



DE FAKE NEWS FILES

ONTHULLINGEN VAN
EEN **BULLSHIT**DETECTIVE

MAARTEN
SCHENK

Lannoo

INLEIDING

009

THE LEAD STORIES ORIGIN STORY...

De uitvinding van Trendolizer	011
A lawyer, a journalist and a computer geek walk into a bar... ..	015
Praise Slim Jesus!	018
Trump vs. Clinton: de juiste plaats en het juiste moment	021
A Cure for Wellness	025
De lijst en de vingerafdrukken	028
De dood van Mr. Bean	033
Forbidden Facts: vuur bestrijden met vuur	036
Maakt niet uit: het had waar kunnen zijn	043
Christopher Bair, ‘Godfather of Fake News’ of ‘Goatfather of Trolls’?	047
De dood van Paul Horner	054
Alle wegen leiden naar Facebook: Londen, Madrid, Rome... ..	058
Erkenning door het IFCN en Google News	061
De anonieme Australiër	065
Een versnelling hoger met fastcheck.cgi	069
Aprilgrappen en -grollen	072
Nepnieuws uit... Ghana?	074
De plagiaat plegende pikkedief	078

HET FACEBOOKTIJDPERK BEGINT

Rome zien en factchecken	086
Dingen uitvogelen in de praktijk	092
De tattoo van de trucker: Vlaams-Nederlandse samenwerking	096
De tattoo van de trucker: doorbraak!	099
De tattoo van de trucker: gevolgen achteraf	104
Lead Stories goes to Washington	108
QAnon: een korte introductie	112
Het wereldbeeld van QAnon	116
Niet elk nepdoodsbericht is wat het lijkt... ..	119
Wanneer ‘research’ stinkt... ..	122
Al die willen ter research varen, moeten mannen met baarden zijn	126
YourNewsWire ontrafeld	129
Notre Dame de Fake News	135
Sarajevo: voetbal en oorlog	138
Sarajevo: echte ophef, valse Zuckerberg	141
Fake Food Fight!	146
IFCN-conferentie in Kaapstad	148
Op bezoek bij Facebook en de kandidaat-gouverneur van Californië	151
‘Facebook’s Top Factchecker’	156

HET BERUCHE JAAR 2020: VERKIEZINGEN EN COVID-19

2020 begint.....	159
... met TikTok en mondkmaskers	162
COVID-19 verhoogt de inzet	165
Nieuwe missie, nieuwe lay-out	171
De primaries: de eerste claims over stemfraude...	
kwamen van Democratens	176
BLM, Antifa en de Hells Angels	180
Kinderen in kasten	183
QAnon en zijn muterende varianten	186
Trendolizer ‘in panne’ op het slechtst denkbare moment	191
<i>Weird shit</i> in het Trump-Bidendebat	193
Een lichte aanrijding	195
Een ziekenhuisbed, een laptop en een rechtszaak	197
’t Verkiezingsavondje is gekomen, makkers wat een wild geraas... ..	201
Stemmen tellen en onzin vertellen	207
De bestorming van het Capitool	212
To Biden or Not To Biden: I (don’t) want to believe	215

CONCLUSIE

INLEIDING

... En in dat ziekenhuisbed klikte ik toen op een knop en verscheen voor miljoenen mensen plots een waarschuwingsbericht met een factcheck op de Instagrampost van Donald Trump Jr., de zoon van de president van de Verenigde Staten.

Wacht. Misschien moet ik iets eerder beginnen in het verhaal van mijn uitvinding Trendolizer. Misschien moet ik eerst vertellen hoe ik factchecker werd en hoe Lead Stories, de website die ik mee heb opgericht, tot mijn eigen verbazing uitgroeide tot een van de grootste factcheckwebsites van Amerika.

In de lente van 2012 was ik op zoek naar een manier om de berichten op mijn website die de meeste likes hadden op Facebook, automatisch in een lijstje in de zijkolom te doen verschijnen. Dus ontwikkelde ik een kleine plug-in.

Dat lijkt me een beter startpunt.

Wat tussen die twee gebeurtenissen plaatsvond, lijkt op een strafverhaal dat af en toe stevig overdreven is, maar toch is het allemaal echt gebeurd. In dit boek vertel ik over hoe ik terechtkwam in het internationale wereldje van de factcheckers en de nepnieuwmakers, en achterhaal ik wie ze zijn, wat ze doen en waarom ze dat doen.

