeeld ‘Gebruiken onderzoeksjournalisten wel eens andere zoekmachines dan Google?’. In een uitgebreider onderzoek zou hier zeker ruimte voor gemaakt kunnen worden.

Een dergelijke onderzoeksopzet zou bijvoorbeeld kunnen verduidelijken waar de verschillen in mediawijsheid bij onderzoeksjournalisten vandaan komen. Het zou bijvoorbeeld niet ondenkbaar kunnen zijn dat de journalisten die meer gewend zijn digitaal te werken hier beter in scoren. Met vragen over dit onderwerp zou een dergelijke onderzoeksvraag onderzocht kunnen worden. ‘Waar komen de verschillen in mediawijsheid tussen onderzoeksjournalisten vandaan?’ was weliswaar niet de onderzoeksvraag van deze scriptie, maar wellicht is er meer informatie uit te halen dan nu het geval was.

Tijdens het onderzoek kwam bij één deelnemer naar voren dat deze liever geen bronnen in de Engelse taal wilde behandelen. Hier kunnen uiteraard geen kwantitatieve uitspraken over gedaan worden als het aankomt op taalvaardigheid van onderzoeksjournalisten in het Engels, maar desalniettemin zou ook dit interessant kunnen zijn voor vervolgonderzoek dat zich specifiek op deze taal richt.

Het onderzoek in deze scriptie vond plaats in een vrij gecontroleerde omgeving. De te bekijken bronnen en tijdslimieten stonden allen van tevoren vastgesteld. Het zou zeer interessante data op kunnen leveren om een onderzoek te doen in de stijl van Graves, die enkele maanden plaats nam op redacties met factcheckers, om in den lijve te ondervinden hoe zij hun werk uitvoeren.

Ook hielden alle journalisten in dit onderzoek hun eigen werkwijze erop na. Het lijkt erop dat zoekstrategieën vaak ter plekke worden geformuleerd en uitgevoerd. Een kritische lezer zou zich af kunnen vragen of het wenselijk zou zijn een uniforme werkwijze voor onderzoeksjournalisten of factcheckers op te stellen, wellicht per redactie. Deze twee mogelijkheden, een uniforme werkwijze en een onderzoek à la Graves zouden gecombineerd kunnen worden, om zo tot een optimale factcheckstrategie te komen door middel van een dergelijk observerend onderzoek.

Uit de observaties van dit onderzoek kunnen ook lessen getrokken worden op het gebied van verificatie onder onderzoeksjournalisten. Inefficiënte zoekopdrachten op Google kwamen zo vaak voor, dat het wellicht geen slecht idee zou zijn hier aandacht aan te besteden. Dit zou bijvoorbeeld kunnen op journalistieke opleidingen, maar ook bestaande redacties zouden ervan kunnen profiteren om de kennis van hun leden up-to-date te houden door hier aandacht aan te besteden.

De rol van intuïtie zoals deze tijdens dit onderzoek, maar bijvoorbeeld ook in de onderzoeken van Zvi Reich en de Haan et al naar voren kwam is ook een belangrijk onderdeel geweest in het verificatieproces. Het advies dat onderzoeksjournalisten mee zouden moeten krijgen is dat zij op hun intuïtie kunnen vertrouwen, maar toch altijd bereid moeten zijn om feiten nogmaals te controleren, ook als dit tegen hun intuïtie ingaat. Wanneer er alleen van intuïtie wordt uitgegaan kunnen waardevolle bronnen of feiten alsnog verloren gaan in de loop van het journalistieke proces.

Daarnaast blijkt wederom dat lateral reading, net als in het onderzoek van Wineburg en McGrew, een sterkere onderzoeksmethode is dan vertical reading. Het gebruiken van meerdere

bronnen naast elkaar om onderlinge authenticiteit aan te tonen werkt beter dan het bestuderen van een enkele bron, en is bovendien een efficiëntere manier om onderzoekstijd te benutten. Onderzoeksjournalisten zouden tijdens hun opleiding of training te horen moeten krijgen dat gebruik van meerdere bronnen altijd betrouwbaarder is dan vertrouwen op één enkele bron, en dat verificatie van een oorspronkelijke bron van grote waarde is.

