

Of je worst lust

Een onderzoek naar transparantie als journalistieke norm en het correctiebeleid op nieuwsredacties



Eline de Jong s2383810

Begeleider Dr. A.R.J. Pleijter

Tweede lezer Dr. A.W.M. Koetsenruijter

Masterthesis

Journalistiek & Nieuwe Media

Universiteit Leiden

11 juli 2019

Inhoudsopgave

1. INLEIDING	3
1.1 LEGITIMITEIT	4
1.2 TRANSPARANTIE.....	5
1.3 PROBLEEMSTELLING	8
1.4 LEESWIJZER	9
2. PERSPECTIEVEN OP TRANSPARANTIE.....	11
2.1 WAAROM TRANSPARANTIE?.....	11
2.2 TRANSPARANTIE VAN WAT?	15
2.3 RITUELEN VAN TRANSPARANTIE: CORRECTIES.....	18
3. METHODE	21
3.1 Kwalitatief onderzoek	21
3.2 DATAVERZAMELING	22
3.2.1 Onderzoeks groep.....	22
3.2.2 Kwalitatieve interviews	24
3.3 DATA-ANALYSE.....	27
3.4 Kwaliteitswaarborging.....	33
3.4.1 Betrouwbaarheid.....	34
3.4.2 Validiteit.....	35
4. RESULTATEN	38
4.1 TRANSPARANTIE ALS JOURNALISTIEKE NORM	38
4.1.1 Wat is transparantie in de journalistiek?	38
4.1.2 Dimensies van transparantie	47
4.2 CORRECTIEBELEID EN TRANSPARANTIE	62
4.2.1 Soorten fouten en correcties.....	62
4.2.2 Transparantie over correcties	73
5. CONCLUSIES EN DISCUSSIE	80
5.1 CONCLUSIES.....	80
RQ1: Hoe percipieren hoofdredacties van nieuwsmedia ‘transparantie’ als journalistiek ideaal?.....	81
RQ2: Op welke manieren zijn nieuwsredacties transparant over correcties van nieuwsberichten?.....	85
De vertaling van transparantie naar correctiebeleid: een normatief raamwerk.....	88
5.2 DISCUSSIE	94
5.3 KANTTEKENINGEN EN SUGGESTIES VOOR VERVOLGONDERZOEK.....	97
5.4 AANBEVELINGEN VOOR DE BEROEPPSGROEP	99
REFERENTIES	102
BIJLAGEN.....	107
1. A. TOPICLIJST	108
1. B. VOORBEELDEN VAN FOUTEN EN CORRECTIES	111
2. CODELIJSTEN	112

*'Publicity is justly commended as a remedy for social and industrial diseases.
Sunlight is said to be the best of disinfectants; electric light the most efficient policeman.'*

Louis D. Brandeis¹

¹ Brandeis, L. (1913, 20 december)

1. Inleiding

Een wekelijkse mail van de hoofdredacteur, het vermelden van informatie over de auteur bij een artikel en de precieze tijd van publicatie, verantwoordingskaders, correctienaschriften, ‘wie-zijn-we-en-wat-doenvanwe’-statements, ‘over ons’-rubrieken en ombudslieden die in de arm worden genomen: het zijn allemaal inspanningen vanuit de journalistiek om het publiek inzicht te geven in de totstandkoming van nieuws. Inspanningen omwille van *transparantie*. En uiteindelijk, inspanningen omwille van vertrouwen - door het publiek ervan te verzekeren dat de journalistieke organisatie in kwestie de kwaliteit van haar werk openlijk waarborgt.

Een meer actieve, openlijke waarborging van de journalistieke kwaliteit lijkt een antwoord op een tijd waarin de legitimiteit van traditionele instituties – zoals de democratie (e.g. Verhoeven, 2004: 67), de rechtsstaat (e.g. WRR, 2002: 108-110; Weyers & Hertogh, 2007: 8), de media (e.g. Broeders & Van de Donk, 2004: 222, 234), maar ook zeker de journalistiek (e.g. Van der Wurff & Schönbach, 2012) – een zekere vanzelfsprekendheid heeft verloren (zie ook Dekker, Den Ridder & Van Houwelingen, 2017: 9). Wellicht mag zelfs specifieker worden gesteld dat de overgang naar het digitale tijdperk, dat grofweg samenvalt met het eind van de 20^e en het begin van de 21^e eeuw,² hierop van grote invloed is geweest (Bovens, 2003: 123-124).

Zeker in het geval van de journalistiek is dat verband goed denkbaar. Zo is het vermelden van het tijdstip van publicatie in een papieren krant overbodig; de datum volstaat. Maar eenmaal oog in oog met de mogelijkheid om een verhaal online continu te updaten kan de publicatietijd belangrijke extra informatie verschaffen – het publiek kan preciezer inschatten hoe actueel het bericht is en daarmee ook hoe accuraat. Niet elke nieuwe mogelijkheid heeft echter dit vrijblijvende ‘bonus’-karakter. Dát iets mogelijk is, plaatst mensen in de situatie dat ze daarover na moeten denken en zich ertoe moeten te verhouden - hetzij door er gebruik van te maken, hetzij door het links te laten liggen. Zo werpt de mogelijkheid om online in een geüpdateerd artikel precies aan te geven wat er is aangepast, de vraag op of je die aanpassing moet uitlicteren of dat de aanpassing als zodanig volstaat. De (technologische) mogelijkheden van het medium vinden op die manier hun weerslag in de inhoud.

Technologische innovaties en veranderende maatschappelijke omstandigheden nodigen niet alleen uit tot een reactie, maar dwingen daar ook vaak toe. Aan die reactie gaan overwegingen vooraf die, zeker

² Hilbert en López (2011) hebben vastgesteld dat na 2002 het overgrote deel van alle beschikbare informatie digitaal is, en er daarmee voor het eerst meer informatie digitaal dan analoog beschikbaar was.

als het actoren met een publieke functie betreft, niet zelden een ethisch karakter hebben: om te bepalen hoe je je opstelt is vaak een beraadslaging geboden op fundamentele (professionele) principes. Die principes kunnen tijdloos zijn – maar daar op de juiste manier naar handelen is veelal tijdsgebonden. De betrekkelijk recente golf aan inspanningen omtrent transparantie kunnen dan ook worden beschouwd als het ontwikkelen van een manier van handelen die (beter) past bij deze tijd.

1.1 Legitimiteit

“There come times in the life of an institution when the old procedures, practices, rules, and norms seem to be up for renegotiation.” (Hellmueller, Vos & Poepsel, 2013). Een van de instituties waar in deze tijd over ‘heronderhandeld’ wordt, is de journalistiek. Hoewel de discussie over wat de journalistiek vermag hoogstwaarschijnlijk even oud is als de journalistieke praktijk zelf, is deze de laatste jaren geïntensiverd en bovendien allerminst voorbehouden aan de beroepsgroep zelf. Politici, wetenschappers en het publiek laten zich graag uit over de taken van de journalist binnen een samenleving.

De bronnen voor de intensivering van dat gesprek zijn terug te voeren op tal van ontwikkelingen (De Haan & Bardoel, 2011: 235-238). Het is een dooddoener om te stellen dat deze tijd er een is van grote veranderingen; immers, welbeschouwd leven we *onafgebroken* in een tijd van grote veranderingen. Sinds de agrarische revolutie, enkele duizenden jaren geleden, verandert de wereld van de mens razendsnel. Of beter gezegd, verandert de mens de wereld razendsnel. Dat noopt tot continue herpositionering. Dat er binnen de journalistiek wordt nagedacht over nieuwe verdienmodellen, nieuwe productievormen en nieuwe werkwijzen is daarom op zich niet nieuw – het is inherent aan een sociale institutie binnen een continue veranderende wereld.

Tekenend echter voor de maatschappelijke discussie van dit moment is dat de *legitimiteit* van journalistiek als professionele institutie wordt bevraagd: hoe legitimeert de journalist zich als informatieautoriteit? Wat is de meerwaarde van professionele journalistiek ten opzichte van alle andere informatiebronnen die de hedendaagse nieuwsconsument tot zijn beschikking heeft? De context waarbinnen de vraag naar de legitimiteit van de journalistiek opkomt kan haast niet los worden gezien van de tendens van een verminderd (vanzelfsprekend) vertrouwen in de journalistieke institutie (Groenhart, 2013; Newman, Fletcher, Kalogeropoulos & Nielsen, 2019: 21; Pew Research Center, 2012; Ziomek, 2005).

De Haan en Bardoel wijzen erop dat het vertrouwen van het Nederlandse publiek in de media sinds de eeuwwisseling plaatsgemaakt heeft voor een zekere achterdocht onder het publiek (De Haan & Bardoel, 2011: 242). Hoewel het vertrouwen van het Nederlandse publiek in nieuwsmedia internationaal gezien nog vrij hoog is, is het ook hier niet (meer) vanzelfsprekend en zelfs licht dalend (Dekker et al., 2017: 9; Newman, Fletcher, Kalogeropoulos & Nielsen, 2019: 21, 96-97): nieuwsmedia moeten het in hun gestelde vertrouwen *rechtvaardigen*, bijvoorbeeld ‘door transparant, responsief en waar nodig aansprakelijk te zijn’ (Van der Wurff & Schönbach, 2012: 3, 62)

Of het nu een kwestie is van een vertrouwenscrisis ten aanzien van nieuwsmedia in het bijzonder (Chadha & Koliska, 2015), of ten aanzien van instituties in het algemeen (De Haan & Bardoel, 2011; Edelman, 2017), wijzen verschillende auteurs erop dat de journalist meer dan ooit tevoren moet expliciteren wat de aard, betekenis en toegevoegde waarde van de door hem verschafte informatie is (e.g. Allen, 2008; Chadha & Koliska, 2015; De Haan & Bardoel, 2011; Groenhart, 2013: 227; Karlsson, 2010; Kovach & Rosenstiel, 2001; Singer, 2007). Met andere woorden, de journalistiek moet openlijk ‘garant staan’ voor de professionele kwaliteit van haar werk – ze moet *laten zien* dat de claim een informatieautoriteit te zijn gegrond is in kwaliteitswaarborging.

