

## **Facebookreacties op berichten van De Speld**

Een onderzoek naar het verband tussen het onderwerp en de absurditeit van nepnieuwsberichten en de reacties van Facebookgebruikers

## **Facebook responses to messages from De Speld**

An investigation into the relation between the subject and the absurdity of fake news items and the responses of Facebook users

### **Masterscriptie**

Eerste beoordelaar: F. Kunneman

Tweede beoordelaar: N. Laurant

### **Master Communicatie en Beïnvloeding**

Radboud Universiteit

### **Nine de Haas**

19 augustus 2019

## **Samenvatting**

In het huidige onderzoek worden de reacties van Facebookgebruikers op satirische nepnieuwsberichten van De Speld onderzocht. Hierbij wordt antwoord gegeven op de onderzoeksvraag "Wat is het verband tussen het onderwerp of de absurditeit en de reacties van Nederlandse Facebookgebruikers op berichten van De Speld?". In het onderzoek wordt getoetst of er een verband is tussen Facebookreacties en de onderwerpen van nepnieuwsberichten, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen twee categorieën: politiek/overheid, defensie en misdaad (categorie 1) en gezondheid, cultuur/entertainment en economie (categorie 2). Daarnaast wordt er getoetst of er een verband is tussen de reacties en de absurditeit van de titel. Om de reacties te kunnen analyseren, worden er per onderwerp 200 reacties geselecteerd van vier verschillende berichten van De Speld. Twee berichten hebben een absurde en ongeloofwaardige titel en twee een minder absurde en geloofwaardigere titel. Uit de resultaten blijkt dat zowel de absurditeit als het onderwerp een verband hebben met de reacties. Bij berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad wordt de satirische context minder vaak begrepen en worden er meer negatieve emotionele reacties geplaatst dan bij de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie. Daarnaast wordt de satirische context minder vaak begrepen en worden er meer negatieve emotionele reacties geplaatst op berichten met een minder absurde titel. Dit onderzoek draagt bij aan de wetenschappelijke kennis over de verwerking van nepnieuws. Bovendien kunnen de resultaten van dit onderzoek voor De Speld een reden zijn om aandacht te besteden aan de absurditeit van berichten. Facebook zou ervoor kunnen kiezen om berichten met bepaalde onderwerpen beter te filteren en te bepalen of deze offline moeten worden gehaald. Voor de lezers is het een signaal om kritischer te kijken naar het onderwerp en de absurditeit, om zo te achterhalen of het nepnieuws bevat.

## 1. Inleiding

Uit recent onderzoek van Burger, Kanhai, Pleijter en Verberne (2019) blijkt dat op nepnieuwsberichten op Facebook meer interactie plaatsvindt in de vorm van reageren, delen en liken dan op nieuwsberichten die door reguliere media worden verspreid. Doordat de gebruikersbetrokkenheid bij nepnieuwspagina's enorm is gegroeid in de periode van 2013 tot 2017, vindt er meer interactie plaats op nepnieuwsberichten. Een nepnieuwsbericht dat op Facebook veel aandacht kreeg, was een bericht waarin stond dat de Nederlandse publieke omroep NTR ervoor zou zorgen dat Zwarte Piet in het Sinterklaasjournaal zwart zou blijven wanneer dat bericht 300.000 keer gedeeld zou worden. Hoewel de informatie in het bericht feitelijk onjuist was, deelden 285.000 mensen het bericht op Facebook (Hermans, 2018). Het doel van een dergelijk bericht is om de lezer te misleiden en onjuiste informatie te laten geloven (Shu, Sliva, Wang, Tang & Liu, 2017). De reden om nepnieuws te publiceren is vaak een combinatie van het verspreiden van een ideologie en het ontvangen van geld, status en aandacht (Caplan & Boyd, 2016). Bij het bericht van de NTR hadden veel lezers niet in de gaten dat het nepnieuws betrof, waardoor zij het bericht onbewust als waarheid zagen en gingen delen.

De manipulatie van informatie kan ervoor zorgen dat mensen minder vertrouwen hebben in de reguliere media (Warwick & Lewis, 2017). Zelfs wanneer nepnieuws ontkracht en onthuld is, kan het nog steeds de houding van mensen beïnvloeden (Thorson, 2016). Een verspreider van nepnieuws die in Nederland populair is, De Speld, heeft inmiddels meer dan 667.000 likes op de Facebookpagina. Bij deze pagina wordt het nepnieuws min of meer onthuld door het satirische karakter van de berichten of doordat het een parodie vormt op realistisch nieuws (Tandoc, Lim & Ling, 2017). Bij satire is de onjuiste informatie opzettelijk slecht verborgen, maar toch missen sommige mensen de grap waardoor ze boos of verontwaardigd reageren (Rubin, Chen & Conroy, 2015).

De provocerende inhoud van nepnieuwsberichten kan ervoor zorgen dat mensen emotioneel, vijandig of verontwaardigd raken (Bakir & McStay, 2017). Volgens Diakopoulos en Naaman (2011) heeft het onderwerp van een bericht vaak invloed op de toon van de reacties. Verschillende soorten content zorgen voor verschillende reacties op een bericht (Tenenboim & Cohen, 2015). Voorgaande onderzoeken hebben bewezen dat het onderwerp van realistisch nieuws invloed kan hebben op het aantal reacties en de toon van de reacties (Diakopoulos & Naaman, 2011; Tenenboim & Cohen (2015)). Het huidige onderzoek zal een aanvulling zijn op deze onderzoeken door te kijken naar de invloed van nepnieuws op de toon van de reacties. Hierbij zal onderzocht worden of het onderwerp en de absurditeit van een titel

van berichten van De Speld tot verschillende reacties leiden. Filosoof Camus (1942) beschreef absurditeit als een filosofie waarbij de mens doelloos leeft en niet streeft naar een doel of betekenis in het leven (Griep & Van Houtte, 1976). Tegenwoordig wordt het woord gebruikt in de betekenis van ongerijmdheid of onzinnigheid (Van Dale, z.d.).

Nepnieuws is zowel maatschappelijk als in de politiek een belangrijk discussiepunt geworden. Wanneer mensen onjuiste informatie geloven en dit hen daadwerkelijk aanzet tot actie, kan dat een probleem vormen voor de maatschappij. Het stemmen op een politieke partij door het krijgen van onjuiste informatie kan een verkeerde vervolgactie zijn van het lezen van nepnieuws. Een voorbeeld hiervan is dat in de maanden voordat Donald Trump als president werd gekozen er veel nepnieuws werd verspreid (Grinberg, Joseph, Friedland, Swire-Thompson & Lazer, 2019). Sommige journalisten suggereren zelfs dat hij geen president zou zijn geweest als het nepnieuws niet zo'n grote invloed had gehad (Dewey, 2016). Om een dergelijk probleem te voorkomen, wordt er door sommige landen actie ondernomen om de hoeveelheid nepnieuws terug te dringen. Begin 2018 is Duitsland gestart met het uitvoeren van een wet waarmee het verwijderen van haatberichten en nepnieuws door sociale mediabedrijven sneller moet plaatsvinden (NU.nl, 2018). Bedrijven ontvangen een boete wanneer een dergelijk bericht 24 uur na ontvangst van een klacht hierover nog steeds online staat.

Het huidige onderzoek zal bijdragen aan de bestaande kennis over satirisch nepnieuws. Het huidige onderzoek maakt duidelijk of bepaalde onderwerpen en titels van nepnieuwsberichten leiden tot het niet begrijpen van de satirische context en het plaatsen van emotionele reacties, zodat sociale mediakanalen als Facebook hier in de toekomst op in kunnen spelen. Wanneer uit dit onderzoek blijkt dat het onderwerp of de absurditeit belangrijke voorspellers zijn voor de reacties van de lezers, dan is het voor Facebook een duidelijke boodschap dat zij de onderwerpen die voor meer ophef zorgen beter moet controleren. De Speld heeft daarnaast niet als doel om lezers te misleiden, maar juist om lezers te vermaken. Wanneer blijkt dat de satirische context bij bepaalde berichten minder goed begrepen wordt, kan dat voor De Speld een overweging zijn om minder berichten over bepaalde onderwerpen te schrijven of de absurditeit van de titel aan te passen. Ten slotte draagt het onderzoek ook bij aan het kritisch kijken naar (nep)nieuwsberichten door de lezers zelf. Wanneer blijkt dat bepaalde satirische berichten meer negatieve emoties oproepen of de satirische context minder goed begrepen wordt, dan kan dat voor de lezers een teken zijn om extra kritisch naar die berichten te kijken. Daardoor zullen lezers zich eerder bewust zijn van het nepnieuws in een bericht.

## **Theoretisch kader**

### **1.1 De verspreiding van (nep)nieuws**

Om het fenomeen nepnieuws beter te kunnen begrijpen, is het belangrijk om eerst een beeld te hebben van de belangrijke waarden van een nieuwsbericht. Volgens Schultz (2007) zijn er zes belangrijke nieuwswaarden: tijdigheid, relevantie, conflict, identificatie, sensatie en exclusiviteit. Met tijdigheid wordt bedoeld dat er nieuwe en actuele informatie wordt gedeeld. Digitale media moeten bijvoorbeeld zo snel mogelijk inspelen op het laatste nieuws. Met relevantie wordt de verwachte belangrijkheid bedoeld voor het publiek dat het nieuws ontvangt. Conflict houdt in dat er verhalen geselecteerd worden die belangenconflicten benadrukken. Identificatie is van belang, omdat een verhaal nieuwswaardiger is wanneer een gebeurtenis dichterbij plaatsvindt (bijvoorbeeld cultureel of geografisch gezien). Een verhaal is ook nieuwswaardiger wanneer het nieuws spectaculairder of ongewoner is, ofwel sensatie bevat. Tot slot is het voor een nieuwsmedium belangrijk om als eerste met een exclusief verhaal te komen. Dit zorgt ervoor dat het publiek wordt aangetrokken tot het nieuws. Exclusiviteit kan belangrijker zijn dan de vijf andere nieuwswaarden (Schultz, 2007). Deze nieuwswaarden zijn ook voor De Speld belangrijk om de aandacht van de lezers te trekken. De nieuwswaarde sensatie is vooral belangrijk voor satirische nepnieuwsberichten.

Naast deze nieuwswaarden is een belangrijk kenmerk van nepnieuws dat het online een wijde verspreiding heeft (Bounegru, Gray, Venturini & Mauri, 2017). Dit zorgt ervoor dat meer mensen in aanraking komen met nepnieuws en dat vraagt extra aandacht voor de risico's van nepnieuws. De risico's van nepnieuws zijn onder andere dat de lezer misleid wordt door het bericht of de onjuiste informatie in het bericht gaat geloven (Shu et al., 2017). Het is daarom belangrijk om te onderzoeken hoe lezers reageren op verschillende nepnieuwsberichten. Om onderzoek te kunnen doen naar de reacties op berichten van De Speld, moet duidelijk worden gemaakt tot welke categorie deze berichten horen.

### **1.2 Het gebruik van satire in nepnieuwsberichten**

Tandoc et al. (2017) stellen dat nepnieuws in de bestaande literatuur op zes verschillende manieren geoperationaliseerd is: als satire, parodie, verzonden nieuws, reclamemateriaal, gemanipuleerde afbeeldingen of video's of als propaganda. De berichten van De Speld vallen onder satire en parodie. Satire kan gedefinieerd worden als een retorische strategie waarmee een emotionele en intellectuele reactie wordt geprobeerd uit te lokken bij het publiek over een openbare kwestie (Phiddian, 2013). Hoewel sommige

nepnieuwsberichten herkenbaar zijn als satire, zijn mensen niet altijd goed in het herkennen van misleiding (Berkowitz & Schwartz, 2016).