Enkele onderdelen van deze scriptie zijn tijdens het ontwikkelingsproces geschrapt. Zo was er oorspronkelijk ruimte voor een evaluatie na afloop van het experiment. Dit zou in toekomstig onderzoek kunnen dienen om journalisten enige kennis bij te brengen door middel van zelfreflectie. Dit onderdeel is uiteindelijk geschrapt omdat het weinig kennis opleverde die nodig was voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen. In een onderzoek met andere onderzoeksvragen zou een dergelijk interview wel waardevolle data op kunnen leveren.

Daarnaast werden eerst enkele bronnen van Lucas Graves gebruikt die zich toespitsen op de werkwijze van factcheckers. Uiteindelijk was deze informatie niet benodigd om tot een goed antwoord op de onderzoeksvraag te komen. In toekomstig onderzoek zouden deze bronnen wel toegepast kunnen worden om een vergelijkend beeld te krijgen tussen bijvoorbeeld onderzoeksjournalisten en professionele factcheckers, of andere samenstellingen van proefpersonen.

Literatuur

- Alcott, H. & Gentzkow, M (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives* 31(2), 211-236.
- Barnoy, A., & Reich, Z. (2019). The When, Why, How and So-What of Verifications. *Journalism Studies*, 20(16), 2312–2330. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2019.1593881>
- Broersma, M., & Graham, T. (2013). Twitter as a News Source. *Journalism Practice*, 7(4), 446–464. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.802481>
- Chen, Y., Conroy, N. K., & Rubin, V. L. (2015). News in an online world: The need for an “automatic crap detector.” *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1–4. <https://doi.org/10.1002/pra2.2015.145052010081>
- Ettema, J., & Glasser, T. (1984, August). *On the Epistemology of Investigative Journalism*. Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Gainesville, Florida.
- Flood, A. (2017, 2 november). Fake News is ‘Very Real’ Word of the Year for 2017. Geraadpleegd van: <https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017>
- Graves, L. (2017). Anatomy of a Fact Check: Objective Practice and the Contested Epistemology of Fact Checking. *Communication, Culture and Critique* 10(3), 518-537.
- De Haan, Y., Kruijkemeier, S., Lecheler, S. (2019). The use and verification of online sources in the news production process. In: J. Kats (Eds.) *Social Media and Journalism's Search for Truth*. Oxford University Press.
- Hermans, E. A. H. M., Vergeer, M. R. M., & Pleijter, A. R. J. (2011). *Nederlandse journalisten in 2010: Onderzoek naar de kenmerken van de beroepsgroep, professionele opvattingen en het gebruik van digitale media in het journalistieke werk*. Nijmegen: RU.
- Kennisnet (2017). Monitor Jeugd en Media 2017. Geraadpleegd van https://www.kennisnet.nl/fileadmin/kennisnet/publicatie/jeugd_media/Kennisnet_Monitor_Jeugd_en_Media_2017.pdf.

- Kessler, G. (2014, 13 juni). The Global Boom in Political Fact Checking. Geraadpleegd van https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2014/06/13/the-global-boom-in-fact-checking/?noredirect=on&utm_term=.5ea86244b30f
- Knight Foundation. (2018). Disinformation, 'Fake News' and Influence Campaigns on Twitter. <https://knightfoundation.org/reports/disinformation-fake-news-and-influence-campaigns-on-twitter/>
- Lecheler, S., & Kruijkemeier, S. (2015). Re-evaluating journalistic routines in a digital age: A review of research on the use of online sources. *New Media & Society*, 18(1), 156–171. <https://doi.org/10.1177/1461444815600412>
- Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017, October). "News you don't believe": Audience perspectives on fake news. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen&Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf
- Owen, L. (2018, 22 juni). Democrats See Most News Outlets as Unbiased. Republicans Think They're Almost All Biased. Geraadpleegd van <http://www.niemanlab.org/2018/06/democrats-see-most-news-outlets-as-unbiased-republicans-think-theyre-almost-all-biased/>
- Pleijter, A., Tebbe, F., & Hermans, L. (2002). *Nieuwe journalisten door nieuwe bronnen? Een landelijke inventarisatie van het internetgebruik in de Nederlandse journalistiek*. Katholieke Universiteit Nijmegen. Geraadpleegd van <https://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/19159>.
- Raad van Cultuur. (2012). *Competentiemodel Mediawijsheid* [Illustratie]. Mediawijzer. <https://www.mediawijzer.net/op-mediawijzer-net/competentiemodel/>
- Stencel, M. (2019, December 3). *U.S. fact-checkers gear up for 2020 campaign* - Duke Reporters' Lab. Duke Reporters' Lab. <https://reporterslab.org/u-s-fact-checkers-gear-up-for-2020-campaign/>
- Wineburg, S., & McGrew, S. (2017). Lateral reading: Reading less and learning more when evaluating digital information. Stanford History Education Group Working Paper No. 2017-A1. Geraadpleegd van https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3048994

