

# “Pulling back the curtains.”

## Transparantie in de journalistiek

---

“If you know how it’s made, you can trust what it says” - that’s what our audiences have told us. Trust is earned and transparency will help us earn it.” Het bovenstaande schreef de BBC op 22 mei 2023 (Turness, 2023). Vijf dagen eerder was *BBC Verify* bekendgemaakt, een team van zo’n zestig onderzoeksjournalisten die op een transparante manier gaan laten zien hoe BBC-journalisten tot de informatie komen waarover ze verslag doen (BBC Media Centre, 2023).

Het lijkt een vergaande en wellicht wat dure maatregel, om zo’n groot team in te zetten op factchecken en transparantie. Toch is het nodig volgens de Britse nieuwsorganisatie, omdat de exponentiële groei van desinformatie het vertrouwen van het publiek in de media heeft verminderd. Transparantie is volgens hen dé manier om dat vertrouwen te herstellen. Zoals de CEO van BBC News Deborah Turness zegt: “I’ve always said I want to ‘pull back the curtain’. . . . News consumers have told us that the more they know about the work our journalists do, the more they will know they can trust our journalism” (BBC Media Centre, 2023).

Ook in Nederland is transparantie een *hot topic*. Zo nu en dan verschijnt in een krant een opinieartikel of een column waarin wordt opgeroepen tot meer transparantie of waarin zorgen worden geuit over het gebrek aan transparantie (zie bijvoorbeeld Van Baal, 2019; Arets et al., 2023). De komst en het grote succes van het nieuwe medium *De Correspondent* was de Nederlandse kers op de transparante taart, met meer ruimte en aandacht voor

transparantie dan ooit tevoren (Harbers, 2016). De Correspondent legt het journalistieke ideaal uit:

Bij de Correspondent vinden we dat journalisten niet moeten doen alsof ze 'neutraal' of 'onbevooroordeeld' zijn. Wij denken dat het beter is om transparant te zijn over onze standpunten in plaats van te beweren dat we die niet hebben (Wijnberg, 2018).

Zowel *de Correspondent* als de *BBC* spelen in op een gepercipieerde publieksbehoefte aan transparantie. De *BBC* linkt dat zelfs direct aan een groeiend vertrouwen in de journalistiek. Dit verband werd twintig jaar geleden aangedragen door de academische wereld, zoals later uit dit verslag zal blijken. Deze aanname is later veelvuldig onderzocht, met verschillende resultaten. In dit verslag kijk ik kritisch naar deze onderzoeken en zoek ik uit waardoor de discrepantie in conclusies zijn veroorzaakt.

Dat doe ik door eerst een uitvoerige literatuurstudie uiteen te zetten, die zowel kijkt naar de definitie van transparantie als naar voorgaande onderzoeken naar transparantie. Vervolgens repliceer ik aan de hand van de literatuur een aantal van deze onderzoeken. Zo kan ik kijken wat de oorzaak is van de verschillen in onderzoeksresultaten.

## **1. Transparantie, een breed begrip**

In dit hoofdstuk kijk ik naar de toenemende aandacht voor transparantie, zowel vanuit de media als vanuit de academische wereld. Daarbij richt ik mij op de meningsverandering die de professionele en de academische wereld doormaakten ten opzichte van transparantie. Vervolgens kijk ik naar het begrip 'transparantie' en zoek ik een duidelijke definitie. Ik besteed daarbij kort aandacht aan concrete maatregelen die in de literatuur staan om transparantie toe te passen. Tot slot onderbouw ik welke definitie van transparantie ik hanteer.

Er zijn oneindig veel artikelen over transparantie in de journalistiek, die stuk voor stuk uitgebreid beschrijven op welke manier de twee elkaar beïnvloeden. Ik heb in dit hoofdstuk gepoogd om zoveel mogelijk bronnen te raadplegen om een evenwichtig overzicht van de literatuur te kunnen geven. Achterin het hoofdstuk staat een uitgebreide bibliografie. Een aantal auteurs heeft uitvoerig onderzoek gedaan naar transparantie en wordt daarom bovengemiddeld veel aangehaald in dit hoofdstuk. Michael Karlsson, een Zweedse professor in media en communicatie, heeft bijvoorbeeld veel geschreven over transparantie.

Op Nederlands vlak hebben Van der Wurff & Schoenbach/Schönbach veel geschreven over de interesse van het publiek in transparantie. De Haan en Bardoel hebben uitgebreid onderzoek gedaan naar de ontwikkeling van de media in Nederland, waarbij transparantie de nodige aandacht heeft gekregen.

Naast literaire bronnen, heb ik ook veel gebruikgemaakt van een online gesprek met de Finse Jussi Latvala. Hij heeft lang gewerkt bij de Finse publieke omroep en doet nu voor het *Reuters institute* in Oxford onderzoek naar transparantie in de journalistiek. Zijn kennis over het onderwerp vormde een goed uitgangspunt om verder de literatuur in te duiken.

## **Verminderd vertrouwen**

Het is niet bijzonder dat de BBC zich wil inzetten tegen het verminderde vertrouwen van het publiek in de journalistiek. Sinds de eeuwwisseling daalt dat vertrouwen namelijk. Daar zijn meerdere redenen voor. De ontzuiling en het steeds hoger wordende opleidingsniveau zorgt ervoor dat journalistieke media hun vanzelfsprekende, gedweeë achterban verloren en er een hoogopgeleide, kritische lezer voor in de plaats kregen die het journalistieke product niet als vanzelfsprekend goed vond (De Haan & Bardoel, 2013, p. 214).

Dingen als de 'demoniserende' verslaggeving rondom Fortuyn en de verdachte zelfmoord van David Kelly, een Britse wapeninspecteur, werden achteraf door sommigen als mediaschandelen betiteld en schaadden het imago van media en leidden tot vragen over de manier waarop journalisten hun werk uitvoeren (De Haan & Bardoel, 2011, p. 231). Waar de media voorheen een autoriteit waren die de waarheid vertelden, was daar nu verandering in gekomen.

Ook de commercialisering van de media, met name sinds de komst van de commerciële omroepen in 1989, maakt mensen sceptisch over de manier waarop de journalistiek haar publieke rol vervult en of de beroepsgroep zich niet teveel richt op voldoen aan wat de consument wil (De Haan & Bardoel, 2013, p. 214; Hayes et al., 2007).

### **Het internet**

Daarnaast hebben technische ontwikkelingen de journalistieke praktijk veranderd. Sinds nieuws door media online wordt gepubliceerd, is de snelheid enorm toegenomen. De journalist heeft niet langer de tijd om zijn stuk bij te schaven tot het naar de drukker moet, maar alles moet zo snel mogelijk op het web verschijnen. Als gevolg hiervan is de snelheid waarmee informatie wordt verzameld, geïnterpreteerd en gepubliceerd hoger, waardoor fouten vaker voorkomen (Karlsson et al., 2017, p. 150).

Tegelijkertijd heeft de komst van het internet ervoor gezorgd dat er een onnavolgbare hoeveelheid media te vinden is. Het is dus makkelijk voor nieuwsconsumenten om alternatieven te vinden voor de *mainstream media*, zoals blogs en sociale media (Karlsson, 2020, p. 1800; Hayes et al., 2007, p.265). Waar traditionele media in eerste instantie huiverig waren om bijvoorbeeld *hyperlinks* te gebruiken om naar hun bronnen te linken, gingen alternatieve (nieuws)stromen makkelijker met zulke ontwikkelingen mee. De

betrouwbaarheid en populariteit van *mainstream media* ging daardoor achteruit (Mor & Reich, 2018, p. 1092).

## **Objectiviteit of transparantie?**

Om het vertrouwen te herstellen (of in het geval van Nederland: te vergroten) wordt door academici en professionals aangeraden om het journalistieke objectiviteitsideaal af te schaffen en te vervangen door een transparantie-ideaal (zie onder andere Kovach & Rosenstiel, 2001; Plaisance, 2007; Wijnberg, 2013). Objectiviteit is een breed begrip en houdt kortgezegd in dat journalisten verslag doen van het nieuws op een onpartijdige en eerlijke manier, zonder dat persoonlijke voorkeuren en vooroordelen de feiten beïnvloeden (Curry & Stroud, 2021).

Volgens Muñoz-Torres (2012) bevat de betekenis die journalisten en het publiek toeschrijven aan objectiviteit altijd twee belangrijke onderdelen: het epistemologische en het ethische onderdeel. Met het epistemologische onderdeel doelt Muñoz-Torres op de taak van de journalist om feiten en meningen te scheiden en om op een neutrale manier verslag te doen van gebeurtenissen in de wereld, zonder zich daaraan verbonden te voelen. De journalist moet zich dus loskoppelen van zijn eigen opvattingen. Het concept van objectiviteit wordt daarmee het tegenovergestelde van vooroordelen, omdat de interpretatie van de journalist geen rol speelt.

Het ethische onderdeel gaat over het idee van balans en eerlijkheid. De journalist moet gebalanceerd verslag doen van nieuwsgebeurtenissen, door meerdere partijen in het verhaal een gelijke kans te geven om hun woordje te doen. De nadruk daarbij ligt op de morele integriteit van de journalist. Bij de epistemologische kant van objectiviteit gaat het

meer over de professionele insteek van de journalist. In de praktijk is er geen absolute scheiding tussen de twee onderdelen (Muñoz-Torres, J.R., 2012).

### **Objectiviteit door de jaren heen**

Objectiviteit ging vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw een belangrijke rol spelen voor journalisten, met name in de Verenigde Staten. Burgers hadden behoefte aan juiste informatie zonder mening van de journalist en de journalistieke beroepsgroep had professionele standaarden en normen nodig. Na de Eerste Wereldoorlog vierde het objectiviteitsregime zijn hoogtijdagen, omdat objectiviteit werd gezien als cruciaal voor het in stand houden (of herstellen) van democratieën. Het verkleuren van nieuwsfeiten, zoals door totalitaire ideologieën en massaorganisaties was gedaan, had volgens velen bijna voor het einde van de democratie gezorgd. Een objectieve omgang met nieuwsfeiten zou ervoor zorgen dat burgers geïnformeerde en afgewogen keuzes konden maken (Ward, 2009).

Vanaf de tweede helft van de twintigste eeuw ontstond volgens Ward op drie vlakken kritiek op het objectiviteitsideaal. Allereerst was het ideaal onhaalbaar, en daarmee een mythe. Een journalist kan zich immers nooit volledig losmaken van zijn (voor)oordelen en meningen. Neutrale verslaggeving is dus onmogelijk. Ook het scheiden van feiten en meningen was ingewikkeld, want waar beginnen feiten en waar eindigen meningen?

