

Vertrouwen door digitale multimedia

De geschreven documentaire

Jort Siemes

s4028198

Begeleider

Dr. A.R.J. Pleijter

Tweede Lezer

Masterthesis

Journalistiek & Nieuwe Media

Universiteit Leiden

2025

Table of Contents

1. Inleiding.....	3
2. Theoretisch Kader	4
Het concept van vertrouwen in de journalistiek.....	4
Wat betekent vertrouwen in een journalistieke context?.....	4
Relevantie van vertrouwen voor nieuwe vertelvormen zoals multimedia longreads.	4
Multimedia specials: Een historisch en conceptueel kader.....	6
Van <i>Snowfall</i> tot <i>The Uber Game</i> : Een overzicht van journalistieke innovaties.....	6
Belangrijke elementen van succesvolle specials: interactiviteit, storytelling, en design, Blokkensysteem	11
Vertrouwen Geloofwaardigheid en mediaconsumptie: Theorieën en modellen	18
Hoe beïnvloeden vorm en presentatie journalistieke geloofwaardigheid?	18
Vergelijking van traditionele en innovatieve journalistieke formaten.....	18
Experimenteel onderzoek naar vertrouwen.....	19
Methodologische basis voor A/B-testen in journalistiek onderzoek.	19
Hypothesen en verbanden tussen special-vorm en publiekvertrouwen.	19
3. Methode	19
4. Resultaten.....	20
5. Conclusies en Discussie	21
6. Referenties	22
7. Bijlagen	23

1. Inleiding

2. Theoretisch Kader

Het concept van vertrouwen in de journalistiek

Wat betekent vertrouwen in een journalistieke context?

In dit hoofdstuk wordt het begrip vertrouwen in de journalistiek onderzocht aan de hand van verschillende perspectieven uit de literatuur. De studies van Koliska (2022) over journalistieke transparantie, Fink (2019) over het vertrouwenstekort als grootste uitdaging, en Robinson, Jensen en Dávalos (2021) over het belang van luistervaardigheden als sleutel tot herstel, bieden een breed inzicht in hoe vertrouwen kan worden begrepen en hersteld in een veranderend medialandschap.

Relevantie van vertrouwen voor nieuwe vertelvormen zoals multimedia longreads.

Dit hoofdstuk verkent hoe vertrouwen een cruciale rol speelt in de acceptatie en impact van innovatieve vertelvormen zoals multimedia longreads, en hoe deze vormen kunnen bijdragen aan een sterker publiek engagement.

Een op de vijf Nederlanders heeft het vertrouwen in het nieuws verloren (Digital News Report, 2024). En een groeiend aantal Nederlanders heeft weinig tot geen interesse in het Nieuws. Deze daling is vooral te merken onder jongeren waar belangstelling voor de actualiteit flink is gedaald (Digital News Report, 2024). 54% (de helft) van de Nederlanders vertrouwt het grootste gedeelte van het nieuws dat ze lezen. Nederlanders hebben wel meer vertrouwen en interesse vergeleken met andere landen. Maar de trend de laatste jaren is zorgwekkend, aangezien vooral dit heeft geleid tot het vervangen van 'mainstream media' met sociale media van minder gecentraliseerde bronnen. Sociale media is nu de primaire bron van het nieuws voor jongeren leeftijdsgroep 18 tot 34. Ook het

aantal betalende lezers daalt, in 2024 was het aandeel nog maar 15% van de gebruikers die betaalt voor online nieuws in Nederland (Digital News Report, 2024). Jongeren doen er nog een schepje bovenop en dalen sterk in aantal betalingen voor online nieuws van 33 procent in 2023 naar 18 procent in 2024.

Multimedia specials: Een historisch en conceptueel kader

Van Snowfall tot The Uber Game: Een overzicht van journalistieke innovaties.

2013 was een uitstekend Pulitzer Prijs-jaar voor de dagelijkse nieuwsuitgave The New York Times. De krant behaalde grote overwinningen in vier gerenommeerde categorieën. Een prijswinnaar die bijzonder veel aandacht trok, was het baanbrekende verhaal van John Branch voor The New York Times, dat met “Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek” de prijs voor ‘feature writing’ in de wacht sleepte. De interesse ging niet zozeer uit naar het tragische verhaal van de skiërs die omkwamen bij een lawine, maar vooral naar de revolutionaire manier waarop dit verhaal digitaal werd gepresenteerd door The New York Times.