Met de opkomst van het internet zijn satirepagina's, zoals de Amerikaanse pagina The Onion<sup>1</sup>, een belangrijk onderdeel geworden van de media (Rubin, Conroy, Chen & Cornwell, 2016). De Speld is vergelijkbaar met deze Amerikaanse satirepagina. De berichten van sites als The Onion en De Speld worden vaak via sociale media gedeeld, waarbij de berichten op dezelfde manier worden gepresenteerd als nieuws van reguliere nieuwsmedia (Rubin et al., 2016). Het satirische aspect van deze berichten is dat het nieuws is geïnspireerd op het werkelijke nieuws, maar fictief wordt gemaakt. De informatie wordt absurd gemaakt waarbij entertainment wordt gemixt met kritiek (Chovanec & Ermida, 2012).

Ook De Speld is geïnspireerd op waarachtig nieuws, zoals dagelijkse gebeurtenissen. Zo speelde de nepnieuwsverspreider in 2019 in op het nieuws dat crimineel Willem Holleeder levenslange gevangenisstraf opgelegd kreeg met het bericht “Geliefd showman en tv-persoonlijkheid veroordeeld tot levenslang” (Van den Berg & Van de Venis, 2019). Deze berichten kunnen op sociale mediakanalen als Facebook makkelijk worden geliked of gedeeld. Berichten van satirepagina's als De Speld worden daarnaast in dezelfde visuele vorm gepresenteerd als berichten van een verspreider van realistisch nieuws. Dit zorgt ervoor dat het onderscheid tussen nepnieuws en echt nieuws lastig is (Rubin et al., 2016).

### **1.3 Nepnieuwsberichten van De Speld**

In voorgaande onderzoeken zijn verschillende definities gegeven voor het begrip nepnieuws. Klein en Wueller (2017, p. 6) definiëren nepnieuws als “het opzettelijk of bewust online publiceren van onjuiste verklaringen van feiten”. Volgens Shu et al. (2017) is nepnieuws een nieuwsartikel dat opzettelijk en verifieerbaar onjuist is. Burger et al. (2019) gebruiken ook wel de term 'pulpnieuws', omdat deze term niet gerelateerd is aan politiek. Pulpnieuws wordt gedefinieerd als nieuws van lage kwaliteit, wat mensen desalniettemin graag willen delen (Burger et al., 2019). Mensen hebben de neiging om te veronderstellen dat de informatie die zij ontvangen juist en betrouwbaar is, waardoor ze niet altijd zullen doorhebben dat het om nepnieuws gaat (Van Swol, 2014).

De Speld is een platform dat op Facebook veel aandacht krijgt dankzij de brede verspreiding van de berichten. Zoals op de website van De Speld beschreven staat, zijn de berichten een satirische weergave of een parodie op echt nieuws waarin de mening van de

---

<sup>1</sup> Amerikaanse satirepaginaermida The Onion: <https://www.theonion.com/>

redactie naar voren komt. De Speld heeft niet de intentie om lezers te choqueren, te beledigen of te kwetsen (De Speld, z.d.). De Speld vormt een goede basis voor het huidige onderzoek om zo meer kennis te vergaren over de reacties op satirisch nepnieuws. Van De Speld is namelijk bekend dat de berichten 100% onjuist zijn, waardoor de reacties van de lezers een weerspiegeling zijn van het effect van satirisch nepnieuws. In het huidige onderzoek zullen alleen de berichten van De Speld worden meegenomen, waardoor de zender voor alle berichten hetzelfde is.

#### **1.4 De invloed van het onderwerp van nieuws**

Hoe lezers reageren op een bericht wordt vaak beïnvloed door het onderwerp van het bericht (Diakopoulos & Naaman, 2011). Tenenboim en Cohen (2015) hebben onderzoek gedaan naar welke onderwerpen de meeste reacties krijgen en welke het vaakst gelezen worden. Een nieuwsbericht kan vaak gelezen worden, maar er wordt niet per se vaker op dat bericht gereageerd dan op een bericht dat minder vaak gelezen wordt (Tenenboim & Cohen, 2015). Politiek/overheid, defensie en misdaad zijn de onderwerpen waar volgens Tenenboim en Cohen (2015) het meest op gereageerd wordt. De onderwerpen waar minder op gereageerd wordt zijn gezondheid, cultuur/entertainment en economie. De verwachting is dat over de onderwerpen waar volgens Tenenboim en Cohen (2015) het meest op gereageerd wordt de meeste discussie gevoerd wordt in de vorm van negatieve emotionele reacties. De verwachting is daarom dat de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad tot meer negatieve emotionele reacties leiden dan de andere drie onderwerpen. Daarnaast wordt er verwacht dat op berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad minder vaak humoristische reacties geplaatst worden dan bij de andere drie onderwerpen. Dit zijn namelijk thema's die serieuzer genomen worden dan de thema's gezondheid, cultuur/entertainment en economie. De verwachting is dat wanneer er minder humoristische reacties geplaatst worden de satirische context minder goed begrepen wordt, omdat een humoristische reactie impliciet aangeeft dat de lezer de satirische context heeft begrepen.

- H1.** Lezers plaatsen op berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad minder vaak humoristische reacties, laten minder vaak blijken de satirische context begrepen te hebben en plaatsen meer negatieve emotionele reacties dan op berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie.

Daarnaast wordt verwacht dat, ongeacht het onderwerp, lezers met een humoristische reactie impliciet laten blijken de satirische context begrepen te hebben en daardoor minder negatieve

emotionele reacties plaatsen. Het is daarom belangrijk om te toetsen of er een verband is tussen humoristische reacties, begrip van satirische context en negatieve emotionele reacties.

- H2.** Het plaatsen van humoristische reacties heeft verband met het begrip van de satirische context dat weer verband heeft met het plaatsen van minder negatieve emotionele reacties.

### **1.5 Aandacht trekken met titels van nepnieuwsberichten**

Satirische berichten zijn herkenbaar aan de aandachttrekkende titels die het bericht samenvatten, ook wel clickbait-titels genoemd. Deze titels zorgen voor nieuwsgierigheid, wat kan leiden tot het klikken op de link om de nieuwsgierigheid weg te nemen en de tekst verder te lezen (Shu, et al., 2017). Ook bij De Speld wordt er gebruik gemaakt van titels die nieuwsgierigheid uitlokken, zoals "Man bedreigt politicus met de dood omdat hij bang is voor gure en donkere samenleving". Deze titels trekken de aandacht van de lezer. Clickbaiting kenmerkt zich door bepaalde taalpatronen te gebruiken, zoals spannende taal, een omgekeerd verhaal en het plaatsen van afbeeldingen (Chen & Rubin, 2015). Deze taalpatronen kunnen ervoor zorgen dat lezers misleid worden, doordat de titel niet meteen duidelijk maakt dat het een satirisch bericht betreft.

Volgens Rubin et al. (2016) worden lezers niet meer misleid door nepnieuws wanneer ze zich bewust zijn dat het nieuws humoristische bedoelingen heeft. In het huidige onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen berichten met een absurde en ongeloofwaardige titel en berichten met een minder absurde titel. Bij berichten met een absurde titel zijn de onjuistheden opzettelijk slecht verborgen (Klein & Wueller, 2017). Lezers van berichten van De Speld zouden dus minder snel misleid worden bij berichten met een absurde titel, omdat deze ongeloofwaardig zijn en lezers zich bewust zijn van de humoristische bedoelingen. De verwachting is dat op berichten met een absurde en ongeloofwaardige titel meer humoristische reacties worden geplaatst, omdat lezers eerder doorhebben dat het satire betreft. Lezers die humoristische reacties plaatsen geven impliciet aan de satirische context begrepen te hebben. Wanneer de satirische context beter begrepen wordt, wordt verwacht dat er minder negatieve emotionele reacties geplaatst worden.

- H3.** Op nepnieuwsberichten met een ongeloofwaardige en absurde titel worden meer humoristische reacties geplaatst, laten lezers vaker blijken de satirische context begrepen te hebben en worden er minder negatieve emotionele reacties geplaatst dan op berichten waarvan de titel geloofwaardiger en minder absurd is.



Bij berichten met een ongeloofwaardige en absurde titel is de onjuiste informatie opzettelijk slecht verborgen en wordt verwacht dat lezers zich eerder bewust zijn van de humoristische bedoelingen en zij deze berichten daarom willen delen met vrienden. Ook wordt verwacht dat lezers de humoristische bedoelingen bij berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie vaker doorhebben en bij deze berichten vaker vrienden taggen om het bericht met hen te delen.

**H4.** Lezers taggen vrienden vaker in hun reacties op berichten met een ongeloofwaardige en absurde titel dan op berichten waarvan de titel geloofwaardiger en minder absurd is.

**H5.** Lezers taggen vrienden vaker in hun reacties op berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie dan op berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad.

Daarnaast wordt verwacht dat lezers van berichten met een absurde titel en het onderwerp gezondheid, cultuur/entertainment of economie vaker humoristische reacties plaatsen, de satirische context beter begrijpen en vaker positieve emotionele reacties plaatsen dan lezers van berichten met een absurde titel en het onderwerp politiek/overheid, defensie of misdaad.

**H6.** Lezers plaatsen vaker humoristische reacties, laten vaker blijken de satirische context begrepen te hebben en plaatsen vaker positieve emotionele reacties bij berichten met een absurde titel en de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment of economie dan bij berichten met een absurde titel en de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad.

Vervolgens wordt verwacht dat de satirische context minder vaak begrepen wordt bij berichten met een minder absurde titel en het onderwerp politiek/overheid, defensie of misdaad dan bij berichten met een minder absurde titel en het onderwerp gezondheid, cultuur/entertainment of economie.

**H7.** Lezers plaatsen minder vaak humoristische reacties, laten vaker blijken de satirische context niet begrepen te hebben en plaatsen vaker negatieve emotionele reacties bij berichten met een minder absurde titel en de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad dan bij berichten met een minder absurde titel en de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment of economie.

## 1.6 Het sentiment van reacties

Lezers uiten hun emotie of mening over een nieuwsbericht door het plaatsen van een sensationele reactie of een sceptische mening op het bericht (Shu et al., 2017). Shu et al. (2017) noemen enkele kenmerken van berichten die reacties uitlokken van het algemene publiek, namelijk het standpunt, het onderwerp en de geloofwaardigheid van het bericht. Lezers kunnen door het gebruik van ondersteuning of ontkenning in hun reactie duidelijk maken wat hun mening is over het standpunt, het onderwerp of de geloofwaardigheid. In het onderzoek van Shu, Mahudeswaren, Wang, Lee en Liu (2018) werd onderzocht of het sentiment van reacties op een nieuwsbericht positief, neutraal of negatief was. Uit hun onderzoek blijkt dat reacties op werkelijk nieuws over het algemeen vaker neutraal waren dan positief of negatief, terwijl reacties op nepnieuws vaker negatief waren. In het huidige onderzoek zal getoetst worden of de emotionele reacties van de lezers over het algemeen positief of negatief van aard zijn. Hoewel in het onderzoek van Shu et al. (2018) gebruik werd gemaakt van een computertool, zal het sentiment van de emotionele reacties in het huidige onderzoek handmatig gecodeerd worden. Het handmatig coderen is een verbetering ten opzichte van het onderzoek van Shu et al. (2018), omdat de codering hierdoor nauwkeuriger zal zijn. Op basis van de resultaten van Shu et al. (2018) is de verwachting dat de emotionele reacties op nepnieuws vooral negatief van aard zullen zijn.