Dit verhaal speelt zich af op exotische locaties zoals Rome, San Francisco, Sarajevo, Kaapstad en... Houthalen-Helchteren. Er komt een Macedonische vrachtwagenchauffeur (met tattoo) in voor en een Ghanese folkmuzikant, maar ook een homoseksuele Brit uit een Iraanse familie die in Los Angeles woont. We maken ook kennis met een anonieme Australische satiricus, een Amerikaanse linkse trol en een Pakistaanse plagiaatpleger. En dit alles tegen de achtergrond van twee uiterst polariserende Amerikaanse presidentsverkiezingen, een pandemie en allerlei internationale problemen met radicalisering en terreur.

Gelukkig valt er ook af en toe wat te lachen.

Na het lezen van dit boek zul je beter begrijpen waar al die rare verhalen en theorieën vandaan komen die je 'zotte nonkel' luid verkondigt op familiefeestjes als hij een paar glazen opheeft (en die hij misschien ook wel op Facebook of Twitter deelt). Je zult hem dan precies kunnen vertellen welke Pakistaanse spammer, Macedonische vrachtwagenchauffeur of Filipijnse hacker hem die dingen heeft wijsgemaakt en hoe ze dat hebben klaargespeeld. Want dat verhaal is vaak nog straffer dan om het even welk verhaal waar die 'nonkel' mee uitpakt. En wel echt gebeurd.

THE LEAD STORIES ORIGIN STORY...

DE UITVINDING VAN TRENDOLIZER

Alles wat in dit boek staat, is eigenlijk het gevolg van een uit de hand gelopen programmeerexperimentje. Dat klinkt ongelofelijk, maar toch is het zo. Niet alle straffe verhalen op internet zijn gelogen. Af en toe zijn er ook echte bij. Dit is er zo eentje.

Het moet in maart 2012 geweest zijn dat ik aan mijn computer ging zitten en de eerste regels programmeerde van een stukje software dat in de jaren die volgden mijn leven volledig heeft veranderd. Het is vreemd om er een exact moment op te kunnen plakken, maar als het toen anders was gelopen, dan waren heel veel zaken compleet anders uitgedraaid of gewoonweg nooit gebeurd.

In die tijd had ik een website met tips over hoe je zelf een website kunt bouwen met het softwarepakket Movable Type. Mijn website had

dan ook de toepasselijke naam Movable Tips, en een belangrijk doel ervan was om klanten te vinden die hulp nodig hadden bij projecten op basis van Movable Type. Het was mijn voltijdse broodwinning als zelfstandige.

Eigenlijk had ik na de middelbare school de ambitie om journalist te worden en met dat plan in het achterhoofd heb ik Germaanse Taal- en Letterkunde gestudeerd in Antwerpen. Tijdens die studies ontdekte ik het internet en de computerlinguïstiek, en ik wist dat ik ook iets met internet of technologie wilde doen. Nadat ik was afgestudeerd, solliciteerde ik bij een handvol computermagazines en bij het grootste Vlaamse technologiebedrijf van dat moment. Dat was dringend op zoek naar taalkundigen met een computerknobbel (of computernerds met een talenknobbel). Zo kwam ik bij spraaktechnologiebedrijf Lernout & Hauspie terecht. (Over dat bedrijf zijn al genoeg andere boeken geschreven. Voor mij was het vooral een kans om me verder te verdiepen in technologie. Met de boekhoudkundige ‘truken van de foor’ die daar uiteindelijk voor de ondergang zorgden, had ik totaal niets te maken, laat dat duidelijk zijn).

Daarna ging ik aan de slag bij Belgacom Skynet, waar ik mee aan de wieg stond van de eerste blogdienst in België (de Skynetblogs, een systeem dat het voor iedereen mogelijk maakte om heel makkelijk een website met zelfgeschreven artikels te beheren). Later ging ik nog aan de slag bij het Europese bijkantoor van Six Apart, een Amerikaans bedrijf dat software ontwikkelde om blogsites te maken, onder andere het al eerder genoemde Movable Type. Nog later werd ik zelfstandige met mijn eigen eenmansbedrijf, gespecialiseerd in die software. Ik was dan wel geen journalist, maar ondertussen bevond ik me toch al enige jaren op het kruispunt van de (burger)journalistiek en de technologie.