Snow Fall behoort tot de eerste golf van digitale longforms, ook wel “aesthetic features” genoemd. Deze golf markeerde een journalistieke omslag, waarbij longform-artikelen werden verpakt in multimediale producties die een niveau van verfijning toonden dat aansloot bij de vermeende smaak van het opkomende tabletpubliek. In het digitale journalistieke tijdperk was het doel niet langer alleen sneller en breder berichtgeven, maar ook het opbouwen van merkkracht om zich te onderscheiden en te positioneren voor een kieskeuriger, betalend publiek (Dowling & Vogan, 2014: 219).

Nicholas Carr (2011, 116) stelt dat “tientallen onderzoeken door psychologen, neurobiologen, onderwijzers en webdesigners tot dezelfde conclusie leiden: wanneer we online gaan, betreden we een omgeving die vluchtig lezen, gehaast en afgeleid denken, en oppervlakkig leren bevordert.”

Dit borduurt verder op de theorie van Deuze (2001), waar gekeken werd naar de eerste generatie van nieuwsmedia op het wereldwijde web. Hierin werd onderscheid gemaakt tussen drie paradigma's in de nieuwe digitale wereld waar journalistiek in verkeerde. Met interactiviteit waar gekeken werd naar de mogelijkheden voor het publiek om interacties te hebben of zelfs invloed op de

producties. Hypertextualiteit wat de mogelijkheid geeft de kennis en kracht van het internet in te zetten door alles met elkaar te verbinden door methodes als hyperlinks en embeds. Cruciaal voor digitale longforms is de mogelijkheid voor multimediality, de vrijheid in de vorm waar de online journalist een veel ruimere keuze kan maken welk media format het beste past bij het verhaal dat verteld wordt (Deuze, 2001). Hierin moet nog verder onderscheid gemaakt worden tussen convergentie en divergentie: de multimediale convergentie van Deuze verwijst hierin naar het samengaan van mediaformaten (tekst, video, audio) en platforms in geïntegreerde, hybride ervaringen zoals een digitale longform als Snowfall. Divergentie daarentegen beschrijft hoe media hun eigen identiteit behouden of zich specialiseren om niche doelgroepen of doeleinden te dienen. Samen weerspiegelen ze de dualiteit van het digitale medialandschap: technologieën samenvoegen om te innoveren en tegelijkertijd unieke sterke punten behouden, waardoor makers inhoud zowel kunnen verenigen als differentiëren in een gefragmenteerd, evoluerend media ecosysteem.

Digitale longforms leveren over het algemeen verlies op voor kranten vanwege de hoge kosten, maar ze bouwen ‘symbolic capital’ op dat op een minder directe manier tot winst kan leiden (Dowling & Vogan, 2014: 211). “Snow Fall” werd daarom toch gezien als een enorm succes, een prestige-project voor The New York Times. Het zorgde voor een ‘unprecedented’ toename van het aantal weergaven tot 3,5 miljoen, en gebruikers bleven gemiddeld zo’n 12 minuten op de pagina actief, wat ver boven het gemiddelde lag [10x de norm; gemiddelde paginabekijkduur moet nog worden nagegaan]. Dit wordt bevestigd in het onderzoek van Greussing en Boomgaarden (2018), digitale longforms hebben een positieve impact op de lezer en verspreiding van het artikel. Ze stellen dat digitale longforms aandacht aantrekken door visuele esthetiek, deze positieve visuele houding naar de interface van de site leidt ook tot diepere betrokkenheid met de inhoud (Greussing & Boomgaarden, 2018).

Dit is niet slechts een visuele verandering, maar een nieuwe benadering van digitale nieuwsgaring. Voorheen gescheiden vertelmedia of platforms kunnen nu

op een nieuwe manier worden gecombineerd om informatie over te brengen. Serieuze, diepgaande verslaggeving en entertainment worden samengebracht door de techniek van gedrukte longform-narratieven te verenigen met cinematische (data)visualisaties (Dowling & Vogan, 2014: 209).