**H8.** Het aantal negatieve emotionele reacties op satirische nepnieuwsberichten is groter dan het aantal positieve emotionele reacties.

In het huidige onderzoek zullen de reacties op verschillende nepnieuwsberichten van De Speld geanalyseerd worden. Volgens Diakopoulos en Naaman (2011) kan het onderwerp van een werkelijk nieuwsbericht invloed hebben op de toon van de reacties op een bericht (Diakopoulos & Naaman, 2011). Het huidige onderzoek zal nagaan of dit ook geldt voor nepnieuws. Daarnaast zal niet alleen gekeken worden of er een verband is tussen het onderwerp van het bericht en de reacties van Nederlandse Facebookgebruikers, maar zal ook getoetst worden of de absurditeit van het bericht een rol speelt in de manier van reageren. De volgende onderzoeksvraag zal beantwoord worden:

*Wat is het verband tussen het onderwerp of de absurditeit en de reacties van Nederlandse Facebookgebruikers op berichten van De Speld?*

## 2. Methode

### 2.1 Materiaal

In het huidige onderzoek werden de reacties van Facebookgebruikers op berichten van De Speld geanalyseerd. Facebook wordt voornamelijk gebruikt door gewone burgers en Twitter meer door journalisten en politici (Eriksson & Olsson, 2016). In Nederland blijkt Facebook in 2019 met 10,1 miljoen gebruikers populairder dan Twitter met 2,5 miljoen gebruikers (Hoekstra, 2019). Dit blijkt ook uit het aantal reacties van de lezers op berichten van De Speld van deze twee sociale mediakanalen. Op Twitter wordt er nauwelijks gereageerd op de berichten en is het een uitzondering wanneer er meer dan 50 keer gereageerd wordt op een bericht. Daarentegen worden er op Facebook op de berichten van De Speld meer dan 100 en soms zelfs 1000 reacties geplaatst. Om deze redenen is er gekozen om de reacties van lezers op Facebook te analyseren.

Voor de analyse zijn de reacties op berichten van zes verschillende onderwerpen van De Speld verzameld. Op basis van het onderzoek van Tenenboim en Cohen (2015) is er een onderscheid gemaakt tussen de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad en de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment of economie. Voor het huidige onderzoek zijn enkel deze onderwerpen geselecteerd. Nepnieuwsberichten met andere onderwerpen zijn buiten beschouwing gelaten. Per onderwerp werd er onderscheid gemaakt tussen berichten met absurde en ongeloofwaardige titels en berichten met geloofwaardigere en minder absurde titels. Per onderwerp werden er vier berichten geselecteerd, twee met de dimensie 'absurd' en twee met de dimensie 'minder absurd'. In totaal werden er 24 verschillende nepnieuwsberichten geselecteerd.

Tien codeurs hebben deze 24 berichten gecodeerd op absurditeit. Hierbij hebben ze het bericht ingedeeld in de dimensie 'absurd en ongeloofwaardig' of de dimensie 'minder absurd en geloofwaardiger' (bijlage 1). Wanneer zes of meer codeurs het eens waren met de vooraf gemaakte indeling, dan kon het bericht meegenomen worden voor de definitieve indeling. Er was een overeenkomst van 73.3% met de vooraf gemaakte indeling. De beoordeling van de codeurs bleek voor 21 van de 24 berichten overeen te komen met de eerder gemaakte indeling. Voor de andere drie berichten zijn drie nieuwe nepnieuwsberichten van dat onderwerp en met de juiste dimensie geselecteerd. Deze drie geselecteerde berichten zijn: "Error 404 populairste partij bij Stemwijzer", "Man zet aan begin van de maand geld opzij voor later: het einde van de maand" en "De nationale studieschuld van 21,7 miljard: hier is-ie aan besteed". Vervolgens is aan vijf andere codeurs gevraagd deze drie nieuwe titels in te delen bij absurd en minder absurd (bijlage 2). Wanneer vier of meer codeurs het eens waren

met de vooraf gemaakte indeling, dan kon het bericht meegenomen worden. Er bleek een overeenstemming van 86.7%, waarbij voor alle drie de berichten vier of meer codeurs het eens waren met de voorafgemaakte indeling. De definitieve onderwerpen staan weergegeven in tabel 1. Vervolgens werden per nieuwsbericht de eerste 50 openbare reacties op het bericht geselecteerd en naar een databestand in Excel gekopieerd. Voor elk onderwerp werden er in totaal 200 reacties verzameld, waarvan 100 reacties per dimensie. Uiteindelijk was er een *convenience sample* van in totaal 1200 reacties.

Tabel 1. Onderwerpen met geselecteerde berichten van De Speld onderverdeeld in de dimensie absurd en minder absurd.

Onderwerp	Absurd	Aantal reacties	Minder absurd	Aantal reacties
Politiek/overheid	Mislukken formatie toch weer de schuld van de vluchtelingen <sup>2</sup>	± 400	Man bedreigt politicus met de dood omdat hij bang is voor gure en donkere samenleving <sup>4</sup>	± 200
	Error 404 populairste partij bij Stemwijzer <sup>3</sup>	± 200	Rutte: ‘Als Buma een probleem heeft met mijn toon, moet hij hier komen’ <sup>5</sup>	±250
Defensie	Militairen gevraagd om te doen alsof ze winterkleding aan hebben <sup>6</sup>	± 450	Defensie maakt game waarmee jongeren oorlog leren voeren <sup>8</sup>	± 100

<sup>2</sup> Mislukken formatie toch weer de schuld van de vluchtelingen - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10154692511318412>

<sup>3</sup> Error 404 populairste partij bij Stemwijzer - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10154407536248412>

<sup>4</sup> Man bedreigt politicus met de dood omdat hij bang is voor gure en donkere samenleving - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10156329778478412>

<sup>5</sup> Rutte: ‘Als Buma een probleem heeft met mijn toon, moet hij hier komen’ - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10153983137738412>

<sup>6</sup> Militairen gevraagd om te doen alsof ze winterkleding aan hebben - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155950880378412>

	Nederlandse militairen krijgen tweedehands materieel van Syrische strijdgroepen <sup>7</sup>	± 100	Buitenland niet onder de indruk van militair vertoon Nederland <sup>9</sup>	± 150
Misdaad	Rogier (17) gaat criminaliteit in om later ervaringsdeskundige te worden <sup>10</sup>	± 600	Nederlanders voelen zich steeds onveiliger in buurtapps <sup>12</sup>	± 1900
	Moderne crimineel wil bewuster zitten in Pop-up gevangenis <sup>11</sup>	± 150	Man die hele dag 112-meldingen bekijkt bezorgd over misdaad in Nederland <sup>13</sup>	± 150
Gezondheid	Onderzoekers waarschuwen: te vaak jarig zijn slecht voor de gezondheid <sup>14</sup>	± 300	Lekker, maar toch gezond: de komkommer light <sup>16</sup>	± 300
	Dave (27) gezondheidsexpert na weekje sportschool <sup>15</sup>	± 500	Japanse wetenschappers: 'Walvisvlees lekker en gezond' <sup>17</sup>	± 150

<sup>8</sup> Defensie maakt game waarmee jongeren oorlog leren voeren - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155082460953412>

<sup>7</sup> Nederlandse militairen krijgen tweedehands materieel van Syrische strijdgroepen - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155920305313412>

<sup>9</sup> Buitenland niet onder de indruk van militair vertoon Nederland - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10154636904568412>

<sup>10</sup> Rogier (17) gaat criminaliteit in om later ervaringsdeskundige te worden - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155415582478412>

<sup>11</sup> Moderne crimineel wil bewuster zitten in Pop-up gevangenis - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10152927950458412>

<sup>12</sup> Nederlanders voelen zich steeds onveiliger in buurtapps - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10156388557358412>

<sup>13</sup> Man die hele dag 112-meldingen bekijkt bezorgd over misdaad in Nederland - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10156361063433412>

<sup>14</sup> Onderzoekers waarschuwen: te vaak jarig zijn slecht voor de gezondheid - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155586033023412>

<sup>15</sup> Dave (27) gezondheidsexpert na weekje sportschool - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155591159988412>

<sup>16</sup> Lekker, maar toch gezond: de komkommer light - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10153975012583412>

<sup>17</sup> Japanse wetenschappers: 'Walvisvlees lekker en gezond' - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10153346039098412>

Cultuur/entertainment	Dolf (48) bezoekt als eerste Nederlander ooit de Keukenhof <sup>18</sup>	± 500	Culturele hoofdstad Leeuwarden nog niet af <sup>20</sup>	± 350
	5 mei: Hemelvaart is niet vanzelfsprekend <sup>19</sup>	± 250	Dit is waarom mensen ‘Links Rechts’ van Snollebollekes zo’n mooi lied vinden <sup>21</sup>	± 1900
Economie	Later vandaag BN’er-overleg over economie <sup>22</sup>	± 60	Cijfers groen, economie goed <sup>24</sup>	± 100
	Man zet aan begin van de maand geld opzij voor later: het einde van de maand <sup>23</sup>	± 2100	De nationale studieschuld van 21,7 miljard: hier is-ie aan besteed <sup>25</sup>	± 1400

## 2.2 Procedure

Nadat de data verzameld waren, werd er eerst een pilot ingebouwd waarbij 10 reacties van elk bericht door één codeur gecodeerd werden. Naar aanleiding van deze pilot werd het codeerschema aangescherpt en aangepast waar nodig. Na het aanscherpen van het codeerschema, konden de reacties gecodeerd worden. Drie codeurs codeerden elk 312 reacties onafhankelijk van elkaar. Wanneer de codeurs het oneens waren, werd gekeken of twee van de drie codeurs het wel met elkaar eens waren. Wanneer dit het geval was, dan werd deze dimensie de uiteindelijke codering van het bericht. Wanneer bleek dat de drie codeurs alle

<sup>18</sup> Dolf (48) bezoekt als eerste Nederlander ooit de Keukenhof - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155545379313412>

<sup>19</sup> 5 mei: Hemelvaart is niet vanzelfsprekend - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10153682377623412>

<sup>20</sup> Culturele hoofdstad Leeuwarden nog niet af - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155387256068412>

<sup>21</sup> Dit is waarom mensen ‘Links Rechts’ van Snollebollekes zo’n mooi lied vinden - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10156396796943412>

<sup>22</sup> Later vandaag BN’er-overleg over economie - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10153206792848412>

<sup>23</sup> Man zet aan begin van de maand geld opzij voor later: het einde van de maand - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10156332101033412>

<sup>24</sup> Cijfers groen, economie goed - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10155865498883412>

<sup>25</sup> De nationale studieschuld van 21,7 miljard: hier is-ie aan besteed - <https://www.facebook.com/despeld/posts/10156423234793412>

drie een andere beoordeling hadden gegeven aan het bericht, dan werd er door middel van overleg tussen de drie codeurs beoordeeld welke beoordeling het best bij het bericht past. Na overleg over verschillende berichten die verschillend gecodeerd waren, was er meer duidelijkheid en werd de beslissing bij de overige berichten eenvoudiger. Een beslissing die hier uit voort gekomen is, is dat reacties waarin bijvoorbeeld negatief/positief over het onderwerp of De Speld gesproken werd, ook als negatieve/positieve emotionele reactie werd ingedeeld. Het bleek echter niet vaak voor te komen dat de drie codeurs alle drie een andere codering aan het bericht hadden gegeven.