In die zin is er op dit moment veel aandacht voor wat Groenhart ‘publieksverantwoording’ van de journalistiek noemt: het verschaffen van ‘meta-informatie’ over het journalistieke handelen (Groenhart, 2013: 286). Het openlijk delen van informatie over de totstandkoming van journalistieke producten wordt vaak gesubsumeerd onder de noemer ‘transparantie’ (Chadha & Koliska, 2015). Transparantie wordt daarbij gezien als een essentieel element van waarheidsgedreven³ journalistiek (Kovach & Rosenstiel, 2001; Singer, 2010) en in het verlengde daarvan, als een manier om het vertrouwen van het publiek te winnen, behouden of herstellen (Allen, 2008; Ziomek, 2005).

1.2 Transparantie

Waar ‘objectiviteit’ lange tijd het adagium van de journalistiek is geweest – of dat nu vanuit de journalisten zelf, wetenschappers of het publiek werd gepropageerd –, wordt dat ideaal nu openlijk bevraagd en bekritiseerd (e.g. Luyendijk, 2015; Weinberger, 2009, 28 augustus; Wijnberg, 24 januari 2017). Het uitgangspunt van objectiviteit binnen de journalistiek, als de voorstelling van de wereld zonder tussenkomst van de journalist, wordt na een lange tijd van vanzelfsprekendheid nu dus ter discussie gesteld.

³ De Engelse term die in dit verband doorgaans wordt gebruikt is ‘*truth telling*’. In deze thesis wordt dit uitgangspunt van verslaglegging van feiten aangeduid met de term ‘waarheidsgedreven journalistiek’.

De grondleggers van deze ‘paradigmashift’ binnen de journalistiek zijn Tuchman (1972, 1978) en Gans (2004)⁴. Beiden argumenteren dat het journalistieke ideaal niet moet worden omschreven als het objectief weergeven van de werkelijkheid. Journalisten bewegen zich immers altijd binnen een sociale realiteit (Tuchman, 1972: 666, 675) en communiceren – onbewust - hoe dan ook altijd bepaalde waarden door de keuzes die zij maken (Gans, 2004: 182, 305). Het nieuws is volgens Tuchman en Gans dus altijd een *sociaal construct*. De claim dat de journalistiek het publiek dient te voorzien van een ‘ongemedieerde’ waarheid is volgens deze zienswijze dus achterhaald.

Tegelijkertijd blijft waarheidsvinding de belangrijkste doelstelling van de journalistiek (Genootschap van Hoofdredacteuren, 2008; Raad voor de journalistiek, 2015). Het belang van de journalistiek als hoeder van de waarheid is in een informatieklimateit dat wordt aangeduid met termen als ‘*post-truthism*’, ‘*post-factualism*’ en ‘*kennisrelativisme*’ misschien nog wel belangrijker dan ooit (De Kleer, 2017, 18 mei). Maar in plaats van die waarheid voor te stellen als bestaand ‘buiten’ ons, dus ook buiten de journalisten die er verslag van doen, moet de sociaal constructivistische dimensie ervan worden erkend volgens Tuchman en Gans. De waarachtigheid van nieuws ligt dan niet in de afwezigheid van elke invloed van de journalist, maar in het waarborgen van bepaalde rituelen en uitgangspunten in het bedrijven van journalistiek (Gans, 2004: 188; Tuchman 1972: 677).

Tegen die achtergrond pleiten verschillende auteurs voor het inzichtelijk maken van de mediatie door de journalist. Oftewel het *transparant* maken van de totstandkoming van nieuws. Zo kan worden onderbouwd waarom een bepaalde voorstelling de meest accurate interpretatie is van een gebeurtenis of ontwikkeling (e.g. Philips, 2012). Transparantie stelt het publiek in staat om de betrouwbaarheid van een journalist en zijn werk te beoordelen (McBride & Rosenstiel, 2013: 218). David Allen (2008) beschouwt transparantie daarom als superieur journalistiek ideaal ten opzichte van objectiviteit: “*While objectivity builds on the Enlightenment ideal of truth as something that can be discovered, what might be called transparent objectivity recognizes the more complex nature of truth that journalists encounter in today’s world.*” (2008: 237)

Het is tegen die achtergrond dat David Weinberger transparantie omdoopt tot ‘de nieuwe objectiviteit’:

What we used to believe because we thought the author was objective we now believe because we can see through the author’s writings to the sources and values that brought her to that

⁴ De eerste uitgave van Gans’ *Deciding what’s news* dateert uit 1979. Hier is de gereviseerde versie uit 2004 gebruikt.

position. Transparency gives the reader information by which she can undo some of the unintended effects of the ever-present biases. [...] Objectivity serves its purposes, but in some of the most important realms, its time has passed. In those realms, transparency is the new objectivity. (2009, 28 augustus)

De roep om transparantie doet inherent de vraag rijzen naar *wat* er dan precies transparant dient te zijn. Om die vraag te beantwoorden is het nodig om een fundamenteel begrip te ontwikkelen van transparantie. Alleen als het duidelijk is *waarom* de journalistiek het principe van transparantie dient te incorporeren, is het mogelijk om te bepalen *welke informatie* daar op een betekenisvolle manier mee in verband kan worden gebracht.

Als transparantie het publiek dient te helpen bij de beoordeling van de journalistiek, dan ligt het voor de hand om daarbij allereerst te denken aan informatie waaruit blijkt dat bepaalde waarheidsclaims betrouwbaar zijn. Maar het is eveneens goed te argumenteren dat informatie over een claim die *niet* bleek te kloppen, daarvoor ook van belang is. Anders gezegd, het nieuws wordt niet alleen geloofwaardiger voor het publiek door transparantie over de totstandkoming ervan, maar ook door transparant te zijn over onjuistheden (Silverman, 24 september 2014).

Door openlijk te laten zien dat onjuistheden worden opgemerkt en rechtgezet, worden immers tenminste twee dingen gecommuniceerd: 1) dat het betreffende nieuwsmedium ook na publicatie streeft naar de meest accurate informatie, en 2) dat het niet schroomt om eerlijk te zijn over een gemaakte fout. Beide lijken de geloofwaardigheid van een nieuwsmedium intuïtief ten goede te komen. Verschillende auteurs beschouwen de manier waarop nieuwsmedia omgaan met fouten daarom als ‘toepassingsgebied’ van transparantie (Joseph, 2011; Maier, 2007; Kampf & Daskal, 2014; Karlsson, 2010; Ward, 2014). Bij het ontwikkelen van een beter begrip van journalistieke transparantie is het dus relevant om zowel de situatie in ogenschouw te nemen dat er geen fouten zijn gemaakt, als de gevallen waarin die wel worden geconstateerd.

Tot slot is het belangrijk om in te zien dat de vraag waarom journalisten bepaalde informatie over de totstandkoming van nieuws openlijk zouden moeten delen, *waardegeladen* is. Immers, de vraag waarom we iets zouden moeten doen ten overstaan van de ander voert – uiteindelijk – terug op ethische principes. De fundering van betekenisvolle toepassingen van transparantie gaat terug op de vraag wat journalisten gegeven hun rol in de maatschappij verplicht zijn aan het publiek. Bovendien is het ook goed denkbaar dat de roep om transparantie kan conflicteren met andere waarden zoals privacy of vertrouwelijkheid. Om in die gevallen een moreel juiste afweging te kunnen maken is kennis

nodig van de ethische grondslagen van die waarden – waarom hechten we *waarde* aan een bepaald principe? Zodra die normatieve motivatie is opgehelderd wordt het mogelijk om concrete richtlijnen te formuleren voor de praktijk, bestaande richtlijnen te evalueren en te beredeneren welke vormen van transparantie van belang zijn voor de verhouding tussen de journalistiek en haar publiek.

1.3 Probleemstelling

In zijn dissertatie schrijft Groenhart dat ‘een goed begrip van publieksverantwoording⁵ bijdraagt aan de kwaliteit van zelfregulering in de journalistiek’ (Groenhart, 2013: 19). Om goede journalistiek te bedrijven moet duidelijk zijn wat daar de standaarden voor zijn en wat die precies inhouden. Transparantie lijkt er daar één van, hoewel de precieze invulling van dat concept nergens is vastgelegd en iedereen er bijgevolg zijn eigen draai aan kan geven: waar afbakening ontbreekt is er ruimte alom.

Maar als transparantie een wezenlijke rol speelt binnen de journalistiek, kan het geen ‘smaak’ zijn waarover kan worden getwist – althans niet op het meest fundamentele niveau. Onduidelijkheid over wat transparantie binnen de journalistiek precies *is*, of wat het op een betekenisvolle manier zou moeten behelzen – bijvoorbeeld in het geval van fouten –, maakt het moeilijk om de werkwijze van nieuwsmedia in dat opzicht te beoordelen – zowel binnen de nieuwsredacties zelf, als door het publiek.

Het expliciteren van de normatieve achtergrond van transparantie kan als leidraad dienen bij het opstellen van richtlijnen binnen de journalistiek, alsook als toetssteen dienen voor het publiek bij het beoordelen van de kwaliteit van journalistiek. Op die manier kan het uitdiepen van een veelgenoemd maar betrekkelijk vaag concept bijdragen aan scherpte ten aanzien van de kwaliteitswaarborging in de journalistiek. Ward (2014) verwoordt het als volgt: “*The trouble with magic words is that they are used glibly. [...] Yet transparency doesn't have to be a magic word. We just need to define carefully its meaning and role [...].*” (49).

Veel van de literatuur op het gebied van transparantie in de journalistiek richt zich op het soort informatie waar die transparantie betrekking op heeft (e.g. Kovach & Rosenstiel, 2001; Ward, 2004), welke transparantierituelen worden toegepast in de praktijk (e.g. Rupar, 2006; Karlsson, 2010) en hoe het publiek denkt over transparantie in de journalistiek (e.g. Karlsson, Clerwall & Nord, 2017). Zelden worden de concepties van de journalistieke beroepsgroep zelf onderzocht.