Digitaal krantenlezen wordt bekritiseerd omdat het haastig ‘scannen’ en oppervlakkigheid zou aanmoedigen (Dowling & Vogan, 2014: 209). De verschuiving naar de digitale longform als het premium nieuwsproduct heeft echter geleid tot een grote verandering voor veel kranten, omdat het hen in staat stelt hun identiteit te versterken met hun producties.

Een goed voorbeeld hiervan is [“The 21st Century Gold Rush”](#) (2017) van The Huffington Post, een uitgave met een wisselende reputatie die doorgaans niet wordt gerekend tot de kwaliteitskranten. Dit stuk, gemaakt met grote investeringen en ondersteund door productiestudio Gladeye, maakte echter grote indruk. Het toont aan hoe oppervlakkigheid kan worden gecombineerd met diepgaand onderzoek om een krachtig verhaal te vertellen.

Onderzoek naar de vraag binnen redacties om ook longreads te ‘snowfallen’, toont aan dat dit een vraag is die een budget en ambachtelijke investering vereist (Dowling & Vogan, 2014: 221). Door de jaren heen is dit echter makkelijker geworden dankzij ontwikkelingen in **CSS en Javascript, die ondersteuning bieden voor complexere coderingskits...**

Het maken van deze digitale longforms kost tijd, werk en geld – allemaal schaarse middelen op redacties van moderne kranten. Andrew Kueneman, de digitale ontwerper van Snow Fall, verklaarde tegenover The Atlantic: “This story was not produced in our normal CMS (content management system), which is probably pretty obvious. Breaking out of that, we are able to do a lot more of what you see in terms of the art direction, typography, and the layout. We don’t have the luxury of doing this type of design typically on the web. Now we just have more options and more tools.” (Greenfield, 2012). Sceptici benadrukken vooral de ‘flashy visuals’ als een schaamteloze vertoning en stellen dat het

project middelen vereiste die ontoegankelijk zijn voor de gemiddelde nieuwsredactie, om de hierboven genoemde redenen (Thompson, 2012; Manjoo, 2013).

Geschreven documentaire:

Door het lezen van de afbeeldingen en interactieve multimedia krijg je conventies mee uit de wereld van documentairefilms. Dit geldt vooral voor werken die zich richten op onderzoeksjournalistiek, met brondocumenten, interviews en datavisualisaties. Het gebruik van documentairefilmconventies in digitale longform-journalistiek, vooral wanneer bronnen worden blootgelegd, zorgt voor een grotere nabijheid tot het onderwerp. Hiermee wordt de volledige kracht van het visuele medium benut, met name door technieken zoals het ‘curtain effect’, een duidelijke knipoog naar hoe bioscoopgordijnen als overgangen kunnen dienen.

Jenkins en Kelley (2013, 11) suggereren, in tegenstelling tot de veronderstelling dat de nieuwe digitale geest de literaire geest overbodig zal maken, dat nieuwe vormen juist de kans bieden om een omgeving te creëren waarin “nieuwe mediageletterdheid voortbouwt op oudere, op krantendruk gebaseerde geletterdheid, om het menselijke bewustzijn te verdiepen en te verrijken, en terug te dringen wat trivialeert en afleidt.”

Belangrijke elementen van succesvolle specials: interactiviteit, storytelling, en design, Blokkensysteem.

Elk van de multimedia-elementen in de originele digitale longread “Snow Fall” vervult verschillende functies, van wetenschappelijke gegevens die de beschrijving van de lawine in de tekst verduidelijken tot een video-interview met een overlevende naast de paragraaf waarin zij wordt geciteerd. Deze elementen zijn op zichzelf zo vakkundig geproduceerd dat ze op zichzelf zouden kunnen staan en hun eigen documentaire verhaal van de gebeurtenis zouden kunnen vormen. Maar in combinatie met het proza van John Branch hebben ze een wederzijds versterkend effect, waarbij media en tekst afwisselend de hoofd- en bijrol spelen. Het meest opvallende voorbeeld hiervan is de onbewerkte beelden die zijn gefilmd met een GoPro-actioncamera, die de ontdekking van een dode skiër vastleggen (Dowling & Vogan, 2014: 213).