Allereerst werd gecodeerd of de lezers in de reacties lieten blijken de satirische context begrepen te hebben. Wanneer bleek dat de lezer de reactie als waarheid zag, dan werd dit gecodeerd als ‘satire niet begrepen’ of niet begreep dat het een bericht van De Speld was (1). Wanneer uit de reactie bleek dat de lezer begreep dat het om een satirisch bericht ging of wanneer de lezer begreep dat het een bericht van De Speld was, dan werd dit gecodeerd als ‘satire begrepen’ (2). Twijfelgevallen, waarbij uit de reactie niet duidelijk werd of de lezer de satirische context begrepen had, of neutrale reacties werden gecodeerd als ‘overig’ (3). De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele Begrip satirische context was adequaat:  $\kappa = .75$ . In tabel 2 staan de dimensies met voorbeelden van deze variabele beschreven.

Tabel 2. Omschrijvingen en voorbeelden van de variabele ‘begrip satirische context’ van de reacties op de geselecteerde berichten.

Begrip satirische context	Omschrijving	Voorbeeld
(1) Satire niet begrepen	Uit de reactie van de lezer blijkt dat hij/zij niet doorheeft dat het een satirisch bericht betreft of begrijpt het concept van De Speld niet.	“Wtf? Waar gaat het heen in onze politiek? Kan dan helemaal niemand meer normaal praten?”
(2) Satire begrepen	De lezer laat in zijn reactie weten de satirische context te begrijpen of te weten dat het een bericht van De Speld is.	“De speld is lekker op dreef weer 😊” “Hahahaha”

(3) Overig	<p>Uit de reactie van de lezer wordt niet duidelijk of hij/zij door heeft dat het om satire gaat of de lezer geeft een neutrale reactie op het bericht. Wanneer de twijfel te groot is om het bericht in een van de twee bovenstaande categorieën in te delen, dan wordt het bericht ook onder de categorie 'overig' ingedeeld.</p>	<p>“toch wel spannend eigenlijk he, ons politieke stelsel.”</p>
------------	---	---

---

Daarnaast werd per reactie geanalyseerd wat voor soort reactie het is. De emoties zoals beschreven in het onderzoek van Shaver, Schwartz, Kirson en O'Connor (1987) zijn hiervoor als basis gebruikt. Zij maken een verdeling in emoties van angst, verdriet, woede, blijdschap en liefde. In het huidige onderzoek is een onderscheid gemaakt tussen negatieve emoties (1) en positieve emoties (2). De categorieën negatieve emoties, positieve emoties en het neutraal delen van informatie zijn samengenomen om de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid te berekenen als 'emotie'. Voor de overige categorieën bij 'soort reactie' is de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid per categorie berekend, omdat emotie samen kon voorkomen met een van deze categorieën. Het kon zijn dat er alleen een emotionele reactie werd gegeven, maar ook dat de lezer een andere persoon in het bericht getagd heeft en daarnaast een emotionele reactie plaatst. Bovendien kon het ook voorkomen dat er zowel een emotionele reactie als een humoristische reactie werd geplaatst naast het taggen van een andere persoon.

Onder 'negatieve emotie' (1) hoorden angst, verdriet en woede. Wanneer de lezer angst in een reactie uitte, betekent dit dat de lezer zich bedreigd voelde of in een onbekende of onvoorspelbare omgeving was of dat de lezer geen controle had over de situatie. Verdriet wordt gedefinieerd als een emotie waarbij de persoon in kwestie een ongewenst resultaat had ervaren. Woede werd geuit wanneer iets of iemand de plannen van de persoon in kwestie dwarsboomde, waardoor de persoon zijn doelen niet kon behalen (Shaver et al., 1987). Ook wanneer er een discriminerende of haatdragende opmerking naar het onderwerp of de persoon in het bericht werd gemaakt, dan werd dit gecodeerd als negatieve emotie. Dit werd namelijk gezien als een reactie waarin woede werd geuit. Na overleg tussen de codeurs is besloten dat



wanneer er negatief op het onderwerp, het bericht of De Speld gereageerd werd, de reactie ook als negatieve emotie beoordeeld moest worden.

Blijdschap en liefde behoorden tot 'positieve emotie' (2). Blijdschap staat tegenover de emotie verdriet, waarbij het gewenste resultaat werd behaald dat zorgde voor een gelukkig gevoel. Bij liefde voelde een persoon zich warm, vertrouwd en veilig en sprak dit uit (Shaver et al. 1987). Na overleg tussen de codeurs is besloten dat wanneer er positief werd gereageerd ten opzichte van het onderwerp, het bericht of De Speld, de reactie dan als positieve emotie beoordeeld moest worden.

Er kon ook op een neutrale manier informatie gedeeld worden in de reactie, zonder dat er een emotie naar voren kwam. In dit geval werd de reactie beoordeeld met de code 'informatief' (3). Zoals eerder benoemd, werd voor het berekenen van de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid het neutraal delen van informatie samengenomen met negatieve en positieve emoties. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van Emoties was adequaat:  $\kappa = .79$ .

Lezers plaatsten ook humoristische of sarcastische reacties op de berichten. Humor (4) wordt gedefinieerd als de psychologische toestand die plaatsvond wanneer iets als grappig beoordeeld werd of wanneer de positieve emotie van vermaak en de neiging om te lachen naar voren kwam (McGraw, Warren, Williams & Leonard, 2012). De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van Humor was niet adequaat:  $\kappa = .67$ .

Daarnaast kon natuurlijk voorkomen dat er geen emotionele reactie werd geplaatst en in de reactie alleen vrienden werden getagd (5). Het taggen van vrienden kon echter ook voorkomen wanneer er wel een emotionele reactie of humoristische reactie werd geplaatst, in dat geval kreeg deze reactie verschillende codes toegewezen. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van Taggen was goed:  $\kappa = .99$ .

Wanneer de reactie niet in een van de vijf bovenstaande dimensies in te delen was, dan werd de reactie beoordeeld met de code 'overig' (6). Wanneer naast het taggen van een andere persoon een reactie werd geplaatst die niet in een van de andere dimensies in te delen was, dan kreeg de reactie twee codes toegewezen: 'taggen van vrienden' en 'overig'. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van Overig was niet betrouwbaar:  $\kappa = .29$ . In tabel 3 is het codeerschema weergegeven voor de variabele 'soort reactie' met voorbeelden van de reacties.

Na het coderen van de reacties werd er een kwantitatieve analyse uitgevoerd om de hypothesen te testen. Naast het uitvoeren van deze kwantitatieve analyse, werd er ook een kwalitatieve analyse uitgevoerd. Hierbij werd beoordeeld of er bepaalde patronen zichtbaar waren in de reacties van de lezers. Er werd gekeken of bepaalde kenmerken of specifieke

aspecten in de nepnieuwsberichten ervoor zorgden dat lezers de satirische context niet begrepen. Aan de hand van voorbeelden werd deze analyse verduidelijkt.

### 2.3 Statistische analyse

Om de hypothesen en de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, werden er na het coderen toetsen uitgevoerd. De eerste hypothese had als verwachting dat er op berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad minder vaak humoristische reacties worden geplaatst, de satirische context minder vaak begrepen wordt en er meer negatieve emotionele reacties worden geplaatst dan op berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie. Om deze hypothese te kunnen toetsen, werden er verschillende  $\chi^2$ -toetsen uitgevoerd. Voor de tweede hypothese werd er een  $\chi^2$ -toets uitgevoerd om te toetsen of er een verband is tussen het plaatsen van humoristische reacties en het begrip van de satirische context. Voor deze hypothese werd met een  $\chi^2$ -toets ook getoetst of het niet begrijpen van de satirische context verband heeft met het plaatsen van negatieve emotionele reacties. Met  $\chi^2$ -toetsen kon hypothese 3 getoetst worden, waarbij verwacht werd dat lezers op berichten met een ongeloofwaardige en absurde titel vaker humoristische reacties plaatsen, vaker laten blijken de satirische context begrepen te hebben en minder vaak negatieve emotionele reacties plaatsen dan op berichten met een minder absurde titel. Voor de vierde en vijfde hypothesen werden  $\chi^2$ -toetsen uitgevoerd om te kijken bij welke berichten lezers vooral vrienden taggen in hun reactie. Voor hypothese 6 en 7 werden de variabelen onderwerp en absurditeit samen genomen waarbij vier categorieën ontstonden. Voor deze categorieën werd het verband gemeten met humoristische reacties, begrip satirische context en emotionele reactie. Om de laatste hypothese te kunnen accepteren of verwerpen werden de aantallen van de negatieve emotionele reacties en positieve emotionele reacties naast elkaar gelegd en werd beoordeeld welke emotionele reacties het meest voorkwamen.

Tabel 3. Omschrijvingen en voorbeelden van de variabele 'soort reactie' van de reacties op de geselecteerde berichten.

Soort reactie	Omschrijving	Voorbeeld
(1) Negatieve emotie	Hieronder behoren emoties als angst, verdriet en woede. De lezer in kwestie voelt zich bedreigd (angst), ervaart teleurstelling of de	“Meh die gure en donkere Big Brother maatschappij komt er zeker zolang mensen op de kartelpartijen stemmen.”

	verwachtingen van de lezer worden geschonden, waardoor de lezer een negatieve emotie uit in zijn/haar reactie.	“Sad but true” “Ze moeten vooral zo door gaan, dan zijn ze al hun klanten zo kwijt en zijn ze door hun stomiteit werkeloos.”
(2) Positieve emotie	De emoties blijdschap en liefde horen hieronder. Een positieve emotie wordt in de reactie van de lezer geuit wanneer het gewenste resultaat wordt behaald en zorgt voor een gelukkig gevoel. De lezer voelt zich warm, vertrouwd en veilig en spreekt zijn/haar liefde uit. Ook wanneer mensen met 'hahaha' o.i.d. reageren, wordt dat gezien als een positieve emotie.	“Geweldig om hier reacties te lezen. Veeeeeel mensen snappen geen pepernoot van de SPELD!! 😊😊😊😊😊😊” “ik hou van de speld”
(3) Informatief	De lezer in kwestie deelt op een neutrale manier informatie met andere lezers zonder dat daar een emotie in naar voren komt.	"@User mooi voor je scriptie"
(4) Humor	De psychologische toestand die plaatsvindt wanneer iets als grappig beoordeeld wordt of de neiging om te lachen. Wanneer iemand sarcastisch reageert op een bericht, dan wordt dit ook als humor gezien.	“Ik denk dat Bassie en Adriaan schuldig zijn hieraan”
(5) Taggen	De lezer tagt een vriend in zijn/haar reactie om het bericht met die vriend te delen.	"@User Hahahaha"

(6) Overig	Er wordt geen emotie gedeeld of er wordt niet op een neutrale manier informatie gedeeld. Deze categorie kan samengaan met het taggen van andere personen.	"@User hier zijn jullie het vast mee eens toch?"
------------	---	--

---

### 3. Resultaten

#### 3.1 Kwantitatieve analyse

Allereerst werd getoetst of lezers van een nepnieuwsbericht met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad minder vaak humoristische reacties plaatsten, minder vaak lieten blijken de satirische context begrepen te hebben en vaker negatieve emotionele reacties plaatsten dan op berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Onderwerp categorieën en Humor bleek geen verband te bestaan ( $\chi^2(1) = .28, p = .594$ ). Dit verband werd ook getoetst wanneer de onderwerpen niet in categorieën werden ingedeeld. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Onderwerp en Humor bleek ook geen verband te bestaan ( $\chi^2(5) = 9.72, p = .084$ ).