Ten tweede beperkte het objectieve format journalisten te veel. Juist analyse en interpretatie door journalisten was nodig om het nieuws goed over te brengen. Het was niet alleen belangrijk voor het publiek om op de hoogte te zijn van de nieuwsfeiten, maar ook om deze te begrijpen. Daarvoor is het perspectief van de journalist onvermijdelijk en zelfs noodzakelijk.

Tot slot beperkte objectiviteit de vrije pers, iets wat noodzakelijk is voor het in stand houden van democratieën. Die zijn immers gebaat bij diverse en geopinieerde media, die onder andere de waakhondfunctie van de journalistiek vervullen. Daarvoor moeten journalisten niet alleen verslag doen van feiten, maar ook kritiek leveren op publieke instanties (Ward, 2009).

Deze ontwikkeling van de opvatting over objectiviteit ging samen met een verschuiving van de invulling van het begrip, stelt Muñoz-Torres (2012). Waar aan het begin van de twintigste eeuw de focus op 'neutraliteit' lag, was deze eind twintigste eeuw verschoven naar 'accuraatheid', 'balans' en 'eerlijkheid'. Daarmee was de toepassing ervan ook veranderd. Neutraliteit is immers makkelijker te waarborgen dan eerlijkheid.

Ook Kovach en Rosenstiel (2001) beschrijven een verandering over de opvatting die men heeft over journalistieke objectiviteit:

*This is one reason why the discussion of objectivity has become such a trap. The term has become so misunderstood and battered, it mostly gets the discussion off track. ... Originally it was not the journalist who was imagined to be objective. It was his method. Today, however, in part because journalists have failed to articulate what they are doing, our contemporary understanding of this idea is mostly a muddle (Kovach & Rosenstiel, 2001, p. 41).*

### **Transparantie als vervanger van objectiviteit**

Transparantie als nieuwe journalistieke norm was een antwoord op de kritiek die men had op objectiviteit én een manier om het vertrouwen in de pers te herstellen. Dat laatste werd overgenomen uit onderzoeken naar het herstellen van vertrouwen in de overheid, waaruit bleek dat transparantie daarvoor een geschikt middel was (Song & Lee, 2016). De aanname was dat dit voor de journalistiek hetzelfde effect zou hebben. (Groenhart & Evers, 2013).

In de praktijk zou het invoeren van transparantie volgens voorstanders op twee vlakken het vertrouwen van het publiek in de media vergroten. Allereerst zou openheid over bewuste en onbewuste journalistieke keuzes en vooroordelen en fouten van journalisten ervoor zorgen dat het publiek het goedbedoelde streven naar eerlijkheid van de journalistiek in zou zien (Curry & Stroud, 2021, p. 902).

Ten tweede was het delen van persoonlijke informatie over de journalist en het medium een nieuwe manier om de afstand tussen het publiek en het nieuws te verminderen (Hayes et al., 2007, p. 272; De Haan & Bardoel, 2013, p. 219). Bloggers, de grote concurrent van de journalistiek in de jaren 2010, onderscheidden zich met name op dit vlak van de *mainstream media*. Door zich niet als professionele autoriteit maar als persoon te profileren, kregen ze een enthousiaste *fanbase*.

Die laatste reden wordt ook door de oprichter van *De Correspondent* aangehaald in een artikel uit 2013, het jaar waarin het medium werd opgericht:

Wie nieuws objectiveert, maakt het veel moeilijker betrokkenheid te voelen bij waar het nieuws over gaat. Door de verteller uit het verhaal te slopen, en daarmee degene die betrokkenheid op de wereld tot stand kan brengen, creëer je een afstand tussen het publiek en de wereld. Juist om die reden neemt *De Correspondent* afscheid van dat aloude objectiviteitsideaal. Niet alleen omdat objectiviteit altijd in zeker zin geveinsd is (dat de subjectieve keuzes en afwegingen die aan ieder verhaal vooraf gaan impliciet blijven, wil niet zeggen dat ze er niet zijn), maar vooral ook omdat *De Correspondent* de kloof tussen publiek en wereld (en publiek en journalist) wil dichten (Wijnberg, 2013).

*De Correspondent* is een online medium, en dat is niet voor niets. Technologische ontwikkelingen zoals de komst van blogs hebben niet alleen gezorgd voor een groeiende behoefte aan transparantie, maar ook voor toenemende mogelijkheden om transparantie toe te passen. *Hyperlinks* naar bronnen, correctiepagina's op de websites van nieuwsmedia,



lezersreacties onder nieuwsberichten en kaders naast de artikelen op de websites waarin wordt uitgelegd hoe een artikel tot stand is gekomen; het zijn allemaal voorbeelden van transparantie die we vandaag de dag zien (Mor & Reich, 2018; Karlsson et al., 2017; Karlsson, 2020; Chadha & Koliska, 2015).

Ook platforms buiten journalistieke media om, met name Twitter, spelen een rol bij transparantie, omdat ze worden gebruikt om in te gaan op reacties van lezers en om persoonlijke informatie te delen (Karlsson, 2020, p. 1800). Dit gebeurt zowel door journalistieke platformen als door individuele journalisten.

## **Academisch onderzoek**

Niet alleen is de vraag naar transparantie de afgelopen twintig jaar gegroeid, ook de hoeveelheid wetenschappelijke onderzoeken ernaar is exponentieel gestegen. Dat begon rond 2000 met boeken en artikelen die het belang van transparantie in de journalistiek onderschreven. De toepassing ervan in het overheidsbeleid was succesvol geweest en had geleid tot een groei van het vertrouwen. De verwachting was dat transparantie ook het vertrouwen in de media zou herstellen (zie onder andere Kovach & Rosenstiel, 2001; Plaisance, 2007; Hayes et al., 2007).

## **Ethische betekenis**

Plaisance (2007) is een andere auteur uit de begindagen van onderzoek naar transparantie die vaak wordt aangehaald door andere auteurs. Hij stelde dat transparantie een betekenisloos *buzzword* was geworden dat te pas en te onpas als pleister werd gebruikt om het gebrek aan integriteit van de overheid, zakenwereld en media te verdoezelen.

Hij deed daarom onderzoek naar de ethische betekenis achter transparantie door te kijken naar zijn Kantiaanse wortels. Het ging Plaisance daarbij nadrukkelijk niet om een definiëring gericht op de concrete toepassing van het begrip in het werkveld. Hij was daarentegen op zoek naar de morele inbedding van transparantie, met de vraag *waarom* organisaties met veel autoriteit het principe toe moeten passen. Zijn conclusie was dat Kant stelde dat bij een bepaalde mate van vrijheid ook een bepaalde mate van verantwoordelijkheid hoort. In dit geval een verantwoordelijkheid naar anderen om liegen en misleiding te voorkomen, waarvoor transparantie noodzakelijk was.

Ook Allen (2008) poogde transparantie in de journalistiek te plaatsen in een ethisch *framework* gebaseerd op filosofische theorieën, hoewel in dit geval niet die van Kant, maar van Jürgen Habermas en Michel Foucault. Hij concludeerde dat transparantie volgens hun visie een ingewikkeld concept was. Habermas stelde dat transparantie noodzakelijk was voor individuen en instituties die in de publieke sfeer wilden functioneren. Om particuliere interesses voor een breder publiek interessant te maken, was het essentieel om transparant te zijn over doelen en wensen. Ook transparantie over connecties die het functioneren beïnvloeden waren belangrijk.

Foucault bracht de moeilijkheden van transparantie aan het licht. Individuen en instituties konden volgens hem zichzelf nooit scheiden van hun perspectief en konden nooit vrij zijn van invloed, ook niet bij het toepassen van transparantie. Communicatie was volgens hem namelijk altijd strategisch, omdat het een manier is om informatie over te brengen en op die manier het publiek te beïnvloeden.

Allen concludeerde dus dat journalisten transparantie niet moeten toepassen om de legitimiteit van de journalistiek te versterken of het vertrouwen terug te winnen, want dat zou volgens hem niet werken. Bovendien zorgt transparantie ervoor dat de journalistiek

constant onder een vergrootglas ligt, waardoor de journalistieke vrijheid zou afnemen. Het is overigens niet helemaal onbruikbaar. Het draagt volgens Allen namelijk wel bij aan democratieën, omdat burgers op elk moment kunnen zien wat de media doen.

De artikelen van Plaisance (2007) en Allen (2008) passen bij de verschuiving die de literatuur over transparantie in die tijd doormaakte, namelijk minder voorschrijvend en meer onderzoekend. Plaisance en Allen zijn nog een tussenfase; ze doen enerzijds grondig onderzoek naar de betekenis van transparantie, maar op een zeer abstract niveau. Het doel is niet om transparantie een vaste en toepasbare vorm te geven, maar om het gebruik ervan ethisch in te bedden. Daarmee wordt het gebruik van transparantie in de journalistiek automatisch niet bevestigd, het wordt enkel beargumenteerd.

### **Productieproces**

Vanaf de jaren 2010 kreeg het onderzoek naar transparantie een meer concretiserende draai en veranderde de toon van minder voorschrijvend naar onderzoekend. Transparantie werd niet meer als een vanzelfsprekendheid beschouwd. In eerste instantie werd gekeken naar transparantie aan de productiekant van het nieuws, met grofweg de vraag: 'hoe maken (hoofd)redacteuren journalistieke producties transparant(er)?' (zie onder andere Chadha & Koliska, 2015; De Haan & Bardoel, 2013; Heikkilä et al., 2012; Van der Wurff & Schönbach, 2011).

De hiervoor genoemde vraag werd vooral beantwoord aan de hand van kwalitatieve onderzoeken, onderzoeken waarbij twee onderzoeksmethodes veel voorkwamen: een-op-een-diepte-interviews met journalisten en hoofdredacteuren en etnografisch onderzoek. Zo interviewden Chadha en Koliska (2015) achttien verslaggevers, editors en producenten van zes grote nieuwsorganisaties in de Verenigde Staten over het conceptualiseren en

implementeren van transparantie op de redactie. Daaruit concludeerden ze dat nieuwsorganisaties de technieken hadden om transparant(er) te zijn, maar deze weinig en met tegenzin gebruikten.

Ook Heikkilä et al. (2012) voerden een kwalitatief onderzoek met diepte-interviews uit in dertien landen. Daarbij richtten ze zich overigens niet enkel op transparantie, maar op verantwoording in haar algemeenheid, waarvan transparantie een belangrijk onderdeel is. De onderzoekers focusten zich enkel op online media en concludeerden dat verantwoording (en dus transparantie) zich in de dertien landen op uiteenlopende manieren ontwikkelde. In Noord-Europese landen signaleerden Heikkilä et al. een verslechtering van het klimaat om verantwoording in af te leggen, door het afnemende vertrouwen van journalisten in hun professionele autonomie en door de verminderende effectiviteit bij zelfregulatie van de beroepsgroep.