Wanneer een gebruiker de pagina bezoekt gebeuren een paar initiële stappen waarin de gebruiker de pagina scant tijdens een voorlopige evaluatie van de esthetische uitstraling en gebruiksvriendelijkheid van de interface (Greussing & Boomgaarden, 2018). Vervolgens doet de gebruiker een diepere absorptie van de inhoud, wat uiteindelijk uitmondt in gedragsintenties om de website verder te gaan bezoeken en zelfs aan anderen te bevelen (Greussing & Boomgaarden, 2018). Deze analyse door de gebruiker van de pagina gebeurt op het visuele niveau maar kijkt naar waaruit de pagina is opgebouwd. De journalistieke kracht van deze nieuwe vorm zit hem in de elementen waaruit de digitale longform is opgebouwd (Dowling & Vogan, 2014). De keuzes uit deze blokken voegen elementen toe: geluiden, animaties en kleurveranderingen kunnen de lezer dieper in het verhaal onderdompelen. Het doel is dat door deze elementen de lezer wordt geabsorbeerd in de content, hiervoor moet wel een duidelijk visuele aantrekkelijke layout worden vastgesteld. De gebruiker moet namelijk ten aller tijde weten waar die zich op de pagina bevindt hier heeft de gebruiker onbewust last van, en geeft een verdwaald gevoel. Ze worden gefrustreerd en nemen af in

tekstbegrip. Een slecht ontworpen structuur en matige grafische designs zorgen voor bruikbaarheidsproblemen.

Onderzoekers aan de Universiteit van Californië, Berkeley, ontdekten dat het initiële stuk van Snow Fall werkt met drie essentiële technische ontwerpcomponenten, die elk selectief worden gebruikt om het dramatische effect te maximaliseren: video's, scrollen en het gordijneffect (Rue, 2013). Wanneer video niet wordt gebruikt als een ingesloten element in de marge van het verhaal, speelt het een cruciale rol in het creëren van de aura van “Snow Fall”. In plaats van alleen stilstaande foto's te gebruiken bij de hoofdstuktitels, worden beelden gedurende enkele seconden zonder geluid geanimeerd en opnieuw gestart in een automatische lus (Dowling & Vogan, 2014: 213). “Snow Fall” gebruikt deze techniek zoals een filmregisseur een ‘establishing shot’ zou gebruiken voor hoofdstuktitels en locatieveranderingen in het verhaal. Critici vergelijken dit eerder met een interactieve documentaire die toevallig paragrafen heeft, dan met een krantenverhaal dat interactieve elementen bevat (Thompson, 2012).

Bijzonder ingenieus is een gedeelte waar een kaart de paden van de skiërs langs de bergwand volgt terwijl je naar beneden scrolt door de bijbehorende alinea's. Verderop volgt een geanimeerde video de contouren van de lawine die over dezelfde open plek raast, met een klikkend geluid waarvan de frequentie de veranderende snelheid van het razende sneeuwpakket aangeeft. “Niet alleen slim. Volkomen geniaal”, schreef Thompson (2012) voor concurrent The Atlantic. De inclusie van topografische kaarten met scrollbare tekst en beeldlagen geeft een effect dat lijkt op een combinatie van Google Earth-satellietkaarten en Pixar-animaties. De overgang tussen video en scrollen noemen Dowling en Vogan (2013) het ‘Curtain Effect’, omdat het, net als in films en theater, een naadloze aansluiting naar de volgende scène biedt.

Het scrollen stuurt het verhaal en versterkt de stille, repetitieve, niet-narratieve video's die worden gebruikt om de omgeving en de stemming in “Snow Fall” te

bepalen. Het specifieke Javascript-scrollmechanisme dat Duenes gebruikt voor “Snow Fall”, genaamd jquery.inview, maakt de geleidelijke onthulling van beeld en tekst mogelijk, wat de lezer een gevoel van verkenning geeft (Dowling & Vogan, 2014: 213).