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Onderwerp categorieën en Begrip satirische context bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(2) = 20.76, p < .001$ ). Lezers van berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad lieten relatief vaker in hun reacties blijken de satirische context niet begrepen te hebben (16.8%) en reacties in deze categorie werden relatief minder vaak ingedeeld bij 'overig' (25.8%) dan lezers van berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment of economie. Er bleek geen verschil te zijn bij de categorie 'satire wel begrepen' tussen de twee categorieën onderwerpen.

Het verband tussen de negatieve emotionele reacties en berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad (categorie 1) of berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie (categorie 2) werd vervolgens getoetst. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Onderwerp categorieën en Negatieve emotie bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(1) = 32.11, p < .001$ ). Lezers van berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad plaatsten relatief vaker een negatieve emotie in hun reactie (12.3%) dan lezers van berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie (3.5%). Het verband tussen de onderwerpen en negatieve emotionele reacties werd overigens ook getoetst wanneer de onderwerpen niet in categorieën werden ingedeeld. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Onderwerp en Negatieve emotie bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(5) = 56.71, p < .001$ ). Hypothese 1 kon hiermee deels bevestigd worden, omdat er geen verband bleek te zijn tussen

onderwerp en het plaatsen van humoristische reacties. Er bleek overigens wel een verband tussen onderwerp en het begrip van de satirische context en het plaatsen van negatieve emotionele reacties.

Naast het toetsen van de hypothese, is een extra analyse uitgevoerd. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Onderwerp categorieën en Positieve emotie bleek geen verband te bestaan ( $\chi^2(1) = .05$ ,  $p = .831$ ). Ook wanneer de onderwerpen niet in categorieën werden ingedeeld bleek er geen verband te bestaan tussen Onderwerp en Positieve emotie. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Onderwerp categorieën en Neutraal informatie delen bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(1) = 8.57$ ,  $p = .003$ ). Lezers van berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie deelden relatief vaker neutrale informatie in hun reactie (45.8%) dan lezers van berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad (37.5%). Naast het begrip van de satirische context en het plaatsen van negatieve emotionele reacties bleek er dus ook een verband tussen het onderwerp en het neutraal delen van informatie.

De volgende verwachting was dat het plaatsen van humoristische reacties, ongeacht het onderwerp en de titel van het bericht, verband heeft met het begrip van de satirische context. Daarnaast werd verwacht dat het niet begrijpen van de satirische context verband heeft met het plaatsen van negatieve emotionele reacties. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Humoristische reactie en Begrip satirische context bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(2) = 528.86$ ,  $p < .001$ ). Lezers die lieten blijken dat ze de satirische context begrepen hadden, plaatsten relatief vaker een humoristische reactie (68.1%) dan wanneer ze de satirische context niet begrepen hadden (0.6%).

Vervolgens werd getoetst of er een verband bestaat tussen Begrip satirische context en Negatieve emotionele reactie. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Begrip satirische context en Negatieve emotionele reactie bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(2) = 310.25$ ,  $p < .001$ ). Lezers die lieten blijken de satirische context niet begrepen te hebben plaatsten relatief vaker een negatieve emotionele reactie (73.7%) dan lezers die lieten blijken de satirische context wel begrepen te hebben (14.7%). Er bleek een verband tussen het plaatsen van humoristische reacties en het begrip van de satirische context. Daarnaast bleek er ook een verband tussen het niet begrijpen van de satirische context en het plaatsen van negatieve emotionele reacties. Hypothese 2 kon hiermee bevestigd worden. Uit de extra  $\chi^2$ -toets tussen Begrip satirische context en Positieve emotionele reactie bleek ook een verband te bestaan ( $\chi^2(2) = 45.29$ ,  $p < .001$ ). Lezers die lieten blijken de satirische context begrepen te hebben plaatsten vaker een positieve emotionele reactie (87.5%) dan lezers die de satirische context niet begrepen hadden (2.1%).

Vervolgens werd getoetst of op berichten met een absurde titel vaker humoristische reacties werden geplaatst, lezers vaker laten blijken de satirische context begrepen te hebben en er minder negatieve emotionele reacties werden geplaatst dan op berichten met een minder geloofwaardige titel. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Absurditeit en Humor bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 6.49, p = .011$ ). Lezers van berichten met absurde titels plaatsten relatief vaker een reactie met humor (42.3%) dan lezers van berichten met minder absurde titels (35.2%).

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Absurditeit en Begrip satirische context bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (2) = 54.96, p < .001$ ). Lezers van berichten met minder absurde titels lieten relatief vaker in hun reacties blijken de satirische context niet begrepen te hebben (21.2%) en relatief minder vaak de satirische context wel begrepen te hebben (49.0%) dan lezers van berichten met absurde en ongeloofwaardige titels. Deze lezers lieten relatief minder vaak in hun reacties blijken de satirische context niet begrepen te hebben (6.5%) en relatief vaker de satirische context wel begrepen te hebben (60.7%). Er bleek geen verschil te zijn bij de categorie 'overig' tussen de absurditeit van de berichten.

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Absurditeit en Negatieve emotie bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 8.33, p = .004$ ). Lezers van berichten met minder absurde titels plaatsten relatief vaker een reactie met een negatieve emotie (10.2%) en relatief minder vaak zonder negatieve emotie (89.8%) dan lezers van berichten met absurde en ongeloofwaardige titels. Deze lezers plaatsten relatief minder vaak een negatieve emotie in hun reactie (5.7%) en relatief vaker een reactie zonder negatieve emotie (94.3%). Naar aanleiding van deze resultaten werd hypothese 3 bevestigd.

Naast het toetsen van de hypothese, is bovendien getoetst of er een verband is tussen absurditeit en het plaatsen van positieve emotionele reacties of het neutraal delen van informatie. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Absurditeit en Positieve emotie bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 10.19, p < .001$ ). Lezers plaatsten relatief vaker een positieve emotionele reactie bij berichten met een absurde en ongeloofwaardige titel (10.5%) dan bij berichten met een minder absurde titel (5.5%). Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Absurditeit en Neutraal informatie delen bleek ook een verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 7.90, p = .005$ ). Lezers deelden relatief vaker neutrale informatie in hun reacties bij berichten met een minder absurde titel (45.7%) dan bij berichten met een absurde titel (37.7%). Naast het plaatsen van humoristische reacties, het begrip van de satirische context en het plaatsen van negatieve emotionele reacties bleek er dus ook een verband tussen de absurditeit van de titel en het plaatsen van positieve emotionele reacties en het neutraal delen van informatie.

Daarnaast werd verwacht dat lezers vaker vrienden taggen in berichten met een ongeloofwaardige en absurde titel dan in berichten waarvan de titel minder absurd is. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Absurditeit en Taggen bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 26.40, p < .001$ ). Lezers taggen hun vrienden vaker in berichten met een absurde en ongeloofwaardige titel (57.7%) dan in berichten met een minder absurde titel (42.8%). Hypothese 4 werd door deze resultaten bevestigd.

De volgende verwachting was dat lezers vaker vrienden taggen in berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment, of economie dan in berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Onderwerp categorie en Taggen bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (1) = 52.09, p < .001$ ). Lezers taggen hun vrienden vaker in berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie (60.7%) dan in berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad (39.8%). Ook hypothese 5 kon worden bevestigd.

Voor de zesde hypothese werden de reacties op berichten met een absurde titel en de onderwerpen politiek/overheid, misdaad en defensie (categorie 1) vergeleken met de reacties op berichten met een absurde titel en de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie (categorie 2). Voor de zevende hypothese werden de reacties op berichten met een minder absurde titel en de onderwerpen politiek/overheid, misdaad en defensie (categorie 3) vergeleken met de reacties op berichten met een minder absurde titel en de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie (categorie 4). Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Humoristische reactie en Onderwerp categorieën met absurditeit bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (3) = 10.60, p = .014$ ). Er bleek echter geen verschil tussen categorie 1 en categorie 2 in het plaatsen van humoristische reacties. Ook bleek er geen verschil in het plaatsen van humoristische reacties tussen categorie 3 en categorie 4 (tabel 4).

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Begrip satirische context en Onderwerp categorieën met absurditeit bleek een verband te bestaan ( $\chi^2 (6) = 86.28, p < .001$ ). Lezers van berichten in categorie 1 lieten relatief vaker blijken de satirische context begrepen te hebben (67.0%) dan lezers van berichten in categorie 2 (54.3%). Er bleek echter geen verschil voor deze categorieën bij het niet begrijpen van de satirische context. Daarnaast lieten lezers van berichten in categorie 3 relatief vaker blijken de satirische context niet begrepen te hebben (27.0%) dan lezers van berichten in categorie 4 (15.3%). Voor deze categorieën bleek geen verschil voor het wel begrijpen van de satirische context (tabel 5).

Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Positieve emotionele reactie emotie en Onderwerp categorieën met absurditeit bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(3) = 11.87, p = .008$ ). Uit tabel 6 bleek dat er echter geen verschil is tussen categorie 1 en 2 en tussen categorie 3 en 4 voor het plaatsen van positieve emotionele reacties. Tot slot werd ook het verband tussen de categorieën en het plaatsen van negatieve emotionele reacties getoetst. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Negatieve emotionele reactie en Onderwerp categorieën met absurditeit bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(3) = 42.38, p < .001$ ). Lezers van berichten in categorie 1 plaatsten relatief vaker een negatieve emotionele reactie (9.0%) dan lezers van berichten in categorie 2 (2.3%). Daarnaast plaatsten lezers van berichten in categorie 3 relatief vaker een negatieve emotionele reactie (15.7%) dan lezers van berichten in categorie 4 (4.7%).

Om de zesde hypothese te kunnen bevestigen, werden de verbanden tussen de variabelen en de twee categorieën getoetst. Er bleek geen verschil tussen de twee categorieën in het plaatsen van humoristische reacties en het plaatsen van positieve emotionele reacties. Lezers van berichten in categorie 1 lieten vaker blijken de satirische context begrepen te hebben dan lezers van berichten in categorie 2. Dit was dus het tegenovergestelde van hypothese 6, waarbij verwacht werd dat lezers bij berichten van categorie 2 vaker in hun reactie zouden laten blijken de satirische context begrepen te hebben dan bij berichten van categorie 1. Hypothese 6 moet dus worden verworpen.

De zevende hypothese werd deels bevestigd. Er bleek geen verschil te zijn in het plaatsen van humoristische reacties en het plaatsen van positieve emotionele reacties tussen categorie 3 en categorie 4. Lezers lieten vaker blijken de satirische context niet begrepen te hebben bij de berichten in categorie 3 dan bij berichten in categorie 4. Dit is in overeenstemming met hypothese 7. Negatieve emotionele reacties werden vaker geplaatst op berichten in categorie 3 dan op berichten in categorie 4. Ook dit resultaat bleek in overeenstemming met hypothese 7.

Een extra analyse is uitgevoerd om het verband tussen deze categorieën en het taggen van vrienden te testen. Uit de  $\chi^2$ -toets tussen Taggen en Onderwerp categorieën met absurditeit bleek een verband te bestaan ( $\chi^2(3) = 84.09, p < .001$ ). Lezers van berichten in categorie 2 taggen relatief vaker vrienden in hun reacties (64.7%) dan lezers van berichten in categorie 1 (50.7%) en categorie 3 (29.0%). Categorie 4 bleek niet te verschillen van categorie 1 en 2.



Tabel 4. Aantallen van de vier categorieën Onderwerp met absurditeit en het plaatsen van humoristische reacties.

	Categorie 1		Categorie 2		Categorie 3		Categorie 4		Totaal	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Geen humor	167	56	179	60	205	68	184	61	735	61
Humor	133	44	121	40	95	32	116	39	465	39
Totaal	300	100	300	100	300	100	300	100	1200	100

Tabel 5. Aantallen van de vier categorieën Onderwerp met absurditeit en het begrijpen van de satirische context.