De Haan en Bardoel (2013) voerden een etnografisch onderzoek uit en liepen drie maanden mee bij *de Volkskrant*, NOS Nieuws en RTL Nieuws. Hun onderzoek richtte zich overigens op verantwoording, net als bij Heikkilä et al. (2012). Ze observeerden het productieproces en woonden redactievergaderingen bij. Daarnaast analyseerden ze interne en externe documenten en hielden ze interviews met leden van de hoofdredactie, redactiechefs, verslaggevers, redacteuren en presentatoren. Vervolgens werd ook op managementniveau met meerdere mensen gesproken.

De onderzoekers concludeerden dat vanuit de drie nieuwsorganisaties toenemende aandacht was voor het publiek, bijvoorbeeld door te reageren op klachten. Tegelijkertijd zagen ze ook dat journalisten met tegenzin verantwoording aflegden. Dat kwam deels door tijdgebrek, maar ook door de veronderstelling dat de meerderheid van publieksreacties te

amateuristisch zijn. Tijd en aandacht besteden aan het reageren op ongefundeerde kritiek zou volgens hen afbreuk doen aan de journalistieke praktijk.

### **Publieksbehoefte**

Rond 2015 werd de derde invalshoek bij het onderzoek naar transparantie populair: het publiek. Daarbij werd gekeken naar de behoefte aan transparantie en de reactie erop. Zo werd onderzocht hoe belangrijk het publiek transparantie vindt vergeleken met andere journalistieke waarden. Daaruit bleek dat men transparantie, en dan met name bronvermelding, erg belangrijk vond (zie onder andere Loosen et al., 2020; Van der Wurff & Schoenbach, 2014).

Daarnaast werd het effect getest van transparantie op de betrouwbaarheid die het publiek toeschrijft aan media. Dat werd in veel gevallen in experimenten gedaan, waarbij de testgroep artikelen met transparante elementen kreeg te lezen en de nulmeting werd gedaan door respondenten artikelen zonder transparante elementen te laten lezen. Hoewel uit de experimenten geen eenduidig antwoord op de onderzoeksvraag kwam, werd over het algemeen geconcludeerd dat transparantie weinig of geen effect had op de gepercipieerde betrouwbaarheid (zie onder andere Curry & Stroud, 2021; Karlsson et al., 2014; Prochazka & Obermaier, 2022; Koliska, 2022. In hoofdstuk 2 worden deze onderzoeken en de uitkomsten ervan aandachtiger bekeken.

De conclusie dat het effect van transparantie op betrouwbaarheid mager was, bracht scepticisme met zich mee. Anderhalf decennium was op alle fronten gepleit voor meer transparantie in de journalistiek, waarna bleek dat het publiek er in veel gevallen een stuk minder lovend over bleek dan was verwacht. Veel onderzoekers vroegen zich af wat nu de

toekomst van transparantie was. Zo schreef de Zweedse onderzoeker en transparantie-expert Karlsson in 2022 in de inleiding van zijn boek over transparantie:

*My own initial enthusiasm for what can be accomplished with transparency has been curbed as the empirical evidence has trickled in. . . . I remain convinced that there is a role for transparency in journalism, although it might not be what was originally or currently imagined*  
(p. x).

Aan het einde van zijn boek pleit Karlsson voor een andere en kleinere rol voor transparantie in de journalistiek. Hij benadrukt het belang van *targeted transparency*, transparantie gericht op bepaalde mensen, momenten en plaatsen. Ook benoemt hij de werking van transparantie in crisissituaties. Er is dan namelijk een grotere behoefte aan transparantie.

## **Definitie**

De toepassing van transparantie in de journalistiek moet veranderen, maar wat is transparantie eigenlijk precies? Dat is een vraag waar veel wetenschappers zich mee bezig houden; transparantie heeft namelijk geen simpele, eenduidige betekenis. Het begrip is - net als objectiviteit - breed en kent een groot scala aan definities. Curry en Stroud erkennen dat ook: *"With its quick and recent rise to prominence, neither scholars nor journalists have settled on what journalistic transparency means"* (Curry & Stroud, 2021, p. 903).

In de brede zin betekent transparantie openheid en verantwoording (Karlsson, 2022; Karlsson, 2010; Humprecht, 2020 ). Openheid betekent dat journalisten kenbaar maken wie ze zijn en wat ze doen (Humprecht, 2020, p. 311). Enerzijds gaat dat over informatie over de totstandkoming van een nieuwsartikel. Het beste voorbeeld daarvan is bronvermelding. Anderzijds gaat openheid over informatie over de nieuwsorganisatie en de journalist, zoals

het ideologische uitgangspunt van het medium, financiële afhankelijkheid en de levensovertuiging van de journalist.

Verantwoording betekent dat journalisten een plicht hebben om te antwoorden aan de markt, het publiek, de staat en andere journalisten. Daarbij hoort dat journalisten fouten moeten erkennen en daarover naar buiten moeten communiceren, bijvoorbeeld in de vorm van correctiepagina's (Karlsson et al., 2017, p. 151)

'Openheid en verantwoording' is echter nog zo'n allesomvattende en vage definitie, waardoor het voor journalisten niet mogelijk is om het als norm over te nemen in de journalistieke praktijk (Karlsson, 2010, p. 535). Academics hebben daarom de afgelopen twintig jaar het concept gepoogd te verduidelijken en concretiseren (zie onder andere Karlsson, 2017; Curry & Stroud, 2021; Heikkilä et al., 2012; Van der Wurf & Schönbach, 2011 ).

### **Categorieën**

Om transparantie te verduidelijken hebben sommige academics een poging gedaan het op te splitsen in verschillende types (Karlsson, 2010; Karlsson, 2020; Heikkilä et al., 2012).

Karlsson (2010) observeerde de praktische toepassing transparantie bij een aantal *mainstream media* in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Zweden en vond twee categorieën: *disclosure transparency* en *participatory transparency*. *Disclosure transparency* is openheid over hoe het nieuws is gemaakt, bijvoorbeeld door te linken naar bronnen en door uitsluitel te geven over de onderwerpkeuzes.

*Participatory transparency* is het betrekken van het publiek bij nieuwsproductie op verschillende manieren. Dat kan bijvoorbeeld door ingezonden foto's van het publiek te gebruiken en door te reageren op klachten en opmerkingen bij artikelen. Het kernwoord bij

*participatory transparency* is interactiviteit; het doel is om het publiek mee te nemen in de nieuwsproducties.

Na een enquête in Zweden over de behoefte van het publiek aan transparantie, kwam Karlsson (2020) tot de conclusie dat een categorie moest worden toegevoegd aan zijn tweedeling, namelijk *ambient transparency*. Bij *ambient transparency* gaat het over technieken en manieren die zijn toegepast door de journalist om het nieuws in een bredere context te kunnen plaatsen, zoals *hyperlinks* naar een opiniestuk van de journalist en het toevoegen van categorieën zoals 'binnenlands' of 'sport'. Deze vorm van transparantie geeft dus op een indirecte manier context.

Naast Karlsson (2010; 2020) hebben ook Heikkilä et al. (2012) een poging gedaan om transparantie te splitsen in verduidelijkende en meer specifieke categorieën. Zij kwamen met een driedeling, bestaande uit *actor transparency*, *production transparency* en *media responsiveness*. *Actor transparency* is het 'wie we zijn en wat we doen'-verhaal. Het gaat over de journalist en de organisatie achter het nieuws. *Production transparency* is transparantie over de manier waarop het nieuws tot stand is gekomen. Op welke manier de journalist onderzoek heeft gedaan en welke bronnen er wel of niet zijn gebruikt. Tot slot is *media responsiveness* een reactieve vorm van transparantie, waarbij het medium publieksreacties toestaat, correcties maakt en verantwoording aflegt.

In dit onderzoek gebruik ik de driedelige definitie van Heikkilä et al. (2012). Hoewel Karlssons (2010, 2020) driedeling ook erg bruikbaar lijkt, valt in de praktijk het grootste deel van de transparantiemaatregelen onder *disclosure transparency*. Het is daardoor bij gebruik van deze definitie later in het onderzoek lastig te meten of er verschil is in opvattingen over de losse vormen van transparantie.



De driedeling van Heikkilä et al. leidt tot een meer evenredige verdeling van concrete transparantietoepassingen over de onderdelen van de definitie. Bovendien leggen Heikkilä et al. minder nadruk op publieksparticipatie, wat naar mijn mening ook niet onder transparantie valt. Immers: hoewel interactie met het publiek via openheid en feedback centraal staat bij transparantie, speelt de bijdrage van het publiek aan het journalistieke product geen rol. Correcties naar aanleiding van publieksreacties vormen daarop een uitzondering.

### **Concretiseren**

De driedelige definitie van zowel Karlsson (2010, 2020) en Heikkilä et al. (2012) heeft transparantie flink verduidelijkt. Toch blijft het een vaag begrip. Om het te concretiseren noemen Curry & Stroud (2021) een aantal "*transparency elements*." Dat zijn bijvoorbeeld informatie over correcties, biografie van auteur, *hyperlinks* naar gerelateerde verhalen en documenten, aanvullende informatie over bronnen, uitleg over de manier waarop de informatie is verzameld, uitleg over welke besluiten zijn genomen tijdens het productieproces, links naar eerdere versies van de verhalen, tijdstempels, openheid over de mening van de journalist en openheid over de financiering van de nieuwsorganisatie. In tabel 1 staan deze *transparency elements* ingedeeld volgens de driedeling van Heikkilä et al. (2012).

Ook vanuit de journalistieke praktijk worden manieren aangedragen om transparantie te concretiseren. *The Trust Project* is bijvoorbeeld een organisatie opgericht door journaliste Sally Lehrman en richt zich wereldwijd op het herstellen van het vertrouwen in nieuws via transparantie (The Trust Project, n.d.).

Daarvoor zijn acht *Trust Indicators* opgesteld die nieuwsmedia volgens de organisatie moeten toepassen om transparantie te waarborgen, namelijk (1) uitleg over de

(on)afhankelijkheid van het medium; (2) informatie over de journalist; (3) indicatoren die aangeven of het artikel bijvoorbeeld opinie, analyse, sport of advertentie is; (4) bronvermelding; (5) methode; (6) informatie over of het verhaal lokaal of niet lokaal tot stand is gekomen; (7) informatie over de mate waarin het medium zich inzet om meerdere (en vooral diverse) stemmen te laten horen en (8) informatie over de manier waarop het medium het publiek betreft bij het totstandkomen van het nieuws. Deze indicatoren zijn in tabel 1 verwerkt.