Facebook was op dat moment volop in opkomst. Ik was op zoek naar een manier om in de zijkolom van mijn bedrijfswebsite een lijst weer te geven met de artikels met tips die de meeste likes hadden ontvangen op dat platform. Daar bleek nog niets voor te bestaan, dus ging ik zelf maar aan de slag. Het resultaat was een kleine plug-in die voor elke link naar

een van mijn artikels bij Facebook ging checken hoeveel likes er al waren en vervolgens dat getal bewaarde zodat de artikels later mooi gesorteerd konden worden op basis van die cijfers. Op 4 april 2012 zag mijn FacebookShareCount Plugin voor Movable Type het levenslicht.

Het grote inzicht, zeg maar het lampje dat aanging, het eureka-moment, de goddelijke vonk van inspiratie (of hoe je het ook wilt noemen) kwam toen ik me realiseerde dat ik me helemaal niet hoefde te beperken tot links naar mijn eigen artikels.

Ik kon nu voor **elke** link op het internet het aantal likes opvragen.

En wat als ik dat voor dezelfde link nu eens twee keer deed, met een aantal minuten ertussen? Dan kon ik precies bepalen hoeveel likes er in die tijd waren bijgekomen.

Doe dat met genoeg links en bereken telkens het verschil, en je kunt zien welke links het snelst likes aan het verzamelen zijn en welke helemaal geen nieuwe likes krijgen. Dat zou best een manier kunnen zijn om interessante links te vinden. Maar hoe kom je aan lijsten met recente links die mogelijk interessant zijn?

De oplossing was Reddit: dat was toen (en nu nog steeds) een van de grootste sites van Amerika. Het is een gigantische verzameling discussiefora waar bezoekers links naar allerlei interessants op het internet kunnen plaatsen. Andere gebruikers kunnen daar dan op stemmen. Hoe meer stemmen, hoe hoger de links vervolgens in een soort van hitparade op de voorpagina verschijnen.

Je kunt op Reddit ook de lijsten zien met links die net door gebruikers zijn ingediend. Ik haalde die lijstjes binnen en combineerde ze met de stukjes code uit mijn plug-in en wat extra functies om het aantal likes per uur te berekenen. Misschien zou ik zo zelfs kunnen voorspellen welke links de voorpagina van Reddit zouden halen (dat was ook de reden waarom ik het programma de ietwat ongelukkig gekozen naam 'Predictolizer' gaf).

Dat van die voorspellingen bleek niet echt te werken (waarschijnlijk was het Redditpubliek te verschillend van dat van Facebook). Maar de links met de meeste likes per uur bleken meestal wel naar interessante

inhoud te verwijzen. *Breaking news*, coole filmpjes, opvallende berichten, nieuwe websites...

Daar was meer mee te doen: voor de meeste links op internet is het relatief makkelijk om automatisch de titel, de korte omschrijving en een afbeelding binnen te halen. Ik bouwde een kleine site die een automatisch overzicht gaf van wat actueel de meest virale berichten waren, gebaseerd op nieuwe links gevonden op Reddit en het aantal likes per uur op Facebook. Op 16 mei 2012 ging de site live. De naam?

Trendolizer.

Dat klonk een pak beter, al was de lay-out een kakofonie van afgeronde hoekjes, schaduwen, pastelkleuren en een fout lettertype. Tja, ik ben een techneut met journalistieke ambities, geen designer.

Aanvankelijk gaf de site gewoon een overzicht dat regelmatig bijgewerkt werd en waarbij oudere links telkens van de site verdwenen. Later werd het een chronologisch overzicht: alles wat de top 30 van het moment haalde werd bovenaan toegevoegd. Over elke gevonden link kwam ook automatisch een bericht op Twitter te staan.

De site groeide als kool: na een paar maanden waren er al enkele honderdduizenden bezoekers per maand. Niet slecht voor een website die volledig automatisch draaide en waar geen menselijke redactie aan te pas kwam.

Uiteindelijk onderging Trendolizer nog een aantal belangrijke wijzigingen. Op vraag van enkele geïnteresseerde partijen, die overwogen om Trendolizer te gebruiken, kwamen er nog een paar opties bij, zoals de mogelijkheid om eigen bronnen toe te voegen naast Reddit en een echt dashboard om dingen op te zoeken en 'live' in de gaten te houden. En ondersteuning voor Twitter, Pinterest en later ook videodiensten zoals YouTube, zodat je kon zien wat daar populair was.