	Categorie 1		Categorie 2		Categorie 3		Categorie 4		Totaal	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Niet begrepen	20	7	19	6	81	27	46	15	166	14
Begrepen	201	67	163	54	143	48	151	50	658	55
Overig	79	26	118	39	76	25	118	34	376	31
Totaal	300	100	300	100	300	100	300	100	1200	100

Tabel 6. Aantallen van de vier categorieën Onderwerp met absurditeit en het plaatsen van positieve emotionele reacties.

	Categorie 1		Categorie 2		Categorie 3		Categorie 4		Totaal	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Geen positieve emotie	266	89	271	90	287	96	280	93	1104	92
Positieve emotie	34	11	29	10	13	4	20	7	96	8
Totaal	300	100	300	100	300	100	300	100	1200	100

Tot slot werd gekeken naar de sentimentele waarde van de emotionele reacties op de berichten. De verwachting was dat er meer negatieve emotionele reacties geplaatst zouden worden dan positieve emotionele reacties. Het bleek dat 95 van de 1200 reacties (7.9%) een negatieve emotionele reactie bevatten en 96 van de 1200 reacties (8.0%) een positieve emotionele reactie. Over het algemeen werden er dus meer reacties zonder een sentimentele emotionele waarde geplaatst (84.1%). Hypothese 8 werd daarmee verworpen, want er bleek geen verschil in het sentiment van de emotionele reacties. Daarnaast bleken er meer reacties te zijn zonder positieve of negatieve emoties.

### **3.2 Kwalitatieve analyse**

Naast het toetsen van de hypothesen, is er ook een kwalitatieve analyse uitgevoerd. In totaal plaatsten lezers van de nepnieuwsberichten 465 van de 1200 keer een humoristische reactie. De lezer bleek veelvuldig de satirische context van het bericht te begrijpen wanneer hij of zij een humoristische reactie op het bericht plaatste op een bericht met een absurde titel (voorbeeld 1, tabel 7). Ook op berichten met minder absurde titels werden humoristische reacties geplaatst, zoals voorbeeld 2. Bij beide humoristische reacties bleek dat de lezer de satirische context begrepen heeft. De resultaten van de kwantitatieve analyse bevestigen dit. Daaruit bleek dat het plaatsen van humoristische reacties een verband heeft met het begrip van de satirische context.

De satirische context werd veelal niet begrepen bij berichten met een minder absurde titel. Uit de kwantitatieve analyse bleek dat lezers vooral bij de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad de satire van het bericht niet begrepen. Bij het bericht "Rutte: 'Als Buma een probleem heeft met mijn toon, moet hij hier komen'" werd de satirische context meerdere malen niet begrepen door de lezer. Wanneer de satirische context niet begrepen werd, werd er voornamelijk een negatieve emotie in de reactie gegeven (voorbeeld 3, tabel 7). Ook bij berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie werd de satirische context een enkele keer niet begrepen (voorbeeld 4). Bij dit voorbeeld werd ook een negatieve emotie in de reactie geplaatst. Dit patroon verschilde dus niet tussen de onderwerpen, maar blijkt een veelvoorkomend patroon bij reacties waarbij de satirische context niet begrepen werd. Uit de kwantitatieve analyse bleek ook dat het begrip van de satirische context een verband heeft met het plaatsen van negatieve emotionele reacties.

Daarnaast werden de reacties van de lezers geanalyseerd op specifieke kenmerken of aspecten die veelvuldig voorkwamen bij reacties waaruit bleek dat de satirische context niet begrepen werd. Het bleek dat wanneer lezers de satirische context niet hadden begrepen, zij vaak leestekens, zoals vraagtekens en uitroeptekens, in de reactie gebruikten. Daarnaast bleek dat er dikwijls kritiek op het onderwerp geleverd werd wanneer de satire in het bericht gemist werd (voorbeeld 5). Lezers reageerden daarbij vaak verontwaardigd of boos. Wanneer een persoon of een groep personen werd genoemd in het nepnieuwsbericht, dan werd daar in de reactie vaak naar verwezen wanneer de satirische context niet duidelijk was voor de lezer. Een voorbeeld van zo'n persoon waar naar verwezen werd of kritiek op geleverd werd is Mark Rutte (voorbeeld 6). Niet alleen worden de mensen aangesproken die in het bericht worden genoemd, soms worden ook de mensen die schuld zouden hebben aan de boodschap in het bericht erop aangesproken. Een voorbeeld hiervan staat is voorbeeld 7, waarin degene die schuld heeft aan het feit dat militairen geen winterkleding hebben, wordt aangesproken.

Tabel 7. Voorbeelden van reacties op de nepnieuwsberichten bij de kwalitatieve analyse.

	Reactie	Bericht	Annotaties
Voorbeeld 1	"Sowieso is verbeeldingskracht in Nederland een heel sterk wapen. Zo denkt Ernie nog steeds dat hij écht een banaan in z'n oor had."	Militairen gevraagd om te doen alsof ze winterkleding aan hebben	Satirische context begrepen, humoristische reactie
Voorbeeld 2	"Hier pink je toch een levertraantje bij weg"	Japanse wetenschappers: 'Walvisvlees lekker en gezond'	Satirische context begrepen, humoristische reactie
Voorbeeld 3	"Wtf? Waar gaat het heen in onze politiek? Kan dan helemaal niemand meer normaal praten?"	Rutte: 'Als Buma een probleem heeft met mijn toon, moet hij hier komen'	Satirische context niet begrepen, negatieve emotionele reactie

Voorbeeld 4	"De mensen die dol gelukkig zijn, zijn de personen die hier heel veel geld aan verdienen. De zee leeg vissen! Ja, dat is echt slim hoor.....sukkels."	Japanse wetenschappers: 'Walvisvlees lekker en gezond'	Satirische context niet begrepen, negatieve emotionele reactie
Voorbeeld 5	"Een oorlog promoten is gewoon walgelijk."	Defensie maakt game waarmee jongeren oorlog leren voeren	Satirische context niet begrepen, negatieve emotionele reactie
Voorbeeld 6	"Een premier is geen straatvechter en hoort zich te gedragen als een 1st minister. Gedraag je als je dat misschien nog kan."	Rutte: 'Als Buma een probleem heeft met mijn toon, moet hij hier komen'	Satirische context niet begrepen, negatieve emotionele reactie
Voorbeeld 7	"Triest voor woorden dat ze militairen op pad sturen naar Noorwegen zonder benodigde winterkleding ze moeten diegene die verantwoordelijk zijn voor de aanschaf van de winterkleding van zijn/haar functie ontslaan, dit zijn vooroorlogse toestanden."	Militairen gevraagd om te doen alsof ze winterkleding aan hebben	Satirische context niet begrepen, negatieve emotionele reactie

#### 4. Conclusie

In dit onderzoek werden de reacties van Nederlandse Facebookgebruikers op verschillende nepnieuwsberichten van De Speld geanalyseerd. Hierbij werd getoetst of er op verschillende onderwerpen van het bericht anders gereageerd werd. Hier werd onderscheid

gemaakt tussen de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad en de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie. Daarnaast werd beoordeeld of er een verband was tussen de absurditeit van de titel van het bericht en de reacties. De onderzoeksvraag die hierbij hoorde was: "Wat is het verband tussen het onderwerp en de absurditeit en de reacties van Nederlandse Facebookgebruikers op berichten van De Speld?". Om antwoord te kunnen geven op deze vraag zijn de reacties van Nederlandse Facebookgebruikers op berichten van De Speld gecodeerd en zijn de opgestelde hypothesen getoetst.

De eerste verwachting van dit onderzoek was dat lezers op berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad minder vaak humoristische reacties plaatsen, minder vaak laten blijken de satirische context begrepen te hebben en vaker negatieve emotionele reacties zouden plaatsen dan op berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie. De resultaten komen deels overeen met de verwachting. Tussen het plaatsen van humoristische reacties en het onderwerp blijkt namelijk geen verband te bestaan. Lezers laten wel vaker blijken de satirische context niet begrepen te hebben en plaatsen vaker negatieve emotionele reacties bij berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad dan bij berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment of economie. Hypothese 1 kan dus deels worden bevestigd.

Bij de tweede hypothese werd verwacht dat er een verband is tussen het plaatsen van humoristische reacties en het begrip van de satirische context. Daarnaast werd ook verwacht dat het niet begrijpen van de satirische context een verband heeft met het plaatsen van negatieve emotionele reacties. Uit de resultaten blijkt dat deze hypothese bevestigd kan worden.

De derde hypothese stelde dat op berichten met een ongeloofwaardige en absurde titel meer humoristische reacties worden geplaatst, lezers vaker laten blijken de satirische context begrepen te hebben en minder negatieve emotionele reacties worden geplaatst dan op berichten waarvan de titel geloofwaardiger en minder absurd is. Uit de resultaten blijkt deze verwachting juist te zijn en de derde hypothese wordt daarmee bevestigd.

Bij de vierde hypothese werd verwacht dat lezers hun vrienden vaker taggen in reacties op berichten met een ongeloofwaardige en absurde titel dan op berichten waarvan de titel geloofwaardig en minder absurd is. Ook deze hypothese bleek juist te zijn en kan worden bevestigd. De volgende verwachting stelde dat lezers vrienden vaker zouden taggen in hun reacties op berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie dan op berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad. Het bleek inderdaad

dat lezers vrienden vaker taggen in berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie, waardoor hypothese 5 bevestigd kan worden.

Bij de zesde hypothese werd verwacht dat lezers vaker humoristische reacties plaatsen, vaker laten blijken de satirische context begrepen te hebben en vaker positieve emotionele reacties plaatsen bij berichten met een absurde titel en het onderwerp gezondheid, cultuur/entertainment of economie dan bij berichten met een absurde titel en het onderwerp politiek/overheid, misdaad of defensie. Deze hypothese moet worden verworpen. Het blijkt namelijk dat de verwachting omtrent de satirische context juist andersom bleek te zijn. Lezers lieten vaker blijken de satirische context begrepen te hebben bij berichten met een absurde titel en de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad dan bij de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie. Daarnaast bleek er geen verschil tussen deze twee soorten berichten voor het plaatsen van humoristische reacties en positieve emotionele reacties.

De zevende hypothese stelde dat lezers minder vaak humoristische reacties plaatsen, vaker laten blijken de satirische context niet begrepen te hebben en vaker negatieve emotionele reacties plaatsen bij berichten met een minder absurde titel en de onderwerpen politiek/overheid, misdaad of defensie dan bij berichten met een minder absurde titel en de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment of economie. Deze hypothese kan deels worden bevestigd. De verwachting bleek in overeenstemming met de resultaten wat betreft het begrip van de satirische context en het plaatsen van negatieve emotionele reacties. Er bleek geen verschil tussen de twee soorten berichten voor het plaatsen van humoristische reacties.

Volgens de laatste verwachting zou het aantal negatieve emotionele reacties op satirische nepnieuwsberichten groter zijn dan het aantal positieve emotionele reacties. Deze verwachting blijkt echter niet juist en moet daarom verworpen worden. Het bleek dat negatieve emotionele reacties net zo vaak voorkwamen als positieve emotionele reacties, maar dat het vaakst reacties werden geplaatst zonder emotionele waarde.