⁵ Groenhart beschouwt transparantie als het resultaat van publieksverantwoording (Groenhart, 2013: 40)

Een uitzondering hierop vormt het onderzoek van Chadha en Koliska (2015), die de houding van Amerikaanse journalisten onderzochten, en het onderzoek van Groenhart (2013). Deze laatste onderzocht onder andere de houding van Nederlandse journalisten ten aanzien van transparantie, maar ook die conclusies zijn in het licht van snelle ontwikkelingen in het medialandschap op zijn minst aan herijking toe. Bovendien zijn het in de praktijk niet de journalisten zelf, maar hoofdredacties die bepalen welke transparantiekoers een redactie vaart. Een hoofdredactioneel perspectief is dus relevanter voor het onderzoeken van transparantie als journalistiek ideaal.

Dit onderzoek vormt een poging om inzicht te genereren in de manier waarop er binnen de journalistiek over transparantie wordt gedacht en hoe daar middels correctiebeleid naar wordt gehandeld. De hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat is daarom de volgende:

Welk normatief kader ligt er ten grondslag aan het al dan niet transparant communiceren over het correctiebeleid van Nederlandse nieuwsredacties?

Teneinde deze hoofdvraag te onderzoeken wordt op basis van bestaande literatuur een aantal concrete onderzoeks vragen geformuleerd in hoofdstuk twee. De eerste set vragen richt zich op de manier waarop transparantie als journalistieke norm is opgenomen in de journalistieke praktijk en welke overwegingen daaraan ten grondslag liggen. In navolging van die verkenning wordt aan de hand van de tweede set vragen onderzocht hoe die perceptie van transparantie een rol speelt in het correctiebeleid dat wordt gevoerd op nieuwsredacties.

1.4 Leeswijzer

Hoewel er veel wetenschappelijke literatuur beschikbaar is over transparantie als journalistieke norm, wijzen Craft en Heim (2009) erop dat een meer fundamentele verhandeling mist. Zij roepen dan ook explicet op tot het inbedden van transparantie als richtinggevend ideaal in een meer filosofisch georiënteerde onderbouwing (Craft & Heim, 2009:226). In hoofdstuk twee wordt hiertoe een aanzet gegeven. Op basis van bestaande literatuur wordt behandeld welk doel transparantie in de journalistiek dient en welke informatie in dat geval transparant zou moeten zijn. Op basis van deze conceptuele verkenning worden de eerste onderzoeks vragen geformuleerd. Vervolgens wordt het correctiebeleid besproken als specifieke vorm van transparantie en worden de overige onderzoeks vragen ingeleid.

Om deze vragen te beantwoorden is een kwalitatief onderzoek verricht; tijdens interviews zijn hoofdredacteuren van de redacties van landelijke nieuwsmedia gevraagd naar hun visie op

transparantie en in het verlengde daarvan naar de uitgangspunten van hun correctiebeleid. In hoofdstuk drie wordt deze onderzoeks methode uitgebreid besproken en verder toegelicht. De resultaten van de interviews worden gepresenteerd en geanalyseerd in hoofdstuk vier. Tot slot volgen in hoofdstuk vijf de conclusies en wordt op basis daarvan een antwoord geformuleerd op de hoofdvraag. Het hoofdstuk besluit met aanknopingspunten voor vervolgonderzoek en aanbevelingen voor de vormgeving van transparantiebeleid op nieuwsredacties.

2. Perspectieven op transparantie

In dit hoofdstuk wordt transparantie als journalistiek ideaal verder uitgediept aan de hand van bestaande literatuur. Daartoe wordt eerst ingegaan op de vraag waarom transparantie relevant is voor de journalistiek, om vervolgens vanuit die analyse te verkennen waar die transparantie betrekking op zou moeten hebben. Op basis daarvan wordt de eerste set onderzoeks vragen geformuleerd. Daarna wordt het correctiebeleid besproken als ‘transparantie ritueel’ en wordt de tweede set onderzoeks vragen geïntroduceerd.

2.1 Waarom transparantie?

De roep om transparantie als journalistieke norm moet worden begrepen in het licht van een veranderd medialandschap en kennisklimaat. Enerzijds pleiten auteurs voor transparantie als antwoord op het karakter van nieuws in een digitale wereld (e.g. Hayes, Singer & Cepos, 2007; Singer, 2007); anderzijds zou transparantie het best aansluiten bij het idee van ‘waarheid’ als sociaal construct (Allen, 2008; Philips, 2010). Beide gronden kunnen *instrumenteel* (Allen, 2008) of *commercieel* (Groenhart, 2013) worden genoemd: transparantie wordt daarbij gezien als een *middel* om de geloofwaardigheid van de journalist en zijn werk mee te staven, veelal met het doel om zijn concurrentiepositie te bevorderen. Dit lijkt echter een vrij ‘dun’ en opportunistisch motief voor transparantie; het doel is immers de status van de journalist zelf als informatieautoriteit. Zonder onderliggende waarde is het moeilijk om te argumenteren waarom transparantie de relatie tussen de journalistiek en het publiek ten goede zou komen.

Ward (2014) benadrukt dat het uitgangspunt van transparantie altijd verband moet houden met de meer fundamentele conceptie van de journalistieke verantwoordelijkheid, i.e. “(1) *a commitment to use the power to publish responsibly*, and (2) *a commitment to further social aims such as serving a democratic public.*” (Ward, 2014: 48). Om gehoor te geven aan deze tweeledige verantwoordelijkheid heeft de journalistiek volgens Ward vier principes tot haar uitgangspunt gemaakt: waarheidsvinding, redactionele onafhankelijkheid, het beperken van schade tot een minimum⁶ en *accountability*⁷. Deze principes ‘herbergen’ op hun beurt weer specifiekere normen, zoals waarheidsvinding onder andere ‘accuraatheid’ veronderstelt. ‘Transparantie’ moet dan volgens Ward worden gezien als norm ten

⁶ Denk bij het minimaliseren van schade bijvoorbeeld aan het niet noemen van een naam van een jong slachtoffer.

⁷ De Engelse term wordt hier gehandhaafd omdat er iets van de betekenis verloren gaat in de vertaling naar het Nederlandse ‘verantwoording’; *accountability* betekent zoveel als ‘de mogelijkheid om ter verantwoording te worden geroepen en de bereidheid daar gehoor aan te geven’, waar ‘verantwoording’ als zodanig eerder verwijst naar de act om een handeling te rechtvaardigen.

behoeve van *accountability*: het kenbaar maken en toelichten van keuzes met betrekking tot (het proces voorafgaand aan) de inhoud – i.e. transparantie - is volgens hem onderdeel van het instaan voor de professionele verantwoordelijkheid – i.e. *accountability*.

Het idee dat transparantie moet worden beschouwd als een manier om uiting te geven aan *accountability* kent draagvlak in de literatuur (Allen, 2008; Craft & Heim, 2009; Hayes, Singer & Cepos, 2007; Kampf & Daskal, 2014; Singer, 2007; Van der Wurff & Schönbach, 2012). Newton, Hodges en Keith (2004) typeren in hun gezamenlijke essay treffend de verhouding tussen verantwoordelijkheid en *accountability*: “*Responsibility has to do with defining proper conduct, accountability with compelling it.*” (Newton, Hodges & Keith, 2004: 173).

Vanuit de maatschappelijke functie van de journalistiek bezien zou daarom kunnen worden gepleit voor een ‘dikkere’, normatieve motivatie voor een transparante werkwijze; één die het doel van de journalistiek bestendigt. De kern van dat doel, het informeren van het publiek, blijft het zoeken naar en verslagleggen van waarheid (Kovach & Rosenstiel, 2001; Karlsson, Clerwall & Nord, 2017; Philips, 2010). Philips (2010) merkt daarbij op dat deze toelegging op waarheid niet moet worden gezien als het streven naar een onomstotelijk ‘ware’ weergave van een gebeurtenis of ontwikkeling; veeleer betekent het dat de journalist de uiterste inspanning levert om zichzelf en het publiek ervan te verzekeren dat iets zijn weergave de meest accurate is.

Kovach en Rosenstiel (2001) brengen deze ‘*commitment to truth*’ direct in verband met transparantie. Zij leggen transparantie uit als het eerlijk delen van de aard van de gepresenteerde informatie: “*Transparency means embedding in the news reports a sense of how the story came to be and why it was presented the way it was.*” (83). Die informatie hoort volgens hen bij de waarheid van de verslagen informatie – een standpunt dat weerklank vindt bij Rupar: “*The truthfulness of news [...] includes both text and context.*” (Rupar, 2006: 134).

Meta-informatie maakt volgens deze redenering dus inherent onderdeel uit van de waarachtigheid van informatie. O’Neill (2002) doet daar nog een schepje bovenop. Zij stelt dat ook *vertrouwen* hiermee uiteindelijk verband houdt: “*In judging whether to place our trust in others’ words or undertakings, we need information and we need the means to judge that information.*” (O’Neill, 2002: 64). Op eenzelfde wijze zou het vertrouwen van het publiek in journalistieke producten dus niet alleen voortkomen uit de (kwaliteit van de) verschafte informatie, maar ook uit informatie *over* die informatie. Hayes, Singer en Cepos (2007: 270-271) en Ziomek (2005) volgen eenzelfde redenering. Onderzoek toont aan dat het publiek de aanwezigheid van bepaalde verantwoordingsmiddelen

inderdaad beschouwt als ‘een indicatie voor de integriteit en kwaliteit van desbetreffend medium’ (Groenhart, 2013: 204).

Vanuit filosofisch oogpunt zijn waarheid, transparantie en uiteindelijk vertrouwen nauw met elkaar verweven. Om die verhouding te expliciteren kan worden gekapitaliseerd op het werk van filosoof Emanuel Kant. Hoewel een uitvoerige bespreking van zijn werk het doel van deze thesis overstijgt, is het van belang om kennis te nemen van zijn belangrijkste morele uitgangspunt: wij, als morele actoren, dienen zo om te gaan met elkaar dat we elkaars vermogen om als vrije, rationele wezen te handelen respecteren en bevorderen. Anders gezegd, we hebben de morele plicht om elkaar te respecteren. Dat doen we door een ander altijd te behandelen als *doel op zich* en nooit als middel ten behoeve van eigen belang.