Dit alles gebeurde min of meer in mijn vrije tijd of wanneer ik niet voor klanten werkte. Een tijdlang deed ik dit zelfs in semivaste dienst bij een klant uit Amerika die grote fan was van Trendolizer. Dat avontuur draaide uiteindelijk op niets uit, maar ik hield er wel mijn vaste front-end ontwikkelaar Igor aan over, een sympathieke kerel uit Oekraïne met

wie ik vandaag nog steeds samenwerk. Toch twijfelde ik toen of ik wel verder zou werken aan Trendolizer. Wellicht was het veiliger om opnieuw op zoek te gaan naar klanten voor wie ik websites zou bouwen.

Maar toen ik demonstraties deed en de reacties van potentiële gebruikers zag, bleek er toch wel muziek in het idee te zitten. Ik besloot om eerst te proberen Trendolizer aan de man te brengen bij allerlei Vlaamse en Nederlandse nieuwsredacties: de eerste zijn met dat nieuwe, coole virale filmpje in het Vlaamse of Nederlandse medialandschap kon een groot verschil maken, zeker omdat ik via Trendolizer merkte dat onze vaderlandse pers in die tijd makkelijk twee dagen achterop liep als het op online trends aankwam. Als je toen een artikel las met een titel als ‘Nieuw viraal filmpje verovert het internet’, dan had elke zichzelf respecterende nerd die een beetje mee was het een week eerder al gezien. Dat kon beter!

A LAWYER, A JOURNALIST AND A COMPUTER GEEK WALK INTO A BAR...

Begin 2015 was ‘Trendolizer voor redacties’ een paar maanden op de markt, maar echt hard ging het nog niet. Ik had een paar klanten binnengehaald en een aantal demonstraties gegeven bij redacties in België en Nederland, maar het was niet genoeg om er fulltime aan te kunnen werken. Nieuwe klanten waren dringend nodig. Ik was dan ook aangenaam verrast toen ik een aanvraag kreeg voor een demo van iemand die zichzelf omschreef als een oud-CNN-journalist op zoek naar software om virale berichten op te sporen voor een project dat hij wilde opstarten.

We spraken af via Skype en ik gaf mijn standaarddemo met verkooppraatje. Ik zag dat de man stevig geïnteresseerd en onder de indruk was. Nog geen uur later kreeg ik al een e-mail van hem: of ik nog een demo wilde doen voor zijn zakenpartner? Want ze wilden meer dan alleen

maar klant worden, ze hadden plannen voor een groter project en ze waren op zoek naar een intensievere samenwerking.

Even later volgde nog een mail: of ik die demo misschien live wilde geven, in Colorado Springs? Dat ging wel heel erg snel. Was dit wel een ernstig voorstel of zou het een grap zijn? Maar een paar Skypegesprekken en mails later bleek dat ze het serieus meenden: ze stelden voor dat ik op hun kosten naar Colorado Springs zou vliegen om er naar hun voorstel te luisteren in verband met Trendolizer. En als ik het niet interessant vond, dan was dat maar zo, geen probleem.

In het slechtste geval zou ik er dus een gratis trip naar Colorado Springs en een sterk verhaal aan overhouden, mijn interesse was gewekt. Maar voor ik vertrok, wilde ik toch wel even weten wat voor vlees ik in de kuip had en of dit misschien geen rare grap of oplichterij was. Enig zoeken op Google leerde me dat Alan Duke en Perry Sanders Jr. wel degelijk echt bestonden: de ene was een voormalig CNN-journalist, de andere was een advocaat en zakenman. Niet echt het soort mensen van wie je verwacht dat ze je zullen kidnappen of oneerbare voorstellen zullen doen.

Perry bezat naast zijn advocatenkantoor ook het hotel The Mining Exchange en enkele restaurants in Colorado Springs. Hij vond het handig om daar te vergaderen en het was ook de makkelijkste manier om logies en maaltijden te voorzien. Prompt liet hij een kamer voor me regelen in zijn hotel en sprong ik in Zaventem op een vlucht naar Denver. Die stad ligt op iets minder dan een uur rijden van Colorado Springs. Voorbij de bagagecarroussel werd ik opgewacht door een energieke man met een ringbaardje en een lange, zwarte paardenstaart. Dat bleek Alan te zijn. Tijdens de rit naar Colorado Springs raakten we ondanks mijn jetlag al snel in een geanimeerd gesprek verwickeld over Trendolizer, de media en virale berichten op internet.

Onderweg belde Alan naar Perry om te zeggen dat ik veilig geland was en ik hoorde hem ook al zeggen dat ik *'definitely our guy'* was. Dat beloofde voor die vergadering. Hoewel het nog relatief vroeg op de avond was, wilde ik toch al gaan slapen. Volgens mijn biologische klok was het bijna middernacht, Belgische tijd. Maar Perry stond erop om nog even

hallo te komen zeggen in de bar van het hotel. En je weet hoe die dingen gaan: plots was het een uur 's nachts en zaten we champagne te drinken en sterke verhalen te vertellen. Alleen al hoe Alan en Perry elkaar hadden ontmoet was er een om op te schrijven (wat ik hier nu dus zit te doen).