Door het scherm omhoog te schuiven, beweegt de lezer zich op een visueel neerwaarts traject dat een letterlijke onderdompeling aangeeft naarmate hij zich dieper in het verhaal waagt. Het gebruik van een muis om op pijlen en tabbladen te klikken in traditionele online nieuwsverhalen verwijderd de lezer van de tekst en de beelden (dit staat ook beschreven in de impact van scrollytelling). In interne documenten van The New York Times wordt hier ook de nadruk op gelegd: de gebruiker moet eigenlijk maar één taak hebben, namelijk scrollen. Geen stappen, tabs, fixies of sliders – gewoon scrollen en daarmee de belangrijke informatie naar de gebruiker laten komen. Dit is wat de nieuwe digitale longform onderscheidt van de oudere longform, zoals “Snow Fall” (Tse, 2015).

Mensen die de digitale longform van ‘Scrollytelling’ lezen geven aan: verbeterd begrip te hebben van de context, het was makkelijker om te begrijpen hoe grafieken, tabellen, nummers en tekst in verbinding stonden met elkaar door deze visuele transitie, dat de verandering in “real time” liet zien (Tjärnhage et al., 2023).

Het lezen van digitale longforms gaat ook gemakkelijker dan de traditionele lange kranten artikelen die worden beschouwd als tijdrovend. De scrollytelling-vorm geeft de artikelen ook een speelser gevoel, waardoor het veel leuker werd om te lezen. Dit pakt meteen een kritisch zwaktepunt aan in de huidige journalistiek, gemiddelde zeker jonge lezer verkiezen vaker sociale media nieuwsvergaring boven traditionele manieren als een krant . Het onderzoek van Tjärnhage (2023) toont duidelijke sterke punten van onconventionele journalistieke vormen. Het maakt verhalen leuker om te lezen, door de manier waarop men door het verhaal navigeren en hoe het verhaal om de lezer heen

bewoog, het heeft een aanzuigende werking die mensen het verhaal in trekt en meer interesse wekt. Deze lezer krijgt hierdoor een verhoogde focus doordat het verhaal visueel interessant meer boeit en stimuleert, hierdoor is het makkelijker om geconcentreerd te blijven gedurende het verhaal (Tjärnhage et al., 2023).

Visuele esthetiek is in het onderzoek van (Greussing & Boomgaarden, 2018) een dubbelzijdig concept, hieronder worden twee onderzoeks gebieden geplaatst: “eigenschap van de technologie” en “de eigenschap van de gebruiken” onderzoek naar de laatstgenoemde is verbonden met persoonlijke smaak hieruit haal je evenveel informatie als de vraag naar voorkeur voor een ‘Caravaggio’ of ‘Warhol’ kunstwerk. Daarom is voor dit onderzoek de op technologie gebaseerde conceptualisering het interessantst, het geeft inzicht in de ontologische aspecten die een visueel aantrekkelijke ervaring opmaken.

De effecten van deze aanwezige visuele esthetiek in digitale longform plaatsen gebruikers als individuen die bezig zijn met actieve cognitieve verwerking. Het toevoegen van beelden versterkt dit proces (Greussing & Boomgaarden, 2018). Maar visueel overbodige en/of onduidelijke beelden werken juist averechts voor gebruikers. Deze overvloedig web designs rijk aan afleiding overwelden de gebruiker en kunnen zelfs verwarrend werken, wat nieuwsbegrip juist verminderd. Dit komt door de cognitieve belasting van de gebruiker, je moet deze niet teveel overladen met “seductive details” i.e. interface features, interessante en aantrekkelijke stukken informatie. Sinds deze juist zorgen voor een vermoeiend gevoel bij de lezer door een overladen cognitieve belasting (Greussing & Boomgaarden, 2018).

Scrollen is dus de spil in het ontvouwen van het verhaal, zowel tekstueel als visueel, omdat beelden letterlijk voor de ogen van de gebruiker tot bloei komen. De dramatiek van het opkomende doek in live theater en het gebruik van lichten om het podium afwisselend te verduisteren en te verlichten, vormen de oude media die samenkomen in deze techniek.