Wanneer transparantie wordt ingezet als strategie om het imago van een nieuwsorganisatie te bevorderen wordt het publiek in die zin niet als ‘doel’ beschouwd maar eerder als een manier om de eigen reputatie veilig te stellen. De enige manier waarop transparantie in lijn kan worden gezien met onze plicht om elkaar te respecteren, is wanneer het onderdeel uitmaakt van de plicht om de waarheid te vertellen. Vanuit de plicht om anderen te respecteren als rationele wezens volgt volgens Kant namelijk de verplichting om niet te misleiden, i.e. alle relevante informatie te delen. Plaisance (2007) benadrukt dat het daarbij niet alleen gaat om *wat* er wordt gecommuniceerd, maar ook het *waarom* en het *hoe* ervan: “[*The*] norm of forthrightness, or being ‘aboveboard’, is what is known as being transparent” (Plaisance, 2007: 191).

Vanuit Kants begrip van menselijke waardigheid en de plicht om die waardigheid in onze handelingen te respecteren, valt dus een idee van transparantie te ontwikkelen waarbij de openheid over informatie een hoger doel heeft dan simpelweg de eigen claim te voorzien van bewijsmateriaal. Transparantie zou de ander – in dit geval het publiek – in staat moeten stellen zich als rationeel persoon te verhouden tot verschafte informatie. Het is daarbij belangrijk om op te merken dat de mogelijkheden die er zijn om meta- of contextinformatie te verschaffen niet los kunnen worden gezien van wat transparantie is. Met andere woorden, in een digitale wereld zijn er niet alleen andere vormen van transparantie mogelijk, maar betekent transparantie ook daadwerkelijk iets anders.

Een van de weinigen die heeft onderzocht wat transparantie betekent volgens de beroepsgroep, is Harmen Groenhart (2013). Groenhart heeft door middel van diepte-interviews onderzocht welke betekenis Nederlandse journalisten toeschrijven aan transparantie. Hij stelt dat journalisten, in lijn met bovenstaande verhandeling, transparantie zien als een norm die nu eenmaal hoort bij de

verantwoordelijkheid van het vak. “Een journalist heeft de morele plicht om het publiek openlijk te informeren over zijn intenties en product.” (2013: 213-214). Dat plichtsbesef vertaalt zich niet rechtstreeks naar inspanningen op het gebied van transparantie. Uit het onderzoek van Groenhart blijkt namelijk dat de overwegingen van journalisten om transparant te zijn, in de praktijk – vooral – worden bepaald door de commerciële en operationele functionaliteit van transparantie (Groenhart, 2013: 162-163, 213-214).

‘Commerciële’ overwegingen om transparant te zijn hebben volgens Groenhart te maken met versterken van het imago van de journalist of de journalistieke organisatie. Een transparante opstelling komt in dat geval niet voort uit het idee dat het ‘goed’ is, maar uit het idee dat dat de geloofwaardigheid versterkt (2013: 163). ‘Operationele’ overwegingen hebben evenmin te maken met normatieve opvattingen over transparantie, maar veeleer met de inschatting of transparantie de journalist helpt of hindert in zijn werk (2013: 163). Hoewel Groenhart het woord zelf niet in de mond neemt, doet de houding van journalisten ten aanzien van transparantie in dit opzicht nogal opportunistisch aan.

Het getuigt bovendien van weinig besef van de ethische grondslagen van transparantie zoals eerder geschetst in deze paragraaf. Immers, keuzes over transparantie zouden *hoofdzakelijk* een morele kwestie moeten zijn – i.e. ‘wat is er aan transparantie geboden, gegeven de journalistieke verantwoordelijkheid’ - en geen merkkwestie – i.e. ‘welke toepassing van transparantie komt het journalistieke merk ten goede’. Met andere woorden, bij ‘betekenisvolle’ transparantie gaat het om vormen van transparantie die wezenlijk verband houden met de verantwoordelijkheid van de journalistiek jegens het publiek, en niet primair worden gemotiveerd vanuit een voordelig effect op het imago.

Groenhart wijst er tot slot op dat het voor het motiveren van journalistieke transparantie bepalend is om onderscheid te maken tussen verschillende aspecten van het beroep (2013: 213). Dat lijkt logisch: om een begrip te krijgen van betekenisvolle transparantie, is het essentieel om te weten wat voor meta-informatie in dit kader als betekenisvol kan worden gezien. De vraag waarom transparantie belangrijk is, gaat daarom noodzakelijkerwijs over in de vraag waarover die transparantie moet worden betracht.

2.2 Transparantie van wat?

Bovenstaande uiteenzetting van het motief voor transparantie wijst vooruit op de reikwijdte van een dergelijke norm zoals die vanuit ethisch oogpunt kan worden argumenteerd – namelijk als manier om misleiding uit te sluiten. O'Neill, die tevens in de Kantiaanse traditie staat, merkt daarom op dat wanneer het doel is om vertrouwen te (her)stellen, het zaak is om misleiding tegen te gaan in plaats van ‘geheimhouding’ als zodanig af te zweren (O'Neill, 2002: 76): “*We place and refuse trust not because we have torrents of information (more is not always better), but because we can trace specific bits of information, and specific undertakings to particular sources on whose veracity and reliability we can run some checks.*”

Plaisance stelt eveneens dat hoewel transparantie geen waarheidsgetrouwe communicatie kan garanderen, de *afwezigheid* van transparantie altijd een voorwaarde is voor misleiding (Plaisance, 2007: 203). Teneinde vast te stellen welke informatie openlijk moet worden gedeeld om misleiding te voorkomen moet dus de vraag worden gesteld bij afwezigheid van welke informatie een bepaalde uiting misleidend kan zijn. Craft en Heim typeren transparantie daarom als *anticipatoir*: de journalist anticipiert op het soort informatie dat het publiek nodig heeft om de waarde en betekenis in te schatten van berichtgeving (Craft & Heim, 2009: 225).

Hoeveel en welke informatie daaronder valt is onderhevig aan discussie. Zo bepleiten Kovach en Rosenstiel (2001) met hun ‘*rule of transparency*’ in wezen het implementeren van de wetenschappelijke verificatiestandaard in de journalistieke praktijk: het openlijk communiceren van de methode en beperkingen van de verschafte informatie. In de journalistieke praktijk komt dat er volgens hen op neer dat zoveel mogelijk informatie wordt gedeeld over de manier waarop het nieuws tot stand is gekomen en welke bronnen daarbij zijn aangewend (Kovach & Rosenstiel, 2001: 80).

‘Zoveel mogelijk’ lijkt met het oog op het statement van O'Neill echter geen hout te snijden; immers, het gaat om de informatie die nodig is om misleiding te voorkomen. Bovendien is het goed denkbaar dat, anders dan in de wetenschap, het criterium van transparantie ondergeschikt wordt bevonden aan andere waarden, juist vanuit de verantwoordelijkheid om waardevolle informatie aan het publiek te kunnen verschaffen. Ward (2014: 53) stelt bijvoorbeeld dat zowel de zoektocht naar waarheid, als de minimalisatie van schade gerechtvaardigde gronden kunnen zijn voor non-transparantie. In die situaties komt volgens Ward het ‘laten zien’ van de journalistiek in conflict met het ‘bedrijven’ ervan.

Het lijkt dus, in lijn met de conclusie van Groenhart, belangrijk om een onderscheid te maken in de aspecten van het journalistieke beroep om te argumenteren welke vormen van transparantie als *betekenisvol* kunnen worden aangemerkt met het oog op het ideaal van waarheidsgedreven journalistiek. In zijn proefschrift onderscheidt Groenhart drie aspecten van het beroep waarover transparantie kan worden betracht: *brontransparantie*, *procestransparantie* en *actortransparantie* (Groenhart, 2013: 139-160).

De eerste vorm betreft het verschaffen van ‘informatie over bronattributie, bronmissie, bronverschaffing en genre’. Dit soort informatie heeft doorgaans tot doel het publiek in staat te stellen om de waarde van beweringen van de journalist te kunnen bepalen. Procestransparantie betreft ‘informatie over de journalistieke werkwijze, onderwerp- en materiaalselectie, lopende projecten en de feilbaarheid van de journalist’ en dient eveneens om het begrip van het publiek te vergroten. Tot slot betreft ‘actortransparantie’ het verschaffen van informatie over de journalistieke actor zelf, i.e. de journalist en/of de journalistieke organisatie; denk hierbij aan het transparant zijn over doelen, achtergronden en verantwoordelijkheden. Het is goed mogelijk dat elk van deze vormen van transparantie in meer of mindere mate relevant kunnen zijn voor het kunnen vaststellen van de waarde van informatie. Anders gezegd, welke informatie vanuit normatief oogpunt transparant dient te zijn is afhankelijk van de concrete situatie.

Een allesomvattende regel zoals Kovach en Rosenstiel voorstellen lijkt in die zin te veeleisend, zowel vanuit praktisch als normatief oogpunt, en ondermijnt bovendien het punt dat er conflict kan optreden met andere waarden. Groenhart (2013) stelt zelfs dat zoveel mogelijk transparantie haaks staat op de selectiefunctie van de journalist, wiens werk wezenlijk bestaat uit het ‘kiezen, verzamelen, selecteren, ordenen en verwerken’. Het publiceren van zoveel mogelijk aanvullend materiaal ‘devalueert de journalistieke bewerking van het materiaal’ daarom volgens Groenhart (2013: 165).

Ook volgens Groenhart moet transparantie dus niet worden gezien als ‘zoveel mogelijk’ meta-informatie. Het is veel plausibeler dat een betekenisvolle toepassing van transparantie per geval moet worden *beredeneerd*. Het reflecteren op de informatie van een nieuwsbericht en de redenen om daar al dan geen meta-informatie bij te verschaffen is in essentie dan ook een journalistieke afweging, waarbij het doel van de journalistiek – het naar waarheid informeren van het publiek en daarbij iedere vorm van misleiding te voorkomen – leidend zou moeten zijn.