	Curry & Strouds (2021) transparantie-indicatoren	<i>The Trust Project</i> (n.d.) transparantie-indicatoren
<i>Actor transparency</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biografie van auteur</li> <li>- Openheid over mening van auteur</li> <li>- Openheid over financiering van de nieuwsorganisatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uitleg over (on)afhankelijkheid van medium</li> <li>- Informatie over de journalist</li> <li>- Informatie over de mate waarin het medium zich inzet voor divers nieuws</li> </ul>
<i>Production transparency</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Hyperlinks</i> naar gerelateerde verhalen en documenten</li> <li>- Aanvullende informatie over bronnen</li> <li>- Uitleg over verzameling van informatie</li> <li>- Uitleg over besluitvorming</li> <li>- Links naar eerdere verhalen</li> <li>- Tijdstempels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indicatoren die aangeven bij welke categorie het artikel hoort</li> <li>- Bronvermelding</li> <li>- Methode</li> <li>- Informatie over of het verhaal lokaal of niet lokaal tot stand is gekomen</li> </ul>
<i>Media responsiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informatie over correcties</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informatie over de manier waarop het medium het publiek betreft bij het totstandkomen van het nieuws</li> </ul>

Tabel 1 - Transparantie-indicatoren aan de hand van de driedeling van Heikkilä et al., (2012)

## Conclusie

Transparantie is en blijft een ingewikkeld onderwerp, zowel op het niveau van definitie als op het niveau van toepassing. De academische wereld biedt daarbij weinig verduidelijking, omdat de meeste discussies over transparantie juist onder onderzoekers zelf woeden.

Het discours over transparantie vindt sinds de millenniumwisseling op grote schaal plaats en heeft een belangrijke verandering ondergaan. De literatuur ging eerst met name over het verminderende vertrouwen in *mainstream media* en de afnemende populariteit van het objectiviteitsregime, waarbij transparantie als belangrijke oplossing werd aangedragen.

Vervolgens werd de toepassing ervan op redacties bestudeerd, aan de hand van diepte-interviews en etnografisch onderzoek. Later kwam daar een andere invalshoek bij en werd de aandacht verschoven naar onderzoek over de behoefte van het publiek aan transparantie. Via focusgroepen, experimenten en enquêtes werd deze behoefte bevraagd en daar kwam geen eenduidig antwoord uit.

Over één ding is de literatuur het in ieder geval eens: transparantie is een breed begrip dat concretisering verdient. Het beste daarvoor in dit onderzoek is de driedeling van Heikkilä et al. (2012) in *actor transparency*, *production transparency* en *media responsiveness*. Om die driedeling verder te concretiseren zijn zowel de maatregelen van Curry en Stroud (2021) als de acht punten van *The Trust Project* (n.d.) handig.

## 2. Onderzoek naar behoefte aan transparantie

In het vorige hoofdstuk kwam onderzoek naar de publieksbehoefte aan transparantie kort aan bod, in dit hoofdstuk wordt uitgebreider op die studies ingegaan. Deze keer niet vanuit het doel om de academische ontwikkeling in het onderzoek naar transparantie uiteen te zetten, maar om te illustreren op welke manieren onderzoek is gedaan naar transparantie en

wat de uitkomsten van deze onderzoeken waren. De drie voorkomende onderzoeksmethodes bij het kijken naar de publieksbehoefte aan transparantie zijn via experimenten, open vragen en gesloten vragen.

## **Experimenten**

Er zijn meerdere onderzoeken waarin de behoefte van het publiek aan transparantie via experimenten werd getest. Zo voerden Curry en Stroud (2021) een online experiment uit in de Verenigde Staten waarbij ze de onderzoekspopulatie opdeelden in twee groepen. De ene groep kreeg artikelen te lezen met *actor* en *production transparency*, zoals *hyperlinks* en knoppen die doorlinkten naar achtergrondinformatie over de auteur. De andere groep kreeg berichten te lezen zonder die transparante elementen. De onderzoekers hielden bij in hoeverre de lezers gebruik maakten van de transparante elementen, bijvoorbeeld door erop te klikken. Bovendien vroegen ze achteraf naar de geloofwaardigheid van de artikelen.

De onderzoekers concludeerden dat weinig lezers de transparante elementen benutten. Slechts 32 van de 613 respondenten maakten gebruik van de doorklikbare transparante elementen. Wel signaleerden de onderzoekers een positieve relatie tussen de transparantie en de gepercipieerde betrouwbaarheid (*credibility*) van het nieuwsartikel. Hoewel het effect klein was, was het statistisch significant.

Soortgelijke experimenten leidden echter niet tot dezelfde resultaten. Karlsson et al. (2014) voerden een vrijwel vergelijkbaar experiment uit in Zweden en concludeerden dat de verschillende vormen van transparantie nagenoeg geen effect hadden op de betrouwbaarheid. Ook Koliska (2022) deed een experiment met dezelfde opzet in de Verenigde Staten en ondervond een zodanig klein positief effect van transparantie-

elementen op het vertrouwen, dat er volgens de onderzoeker niet over correlatie gesproken kon worden.

## **Gesloten vraag**

Enquête-onderzoek naar transparantie met gesloten vragen is ook gedaan. Daarbij lag over het algemeen de focus niet bij transparantie specifiek, maar op journalistieke waarden in het algemeen. Dit om de resultaten vergelijkbaar te maken met de opvatting van het publiek over andere journalistieke waarden.

Zo deden Loosen et al. in 2020 een onderzoek naar de behoefte van het Duitse publiek aan 34 verschillende journalistieke waarden. Daarbij werden zowel traditionele journalistieke waarden, zoals objectiviteit en onafhankelijkheid, en nieuwe journalistieke waarden, zoals transparantie bevroegd. De respondenten konden deze waarden beoordelen op een Likertschaal van 1 tot 5. De studie concludeerde dat brontransparantie bijna net zo belangrijk werd geacht als onafhankelijkheid.

In Nederland deden Van der Wurff en Schoenbach (2014) onderzoek naar de behoefte van het publiek aan journalistieke waarden in Nederland. Ook daaruit bleek dat het publiek transparantie hoog beoordeelde.

## **Open vraag**

De behoefte van het publiek aan transparantie is nog niet veel onderzocht via de open vraagmethode. Het is immers tijdrovend werk en de resultaten zijn lastig kwantificeerbaar. Toch is het een methode die een belangrijke toevoeging biedt aan het onderzoeksgebied, omdat het een van de weinige methodes is waarbij de suggestie van transparantie

achterwege kan blijven. Respondenten kunnen immers het woord 'transparantie' nergens aanvinken en moeten zelf op het begrip of een synoniem ervan komen.

Karlsson en Clerwall (2018) organiseerden in Zweden een aantal focusgroepen met in totaal 82 deelnemers. Ze gingen met hen in gesprek over het nieuws, waarbij ze onder andere vroegen wat ze goede, ideale en geloofwaardige journalistiek vonden. Transparantie werd daarbij niet gesuggereerd, de vraag was juist of de participanten het zelf zouden opbrengen. Later in de focusgroep werd transparantie wel opgebracht.

Uit het onderzoek van Karlsson en Clerwall bleek dat de participanten transparantie amper noemden wanneer werd gevraagd naar goede journalistiek. Vooral woorden als objectiviteit, waarheidsgetrouw, juist taalgebruik en grondig onderzoek kwamen naar voren.

## **Verwarring**

De uiteenlopende onderzoeksresultaten leveren verwarring op. Het is namelijk nog steeds niet duidelijk of het publiek wel of geen behoefte heeft aan transparantie. Journalisten worden al zo'n twintig jaar gewezen op de toepassing van transparantie in hun werk om het verminderde vertrouwen van het publiek in de media te herstellen, zoals in het vorige hoofdstuk werd geconcludeerd. Tegelijkertijd is nog niet onomstreden bewezen dat transparantie dat beoogde effect daadwerkelijk heeft.

Voor de uiteenlopende onderzoeksresultaten zijn meerdere oorzaken aan te dragen. Het land waarin het onderzoek is afgenomen kan bijvoorbeeld veel effect hebben op de uiteindelijke resultaten. In de Verenigde Staten had bijvoorbeeld slechts 26% van de bevolking vertrouwen in het nieuws in 2022, terwijl dat in West-Europese landen zoals Duitsland en Zweden op 50% lag (Reuters Digital News Report, 2022). Het vertrouwen in het nieuws kan invloed hebben op de eisen die nieuwsgebruikers stellen aan journalisten.

Een andere verklaring voor de verschillen in onderzoeksresultaten kan zijn dat het aan de onderzoeksopzet en de manier van bevragen ligt. Daniller et al. (2017) concludeerden na een onderzoek in de Verenigde Staten dat bij het onderzoek naar vertrouwen in media, de vraagstelling een enorme invloed heeft op de antwoorden. Wanneer respondenten naar het vertrouwen in specifieke nieuwsmedia werd gevraagd, beoordeelden ze dat hoger dan wanneer hun werd gevraagd naar nieuwsmedia in het algemeen.

Dat leidt ons tot de volgende onderzoeksvraag: **Is de aangegeven behoefte van het publiek aan transparantie afhankelijk van de vraagstelling?**

### **3. Methode**

Het doel van dit onderzoek is om de discrepantie tussen voorgaande onderzoeksresultaten te verklaren. Het is daarvoor noodzakelijk om die voorgaande onderzoeken zo precies mogelijk te repliceren. Omdat het onderzoek tijdgebonden is, is ervoor gekozen om niet alle drie de manieren te onderzoeken waarop de behoefte van het publiek aan transparantie voorheen is onderzocht.

In dit onderzoek worden de twee best vergelijkbare methodes gebruikt, namelijk de open vraag en de enquête. De open vraag en de enquête zijn het best met elkaar te vergelijken, omdat ze in vraagvorm sterk op elkaar lijken. Beide onderzoeksmethodes vragen namelijk naar de mening van het publiek over journalistieke waarden in het algemeen. Vervolgens wordt de toegeschreven waarde aan transparantie vergeleken met het belang dat het publiek hecht aan andere journalistieke waarden. Hierdoor zijn de resultaten van het onderzoek niet enkel op het gebied van transparantie met elkaar te vergelijken, wat wel het geval zou zijn bij de experimentvorm.

De open vraagvorm en de enquête lijken sterk op elkaar, maar verschillen op één cruciaal punt. Bij de eerstgenoemde wordt namelijk geen enkele journalistieke waarde gesuggereerd, en noemen de respondenten wat in hen opkomt. Bij de tweede worden journalistieke waarden voorgesteld, die door de respondenten beoordeeld worden.