Om antwoord te geven op de onderzoeksvraag, kan geconcludeerd worden dat zowel het onderwerp als de absurditeit een rol spelen in de reacties op nepnieuwsberichten. Op berichten met een ongeloofwaardige en absurde titel worden meer humoristische reacties geplaatst dan op berichten waarvan de titel minder absurd is. Lezers laten vaker blijken de satirische context niet begrepen te hebben bij berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad of berichten met een minder absurde titel dan bij berichten met de

onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie of een absurde en ongeloofwaardige titel. Daarnaast blijkt dat er meer negatieve emoties (angst, verdriet en woede) worden geuit in reacties op berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad of op berichten met een minder absurde titel dan op berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie of een absurde en ongeloofwaardige titel. Op berichten met een ongeloofwaardige en absurde titel of berichten met de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment en economie worden vaker vrienden getagd in de reacties dan in reacties op berichten met een minder absurde titel of berichten met de onderwerpen politiek/overheid, defensie en misdaad.

Tot slot werd beoordeeld of er bepaalde aspecten naar voren kwamen in reacties waaruit blijkt dat de lezer de satirische context niet begrepen had. Het blijkt dat er veel leestekens, zoals vraagtekens en uitroeptekens, worden gebruikt en er kritiek geleverd wordt op het onderwerp of de benoemde persoon in het bericht. Lezers, die de satirische context niet begrepen hadden, reageerden vaak verontwaardigd of boos. Daarnaast werd beschreven of bepaalde aspecten in het nepnieuwsbericht ervoor zorgden dat lezers de satirische context niet begrepen. Het blijkt dat wanneer er een persoon of een groep persoon werd genoemd in het bericht, daar in de reactie regelmatig naar verwezen werd. Ook wanneer de boodschap van het bericht volgens de lezer de schuld was van een persoon, dan werd deze persoon aangehaald in de reactie.

## **5. Discussie**

Over het algemeen blijken de verwachtingen overeen te komen met de resultaten. Er zijn echter een aantal hypothesen die verworpen moeten worden. De eerste hypothese kan deels worden bevestigd, omdat er geen verschil zit in het plaatsen van humoristische reacties tussen de twee categorieën van onderwerpen. Uit hypothese 3 blijkt dat de absurditeit van de titel wel een verband heeft met het plaatsen van humoristische reacties. Een verklaring zou kunnen zijn dat lezers van nepnieuwsberichten niet beïnvloed worden door het onderwerp bij het plaatsen van humoristische reacties, maar alleen door de absurditeit van de titel van het bericht. Wanneer lezers de humoristische bedoelingen van een bericht begrijpen, dan worden ze niet meer misleid door nepnieuws (Rubin et al., 2016). Bovendien is bij deze berichten niet geprobeerd het nepnieuws te verbergen, waardoor lezers sneller doorhebben dat het satire is en geneigd zijn om humoristische reacties te plaatsen (Klein & Wueller, 2017).

De zesde hypothese werd verworpen. Deze hypothese stelde dat lezers vaker humoristische reacties zouden plaatsen, vaker lieten blijken de satirische context begrepen te hebben en vaker positieve emotionele reacties zouden plaatsen bij berichten met een absurde titel en de onderwerpen gezondheid, cultuur/entertainment of economie dan bij berichten met een absurde titel en de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad. Voor het plaatsen van humoristische reacties en positieve emotionele reacties bleek geen verschil tussen de twee categorieën berichten. Het resultaat van het begrip van de satirische context bleek tegenovergesteld van de verwachting. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat alleen de absurditeit zorgt voor een duidelijk verschil in de reacties. Dat de hypothese verworpen moet worden kan komen doordat er geen verschil is in absurditeit tussen de berichten.

De achtste hypothese bleek onjuist te zijn. Deze hypothese stelde op basis van het onderzoek van Shu et al. (2018) dat het aantal negatieve emotionele reacties op de berichten van De Speld groter zou zijn dan het aantal positieve emotionele reacties. Uit de resultaten van het huidige onderzoek blijkt dat deze hypothese verworpen moet worden. Een verklaring voor dit resultaat kan zijn dat in het onderzoek van Shu et al. (2018) gebruik is gemaakt van een computertool om het sentiment te meten, terwijl in het huidige onderzoek dit handmatig is gedaan door drie codeurs. Mensen coderen namelijk specifieker dan computertools. Een andere verklaring kan zijn dat in het onderzoek van Shu et al. (2018) gekeken is naar het sentiment van de hele reactie en in het huidige onderzoek naar de sentimentele waarde van de emotionele reactie. Om een betere vergelijking te kunnen maken met het onderzoek van Shu et al. (2018) zou in vervolgonderzoek het sentiment van de hele reactie gecodeerd moeten worden in plaats van de emotionele reactie.

Een beperking van het onderzoek is dat de Krippendorff's alpha's van humor en overig minder hoog waren dan de alpha's voor de andere categorieën van de variabele 'soort reactie'. Dat de alpha van humor minder hoog is, is te verklaren uit het feit dat humor een subjectief karakter heeft en de codeurs de reactie daarom verschillend kunnen verwerken. Door middel van betere formuleringen en meer verschillende voorbeelden zou de alpha verhoogd kunnen worden. De lage Krippendorff's alpha van de categorie 'overig' zou verklaarbaar kunnen zijn door het feit dat een van de drie codeurs deze categorie vaker gebruikte dan de andere twee codeurs. Voor vervolgonderzoek zouden de richtlijnen voor de categorie 'overig' duidelijker beschreven moeten worden. In het huidige onderzoek kon een bericht bij de categorie 'overig' ingedeeld worden als het bijvoorbeeld ook de codering 'taggen' had gekregen. In



vervolgonderzoek kan ervoor gekozen worden dat 'overig' alleen op zichzelf mag voorkomen en niet in combinatie met andere categorieën.

In het huidige onderzoek zijn alleen de berichten van de Nederlandse Facebookpagina De Speld geanalyseerd, waardoor de resultaten niet generaliseerbaar zijn voor andere landen. Desalniettemin maakt het huidige onderzoek duidelijk dat er factoren zijn in nepnieuwsberichten die ervoor zorgen dat de reacties tussen berichten verschillen. De resultaten van het huidige onderzoek laten zien dat het onderwerp en de absurditeit van een bericht verband hebben met hoe mensen reageren op satirische nepnieuwsberichten. Cultuurverschillen kunnen er echter voor zorgen dat mensen in andere landen vaker emotionele reacties plaatsen op berichten dan in Nederland gedaan wordt. Daarnaast zijn in het huidige onderzoek alleen de reacties op Facebook meegenomen, waardoor de resultaten niet generaliseerbaar zijn voor alle sociale mediakanalen. Vervolgonderzoek zou de reacties op satirische nepnieuwsberichten van verschillende landen of verschillende sociale mediakanalen kunnen toetsen om te kijken of er verschil is in de manier van reageren tussen deze groepen.

In het huidige onderzoek is er gekozen om zes verschillende onderwerpen te analyseren. Hiermee zijn de andere onderwerpen van berichten van De Speld buiten beschouwing gelaten. Om in de toekomst duidelijkere inzichten te krijgen in hoe lezers reageren op satirische nepnieuwsberichten, zou het fenomeen breder onderzocht moeten worden. Voor toekomstig onderzoek zouden alle berichten van De Speld meegenomen kunnen worden in het onderzoek, ongeacht het onderwerp, zodat hier geen onderscheid in gemaakt wordt. Hierbij kunnen de berichten vervolgens in verschillende categorieën worden ingedeeld in plaats van de berichten vooraf op onderwerp te selecteren.

Daarnaast blijkt het voor sommige reacties lastig om de intentie van de lezer te achterhalen. Een voorbeeld hiervan is de reactie van voorbeeld 7 (tabel 7): "Triest voor woorden dat ze militairen op pad sturen naar Noorwegen zonder benodigde winterkleding ze moeten diegene die verantwoordelijk zijn voor de aanschaf van de winterkleding van zijn/haar functie ontslaan, dit zijn vooroorlogse toestanden." Deze reactie is ingedeeld in de categorie 'satire niet begrepen'. De reactie van de lezer zou echter een reactie kunnen zijn op het nieuws dat eerder naar buiten werd gebracht dat militairen zelf winterkleding moesten regelen voor een oefening in Noorwegen (NU.nl, 2018). Het satirische nepnieuwsbericht van De Speld is gebaseerd op dit nieuwsbericht. Dit voorbeeld geeft aan dat het lastig is om de intentie van de lezer te achterhalen wanneer het een satirisch nepnieuwsbericht betreft. Desalniettemin maken

lezers dus niet altijd onderscheid tussen nieuws en nepnieuws, wat eerder al bleek uit het onderzoek van Marchi (2012).

Hoewel de verwachtingen omtrent het taggen van vrienden juist blijken te zijn, kan het meenemen van deze categorie in twijfel worden getrokken. Bij het selecteren van de reacties zijn op ieder bericht de eerste 50 reacties geselecteerd. Bij het ene bericht stonden er tussen deze eerste 50 reacties meer reacties waarin vrienden getagd werden dan bij het andere bericht. Hierdoor zouden de resultaten van deze hypothesen in twijfel kunnen worden getrokken. Een suggestie voor vervolgonderzoek is om alle reacties op een satirisch nepnieuwsbericht mee te nemen en niet alleen de eerste 50 reacties, omdat hierdoor de verhoudingen voor bijvoorbeeld het taggen van vrienden niet correct kunnen zijn.

Desalniettemin leveren de resultaten van het huidige onderzoek een bijdrage aan wetenschappelijk onderzoek over nepnieuwsberichten van satirische pagina's. Volgens Diakopoulos en Naaman (2011) heeft het onderwerp vaak invloed op de toon van de reacties. Daarnaast zorgen verschillende soorten content voor verschillende reacties op een bericht (Tenenboim & Cohen, 2015). Uit het huidige onderzoek blijkt dit ook voor satirisch nepnieuws te gelden. Zowel het onderwerp van een bericht als de absurditeit van de titel blijken voor verschillende reacties te zorgen. Mensen blijken niet altijd goed in het herkennen van misleiding, ook als het nepnieuwsbericht herkenbaar is als satire (Berkowitz & Schwartz, 2016). De resultaten laten zien dat de satirische context vaak niet begrepen wordt bij berichten waarvan de titel minder absurd en geloofwaardiger is. Hoewel het bericht herkenbaar is als satire doordat het afkomstig is van De Speld, blijken lezers niet altijd goed in het herkennen van de misleiding. Concluderend zijn mensen zich nog niet altijd bewust wanneer een bericht nepnieuws bevat, ook wanneer het nepnieuws opzettelijk slecht verborgen is en het duidelijk is dat het bericht afkomstig is van een satirische nepnieuwspagina. Het onderwerp en de absurditeit zijn daarin belangrijke factoren en zorgen ervoor dat mensen verschillend reageren op satirische nepnieuwsberichten.

Vanuit ethisch oogpunt zouden er geen berichten moeten worden gedeeld die lezers kunnen misleiden. Hoewel de satirische context in de meeste gevallen wel begrepen wordt, kan het voor De Speld toch een overweging zijn om alleen nog berichten te schrijven waarvan de titel absurd en ongeloofwaardig is. Hiermee probeert De Speld in ieder geval te zorgen dat de verwarring onder de lezers minder groot wordt en laat De Speld duidelijk zien dat het doel niet is om lezers te misleiden met de satirische berichten. Ook voor Facebook is het een teken dat sommige nepnieuwsberichten voor meer ophef zorgen. Zowel het onderwerp als de

absurditeit van een bericht spelen hierin een rol. Facebook zou ervoor kunnen kiezen om bepaalde berichten, bijvoorbeeld met de onderwerpen politiek/overheid, defensie of misdaad, beter te filteren en te bepalen of zij deze berichten online willen laten staan. Bovendien is het huidige onderzoek ook voor de lezers zelf een signaal om kritisch te kijken naar bepaalde onderwerpen van nieuwsberichten en te kijken naar de absurditeit van het bericht om te weten of het nepnieuws betreft. Wanneer het een bericht met het onderwerp politiek/overheid, defensie of misdaad betreft, dan is het belangrijk om extra kritisch naar dat bericht te kijken voor de lezer een reactie gaat plaatsen.