Het is daarom opvallend dat er nauwelijks studies zijn die zich hebben toegelegd op de manier waarop dit soort beslissingen op redacties wordt gemaakt. Keuzes omtrent transparantie onthullen immers de

overweging of de verschafte informatie dusdanig was dat er geen inhoudelijke reden was om meta-informatie bekend te maken. De weinige empirische studies die er zijn gedaan naar transparantie in de journalistiek richten zich eerder op *hoe* transparantie voorkomt in de journalistieke praktijk (Maier, 2007; Karlsson, 2010; Rupar, 2006), dan op de overwegingen die daaraan voorafgaan. Bovendien toont onderzoek vooral aan dat nieuwsorganisaties ‘transparantie’ als journalistiek ideaal slechts beperkt hebben opgenomen in hun nieuwsroutines (Chadha & Koliska, 2015; Groenhart, 2013; Karlsson, 2010; Maier, 2007).

Om meer inzicht te genereren in de overwegingen die voorafgaan aan de manier waarop nieuwsredacties transparantie vormgeven, is het relevant om daarvoor te rade te gaan bij de mensen die de leiding hebben over deze redacties: hoofdredacteuren. De hoofdredactie bepaalt welk beleid er wordt gevoerd binnen een nieuwsredactie, dus ook in welke mate en op welke manier transparantie wordt betracht over de werkzaamheden daar. Transparantiebeleid is dus een onderdeel van het algehele redactiebeleid, en dus zijn de opvattingen van de hoofdredactie bepalend voor de invulling van transparantie in de praktijk.

Teneinde de hoofdvraag van dit onderzoek te beantwoorden is het dus om te beginnen belangrijk om te onderzoeken hoe hoofdredacties denken over transparantie als onderdeel van de professionele verantwoordelijkheid. Daartoe wordt de volgende onderzoeksvraag centraal gesteld:

RQ1 Hoe percipiëren hoofdredacties van nieuwsmedia ‘transparantie’ als journalistiek ideaal?

Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden is het allereerst van belang om erachter te komen hoe hoofdredacties het concept ‘transparantie’ bezien. Daarom wordt de volgende deelvraag gesteld die is gericht op een conceptuele verkenning van transparantie:

RQ1a Hoe conceptualiseren hoofdredacties ‘transparantie’ binnen de journalistiek?

Omdat transparantie, zoals hierboven beschreven, betrekking kan hebben op meerdere aspecten van het journalistieke bedrijf, is het voor het beantwoorden van RQ1 nodig om inzicht te krijgen in de manier waarop hoofdredacties denken over verschillende vormen van transparantie. Daartoe wordt de tweede deelvraag onderzocht die is gericht op het expliciteren van de normatieve houding van redacties ten aanzien van transparantie:

RQ1b Welke vormen van transparantie achten hoofdredacties relevant in de communicatie naar het publiek en welke motivatie geven zij daarvoor?

2.3 Rituelen van transparantie: correcties

Karlsson (2010) wijst op de uitdaging om de overkoepelende norm van transparantie in termen van openheid te vertalen naar zogenaamde ‘journalistieke rituelen’: routines die kunnen worden ingebouwd in het dagelijkse werk van journalisten en kunnen worden gecommuniceerd naar het publiek (Karlsson, 2010: 536). Waar de routines voor de journalist dan vooral in dienst staan van het zo accuraat mogelijk verslaan van een gebeurtenis of ontwikkeling, is de functie met het oog op het publiek voornamelijk de legitimering van de journalistieke claim op de waarheid (Kovach & Rosenstiel, 2001; Karlsson, 2010).

De rituelen van transparantie vormen zo een leidraad voor de journalist in zijn werk en in het verlengde daarvan grond voor het vertrouwen van het publiek. In de literatuur worden verschillende suggesties gedaan voor concrete rituelen: van het linken naar bronnen en originele teksten en (de mogelijkheid tot het aanvragen van) expliciete toelichtingen van de totstandkoming van een verhaal (Chadha & Koliska, 2015; Kovach & Rosenstiel, 2001; Ward, 2014), tot het uitlichten van veranderingen en correcties (Maier, 2007; Kampf & Daskal, 2014; Karlsson, 2010; Ward, 2014).

Hoewel dergelijke rituelen allemaal in dienst staan van een zo accuraat mogelijke presentatie van de werkelijkheid is er een onderscheid te maken tussen de rituelen die standaard onderdeel (zouden kunnen) zijn van initiële waarheidsvinding, en de rituelen die alleen worden aangewend op het moment dat informatie inaccuraat blijkt na publicatie. Die laatste groep betreft correcties en lijkt bijzonder relevant in een tijdperk van digitale media.

In een digitale wereld snijdt het mes namelijk aan twee kanten. Enerzijds kan een versnelde en 24-uurs nieuws cyclus ertoe leiden dat gepubliceerde informatie vaker fouten bevat (Singer, 2003: 20). In haar onderzoek naar correctiepraktijken in de journalistiek stelt Joseph dat het risico op fouten volgens Amerikaanse journalisten inderdaad groter is door de ‘*need for speed*’ in het digitale tijdperk: “*Journalists state that the need to get articles up quickly may hurt accuracy because there is less time for errors to be caught before a story is published.*” (Joseph, 2011: 11) Een verhoogde tijdsdruk en minder redacteuren die meekijken voor publicatie, brengen volgens de journalisten die Joseph interviewde een verhoogde kans op fouten met zich mee. Deze journalisten onderschrijven daarmee wat Singer eerder al theoretiseerde (Singer, 2003).

Bovendien verandert ook het karakter van fouten binnen een digitale omgeving: waar een gedrukte fout in sommige gevallen in de vergetelheid kan raken, zijn fouten online een stuk ‘aanweziger’. De

informatie van gister is even toegankelijk als die van vandaag, en een fout van jaren geleden kan gemakkelijk blijven circuleren. Om die reden zou ook de vraag naar het corrigeren van (vermeend) foutieve informatie kunnen toenemen in het digitale tijdperk.

Anderzijds bieden digitale media de mogelijkheid om die fouten zo snel mogelijk te corrigeren en daar bovendien transparant over te zijn (Joseph, 2011: 12-13; Karlsson, Clerwall & Nord, 2017). Zowel Bugeja (2007) als Karlsson et al. (2017) scharen zulke communicatie over fouten direct onder de noemer van *accountability*. Als het de *verantwoordelijkheid* is van de journalist om zo waarheidsgtrouw mogelijke informatie te verschaffen, dan noopt *accountability* tot het corrigeren van een fout als informatie inaccurate blijkt en daar bovendien notie van te maken (Karlsson, Clerwall & Nord, 2017: 151). De digitale omgeving zet de accuraatheid van het nieuws dus enerzijds onder druk, maar biedt anderzijds kansen voor het nemen van verantwoordelijkheid in het geval van fouten (Joseph, 2011).

De ethische component van het – transparant - corrigeren voert uiteindelijk terug op het respect voor het publiek, in lijn met de Kantiaanse plichtsethiek zoals hierboven kort behandeld (Bugeja, 2007: 56). Het tijdig en openlijk toegeven en corrigeren van fouten wordt dus vaak gezien als een cruciaal aspect van de professionele verantwoordelijkheid van de journalist: “*By initiating accountability procedures following mistakes and errors, organizations declare their ambition for high standards and reaffirm internal processes of quality which may prevent the recurrence of flaws.*” (Kampf & Daskal, 2014: 165).

Een gedegen beleid met betrekking het corrigeren van fouten en de communicatie daaromtrent lijkt in die zin essentieel voor de legitimering van een journalist/journalistieke organisatie als informatieautoriteit: “*Rather than destroying trust, corrections are a powerful tool to reinforce how accountable and transparent we are. [...] A corrections policy is the basic roadmap of why and how to do corrections.*” (Silverman, 24 september 2014). Silverman brengt transparantie over fouten dus in verband met het genereren van vertrouwen; hij noemt dit de ‘vertrouwensparadox’: “*That's the paradox of trust: admitting our mistakes and failings make us more deserving of trust.*” (Silverman, 24 september 2014).

Het is daarom interessant om te onderzoeken in hoeverre er op nieuwsredacties inderdaad een expliciet beleid wordt gevoerd op het corrigeren van inaccurate informatie en bovendien, hoe transparant hierover wordt gecommuniceerd naar het publiek. Op basis van bovenstaande wordt immers gesuggereerd dat transparantie over correcties een essentieel aspect is van de *accountability* van journalisten, en daarmee van hun verantwoordelijkheid jegens het publiek.

Het tweede deel van dit onderzoek richt zich daarom op het im- of expliciete correctiebeleid van nieuwsredacties als specifieke toepassing van de transparantienorm. Om de hoofdvraag te beantwoorden is het daarom nodig om te onderzoeken wat de belangrijkste principes zijn die ten grondslag liggen aan een correctiebeleid en waarom hier al dan niet transparantie over wordt gecommuniceerd naar het publiek. De tweede onderzoeksraag die centraal wordt gesteld is daarom de volgende:

RQ2 Op welke manieren zijn nieuwsredacties transparant over correcties van nieuwsberichten?

Ook om deze onderzoeksraag te beantwoorden is het nodig om inzicht te krijgen in deelaspecten van de perspectieven op correcties. Allereerst is het belangrijk om inzichtelijk te maken welke classificatie van fouten hoofdredacties hanteren en welke manier van corrigeren daarmee correspondeert. De eerste deelvraag is daarom gericht op het expliciteren van het correctiebeleid van een nieuwsredactie:

RQ2a Welke soort fouten onderscheiden hoofdredacties en hoe wordt elke soort fout gecorrigeerd?

Vervolgens is het relevant om de communicatie omtrent correcties te onderzoeken en de achterliggende motivatie daarvoor. Hiertoe wordt een tweede deelvraag onderzocht:

RQ2b Welke redenen hebben hoofdredacties voor het al dan niet transparant communiceren over en motiveren van uitgevoerde correcties?