Het onderzoek bestaat uit twee deelvragen:

Deelvraag 1: **Hoe belangrijk vindt het publiek transparantie vergeleken met andere journalistieke waarden wanneer dit in een gesloten vraag gevraagd wordt?**

Deelvraag 2: **Hoe belangrijk vindt het publiek transparantie vergeleken met andere journalistieke waarden wanneer dit in een open vraag gevraagd wordt?**

## **Gesloten vraag**

Voor het enquête-deel is een onderzoek van Van der Wurff & Schoenbach (2014) nagenoeg gerepliceerd. Van der Wurff & Schoenbach onderzochten de behoefte van het publiek aan journalistieke waarden in Nederland, en gebruikten daarvoor vragen die afkomstig waren uit hun eigen literatuuronderzoek. Daaraan hadden ze vragen toegevoegd die waren afgeleid van de resultaten van hun eigen Delphi-studie onder Nederlandse journalisten. Sommige vragen werden daarbij iets aangepast om ze beter begrijpbaar te maken voor het publiek.

Naast de 21 vragen van Van der Wurff & Schoenbach werden voor dit onderzoek ook drie vragen uit het onderzoek van Loosen et al. (2020) gebruikt. Dit waren in hun onderzoek de vragen die zich specifiek focusten op *Journalistic transparency*. Ze waren door de onderzoekers samengesteld op basis van een *case study* naar de verwachtingen die gebruikers hebben van vier grote Duitse nieuwsmedia en hun journalisten.



Tot slot werd door de onderzoeker een laatste vraag toegevoegd, om te zorgen dat ook de *actor transparency*, die in hoofdstuk 1 is toegelicht, te kunnen testen. Het totaal aan vragen is in tabel 1 te aanschouwen.

**Tabel 1. Selectie van enquêtevragen**

Bron van item	Item	Score (1-5)*
<i>Professional orientation index</i>	<i>Get news to the public as quickly as possible</i>	4,1
	<i>Critically follow government</i>	4,0
	<i>Explain social issues</i>	4,0
	<i>Enable readers, viewers, and listeners to develop their own opinion</i>	3,8
	<i>Critically follow big business</i>	3,7
<i>User orientation index</i>	<i>Give ordinary people a chance to express their view</i>	3,5
	<i>Report on events that interest large groups of people</i>	3,4
	<i>Stimulate people to participate in debates on important social issues</i>	3,4
	<i>Enable people to contribute to the news</i>	3,3
	<i>Provide entertainment and relaxation</i>	3,2
<i>Traditional journalistic values index</i>	<i>Are independent</i>	4,2
	<i>Clearly separate news from advertisements</i>	4,1
	<i>Openly admit mistakes to audiences</i>	4,1
	<i>Strictly separate facts and opinion</i>	4,1
	<i>Report different views in society as completely as possible</i>	4,0
<i>Accountability index</i>	<i>Clearly indicate journalistic principles</i>	3,6
	<i>Explain how news items come about</i>	3,4
<i>Responsiveness index</i>	<i>Respond to audience complaints</i>	3,8
	<i>Consider audience wishes</i>	3,6
	<i>Bond with viewers, readers, and listeners</i>	3,3
	<i>Side with ordinary people when reporting on conflicts</i>	3,3
	<i>Inform the audience about the sources on which the reporting is based</i>	4,2
Loosen et al. (2020)	<i>Explain to the audience why exactly these topics are covered</i>	3,8
	<i>Explain to the audience what you don't know or don't know for sure</i>	4,2
Toevoeging	Aan het publiek uitleggen wat de persoonlijk achtergrond van de journalist is -	

\* Zowel Van der Wurff & Schoenbach (2014) en Loosen et al. (2020) hebben deze items voorgelegd aan een respectievelijk Nederlands en Duits publiek. De stellingen werden beoordeeld op een vijfpunts Likertschaal, met (1) *not at all important/unimportant* en (5) *very important*. De gemiddelde scores die daaruit zijn voortgekomen staan in deze kolom.

Van der Wurff & Schoenbach lieten de enquête-items beoordelen op een Likertschaal van "not at all important" ("1") tot "extremely important" ("5"). De daarbij behorende vraag was: "How important is it to you personally that news media in the Netherlands..." Loosen et al. maakten van eenzelfde beoordelingswijze gebruik, en stelden de vraag: "Please tell me how important each of these aspects should be in journalists' work." In dit onderzoek zullen de respondenten dezelfde vraag krijgen, maar dan in het Nederlands. Ze zullen vervolgens, net als bij Van der Wurff & Schoenbach, de stellingen op een vijfpunts Likertschaal beoordelen. In tabel 2 staat de Nederlandse vertaling die gebruikt wordt.

**Tabel 2. Vertaling naar het Nederlands**

Origineel van Van der Wurff & Schoenbach (2014) en Loosen et al. (2020)	Vertaling
<i>Please tell me how important each of these aspects should be in journalists' work.</i>	Hoe belangrijk vindt u deze aspecten in het werk van journalisten?
<i>How important is it to you personally that news media in the Netherlands...</i>	Hoe belangrijk is het voor u persoonlijk dat nieuwsmedia in Nederland...
<i>Get news to the public as quickly as possible</i>	Het nieuws zo snel mogelijk bij de mensen brengen
<i>Critically follow government</i>	De overheid kritisch volgen
<i>Explain social issues</i>	Sociale problemen uitleggen
<i>Enable readers, viewers, and listeners to develop their own opinion</i>	Het lezers, kijkers en luisteraars mogelijk maken om hun eigen mening te vormen
<i>Critically follow big business</i>	Grote bedrijven kritisch volgen
<i>Give ordinary people a chance to express their view</i>	Aan normale mensen een kans geven om hun mening te uiten
<i>Report on events that interest large groups of people</i>	Verslag doen van gebeurtenissen waarin grote groepen mensen geïnteresseerd zijn
<i>Stimulate people to participate in debates on important social issues</i>	Mensen aanmoedigen om deel te nemen aan debatten over belangrijke sociale problemen
<i>Enable people to contribute to the news</i>	Het mensen mogelijk maken om bij te dragen aan het nieuws
<i>Provide entertainment and relaxation</i>	Vermaak en ontspanning geven
<i>Are independent</i>	Onafhankelijk zijn
<i>Clearly separate news from advertisements</i>	Duidelijk onderscheid maken tussen nieuws en reclame

<i>Openly admit mistakes to audiences</i>	Openlijk fouten toegeven aan het publiek
<i>Strictly separate facts and opinion</i>	Feiten en meningen strikt gescheiden houden
<i>Report different views in society as completely as possible</i>	Zo compleet mogelijk de verschillende meningen in de samenleving vastleggen
<i>Clearly indicate journalistic principles</i>	Hun journalistieke principes duidelijk maken
<i>Explain how news items come about</i>	Uitleggen hoe nieuwsberichten tot stand komen
<i>Respond to audience complaints</i>	Reageren op klachten van het publiek
<i>Consider audience wishes</i>	Rekening houden met de wensen van het publiek
<i>Bond with viewers, readers, and listeners</i>	Een band aangaan met kijkers, lezers en luisteraars
<i>Side with ordinary people when reporting on conflicts</i>	De kant van normale mensen kiezen bij verslaggeving over conflicten
<i>Inform the audience about the sources on which the reporting is based</i>	Het publiek informeren over de bronnen waarop de verslaggeving is gebaseerd
<i>Explain to the audience why exactly these topics are covered</i>	Aan het publiek uitleggen waarom specifiek deze onderwerpen worden behandeld
<i>Explain to the audience what you don't know or don't know for sure</i>	Aan het publiek uitleggen wat ze niet weten of niet zeker weten
-	Aan het publiek uitleggen wat hun persoonlijke achtergrond is

## Open vraag

Voor de open vraagvorm is het onderzoek van Karlsson en Clerwall (2018) als uitgangspunt genomen. Karlsson en Clerwall hielden in het kader van onderzoek naar transparantie meerdere focusgroepen in Zweden. Ze organiseerden dertien focusgroepen met in totaal 82 deelnemers. Tijdens de focusgroepen werden de deelnemers via inleidende vragen naar de hoofdvraag geleid, die luidde: "Wat vindt u zelf goede journalistiek?"

Karlsson & Clerwall zijn zo vriendelijk geweest om hun exacte onderzoeksopzet en vragenlijst te delen. Deze was in het Zweeds, maar is met behulp van online vertaalprogramma's vertaald naar het Nederlands. Twee van de vragen van Karlsson & Clerwall zijn overgenomen, maar daarbij wel iets aangepast om de vergelijkbaarheid met de gesloten vragen te vergroten. De derde vraag is toegevoegd door de onderzoeker zelf.

### **Tabel 3. Open vragen, gebaseerd op Karlsson & Clerwall (2018)**

#### *Open vragen*

---

*Waar denkt u aan bij het woord "nieuws"?*

*Wat vindt u belangrijk in het werk van journalisten?*

*Waarom moeten journalistieke nieuwsberichten volgens u voldoen?*

## **Verzameling van resultaten**

Beide onderzoeksmethodes zijn via een online enquête uitgezet. Dat is voor de gesloten vragen niet verrassend, Van der Wurff & Schoenbach (2014) en Loosen et al. (2020) hebben hun onderzoek immers ook op die manier uitgevoerd. Dat de online enquête ook is gebruikt om de open vragen te stellen is echter wel bijzonder, Karlsson en Clerwall (2018) deden het zelf namelijk via een focusgroep.

In dit onderzoek wordt geen gebruik gemaakt van de focusgroep, omdat een online enquête met open vragen de vergelijkbaarheid met de gesloten vragen vergroot. Na het laten beantwoorden van de enquête zijn de resultaten van de open vragen gecodeerd, aan de hand van de gesloten vragen. Op die manier zijn de twee met elkaar te vergelijken.