## Referenties

- Bakir, V., & McStay, A. (2017). Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions. *Digital Journalism*. doi: 10.1080/21670811.2017.1345645
- Berkowitz, D., & Schwartz, D.A. (2016). "Miley, CNN and The Onion." *Journalism Practice*, 10(1), 1-17. doi: 10.1080/17512786.2015.1006933
- Bounegru, L., Gray, J., Venturini, T., & Mauri, M. (2017). "A Field Guide to Fake News." *Public Data Lab*. Geraadpleegd van <http://fakenews.publicdatalab.org/download/SAMPLE-field-guide-to-fake-news.pdf>
- Burger, P., Kanhai, S., Pleijter, A., & Verberne, S. (2019). The reach of commercially motivated junk news on Facebook. doi: 1901.07290
- Camus, A. (1942). The absurd man. *The Myth of Sisyphus: And Other Essays*. 65-92.
- Caplan, R., & Boyd, D. (2016). Who Controls the Public Sphere in an Era of Algorithms? Mediation, Automation, Power. *Data & Society Research Institute*. Geraadpleegd van [https://datasociety.net/pubs/ap/MediationAutomationPower\\_2016.pdf](https://datasociety.net/pubs/ap/MediationAutomationPower_2016.pdf)
- Chen, Y., & Rubin, V. (2015). Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as "False news". doi: 10.1145/2823465.2823467
- Chovanec, J., & Ermida, I. (2012). *Language and Humour in the Media*. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- De Speld (z.d.). Disclaimer. *De Speld*. Geraadpleegd van <https://speld.nl/disclaimer/>
- Dewey, C. (2016, 17 november). Facebook fake-news writer: 'I think Donald Trump is in the White House because of me'. *The Washington Post*. Geraadpleegd van: [https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/11/17/facebook-fake-news-writer-i-think-donald-trump-is-in-the-white-house-because-of-me/?noredirect=on&utm\\_term=.88adfdbab0cb](https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/11/17/facebook-fake-news-writer-i-think-donald-trump-is-in-the-white-house-because-of-me/?noredirect=on&utm_term=.88adfdbab0cb)
- Diakopoulos, N., & Naaman, M. (2011). Towards quality discourse in online news comments. *Proceeding CSCW 2011*, 133-142. doi: 10.1145/1958824.2958844
- Eriksson, M., & Olsson, E.K. (2016). Facebook and Twitter in Crisis Communication: A Comparative Study of Crisis Communication Professionals and Citizens. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 24(4), 198-208. doi: 10.1111/1468-5973.12116
- Griep, J.L., & Van Houtte, J.A. (1976). *De Grote Oosthoek. Encyclopedie en woordenboek*. Utrecht: Oosthoek.

- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363, 374-378. doi: 10.1126/science.aau2706.
- Hermans, F. (2018, 4 december). Wageningen tikte ‘Zwarte Piet Fan’ en ander nepnieuws op Facebook. *De Gelderlander*. Geraadpleegd van <https://www.gelderlander.nl/wageningen/wageningen-tikte-zwarte-piet-fan-en-ander-nepnieuws-op-facebook~a84177d4/>
- Hoekstra, H. (2019, 26 januari). Social media onderzoek 2019. *Newcom*. Geraadpleegd van <https://www.newcom.nl/socialmedia2019>
- Klein, D.O., & Wueller, J.R. (2017). Fake news: A legal perspective. *Journal of internet law*, 20 (10), 5-13.
- Marchi, R. (2012). With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic “objectivity”. *Journal of Communication Inquiry*, 36(3), 246-262. doi: 10.1177/0196859912458700
- McGraw, A.P. Warren, C., Williams, L.E., & Leonard, B. (2012). Too close for comfort, or too far to care? Finding humor in distant tragedies and close mishaps. *Psychological Science*, 23(10), 1215-1223. doi: 10.1177/0956797612443831
- Newman, N. (2011). Mainstream media and the distribution of news in the age of social media. Geraadpleegd van <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Mainstream%20media%20and%20the%20distribution%20of%20news%20in%20the%20age%20of%20social%20discovery.pdf>
- NU.nl (2018, 2 januari). Duitse wet haatberichten sociale media van start. *Nu.nl*. Geraadpleegd van <https://www.nu.nl/internet/5070764/duitse-wet-haatberichten-sociale-media-van-start.html>
- Phiddian, R. (2013). Satire and the limits of literary theories. *Critical Quarterly*, 55(3), 44-58. doi: 10.1111/criq.12057
- Rubin, V.L., Chen, Y., & Conroy, N.J. (2015). Deception detection for news: three types of fakes. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-4. doi: 10.1002/pr2.2015.145052010083
- Rubin, V.L., Conroy, N.J., Chen, Y., & Cornwell, S. (2016). Fake News or Truth? Using Satirical Cues to Detect Potentially Misleading News. *Association for Computational Linguistics*, 7-17. doi: 10.18653/v1/W16-0802

- Schultz, I. (2007). The Journalistic Gut Feeling. *Journalism Practice*, 1(2), 190-207. doi: 10.1080/17512780701275507
- Shaver, P., Schwartz, J., Kirson, D., & O'Connor, C. (1987). Emotion Knowledge: Further Exploration of a Prototype Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1061-1086.
- Shu, K., Mahudeswaran, D., Wang, S., Lee, D., & Liu, H. (2018). FakeNewsNet: A Data Repository with News Content, Social Context and Dynamic Information for studying Fake News on Social Media. *Computer Science and Engineering, Arizona State University*. doi: 1809.01286
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22-36. doi: 10.1145/3137597.3137600
- Tandoc, E.C, Lim, Z.W., & Ling, R. (2017). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. doi: 10.1080/21670811.2017.1360143
- Tenenboim, O., & Cohen, A.A. (2015). What prompts users to click and comment: A longitudinal study of online news. *Journalism*, 16(2), 198-217. doi: 10.1177/1464884913513996
- Thorson, E. (2016). Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460-480. doi: 10.1080/10584609.2015.1102187
- Van Dale (z.d.). Betekenis 'absurd'. *Van Dale*. Geraadpleegd van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/absurd#.XVbW1-MzbIU>
- Van den Berg, J. & Van de Venis, J. (2019, 4 juli). Geliefd showman en tv-persoonlijkheid veroordeeld tot levenslang. *De Speld*. Geraadpleegd van <https://speld.nl/2019/07/04/geliefd-showman-en-tv-persoonlijkheid-veroordeeld-tot-levenslang/>
- Van Swol, L. (2014). Truth Bias. *Encyclopedia of Deception*, 1, 904-906.
- Warwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media manipulation and disinformation online*. New York: Data & Society.

## Bijlagen

### Bijlage 1

Tabel 8. Overzicht van de 24 onderwerpen in de pre-test met aantal overeenkomende annotaties.

Onderwerp	Absurd	Aantal overeen- komende stemmen	Minder absurd	Aantal overeen- komende stemmen
Politiek/overheid	Mislukken formatie toch weer de schuld van de vluchtelingen	7	Man bedreigt politicus met de dood omdat hij bang is voor gure en donkere samenleving	7
	Kabinet laat klimaatdoelen 2030 varen: ‘We gaan wel voor de herkansing’	4	Rutte: ‘Als Buma een probleem heeft met mijn toon, moet hij hier komen	6
Defensie	Militairen gevraagd om te doen alsof ze winterkleding aan hebben	7	Defensie maakt game waarmee jongeren oorlog leren voeren	7
	Nederlandse militairen krijgen tweedehands materieel van Syrische strijdgroepen	6	Buitenland niet onder de indruk van militair vertoon Nederland	7

Misdaad	Rogier (17) gaat criminaliteit in om later ervaringsdeskundige te worden	10	Nederlanders voelen zich steeds onveiliger in buurtapps	7
	Moderne crimineel wil bewuster zitten in Pop-up gevangenis	9	Man die hele dag 112-meldingen bekijkt bezorgd over misdaad in Nederland	6
Gezondheid	Onderzoekers waarschuwen: te vaak jarig zijn slecht voor de gezondheid	10	Lekker, maar toch gezond: de komkommer light	6
	Dave (27) gezondheidsexpert na weekje sportschool	10	Japanse wetenschappers: 'Walvisvlees lekker en gezond'	9
Cultuur/entertainment	Dolf (48) bezoekt als eerste Nederlander ooit de Keukenhof	10	Culturele hoofdstad Leeuwarden nog niet af	8
	5 mei: Hemelvaart is niet vanzelfsprekend	8	Dit is waarom mensen 'Links Rechts' van Snollebollekes zo'n mooi lied vinden	9



Economie	Later vandaag BN'er-overleg over economie	8	Cijfers groen, economie goed	7
	Snel rijk blijven? Investeer niet in bitcoins	4	ING trekt dubbele afboekingen in na ophef	4

---

## Bijlage 2

Tabel 9. Nieuw geselecteerde onderwerpen met het aantal overeenkomende annotaties.

Onderwerp	Titel	Absurd of minder absurd	Aantal overeenkomende stemmen
Politiek/overheid	Error 404 populairste partij bij stemwijzer	Absurd	4
Economie	Man zet aan begin van de maand geld opzij voor later: het einde van de maand	Absurd	5
Economie	De nationale studieschuld van 21,7 miljard: hier is-ie aan bested	Minder absurd	4

---

### Bijlage 3

Tabel 10. Codeerschema voor begrip satirische context en soort reactie.

Begrip satirische context (één code)	Soort reactie (meerdere codes mogelijk)
<b>1 = Satire niet begrepen</b> Uit de reactie van de lezer blijkt dat hij/zij niet doorheeft dat het om satire gaat of begrijpt het concept van De Speld niet.	<b>1 = Negatieve emotie</b> Hieronder behoren emoties als angst, verdriet en woede of reacties waarin haatdragende of discriminerende uitspraken worden gedaan.
<b>2 = Satire begrepen</b> De lezer laat in zijn reactie weten de satirische context te begrijpen of heeft door dat het een bericht van De Speld is.	<b>2 = Positieve emotie</b> Hieronder behoren de emoties blijdschap en liefde. Ook wanneer gereageerd wordt met 'hahaha' is dat een positieve emotie.
<b>3 = Overig</b> Uit de reactie van de lezer wordt niet duidelijk of hij/zij de satirische context heeft begrepen of het is een neutrale reactie. Wanneer niet duidelijk is of de reactie tot categorie 1 of 2 behoort, dan wordt het bericht ook als categorie 3 gecodeerd.	<b>3 = Informatief delen van informatie</b> De lezer deelt op een neutrale manier informatie in zijn/haar reactie zonder dat er een emotie in de reactie gegeven wordt.
	<b>4 = Humor</b> De reactie van de lezer is grappig bedoeld, de lezer probeert mensen aan het lachen te maken of de lezer maakt een sarcastische opmerking met humoristische bedoeling.
	<b>5 = Taggen van vrienden</b> De lezer tagt een vriend in zijn/haar reactie.
	<b>6 = Overig</b> Er wordt geen emotie gedeeld of op een neutrale manier informatie gedeeld. Deze categorie kan wel samengaan met taggen.