De onderzoeksraag die in dit hoofdstuk zijn geformuleerd (RQ1 en RQ2) worden beantwoord op basis van interviews met de hoofdredacteuren van nieuwsredacties. De precieze methode, waaronder ook de toelichting van de onderzoeksraag en de analysemethode, wordt toegelicht in het volgende hoofdstuk.

3. Methode

In de volgende paragrafen wordt de gehanteerde onderzoeks methode besproken. Allereerst wordt daarbij de keuze voor kwalitatief onderzoek en de inductieve benadering gemotiveerd. Daaropvolgend wordt op basis van methodologische literatuur de manier van dataverzameling en -analyse toegelicht. Het hoofdstuk besluit met de kwaliteitswaarborging van het onderzoek.

3.1 Kwalitatief onderzoek

In deze studie is gebruik gemaakt van een kwalitatieve onderzoeks methode. Het doel van voorliggend onderzoek is het verkrijgen van inzicht in de manier waarop hoofdredacties denken over transparantie en daar uiting aan geven, in het bijzonder in de vorm van correctiebeleid. Met andere woorden, de *betekenis* die hoofdredacteuren geven aan transparantie staat centraal. Om dat perspectief inzichtelijk te maken is een open, kwalitatieve onderzoeksbenadering, waarbij het mogelijk is om de betekenisverlening af te leiden uit onderzoekseenheden, het meest geschikt (Plochg & Van Zwieten, 2007: 78)

Gezien de aard van de onderzoeks vragen, waarin het expliciteren van perspectieven en de manieren waarop daarnaar gehandeld wordt centraal staat, kan de onderzoeksbenadering nader worden geduid als *inductief* (Boeije, 2014). Bij analytische inductie is er geen sprake van een (theoretische) assumptie die getest wordt, maar is het doel om op basis van kwalitatieve data, concepten te ontwikkelen en inzicht te genereren in de betekenis die de betreffende concepten hebben voor respondenten (Thomas, 2006). Aan de hand van die concepten en hun betekenis voor respondenten kan vervolgens een (normatief) raamwerk worden ontwikkeld ten aanzien van een bepaald onderwerp, in dit geval transparantie als journalistieke norm.

Meer concreet is het resultaat van een inductieve analyse een beschrijving van de belangrijkste thema's die door de respondenten in verband worden gebracht met het onderzochte fenomeen, i.e. transparantie, alsook een beschrijving van de onderlinge verhoudingen van die thema's. In die zin kan deze vorm van inductieve analyse ook worden aangeduid als *thematische* inductieve analyse (Fereday & Muir-Cochrane, 2006: 82). Deze benadering leent zich bij uitstek voor evaluatief onderzoek dat zich toelegt op hoe mensen iets ervaren of beschouwen. Omdat dit onderzoek is gericht op de manier waarop transparantie door hoofdredacties wordt gepercipieerd en in het verlengde daarvan, hoe dat idee van transparantie wordt vertaald naar het gehanteerde correctiebeleid, is een inductieve methode gepast.

3.2 Dataverzameling

3.2.1 Onderzoeks groep

Op basis van het doel om te onderzoeken hoe er in de journalistieke praktijk wordt gekeken naar de betekenis en vormgeving van transparantie, ligt het voor de hand om hiervoor te rade te gaan bij nieuwsredacties. Meer specifiek is het daarbij relevant om leden van nieuwsredacties te spreken die betrokken zijn bij het opstellen van het redactiebeleid, zich – direct of indirect - bezighouden met toezicht op de uitvoering daarvan en/of in staat zijn om zulk beleid - of het ontbreken daarvan - namens de redactie te kunnen toelichten. Oftewel: de actoren die verantwoordelijkheid dragen en/of kunnen afleggen voor de redactionele werkwijze.

Hoofdredacteuren vormen daarom de meest geschikte onderzoeks groep. Immers, de hoofdredacteur is eindverantwoordelijk voor het reilen en zeilen van een redactie. Degene met deze functie moet verantwoording kunnen afleggen over de werkwijze binnen een nieuwsmedium, alsook de visie die daaraan ten grondslag ligt kunnen expliciteren. Voor dit onderzoek zijn dan ook alleen hoofdredacteuren benaderd. In het geval een hoofdredacteur niet beschikbaar bleek voor het afnemen van een interview, is de betreffende adjunct-hoofdredacteur benaderd om namens de hoofdredactie de visie op en vormgeving van transparantie toe te lichten.

Deze methode van respondentenselectie wordt een *doelgerichte steekproef* genoemd: respondenten worden daarbij geselecteerd op basis van hun relevantie met betrekking tot het onderzoeksdoel (DiCicco-Bloom & Crabbe, 2006). De term ‘steekproef’ is in dit geval formeel, aangezien voor dit onderzoek alle landelijke nieuwsmedia zijn benaderd die binnen de selectiecriteria vallen – zie onderstaande toelichting – en er geen bevindingen worden geëxtrapoleerd over een grotere groep dan onderzocht is; het gaat immers om *subjectieve* betekenisgeving. De selectie is, zoals vaak bij kwalitatief onderzoek, dus niet bedoeld om dit soort statistische generaliseerbaarheid van de conclusies te claimen (Smaling, 2014: 5). In 3.4 wordt de generaliseerbaarheid van dit onderzoek verder besproken.

De selectie van de nieuwstitels is eveneens doelgericht. Er is gekozen voor een focus op *landelijke* nieuwsmedia – hoofdzakelijk vanuit de veronderstelling dat deze grotere redacties uitgesproken ideeën hebben over transparantie als journalistieke norm, afgaand op hun inspanningen omtrent transparantie zoals geschetst in de inleiding. Zo hebben in Nederland alleen enkele landelijke nieuwsmedia een ombudsman, en bieden alle geselecteerde landelijke titels, op meer of minder regelmatige basis, een vorm van hoofdredactioneel commentaar aan waarin zij spreken over het

journalistieke proces. Tot slot hebben landelijke nieuwsmedia door de bank genomen het grootste bereik en komt bijgevolg ook het grootste publiek in aanraking met hun inspanning op het gebied van transparantie.

Binnen landelijke nieuwsmedia is gekozen voor titels die zich primair bezighouden met de verslaggeving van actualiteiten, journalistiek onderzoek en/of het verschaffen van achtergrondinformatie en -analyse bij nieuws. Kortom, met journalistiek in de krappe zin van het woord. Landelijke media die zich profileren op het gebied van *human interest*, *life style*, sport en wetenschap, alsook de media die zich toeleggen op consumentenzaken, zijn daarom niet opgenomen in de selectie. Daarnaast zijn ook titels met een uitgesproken politieke signatuur, waarbij opinie en berichtgeving vaak door elkaar heen (dreigen te) lopen, uitgesloten.⁸ Het doel van de focus op landelijke nieuwsmedia die nieuwsvoorziening tot hoofdtaak hebben, is een uiteindelijke onderzoeksgroep die qua hoofdtaak binnen de bandbreedte te kwalificeren zijn van journalistiek als nieuwsvoorziening.

Er is gestreefd naar een diverse onderzoeksgroep voor wat betreft de (oorspronkelijke) verbintenis met verschillende mediumtypen. Zo is een aantal redacties benaderd die verbonden zijn aan een dagblad (*NRC*, *de Volkskrant*, *Trouw*, *Algemeen Dagblad*, *Het Financieele Dagblad* en *De Telegraaf*), week- en maandbladen (*Elsevier*, *Vrij Nederland*, *HP/De Tijd* en *De Groene Amsterdammer*), een televisieprogramma (*NOS*, *Nieuwsuur* en *RTL Nieuws*) en de zogenaamde ‘online onlies’ die niet verbonden zijn aan een offline medium (*Follow the Money*, *de Correspondent* en *NU.nl*). Met de diversiteit aan verbonden mediatypen is een zo rijk mogelijke inventarisatie naar hoofdredactionele percepties nagestreefd.

In tabel 1 is een overzicht gegeven van de uiteindelijke onderzoeksgroep, dat wil zeggen de nieuwsmedia die zijn ingegaan op het verzoek om deel te nemen aan het onderzoek; *De Correspondent*, *RTL Nieuws*, *Het Financieele Dagblad* en *HP/De Tijd* zijn wel benaderd voor deelname maar hebben te kennen gegeven niet bereid te zijn mee te werken. Deze nieuwsmedia zijn daarom niet opgenomen in het overzicht.

⁸ Hierdoor zijn onder andere *GeenStijl*, *ThePostOnline* en *OneWorld* niet geselecteerd voor de onderzoeksgroep.

Tabel 1 - Samenstelling van de onderzoeks groep

	Nieuwsmerk	Vertegenwoordiger	Functie
dagbladen	de Volkskrant	Philippe Remarque	Hoofdredacteur
	De Telegraaf	Paul Jansen	Hoofdredacteur
	AD	Hans Nijenhuis	Hoofdredacteur
	Trouw	Martijn Roessingh	Adjunct-hoofdredacteur
	NRC	Stijn Bronzwaer	Adjunct-hoofdredacteur
televisie			
	NOS	Marcel Gelauff	Hoofdredacteur
	Nieuwsuur	Joost Oranje	Hoofdredacteur
bladen			
	Elsevier	Arendo Joustra	Hoofdredacteur
	Vrij Nederland	Ward Wijndelts	Hoofdredacteur
online only	De Groene Amsterdammer	Xandra Schutte	Hoofdredacteur
	NU.nl	Gert-Jaap Hoekman	Hoofdredacteur
	Follow the Money	Eric Smit	Hoofdredacteur

3.2.2 Kwalitatieve interviews

Het onderzoek is uitgevoerd aan de hand van semigestructureerd interviews met (adjunct-) hoofdredacteuren van nieuwsredacties. Dit is een gangbare methode om kwalitatieve data te verzamelen, in het bijzonder wanneer het gaat om het begrijpen van complexe sociale kwesties en betekenissen die mensen ergens aan toe kennen (Boeije, 2014: 27; DiCicco-Bloom & Crabbe, 2006: 315; Jacob & Furgerson, 2012: 1; Plochg & Van Zwieten, 2007: 82).

