

De uitslag van de presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten heeft tot een bijzondere discussie geleid. Op Facebook en Google zouden bewust foutieve berichten verschijnen om extra aandacht te trekken. De opstellers van deze berichten verdienen hier fors aan doordat tegelijk advertenties in beeld komen. Uit recent onderzoek blijkt dat hierdoor maar liefst een op de drie pagina's nepberichten bevat. En dat terwijl Facebook voor veel Amerikanen de belangrijkste nieuwsbron is. Men vraagt zich nu af in hoeverre deze nepberichten de uitslag van de verkiezingen hebben beïnvloed. De betrokken bedrijven hebben inmiddels maatregelen aangekondigd.

Na de brand bij het bedrijf Chemie-Pack heeft een adviesbureau in opdracht van het NOS Journaal grondmonsters tot in de verre omgeving van dit bedrijf genomen. Die werden onder meer op het element aluminium geanalyseerd. Een verontreiniging met aluminium werd luidkeels in het nieuws verkondigd. Dat was natuurlijk onzin, want aluminium komt van nature voor in kleigrond en in de meeste zandgronden. Het adviesbureau had dit over het hoofd gezien. Het was hier niet de bedoeling om nepnieuws te verspreiden, maar het resultaat kan wel als zodanig worden gekwalificeerd. Ik heb de redactie van het NOS Journaal daar destijds op gewezen. Ook heb ik haar een gratis lesje over bodemverontreiniging aangeboden. Dit heeft niet tot enige reactie laat staan rectificatie geleid.

Tegenwoordig haalt kooldioxide vrijwel dagelijks de pers. Op informatieve beelden en in cartoons wordt deze stof nogal eens als CO² in plaats van CO₂ vermeld. Ik vraag me dan af of er in de naaste omgeving van de ontwerper nog iemand is die een beetje verstand heeft van scheikunde. En als dat niet zo is, hoe betrouwbaar kan dat nieuws dan zijn?

Een deskundig redacteur neemt voor publicatie van de Nieuwsbrief Bodem alle op te nemen berichten 'grondig' door. Uw columnist zoekt voortdurend naar bewust of onbewust nepnieuws om daar zo nodig een stukje aan te wijden.

Wat een verschil met Facebook!