## **4. Resultaten**

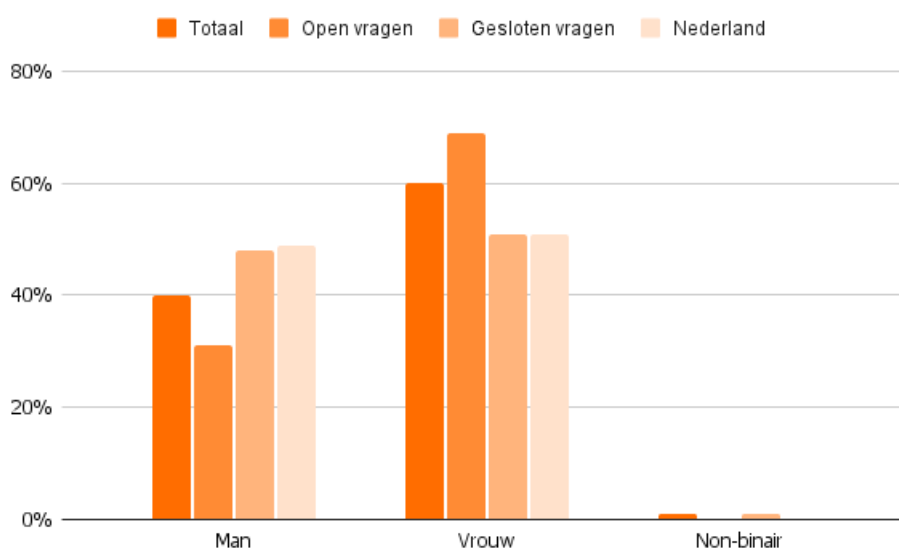
De online enquête kon van 31 mei tot en met 12 juni worden ingevuld. De link naar de enquête werd doorgestuurd naar vrienden, familie en kennissen van team Ombudsman en werd op sociale media zoals *Facebook* en *LinkedIn* gedeeld. Bij het invullen van de enquête kreeg de ene helft de gesloten vraagversie en de andere helft de open vraagversie. Op die manier verzamelden beide varianten ongeveer evenveel resultaten.

## Representativiteit

In totaal vulden 196 personen de enquête in, waarvan 32 het niet af maakten. De open vragen werden door 78 mensen beantwoord. De 86 overige mensen kregen de gesloten vragen. Het aantal resultaten is onvoldoende om de conclusies representatief te laten zijn. Dit onderzoek draagt echter wel een mogelijke verklaring aan voor de verschillende resultaten die uit voorgaande onderzoeken naar transparantie komen. Bovendien vormt het onderzoek op deze manier een goede basis om het op grotere schaal en met een betere representativiteit uit te voeren.

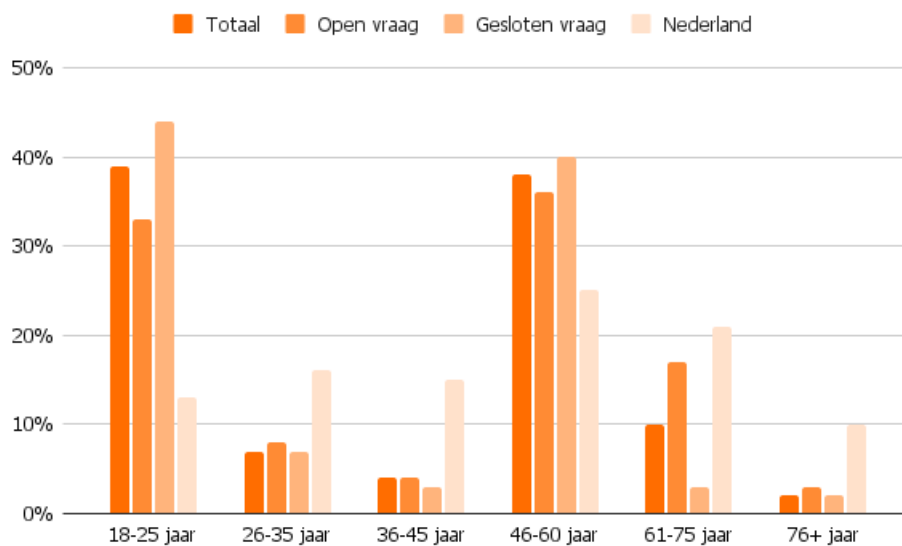
Op het gebied van gender zijn de respondenten redelijk gelijk verdeeld, zoals te zien is in figuur 1. Meer vrouwen hebben de enquête ingevuld dan mannen. Eén non-binair persoon heeft de enquête ingevuld. Op Nederlands vlak zijn via het CBS geen cijfers bekend over het aantal non-binaire personen, waardoor de hoeveelheid non-binaire personen niet vergeleken kan worden met het Nederlandse aantal.

**Figuur 1. Genderverdeling respondenten die enquête afronden**



De leeftjidsverdeling van de respondenten is niet representatief, zoals te zien is in figuur 2. De leeftjidsgroep 18-25 jaar en de leeftjidsgroep 46-60 jaar zijn flink oververtegenwoordigd, terwijl andere leeftjidsgroepen ondervertegenwoordigd zijn gebleven. Dit is het gevolg van het uitzetten van de enquête bij vrienden, familie en kennissen; dan bereik je immers voornamelijk mensen in je eigen leeftjidscategorie.

**Figuur 2. Leefljidsverdeling respondenten die enquête afronden**



De resultaten die gaan volgen zijn dus – nogmaals – niet representatief en moeten niet als dusdanig worden gelezen. Ze vormen wel een interessante inkijk in het onderwerp en bieden kans voor volgend onderzoek.

## Resultaten gesloten vragen

De gesloten vragen werden, zoals hiervoor genoemd, door 86 personen beoordeeld op een Likertschaal van 1 tot 5. De resultaten daarvan zijn in tabel 4 te zien. Opvallend is dat geen enkele journalistieke waarde 'onvoldoende' scoorde. Alles werd op zijn minst met een gemiddelde 2,87 beoordeeld. Dat kan te maken hebben met de *social desirability bias*, de

neiging van mensen om de antwoorden te geven waarvan ze denken dat ze die moeten geven. Overigens heeft het laagst gescoorde item, aan het publiek uitleggen wat hun persoonlijke achtergrond is, de hoogste standaarddeviatie.

De items die het hoogst scoren zijn duidelijk onderscheid maken tussen nieuws en reclame, onafhankelijk zijn en openlijk fouten toegeven aan het publiek. Items die zich focussen op een persoonlijke relatie tussen journalisten en het publiek scoren relatief laag.

**Tabel 4. Resultaten gesloten vragen, op volgorde van best beoordeeld**

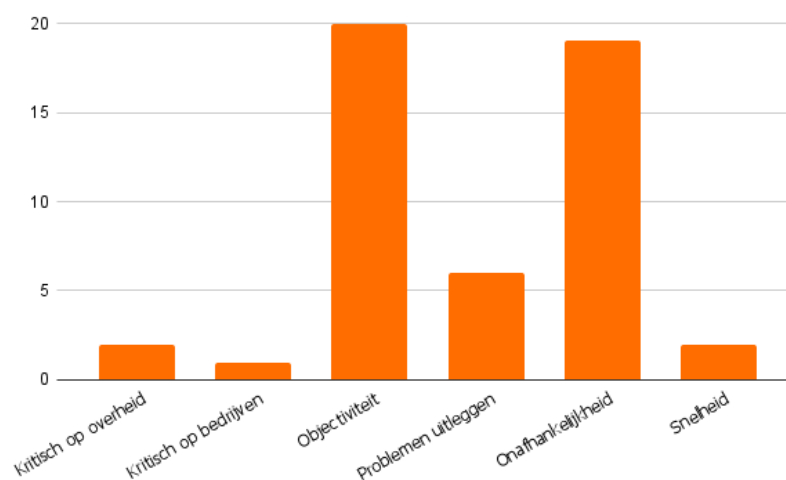
Hoe belangrijk vindt u deze aspecten in het werk van journalisten?	Gemiddelde	Standaarddeviatie
Duidelijk onderscheid maken tussen nieuws en reclame	4,69	0,82
Onafhankelijk zijn	4,57	0,80
Openlijk fouten toegeven aan het publiek	4,48	0,71
De overheid kritisch volgen	4,42	0,76
Feiten en meningen strikt gescheiden houden	4,38	0,86
Aan het publiek uitleggen wat ze niet zeker weten	4,33	0,66
Het publiek informeren over de bronnen waarop de verslaggeving is gebaseerd	4,24	0,77
Het lezers, kijkers en luisteraars mogelijk maken om hun eigen mening te vormen	4,24	0,84
Grote bedrijven kritisch volgen	4,20	0,85
Zo compleet mogelijk de verschillende meningen in de samenleving vastleggen	4,13	0,76
Sociale problemen uitleggen	4,05	0,92
Verslag doen van gebeurtenissen waarin grote groepen mensen geïnteresseerd zijn	3,86	0,77
Hun journalistieke principes duidelijk maken	3,74	0,92
Het nieuws zo snel mogelijk bij de mensen brengen	3,74	1,02
Aan het publiek uitleggen waarom specifiek deze onderwerpen worden behandeld	3,66	0,83

Uitleggen hoe nieuwsberichten tot stand komen	3,58	0,83
Reageren op klachten van het publiek	3,53	1,00
Aan normale mensen een kans geven om hun mening te uiten	3,47	0,93
Mensen aanmoedigen om deel te nemen aan debatten over de sociale problemen	3,34	0,98
Het mensen mogelijk maken om bij te dragen aan het nieuws	3,31	0,92
Rekening houden met de wensen van het publiek	2,97	0,99
Vermaak en ontspanning geven	2,97	1,05
De kant van normale mensen kiezen bij verslaggeving over conflicten	2,94	0,97
Een band aangaan met kijkers, lezers en luisteraars	2,94	0,99
Aan het publiek uitleggen wat hun persoonlijke achtergrond is	2,87	1,07

## Resultaten open vraag

De open vragen zijn aan de hand van de gesloten vragen gecodeerd. Op die manier zijn de twee onderzoeksmethodes later beter met elkaar te vergelijken. Uit het coderen van de open vragen blijkt dat slechts 6 van de 25 gesloten vragen überhaupt worden genoemd door de respondenten, zoals blijkt uit figuur 3. Daarvan werden objectiviteit (feiten en meningen strikt gescheiden houden) en onafhankelijkheid (onafhankelijk zijn) veruit het belangrijkste geacht.