Strikt genomen is een concept zoals transparantie, *sociaal*: opvattingen over transparantie ontstaan niet een ‘vacuüm’, maar altijd binnen de interactie met anderen – bijvoorbeeld in maatschappelijke discussies en door gesprekken op de redactie. Wat transparantie ‘is’ is dus afhankelijk van de betekenis die mensen eraan toeschrijven, en die betekenis komt tot stand in een sociale context. Transparantie is dus evenmin een fenomeen dat ‘buiten’ ons bestaat, los van de betekenis die mensen eraan geven; we hechten in *bepaalde* mate waarde aan *bepaalde* vormen van transparantie in *bepaalde* situaties, op basis van onze opvattingen erover - en die ontstaan in interactie met anderen.

Dat wijst op de cruciale rol van de (morele) deliberatie van de personen die zich tot transparantie moeten verhouden, in dit geval de hoofdredactie. Die deliberatie kan uiteraard tot op zekere hoogte worden gestandaardiseerd met behulp van beleid, maar wortelt allereerst op de conceptie van

transparantie. Om die voorstelling inzichtelijk te maken zijn semigestructureerde interviews bij uitstek geschikt. Interviews geven toegang tot het verzamelen van rijke, kwalitatieve informatie – de onderzoeks vragen in dit onderzoek zijn immers gericht op de perceptie van een norm en de vormgeving daarvan; de semigestructureerde opzet maakt het mogelijk om gericht te vragen naar concrete praktijken en onderliggende principes en tegelijkertijd ruimte te laten voor vrije associaties en interpretaties.

3.2.2.1 Semigestructureerde opzet en topiclijst

Om dat laatste zo veel mogelijk te faciliteren, zijn de sleutelbegrippen ‘transparantie’ en ‘correctie’ tijdens de interviews - en later bij de analyse daarvan - als volledig ‘open’ begrippen geïntroduceerd – dat wil zeggen als richtinggevende concepten waarvan de precieze definitie (nog) niet vaststaat (Bulmer, 1979: 654). Dergelijke ‘*sensitizing concepts*’ kunnen worden gebruikt als handvatten bij het onderzoeken van de betekenis van een fenomeen of concept, die tegelijkertijd alle ruimte laten voor de invulling ervan (Bowen, 2006: 20; Blumler, 1954: 7; Bulmer, 1979: 654; Charmaz, 2003: 259). De concepten dienden dus louter als ‘bewegwijzering’ voor de respondenten tijdens de interviews en als zoeklichten voor de onderzoeker bij het analyseren daarvan – het doel is immers om de invulling van de concepten te baseren op de betekenis die de *respondenten* hieraan toekennen.

De semigestructureerde opzet laat het toe om door te vragen op de antwoorden van respondenten, om de ideeën over transparantie verder op te helderen. Wel is gebruik gemaakt van een topiclijst met enkele thematische vragen, afgeleid van de centrale onderzoeks vragen (bijlage 1A). De onderzoeks vragen zijn daarbij geoperationaliseerd in enkele toegankelijker geformuleerde interviewvragen. De vooraf geformuleerde thema’s komen in ieder interview aan bod, over het algemeen naar aanleiding van de vooraf geformuleerde vragen; soms wordt het explicet stellen van een vraag uit het interviewschema echter achterwege gelaten, omdat het betreffende thema in dat geval reeds door de respondent zelf ter sprake is gebracht.

De topiclijst is opgedeeld in twee delen, te weten de meer algemene vragen over het fenomeen transparantie, en de meer specifieke vragen inzake het correctiebeleid als toepassingsgebied van transparantie. In het eerste gedeelte is de vraag centraal gesteld wat transparantie binnen de journalistiek behelst en hoe daaraan invulling gegeven wordt; in het tweede deel is gefocust op de vertaalslag van die visie naar het corrigeren van fouten. Daarbij stonden in ieder gesprek het *wat*, *waarom* en *hoe* centraal: wat is transparant/wat zijn fouten, waarom is transparantie al dan niet belangrijk/waarom is het transparant corrigeren van fouten al dan niet belangrijk, en hoe krijgt transparantie invulling in de journalistieke praktijk/hoe verloopt transparante correctie.

Om verder inzicht te krijgen in de afwegingen die op redacties worden gemaakt ten aanzien transparantie en het corrigeren van fouten, is tijdens de interviews ook een aantal – hypothetische en aan de praktijk ontleende – voorbeelden voorgelegd (bijlage 1B). Daarbij is gevraagd naar de manier waarop de respondent zou handelen in de betreffende situatie en waarom, teneinde nauwkeuriger in kaart te brengen hoe transparantie als journalistieke norm in de praktijk concreet vorm krijgt. De mate waarin deze voorbeelden zijn voorgelegd is afhankelijk geweest van de input van de respondent: in het geval dat deze zelf illustratieve voorbeelden te berde bracht waardoor een duidelijk beeld kon worden gevormd van de handelingswijze bij verschillende soorten fouten, is het voorleggen van voorbeelden door de onderzoeker beperkt gebleven; in het geval dat beeld nog onvoldoende helder werd bevonden door de onderzoeker, zijn in het interview enkele voorbeelden voorgelegd.

3.2.2.2 Duur en documentatie

In totaal zijn er twaalf interviews gehouden, elk met één respondent en twee onderzoekers. De reden voor een tweede onderzoeker komt voort uit de keuze voor een gecombineerd interview, waarbij de respondent tevens is geïnterviewd in het kader van een andere studie. Om de kans op deelname van hoofdredacteuren te vergroten, is besloten een verzoek in te dienen voor één gecombineerd interview, in plaats van twee aparte sessies. Het tweede onderzoek betreft de visie van de hoofdredactie op diversiteit binnen nieuwsredacties.

In grote lijnen is tijdens de interviews de volgende indeling aangehouden: transparantie in de journalistiek (20 minuten), correctiebeleid (20 minuten) en diversiteit (20 minuten). Vrijwel alle interviews duurden langer van 60 minuten; gemiddeld nam een gesprek 75 minuten in beslag – een enkele uitzondering daargelaten van 120 minuten. Over het algemeen is de spreiding van de onderwerpen, een derde van de tijd per onderwerp, daarbij gehandhaafd gebleven.

Van alle interviews is aan audio-opname gemaakt. Deze opnames zijn handmatig getranscribeerd. Tijdens de interviews zijn tevens notities gemaakt van het gesprek, op basis waarvan direct na het interview een kort verslag van het gesprek is geschreven. Deze stappen zijn bedoeld om de interviews zo optimaal mogelijk te documenteren (Burnard, 1991). In deze verslagen is eveneens aangegeven wat er wel en niet goed verliep tijdens het gesprek, waar het accent op lag en of er opvallende uitspraken zijn gedaan. Uit deze reflectie zijn aandachtspunten voor het volgende interview afgeleid.

3.3 Data-analyse

Alle transcripten zijn geanalyseerd volgens de *general inductive approach* van Thomas (2006). Bij deze analysemethode is de leidende vraag bij het analyseren van de data de volgende: *Wat zijn de belangrijkste betekenissen die in de tekst kunnen worden geïdentificeerd en die relevant zijn met betrekking tot het te onderzoeken fenomeen?* (Thomas, 2006: 241). Deze vraag sluit aan bij het doel van deze studie om te onderzoeken welke betekenissen hoofdredacteuren geven aan transparantie en hoe zij dat vertalen naar hun correctiebeleid. Om tot de beantwoording van dergelijke vragen te komen stelt Thomas het proces van ‘inductieve codering’ voor: een manier van coderen waarbij niet opzoek gegaan wordt naar vooraf bepaalde aspecten van een fenomeen, maar waarbij die aspecten worden afgeleid uit de gegeven antwoorden.

Omdat ook in dit onderzoek niet vooraf vastgelegde concepten worden getoetst, maar juist wordt geprobeerd om begrip van concepten te ontwikkelen op basis van de opvattingen van hoofdredacteuren, wordt de methode van Thomas als uitgangspunt genomen in de analyse van de interviews. Met ‘uitgangspunt’ wordt gedoeld op het feit dat in dit onderzoek de stappen van Thomas’ analysemethode, i.e. 2), 3), 4)⁹ en 5), worden aangevuld met enkele stappen uit de methode van Burnard (1991), i.e. stap 1), 6) en 7).

Stap 1, het maken van interviewverslagen, biedt handvatten bij de analysestappen van de methode van Thomas. Door een beknopt verslag van het gesprek te maken en dat te herlezen voorafgaand aan de analyse, kan snel voor de geest worden gehaald waar de nadruk op lag in het gesprek, om zo belangrijke passages in het interview gemakkelijker te kunnen herkennen. Stap 6, de controle, is toegevoegd om te accuraatheid van de ontwikkelde categorieën te waarborgen. Door de transcripten te herlezen met de uiteindelijk geformuleerde categorieën ernaast, is ernaar gestreefd te ondervangen dat tijdens de verschillende stappen van het analyseproces een vertaalslag wordt gemaakt die geen recht doet aan de betekenis van uitspraken. Thomas’ methode includeert een dergelijke controle niet; met betrekking tot de betrouwbaarheid van de bevindingen is dit echter een waardevolle aanvulling. Tot slot is stap 7, de beschrijving van de bevindingen toegevoegd aan de oorspronkelijke methode van Thomas, omwille van de volledigheid van het overzicht over het verrichtte analyseproces.

Met deze aanvullingen is een optimale nauwkeurigheid van het analyseproces nagestreefd, teneinde de betrouwbaarheid ervan te bestendigen. Grofweg kan worden gesteld dat stap 4 samenvalt met wat

⁹ Voor de helderheid zijn onder stap 4 twee analysestappen losgekoppeld, die oorspronkelijk in de methode van Thomas onder één noemer worden besproken als ‘*upper level*’ en ‘*lower level*’ categorie-ontwikkeling.

in de methodische literatuur ‘open coderen’ wordt genoemd, stap 5 met ‘axiaal coderen’ en stap 6 met ‘selectief coderen’ (Boeije, 2014). Voor het analyseren van de transcripten is gebruik gemaakt van de codeersoftware *ATLAS.ti*.