Maar al deze elementen als scrollen en videos, wanneer ze goed samenwerken zorgen in recente onderzoeken voor diezelfde goedwerkende “seductive details” die positieve emoties opwekken voor de lezer en situationele interesse (Greussing & Boomgaarden, 2018). Gebruikersbetrokkenheid treedt op wanneer het routineniveau van browsen wordt overschreden en hoogstaande cognitieve en affectieve stimulatie optreedt (Greussing & Boomgaarden, 2018).

Multimedia vormen in de journalistiek

Basis:

- Scrollytelling
- Liveblogs
- Geomaps

Extra:

- Game

Liveblog de hypothese dat: "Een liveblog wordt door gebruikers als geloofwaardiger ervaren dan een traditioneel artikel, vanwege de real-time updates en transparantie in informatievoorziening." Verband: De snelheid en het up-to-date zijn van een liveblog geven de indruk van betrouwbaarheid, wanneer de bronvermelding duidelijk is.

Interactieve kaart met hypothese: "Een interactieve kaart versterkt het vertrouwen in de journalistiek doordat gebruikers zelf gegevens kunnen verkennen, wat een gevoel van transparantie en controle creëert." Verband: Visuele representaties zoals kaarten helpen complexiteit te reduceren en maken data toegankelijker, wat vertrouwen in de informatie kan verhogen.

Scroll-elementen¹(zoals *Snowfall*) Hypothese: "Scroll-elementen die multimedia (zoals tekst, beeld en video) integreren, vergroten het vertrouwen doordat ze een meeslepende en coherente ervaring bieden die het verhaal versterkt." Verband: De combinatie van rijke visuele elementen

¹ The most imp

en een duidelijke verhaallijn kan gebruikers overtuigen van de inspanning en professionaliteit achter de productie.

Journalistieke games met hypothese: "Journalistieke games verhogen het vertrouwen door gebruikers actief te betrekken in het verhaal, waardoor zij zich meer bewust worden van de complexiteit van de besproken kwesties."

Verband: Interactieve besluitvorming in games kan empathie en begrip vergroten, maar kan ook kritisch vertrouwen ondermijnen als de game als subjectief wordt ervaren.

~~Vertrouwen~~ Geloofwaardigheid en mediaconsumptie: Theorieën en modellen

Hoe beïnvloeden vorm en presentatie journalistieke geloofwaardigheid?

In dit deel wordt onderzocht hoe verschillende ontwerpkeuzes en presentatievormen het waargenomen vertrouwen in journalistieke content kunnen versterken of juist ondermijnen.

Vergelijking van traditionele en innovatieve journalistieke formaten.

De vergelijking tussen traditionele journalistieke formats en innovatieve specials biedt inzicht in hoe nieuwe vertelvormen het vertrouwen van het publiek kunnen beïnvloeden en welke formatkenmerken het meest effectief zijn.

In die paragraaf kan je ook kort het onderzoek naar transparantie en het effect ervan op geloofwaardigheid bespreken. Ook omdat je de aanpak van die studies kan gebruiken voor je eigen onderzoek. En ook ander experimenteel onderzoek naar geloofwaardigheid van journalistieke producties. Zodat je kan laten zien dat jouw onderzoek in een hiaat in het onderzoek springt.

Experimenteel onderzoek naar vertrouwen

Methodologische basis voor A/B-testen in journalistiek onderzoek.

Deze scriptie betreft een experiment vorm hierin wordt de methodologie voor het uitvoeren van A/B-testen uiteengezet, met de focus op het meten van de invloed van verschillende journalistieke special-vormen op het publiekvertrouwen. geloofwaardigheid van de inhoud, ondersteund door een experimentele aanpak om deze verbanden te toetsen.

Hypothesen en verbanden tussen special-vorm en publiekvertrouwen.

3. Methode

4. Resultaten

5. Conclusies en Discussie

6. Referenties

Deuze, M. (2001). Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web. *Online Journalism*, 6.

<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/893/802?inline=1>

Digital news Report (Nederland). (2024). Commissariaat voor de Media.