Bijlage

Instructies experiment

Allereerst hartelijk bedankt voor het meewerken aan mijn scriptie. De verwachting is dat ik je maximaal een uurtje van belangrijkere zaken zal houden. Ik ben onderzoek aan het doen naar de wijze waarop onderzoeksjournalisten zoals jij hun bronnen controleren op betrouwbaarheid. Daarvoor zou ik graag mee willen kijken hoe jij werkt. Dit doe ik door middel van het delen van jouw scherm in Microsoft Teams.

Ik zal je straks vijf bronnen sturen, één per keer. Graag zou ik willen dat je mij vertelt hoe betrouwbaar de informatie is die binnen die bron te vinden is. Je krijgt per bron een aantal minuten de tijd. Ik zal van tevoren per bron vertellen hoeveel tijd je hebt. Als er nog één minuut over is, zal ik je hierover inlichten. Verder zal ik stil zijn, tenzij ik het nodig vind om vragen te stellen over jouw werkproces.

Graag zou ik je willen vragen om na afloop niet te veel met collega's te spreken over dit experiment, omdat dit de resultaten zou kunnen beïnvloeden. Werk je dus op een redactie met andere journalisten die ik nog moet spreken, dan zou ik het dus waarderen als je het nog even voor je houdt.

Verder zijn er een aantal regels voor het experiment die ik graag duidelijk wil stellen:

1. Niet geheel onbelangrijk om te vermelden: ik neem dit experiment op, mits jij daar toestemming voor geeft. Ik doe dit alleen om de sessie later nog goed te kunnen analyseren, en de opnames worden meteen verwijderd zodra ik de resultaten heb verwerkt. Ik zou je daarom op het hart willen drukken om gevoelige informatie buiten beeld te houden.
2. Denk zoveel mogelijk hardop na. Dit helpt mij enorm bij het verzamelen van relevante informatie die ik in de resultaten kan verwerken. Denk hierbij aan hele vanzelfsprekende dingen, zoals "ik klik nu op deze link in het artikel omdat ik denk dat ik hier meer relevante informatie kan vinden", of "ik twijfel meteen aan de betrouwbaarheid van dit artikel vanwege de manier waarop de website is ingedeeld". Ik snap dat dit niet een heel natuurlijke wijze van spreken is. Ik zal dan ook alleen mijn stilte verbreken als ik vragen wil stellen om jouw denkwijze te doorgronden, of om jouw vragen te beantwoorden.
3. Er zijn geen foute antwoorden. Het is niet nodig om je zorgen te maken dat je voor het experiment geen 'voldoende' haalt. Ik kijk slechts naar de stappen die je neemt, en hierin zijn geen verkeerde keuzes. Daarnaast is je antwoord over de betrouwbaarheid

van de bron ook niet goed of fout. Er worden geen punten uitgedeeld; het is puur een kwalitatief onderzoek naar de werkwijze die je erop nahoudt.

Tot slot zou ik het graag horen als je vragen hebt over deze instructies. Het is goed mogelijk dat een en ander nog niet helemaal duidelijk is, en ik zou deze instructies dan ook graag enigszins verbeteren tussen de experimenten door. Dit om tot een zo betrouwbaar mogelijk resultaat te komen.

Bij voorbaat dank en veel succes!