**Figuur 3. Resultaten open vragen**





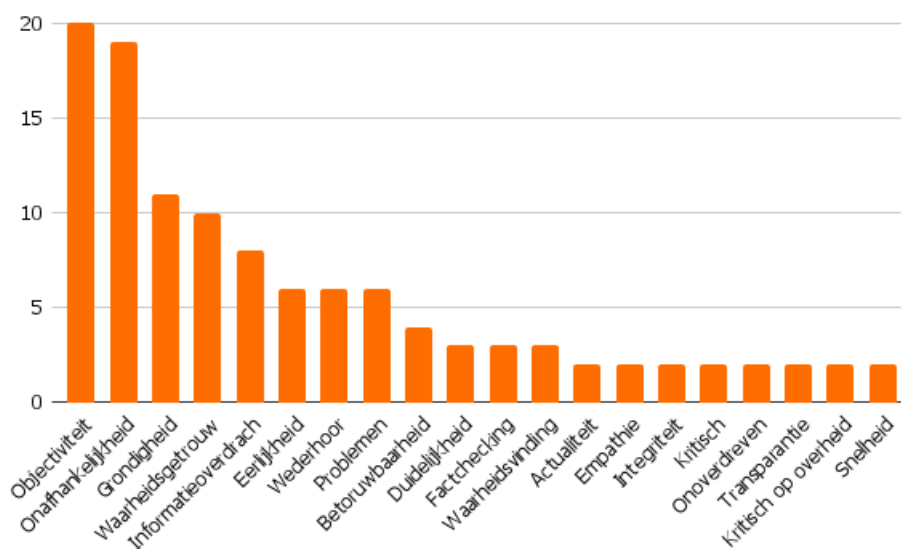
Wanneer echter ook wordt gekeken naar antwoorden die *niet* binnen het codeboek vielen, dan komt een hoop interessants naar voren, zoals te zien is in figuur 4. Respondenten gaven bijvoorbeeld aan dat ze het belangrijk vinden dat journalisten grondig onderzoek doen, waarheidsgetrouw rapporteren, wederhoor halen. Velen vinden de belangrijkste functie van de journalistiek informatieoverdracht.

**Figuur 4. Overige journalistieke waarden**



Wanneer deze overige journalistieke waarden naast de gecodeerde journalistieke waarden in een diagram worden gezet, ontstaat een interessante verandering, zie figuur 5. Naast objectiviteit en onafhankelijkheid, komen dan 'grondigheid' en 'waarheidsgetrouw' te staan.

**Figuur 5. Gecodeerde en overige resultaten open vragen**



## 5. Conclusie en discussie

Aan de hand van de resultaten zoals die in het vorige hoofdstuk zijn gepresenteerd, is een aantal interessante conclusies te trekken.

### Conclusie deelvraag 1

Deelvraag 1 luidde: Hoe belangrijk vindt het publiek transparantie vergeleken met andere journalistieke waarden wanneer dit in een gesloten vraag gevraagd wordt? Daarvoor is het handig om terug te kijken naar tabel 4, ditmaal met de items die op transparantie wijzen gearceerd. Dat is te zien in tabel 5.

**Tabel 5. Resultaten gesloten vraag, transparantie gearceerd**

Hoe belangrijk vindt u deze aspecten in het werk van journalisten?	Gemiddelde	Standaarddeviatie
<i>Actor transparency</i>		
<i>Production transparency</i>		
<i>Media responsiveness</i>		
Duidelijk onderscheid maken tussen nieuws en reclame	4,69	0,82
Onafhankelijk zijn	4,57	0,80
Openlijk fouten toegeven aan het publiek	4,48	0,71
De overheid kritisch volgen	4,42	0,76
Feiten en meningen strikt gescheiden houden	4,38	0,86
Aan het publiek uitleggen wat ze niet zeker weten	4,33	0,66
Het publiek informeren over de bronnen waarop de verslaggeving is gebaseerd	4,24	0,77
Het lezers, kijkers en luisteraars mogelijk maken om hun eigen mening te vormen	4,24	0,84
Grote bedrijven kritisch volgen	4,20	0,85
Zo compleet mogelijk de verschillende meningen in de samenleving vastleggen	4,13	0,76

Sociale problemen uitleggen	4,05	0,92
Verslag doen van gebeurtenissen waarin grote groepen mensen geïnteresseerd zijn	3,86	0,77
Hun journalistieke principes duidelijk maken	3,74	0,92
Het nieuws zo snel mogelijk bij de mensen brengen	3,74	1,02
Aan het publiek uitleggen waarom specifiek deze onderwerpen worden behandeld	3,66	0,83
Uitleggen hoe nieuwsberichten tot stand komen	3,58	0,83
Reageren op klachten van het publiek	3,53	1,00
Aan normale mensen een kans geven om hun mening te uiten	3,47	0,93
Mensen aanmoedigen om deel te nemen aan debatten over de sociale problemen	3,34	0,98
Het mensen mogelijk maken om bij te dragen aan het nieuws	3,31	0,92
Rekening houden met de wensen van het publiek	2,97	0,99
Vermaak en ontspanning geven	2,97	1,05
De kant van normale mensen kiezen bij verslaggeving over conflicten	2,94	0,97
Een band aangaan met kijkers, lezers en luisteraars	2,94	0,99
Aan het publiek uitleggen wat hun persoonlijke achtergrond is	2,87	1,07

Hieruit valt op te maken dat vooral het openlijk fouten toegeven aan het publiek, wat onder *media responsiveness* valt, belangrijk wordt gevonden. Het krijgt zelfs een derde plek toegewezen door de respondenten, net iets onder onafhankelijk zijn. Ook *production transparency* wordt relatief hoog gewaardeerd. Vooral bronvermelding en transparantie over onzekerheden zijn daarin belangrijk.

Over *Actor transparency*, transparantie over de producenten van het nieuws, waren de respondenten minder enthousiast. Het belang van het duidelijkmaken van de journalistieke principes zien de respondenten in, maar de persoonlijke achtergrond van de journalist wordt het minst belangrijk geacht van al 25 stellingen.

## Conclusie deelvraag 2

Deelvraag 2 luidde: Hoe belangrijk vindt het publiek transparantie vergeleken met andere journalistieke waarden wanneer dit in een open vraag gevraagd wordt? Het antwoord hierop is minder eenduidig dan het antwoord op deelvraag 1. Dit wordt veroorzaakt door het coderen, een proces dat van interpretatie afhankelijk is.

De termen die in figuur 4 te zien zijn, zoals 'eerlijkheid', zijn op allerlei verschillende manieren op te vatten. Men kan bijvoorbeeld stellen dat 'eerlijkheid' gelijk staat aan transparantie, waarbij de journalist eerlijk is over de bronnen die hij heeft geraadpleegd. Tegelijkertijd kan 'eerlijkheid' ook doelen op nieuws dat zich richt op meer gelijkheid, waarbij bijvoorbeeld minderheidsgroepen meer aan het woord komen.

Hetzelfde geldt voor de term 'waarheidsgetrouw'. Dat zouden we kunnen scharen onder het kopje objectiviteit; feiten en meningen strikt gescheiden houden. Het kan echter ook doelen op het niet publiceren van nepnieuws. Uit een onderzoek van Pew Research Center bleek dat driekwart van de Nederlanders het verspreiden van nepnieuws ziet als een groot gevaar voor het land (Poushter et al., 2022).

De journalistiek lijkt te barsten van grote, overkoepelende termen die veel kunnen betekenen, dat heeft het literatuuronderzoek naar transparantie al bewezen. Er bestaan zoveel verschillende opvattingen over en invullingen van één begrip, dat het voor de onderzoeker vrijwel onmogelijk is om – zonder door te vragen – te bepalen waarop de respondent doelde. Dat geldt niet alleen voor transparantie, maar dus ook voor eerlijkheid en waarheidsgetrouw.

Deze interpretatie-afhankelijke twijfels willen echter niet zeggen dat de onderzoeksresultaten niet bruikbaar zijn voor het beantwoorden van deelvraag 2. Wat namelijk opvalt is dat transparantie weinig werd genoemd, slechts twee keer. Daarmee werd

het even belangrijk gevonden als onder andere snelheid, empathie en integriteit. Met name objectiviteit en onafhankelijkheid werden door de respondenten veel genoemd en erg belangrijk gevonden.

Het is ook interessant dat door de respondenten die transparantie noemden, niet werd duidelijk gemaakt wát voor een transparantie ze van de journalist verwachtten. De een noemde simpelweg 'transparantie' en de ander gebruikte het woord 'open'. De kans is aanwezig dat beide respondenten nooit uitgebreid stil hebben gestaan bij het begrip transparantie en dus het onderscheid tussen verschillende vormen transparantie niet maken. Het is immers een onderscheid dat is aangedragen door academici om het onderzoek naar en de toepassing van transparantie te concretiseren. Tegelijkertijd bleek uit de resultaten van de gesloten vragen dat het veel uitmaakt welke soort transparantie wordt toegepast.

## **Algemene conclusie**

Dit onderzoek werd uitgevoerd om te kijken of er een verklaring is voor de discrepantie tussen de onderzoeksresultaten van vorige onderzoeken die zijn gedaan naar de publieksbehoefte aan transparantie. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat daar wel degelijk een verklaring voor aan te dragen is. Bij de gesloten vragen werd transparantie immers hoog beoordeeld, terwijl het bij de open vragen nagenoeg niet genoemd werd. Wanneer het Nederlandse publiek 'transparantie' als journalistieke waarde niet voorgesteld krijgt, zullen ze het in veel gevallen niet kiezen.

Hierdoor worden de resultaten uit voorgaande onderzoeken naar transparantie lastig bruikbaar. De conclusies worden simpelweg zodanig beïnvloed door de gebruikte onderzoeksmethodes, dat we niet kunnen zeggen óf het publiek behoefte heeft aan transparantie.

## **Korte en lange termijn**

Een vergelijking van het literatuuronderzoek naar de aanvankelijke implementatie van transparantie met het literatuuronderzoek naar de onderzoeken die later werden gedaan naar de werkzaamheid van journalistieke transparantie leveren echter ook een interessante conclusie op. Transparantie werd grofweg twintig jaar geleden namelijk geïntroduceerd als remedie voor het dalende vertrouwen in de journalistiek. Het ging daarbij over de journalistiek als institutie, niet over individuele journalistieke artikelen. Het herstel van het vertrouwen in een institutie is niet van de ene op de andere dag gebeurd, het is een langetermijnproces.

De onderzoeken die de afgelopen jaren zijn gedaan naar journalistieke transparantie focussen zich echter op de betrouwbaarheid op korte termijn. Bij experimenten lezen respondenten bijvoorbeeld een artikel met transparante elementen, waarna hun wordt gevraagd of ze het artikel betrouwbaar vonden.

Onderzoekers keken dus niet naar wat het geheel aan transparante elementen over een langere tijdsperiode veranderde aan het vertrouwen van het publiek in de journalistiek als instituut. De onderzoekers keken wel naar het effect van geïsoleerde transparante elementen op het kortetermijn vertrouwen van het publiek in individuele journalistieke producties. Dat zijn uiteenlopende onderzoeksgebieden.

Ook in het geval van enquêtes en focusgroepen werd niet expliciet vermeld of de vragen over de lange of over de korte termijn gingen. Het is hierdoor niet te zeggen voor welke van de twee ze resultaten hebben opgeleverd.

## Discussie en aanbevelingen

Er is een aantal verbeterpunten voor dit onderzoek. Allereerst was het aantal respondenten onvoldoende en onevenredig verdeeld over leeftijdscategorieën. De resultaten zijn daardoor niet representatief. In een vervolgonderzoek kan dezelfde onderzoeksmethode toegepast worden op een meer representatieve groep.