<https://www.cvdm.nl/nieuws/digital-news-report-nederland-2024-interesse-in-nieuws-neemt-af-vertrouwen-in-nieuws-daalt-licht/>

Dowling, D., & Vogan, T. (2014). Can we “Snowfall” This? Digital longform and the race for the tablet market. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.930250>

Greussing, E., & Boomgaarden, H. G. (2018). Simply Bells and Whistles? Cognitive Effects of Visual Aesthetics in Digital Longforms. *Digital Journalism*, 7(2), 273–293.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1488598>

Tjärnhage, A., Söderström, U., Norberg, O., Andersson, M., & Mejtoft, T. (2023). The Impact of Scrollytelling on the Reading Experience of Long-Form Journalism. *ACM, ECCE '23*, 9.

7. Bijlagen

Scriptie journalsim

Title	jaar	krant	belang	Type	link
Snow Fall: 1	2012	NYT	2013 Pulitzer	Snowfall	https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html
The Uber Game	2017	FT		Game	https://ig.ft.com/uber-game/
Augmented	2018	NYT		Snowfall 3D	https://www.nytimes.com/interactive/2018/02/05/sports/cycling/augmented-reality-3d-snowfall.html
Augmented	2018	NYT		Snowfall 3D	https://www.nytimes.com/interactive/2018/05/01/science/augmented-reality-3d-snowfall.html
EXPLAINER	2018	NYT		Augmented	https://www.nytimes.com/interactive/2018/02/01/sports/cycling/augmented-reality-3d-snowfall.html
Wordt Nederland wereld FD				Snowfall 3D	https://specials.fd.nl/wordt-nederland-wereldmacht-met-sneeuw
				GEOMAP	
	2025	NOS		Snowfall	https://specials.app.nos.nl/branden-los-angeles/
	2018	Versbeton		Game	https://www.versbeton.nl/2018/11/speel-de-groene-haven/
	2018	Versbeton		Game	https://www.versbeton.nl/2018/06/game-on-de-bouwende-haven/
	2024	KRO-ncrv		GEOMAP	https://pointer.kro-ncrv.nl/op-deze-kaart-onthullen-duizenden-van-de-landbouw-omgevingen
		KRO-ncrv		Audio Fragr	https://pointer.kro-ncrv.nl/pointer-podcast-de-schuldigen/
	2022	KRO-ncrv		Audio Fragr	https://pointer.kro-ncrv.nl/kinderbloed-drinken-hiv-vaccinatie/
De laatste steenkool		NOS		Scoll Game	https://specials.app.nos.nl/mijnen-in-limburg/
Witwasmachine		NOS		Game	https://app.nos.nl/op3/witwasmachine/#/
Het wereldwijde web		NOS		Snowfall	https://specials.app.nos.nl/kabels-onderwater/
Wie is wie in syrie		NOS		GEOMAP	https://specials.app.nos.nl/wie-is-wie-in-syrie/
Out in the C	2013	Gratland		Snowfall	https://www.espn.com/espn/feature/story/_/id/9175394/out-in-the-c
The DJ and	2022	Rolling Stone		Snowfall	https://investigation.rollingstone.com/dj-photo-war-crimes/
The 21st ce	2017	Huffington Post		Snowfall	https://highline.huffingtonpost.com/articles/en/the-21st-century
Dissapearir	2020	Huffington Post		Snowfall	https://highline.huffingtonpost.com/article/disappearing-d
Glitter in th	2012	Pitchfork		Snowfall	https://www.pitchfork.com/features/cover-story/reader/ba
The					
Jessica					
Simulation					
:					
Love and					
loss in the					
age of A.I.	2021	San Francisc	Achtergron	Snowfall	https://www.sfchronicle.com/projects/2021/jessica-simulation/
Trashed: In	2018	ProPublica	Map met ee	GEOMAP	https://www.propublica.org/article/trashed-inside-the-dea
What do we	2018	Washington	Quotes cen	Snowfall	https://www.washingtonpost.com/graphics/2018/opinions
Improbable	2018	The Star	3D animati	Snowfall	https://projects.thestar.com/harrison-family-murders/