Het begon allemaal met de dood van *The King of Pop* Michael Jackson, die door een overijverige dokter een spuitje te veel kreeg toegediend en prompt het tijdelijke met het eeuwige verwisselde. Die dokter was ingehuurd door AEG Live, het bedrijf dat de comeback van Michael ging organiseren om hem op tijd fit en in vorm te krijgen om zijn ding te doen op het podium. Wat de dokter dus niet echt goed heeft gedaan... Zoals gebruikelijk in Amerika komt er dan een rechtszaak van om te bepalen wie moet opdraaien voor de enorme schadeclaim. Perry trad op als een van de advocaten van de erfgenamen van Michael Jackson en Alan bracht voor CNN verslag uit van het proces.

In de coulissen van het proces liepen ze elkaar regelmatig tegen het lijf en Perry klaagde dat hij twee uur aan een stuk geïnterviewd was voor de een of andere publicatie en dat er uiteindelijk maar één quote uit het hele gesprek gebruikt was. Die was dan nog fout weergegeven ook. De schuld van de moderne media vond hij: alles moest maar snel snel gaan, tijd om te checken was er niet meer bij. Alan beaamde dat de tijd om grondig te werk te gaan bij veel journalisten inderdaad ontbrak. Eigenlijk zou iemand eens met een rode pen door al die artikels en berichten moeten gaan om de fouten aan te duiden, vond Perry, om dan aan het einde punten te geven.

Alan vond dat er wel iets in dat idee zat: een site die iets dieper zou graven naar de achtergrond van de belangrijkste nieuwsberichten van de dag. Waar komt het verhaal vandaan? Wordt het op de juiste manier gebracht? Klopt het wel? Wie zit hier achter? Hij had zelfs al een domeinnaam in zijn bezit die hij ooit had gekocht om er in de toekomst iets mee te doen en die perfect zou kunnen dienen: **leadstories.com**. Maar hoe gingen ze die 'belangrijkste berichten van de dag' snel genoeg vinden?

Alan en Perry bleven met het idee van die site spelen en huurden op een bepaald ogenblik zelfs een ontwikkelaar in om wat te

experimenteren met software, maar dat draaide op niets uit. Alan bleef online verder zoeken en ontdekte toen dat de een of andere rare Belg een programmaatje had gemaakt dat Trendolizer heette en dat misschien bruikbaar was, maar het scheen al verkocht aan een andere site. Toen dat van die verkoop toch niet helemaal bleek te kloppen, lokten ze die rare Belg naar Colorado Springs voor een gesprek.

En zo kwam ik dus in The Mining Exchange terecht, een plaats waar vroeger de goudzoekers die uit de bergen kwamen hun klompjes goud konden omzetten in dollars, om ze vervolgens weer om te zetten in whiskey en bier in de omliggende saloons. De imposante deur van de kluis waar het goud bewaard werd, sierde nog steeds de lobby waar we die avond zaten te drinken.

Ik stelde vast dat *'a lawyer, a journalist and a computer geek walk into a bar'* eigenlijk klonk als het begin van een goede mop, maar als het idee de dag erop (wanneer ik weer nuchter zou zijn) nog steeds goed zou klinken, dan moesten we er maar eens serieus over nadenken om die site te bouwen.

Dat deden we de volgende ochtend, na een stevig ontbijt met de nodige koffie en in het volle daglicht. Kort daarop werd Lead Stories LLC boven de doopvont gehouden, met drie partners: *a lawyer* (met het geld), *a journalist* (met de connecties) *and a computer geek* (met Trendolizer).

Als het niet zou werken, dan zou ik er in ieder geval toch een straf verhaal aan overhouden.

PRAISE SLIM JESUS!

Het originele concept van Lead Stories was niet direct een succes te noemen. Ons plan was om automatisch de verhalen op te sporen die het meest viraal gingen en daar dan over te schrijven. We wilden voor de lezer achterhalen waar het verhaal vandaan komt, wie erover schrijft, of ze de details wel goed hebben, wie het verhaal probeert te 'pushen', of

het verhaal eigenlijk wel klopt, of het verhaal wel nieuw is en waar en wanneer het al eerder aan bod kwam.