Daarnaast was het coderen van de open vragen erg aan interpretatie onderhevig, zoals onder het kopje 'conclusie deelvraag 2' al werd besproken. Het nadeel van een enquête is dat je niet door kunt vragen bij de respondenten, waardoor je er niet achter kunt komen wat de respondent exact bedoelt. Het houden van focusgroepen voor zó'n groot aantal respondenten is in de praktijk echter ook onmogelijk. Een focusgroep met een tiental mensen kan echter wel illustreren wat mensen met onduidelijke benoemingen bedoelden.

Een ander discussiepunt is dat het de onderzoeker in dit onderzoek nog niet gelukt is om een manier te vinden om significantie te berekenen. Bij de gesloten vragen is het resultaat namelijk het gemiddelde van het totaal aan waarderingen. Dat komt omdat wordt gevraagd naar het beoordelen van de vragen op een Likertschaal van 1 tot 5.

Bij de open vragen is daarentegen geteld hoe vaak één van de journalistieke waarden genoemd werd. De journalistieke waarden zijn daar door de respondent niet op een volgorde gezet van meest belangrijk naar minst belangrijk en in veel gevallen werd slechts 1 journalistieke waarde genoemd. Hierdoor zijn de resultaten in de praktijk eigenlijk niet met elkaar te vergelijken.

In een vervolgonderzoek zou(den) de onderzoeker(s) ervoor kunnen kiezen om de gesloten vragen niet te laten beoordelen op een schaal van 1 tot 5, maar op volgorde te laten zetten van meest belangrijk naar minst belangrijk. Op deze manier wordt de

respondent gedwongen om effectief te kiezen welke waarden diegene zwaarder vindt wegen en welke minder.

Tegelijkertijd kan bij de open vragen worden gevraagd naar de top 5 meest belangrijke journalistieke waarden volgens die respondent. Op die manier kun je ervoor zorgen dat de twee onderzoeksmethodes met elkaar vergelijkbaar zijn én dat de significantie berekend kan worden.

Het echte probleem in dit onderzoek en andere onderzoeken die gedaan zijn naar transparantie is niet de onduidelijkheid in conclusies. De onderzoeksmethodes onderzoeken überhaupt niet hetgeen dat onderzocht moet worden. Er wordt namelijk alleen gekeken naar het kortetermijneffect van de implementatie van transparantie en niet naar het langetermijneffect.

Het is echter maar de vraag of het langetermijneffect van transparantie onderzocht kan worden. Veranderingen in het vertrouwen in de journalistiek kunnen immers veel meer oorzaken hebben dan alleen transparantie. En voor de lange termijn is het vrijwel onmogelijk om transparantie te isoleren.

Een manier om te kijken naar de langetermijneffecten van transparantie is door een vergelijking te trekken tussen het vertrouwen van mediagebruikers die transparante en niet-transparante media volgen. Ook dat zal echter geen causaal verband aanwijzen.



## Bibliografie

- Allen, D.S. (2008). The Trouble with Transparency; The challenge of doing journalism ethics in a surveillance society. *Journalism Studies*, 9(3), 323-340.
- Arets, D., De Cooker, J. en Wernaart, B. (2023, 19 april). AI hoort in de journalistieke beroepscode. *NRC*. Geraadpleegd op 24 april 2023, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2023/04/19/ai-hoort-in-de-journalistieke-beroepscode-a4162537>
- BBC Media Centre* (2023, 17 mei). BBC News puts transparency at its heart with BBC Verify. Geraadpleegd op 26 mei 2023, van <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/bbc-news-transparency-bbc-verify>
- Chadha, K., & Koliska, M. (2015). Newsroom and Transparency in the Digital Age. *Journalism Practice*, 9(2), 215-229.
- Costera Meijer, I. & Groot Kormelink, T. (2022, 15 juni). Digital News Report; Netherlands. *Reuters Institute*. Geraadpleegd op 24 april 2023, van <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/netherlands>
- Curry, A.L., & Stroud, N.J. (2021). The effects of journalistic transparency on credibility assessments and engagement intentions. *Journalism*, 22(4), 901-918.
- Daniller, A., Allen, D., Tallevi, A., & Mutz, D.C. (2017). Measuring Trust in the Press in a Changing Media Environment. *Communication Methods and Measures*, 11(1), 76-85.
- De Haan, Y., & Bardoel, J. (2011). From trust to accountability: Negotiating media performance in the Netherlands, 1987-2007. *European Journal of Communication*, 26(3), 230-246.

- De Haan, Y., & Bardoel, J. (2013). Tien jaar na Fortuyn; Kritiek en verantwoording bij Nederlandse nieuwsorganisaties. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 41(3), 213-230.
- Groenhart, H., & Evers, H. (2013). Regulering van journalistiek: een internationale of nationale kwestie? Resultaten van een internationaal vergelijkende survey onder journalisten. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 41(3), 304-324.
- Harbers, F. (2016). Time To Engage; *De Correspondent's* redefinition of journalistic quality. *Digital Journalism*, 4(4), 494-511.
- Hayes, A.S., Singer, J.B., & Cepos, J. (2007). Shifting Roles, Enduring Values: The Credible Journalist in a Digital Age. *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 262-279.
- Heikkila, H., Domingo, D., Pies, J., Glowacki, M., Kus, M., & Baisnée, O. (2012) Media Accountability Goes Online; A transnational study on emerging practices and innovations. *Working Paper*.  
[https://www.researchgate.net/publication/277148754\\_Media\\_Accountability\\_Goes\\_Online](https://www.researchgate.net/publication/277148754_Media_Accountability_Goes_Online)
- Humprecht, E. (2020). How Do They Debunk "Fake News"? A Cross-National Comparison of Transparency in Fact Checks. *Digital Journalism*, 8(3), 310-327.
- Karlsson, M. (2010). Rituals of Transparency; Evaluating online news outlets' use of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. *Journalism Studies*, 11(4), 535-545.
- Karlsson, M., Clerwall, C., & Nord, L. (2014). You Ain't Seen Nothing Yet; Transparency's (lack of) effect on source and message credibility. *Journalism Studies*, 15(5), 668-678.

- Karlsson, M., Clerwall, C., & Nord, L. (2017). Do Not Stand Corrected: Transparency and Users' Attitudes to Inaccurate News and Corrections in Online Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 148-167.
- Karlsson, M., & Clerwall, C. (2018). Transparency to the Rescue? Evaluating citizens' views on transparency tools in journalism. *Journalism Studies*, 19(13), 1923-1933.
- Karlsson, M. (2020). Dispersing the Opacity of Transparency in Journalism on the Appeal of Different Forms of Transparency to the General Public. *Journalism Studies*, 21(13), 1795-1814.
- Karlsson, M. (2022). *Transparency and Journalism; A Critical Appraisal of a Disruptive Norm*. Oxon: Routledge.
- Koliska, M. (2022). Trust and Journalistic Transparency Online. *Journalism Studies*, 23(12), 1488-1509.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism: What News People Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press.
- Loosen, W., Reimer, J., & Hölig, S. (2020). What Journalists Want and What They Ought to Do (In)Congruences and Audiences' Expectations. *Journalism Studies*, 21(12), 1744-1774.
- Mor, N., & Reich, Z. (2018). From "Trust Me" to "Show Me" Journalism; Can DocumentCloud help to restore the deteriorating credibility of news? *Journalism Practice*, 12(9), 1091-1108.
- Muñoz-Torres, J.R. (2012). Truth and Objectivity in Journalism; Autonomy of an endless misunderstanding. *Journalism Studies*, 13(4), 566-582.
- Plaisance, P.L. (2007). Transparency: An Assessment of the Kantian Roots of a Key Element in Media Ethics Practice. *Journal of Mass Media Ethics*, 22(2-3), 187-207.

- Poushter, J., Fagan, M., & Gubbala, S. (2022). *Climate Change Remains Top Global Threat Across 19-Country Survey*. Pew Research Center.
- Prochaska, F., & Obermaier, M. (2022). Trust through Transparency? How Journalistic Reactions to Media-Critical User Comments Affect Quality Perceptions and Behavior Intentions. *Digital Journalism*, 10(3), 452-472.
- Song, C., & Lee, J. (2016). Citizens' Use of Social Media in Government, Perceived Transparency, and Trust in Government. *Public Performance & Management Review*, 39(2), 430-453.
- The Trust Project (n.d.). *The 8 Trust Indicators*. Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://thetrustproject.org/#indicators>
- Turness, D. (2023, 22 mei). Explaining the 'how' - the launch of BBC Verify. *BBC*. Geraadpleegd op 26 mei 2023, van <https://www.bbc.com/news/uk-65650822>
- Van Baal, M. (2019, 4 januari). Wat de journalistiek kan doen om weerbaarder te zijn tegen populistische frames. *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 24 april 2023, van [https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/wat-de-journalistiek-kan-doen-om-weerbaarder-te-zijn-tegen-populistische-frames~b9802dbc/?utm\\_campaign=shared\\_earned&utm\\_medium=social&utm\\_source=email](https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/wat-de-journalistiek-kan-doen-om-weerbaarder-te-zijn-tegen-populistische-frames~b9802dbc/?utm_campaign=shared_earned&utm_medium=social&utm_source=email)
- Van der Wurff, R., & Schoenbach, K. (2014). Civic and Citizen Demands of News Media and Journalists: What Does the Audience Expect from Good Journalism? *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(3), 433-451.
- Van der Wurff, R., & Schönbach, K. (2011). Between Profession and Audience; Codes of conduct and transparency as quality instruments for off- and online journalism. *Journalism Studies*, 12(4), 407-422.

Ward, S.J.A. (2009). Truth and Objectivity. In Wilkins, L., & Christians, C.G. (Ed.), *The Handbook of Mass Media Ethics* (pp. 71-83). Routledge.

Wijnberg, R. (2013, 13 april). Waarom een verhaal niet zonder verteller kan. *De Correspondent*. Geraadpleegd op 24 april 2023, van <https://blog.decorrespondent.nl/post/47858813554/waarom-een-verhaal-niet-zonder-verteller-kan>

Wijnberg, R. (2018, 10 september). Meer privacy, transparantie en samenwerking met leden. Dit zijn de tien vernieuwende principes achter De Correspondent. *De Correspondent*. Geraadpleegd op 24 april 2023, van <https://decorrespondent.nl/8660/meer-privacy-transparantie-en-samenwerking-met-leden-dit-zijn-de-tien-vernieuwde-principes-achter-de-correspondent/134b603e-129f-0af2-0f9f-766a5249e730>