Daarnaast wilden we, net zoals op de oorspronkelijke website van Trendolizer, automatisch een overzicht publiceren van de verhalen die het meest ‘trending’ waren per onderwerp. Maar dan iets ambitieuzer van opzet: in plaats van een honderdtal onderwerpen bij Trendolizer hadden we op Lead Stories meer dan vierhonderd categorieën. Elke Amerikaanse staat, elk team in elke grote sportcompetitie, elk groot evenement, elke sociale kwestie... voor alles was er wel een categorie, telkens met een bijbehorende Twitteraccount die automatisch de hele dag door links naar onze website twitterde.

We hoopten om vooral via Google aan bezoekers te komen, maar ook Twitter en Facebook maakten deel uit van onze strategie. We dachten dat mensen nieuwsgierig zouden zijn na het lezen van virale verhalen en op zoek zouden gaan naar meer details om zo bij ons uit te komen.

Helaas: al snel bleek dat niemand zat te wachten op een nieuwe, onbekende site waar ze nog eens konden lezen wat al op BuzzFeed of The New York Times stond over dat ene grappige filmpje, de nieuwe clip van deze of gene artiest of de jongste filmtrailer die op het internetpubliek was losgelaten.

Tot overmaat van ramp vond Twitter het niet leuk dat we honderden accounts aanmaakten voor al onze categorieën. Op een bepaald moment werden ze bijna allemaal verwijderd, net toen we er eindelijk een beetje bezoekers door begonnen te krijgen. Het zag er niet goed uit voor onze site: we vreesden dat dit onze *launch pad explosion* was en dat we nu wel konden inpakken.

Gelukkig kwam er op dat moment hulp uit de hemel neergedaald in de vorm van Slim Jesus.

Misschien moet ik dat even uitleggen. Voor wie niet bekend is met de *drillrap scene* van Chicago: drillrap is een genre rapmuziek met geweldadige en nihilistische teksten vol stoerdoenerij, dreigementen en wapenvertoon. In 2015 scoorde de zeventienjarige Clarence Smith onder de naam Slim Jesus een onverwachte hit met zijn drillrapnummer *Drill*

Time. In de videoclip staat hij, voorzien van een dikke gouden ketting, vervaarlijk met een pistool te zwaaien met de *homies* van zijn *gang* op de achtergrond.

Slim was niet bepaald de meest stereotiepe rapper: om te beginnen was hij blank (wat niet noodzakelijk een rapcarrière in de weg staat, vraag dat maar aan Eminem), maar hij was ook nog redelijk schriel en afkomstig uit een relatief welgestelde buurt. Dat kwam hem uiteraard op heel wat kritiek en zelfs spot te staan van andere rappers, al waren er ook enkelen die bekenden fan te zijn.

En toen pikte Trendolizer plots het virale bericht op dat Slim Jesus was neergeschoten door een rivaliserende bende en vervolgens gekruisigd was achtergelaten. Daar moesten we iets over schrijven!

Al snel bleek dat het bericht niet klopte: Huzlers, de site die het bracht, had in het verleden al een hele reeks onwaarheden gepubliceerd, meestal over Amerikaanse rappers en atleten, maar ook over misdaden en gangsters. Later zou ik Pablo Reyes, de man achter de site, leren kennen. Hij noemde de inhoud van zijn berichten *fauxtire*: een samentrekking van *faux* en *satire*.

Nepsatire dus: verzonnen, grappige en sensationele nieuwsberichten maar zonder maatschappijkritiek zoals bij 'echte' satire. Vaak met een seksueel, gruwelijk of walgelijk kantje: rattenvlees verkocht als kippenboutjes voor de Super Bowl, een vrouw die een inbreker afleidt met een pijpbeurt om haar familie te redden, beroemdheden die omkomen in bizarre ongevallen... Alles was goed, als het maar bezoekers lokte.

Pablo hield zich met zijn site liefst ver van politieke onderwerpen. Als je daar nepnieuws over schreef, dan zouden er toch alleen maar problemen van komen, vond hij. Achteraf bekeken had hij meer dan gelijk: zijn site Huzlers bestaat nog steeds en hij verdient er nog altijd geld mee. Dit in tegenstelling tot veel van de websites met politiek nepnieuws die in dezelfde periode opgang maakten: die zijn ondertussen dood en begraven.

Maar terug naar Slim Jesus en zijn nepdood: mijn collega Alan schreef er vlug een berichtje over om de fans van Slim gerust te stellen.