Voorbereidingsfase

- 1) *Verslag na interview:* Tijdens het interview zijn notities gemaakt met betrekking tot de belangrijkste uitspraken die zijn gedaan door de respondent. Op basis van deze notities is na afloop van ieder interview direct een verslag geschreven van het gesprek. Deze verslagen dienen als zoeklicht tijdens de eerste analysefase en worden voorafgaand aan de analyse daarom herlezen.
- 2) *Transcriberen en standaardiseren:* Alle interviews zijn handmatig getranscribeerd, en alle transcripties zijn uitgevoerd in eenzelfde format. Sprekers worden aangeduid met hun initialen: *Eline de Jong* wordt aangeduid met ‘EJ’; toevoegingen van de onderzoeker omwille van de leesbaarheid zijn aangeduid met rechte haakjes: [voorbeeld].

Analysefase

- 3) *‘Close reading’ van de tekst:* De ‘ruwe’ data, dat wil zeggen: de volledige transcripten, zijn als platte tekst in deze fase nauwkeurig gelezen om het betreffende gesprek weer helder voor de geest te krijgen. Hierbij zijn in een apart document aantekeningen gemaakt ter oriëntatie op mogelijke codes (‘x lijkt een belangrijk aspect te zijn’; ‘y valt op’).
- 4) *Creëren van categorieën – ‘upper level’ (a):* De transcripten zijn als aparte tekstdocumenten ingeladen in het codeerprogramma *ATLAS.ti*. Per transcript zijn in dit programma allereerst de betekenisvolle tekstsegmenten, dat wil zeggen: met het oog op de onderzoeksvragen, geïdentificeerd en gemarkerd met behulp van kleur.¹⁰ De kleuren representeren verschillende thema’s binnen het gesprek, die op hun beurt vallen onder één van de twee hoofdthema’s van de onderzoeksvragen, te weten ‘transparantie’ en ‘correctiebeleid’. Via de functie ‘code manager’ zijn de tekstsegmenten op basis van hun kleur ondergebracht onder ofwel ‘transparantie’ ofwel ‘correctiebeleid’. Deze stap heeft zodoende twee lijsten per transcript opgeleverd, waarin alle betekenisvolle tekstsegmenten zijn gethematiseerd met behulp van kleuren.

¹⁰ In zijn methode laat Thomas ruimte voor verschillende manieren om tekstsegmenten te identificeren en te markeren (Thomas, 2006: 241). In deze studie is ervoor gekozen om dit met behulp van kleuren te doen in *ATLAS.ti*.

Onder het hoofdthema ‘transparantie’ zijn de tekstsegmenten ondergebracht die handelen over ‘wat transparantie is’ (blauw), ‘wat het doel van transparantie is’ (paars) en ‘hoe transparantie vorm wordt gegeven’ (groen); onder het hoofdthema ‘correcties’ zijn de tekstsegmenten ondergebracht die betrekking hebben op ‘soorten fouten en correcties’ (rood), ‘het doel van correcties’ (oranje) en ‘het doel van transparantie over correcties’ (geel). In totaal zijn er dus zes thema’s onderscheiden (zie tabel 2).

Deze kleurmarkeringen maken het mogelijk om snel te zien op welk thema een tekstgedeelte betrekking heeft. Dat vergemakkelijkt het vergelijken van tekstdelen die binnen één transcript over hetzelfde onderwerp of aspect handelen, alsook het thematisch vergelijken van tekstdelen tussen de verschillende transcripten.

Creëren van categorieën – ‘lower level’ (b): Deze vervolgstap komt overeen met wat vaak ‘open coderen’ wordt genoemd. Elk gemarkerd tekstfragment in het transcript is in *ATLAS.ti* voorzien van een code die de inhoud van het betreffende fragment vat. De codes benoemen dus een bepaald aspect binnen een thema. Zo is ‘informeren’ een code binnen het thema ‘Waarom transparantie’, en is ‘vertrouwen genereren’ een code binnen het thema ‘Waarom transparantie over correcties’. Indien het niet mogelijk was om met een enkele code de inhoud van een tekstdeel te aan te duiden, zijn aan dat tekstdeel meerdere codes toegekend. In *ATLAS.ti* worden die aangebrachte codes zichtbaar in een balk naast de platte tekst van het transcript waardoor goed zichtbaar blijft op welk tekstfragment een code betrekking heeft.

De twee lijsten met gemarkerde tekstsegmenten per transcript – i.e. het resultaat van (a) – zijn automatisch uitgebreid met de gedefinieerde codes – i.e. het resultaat van (b). Het labelen van de eerder gemarkerde tekstsegmenten met behulp van codes, heeft dus geresulteerd in twee lijsten per transcript: per hoofdthema zijn daarin de betekenisvolle tekstsegmenten uit het betreffende transcript thematisch geordend naar kleur en gelabeld met een code.

- 5) *Revisie van categorieën:* Na het labelen van tekstsegmenten met codes, zijn de transcripten opnieuw gelezen in *ATLAS.ti*, waarbij de aangebrachte codes zichtbaar waren in de balk naast de tekst. Op die manier is nagegaan of de codes waarmee tekstsegmenten zijn gelabeld de betreffende inhoud inderdaad bevredigend dekten, of dat codes eventueel verder moesten worden gespecificeerd of juist onder een overkoepelende code konden worden geschaard.

Nadat op die manier verzekerd was dat de transcripten adequaat waren vertaald naar twee codelijsten – één voor codes met betrekking tot transparantie, en één met betrekking tot correctiebeleid -, zijn de codes van alle transcripten samengevoegd en thematisch, dus op kleur, gerangschikt. Van alle transcripten zijn bijvoorbeeld de codes van blauwe tekstsegmenten, dus codes die betrekking hebben op het thema ‘Wat is transparantie’, samengevoegd in één lijst. Dat betekent dat aan de hand van alle transcripten, uiteindelijk zes codelijsten zijn opgesteld, corresponderend met de zes thema’s.

Voor deze zes codelijsten is per lijst bekeken welke codes gezamenlijk kunnen worden aangeduid met een overkoepelende categorie. Zo zijn de codes ‘melding in correctierubriek’ en ‘melding in lezersrubriek’ samengenomen in de categorie ‘melding in rubriek’. Dit proces heeft de oorspronkelijke codelijst teruggebracht tot de categorieën in tabel 2, binnen de zes geformuleerde thema’s. Drie categorieën konden niet worden ondergebracht onder een specifiek thema omdat ze als overkoepelend kunnen worden aangemerkt; deze categorieën zijn gethematiseerd als ‘overig’.

De categorieën in tabel 2 vormen de sleutelaspecten van de onderzochte fenomenen, i.e. transparantie en correctiebeleid. Achter de codes is aangegeven hoeveel ‘open codes’, i.e. de codes als resultaat van stap 4, er zijn ondergebracht per categorie. Daarbij is het belangrijk om te vermelden dat het *aantal* daarbij niet als indicatie wordt genomen voor de relevantie; het aantal open codes kan immers ook een aanwijzing zijn voor de algemeenheid van een categorie waardoor veel tekstelementen daarop betrekking hebben. De categorieën worden daarom *kwalitatief* benaderd.

Tabel 2 - Overzicht van de ontwikkelde categorieën

<i>Hoofdthema</i>	<i>Thema</i>	<i>Categorie</i>	<i>Aantal Open codes</i>
1 - Transparantie			
	a - Wat is transparantie		
		Aanvulling op hoofdaak	27
		Beperkt door discretie/risico/middelen	51
		Bereidheid tot verantwoording	6
		Evenwichtskunst	20
		Interne transparantie	3
		Meta-informatie	34
		Onderdeel publieke taak	4
		Openheid	14

	Openlijke reflectie op werkwijze	6
	Product	5
	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit	31
	Tonen werkwijze/maakproces	17
	Verantwoorden/reactie op commentaar	20
	b - Doel van transparantie	
	Controleerbaarheid/informeren	31
	Eerlijkheid/publiek serieus nemen	10
	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	24
	Publieksbinding(pr)/marketing	28
	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen	36
	c - Instrumenten voor transparantie	
	Bronvermelding	6
	Communicatie over fouten	1
	Contact/interactie met publiek	21
	Hoofdredactionele communicatie	8
	Informatie over journalist	3
	Interne transparantie	1
	Inzage maakproces	11
	Ombudsman	5
	Openlijke toelichting/uitleg	17
	Publicatie officiële documenten	4
	Verantwoording afleggen	2
	Vermelding branded content	1
2 - Correctiebeleid		
	a - Soorten fouten/correcties	
	Afhankelijk van betrokkenen	4
	Afhankelijk van impact fout	8
	Afhankelijk van tijd	1
	Corrigeren/aanpassen met vermelding	10
	Corrigeren/aanpassen zonder melding	10
	Feitelijke onjuistheid	15
	Journalistieke onjuistheid	12
	Kleine fout/schrijffout/stijlfout	7
	Melding in rubriek	7
	Melding in statement	4
	Melding op plaats van fout	15
	Standaardisatie	16
	Verwijdering	9

	b - Doel van correcties	
	Kwaliteitsbewaking	23
	Schade aan betrokkenen herstellen	4
	Schade aan merk herstellen/voorkomen	8
	c - Doel van transparantie over correcties	
	Disciplinerende werking	2
	Ophef beperken/voorkomen	4
	Relevante wijziging communiceren/toelichten	20
	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijze	20
	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid	26
3 - Overig		
	a - Overig	
	Interne integriteitswaarborging	2
	Primaat van informeren	3
	Primaat van kwaliteitsbewaking	1
Eindtotaal		678

Controle en beschrijvingsfase

- 6) *Controle:* Na de analysefase zijn de transcripten in *ATLAS.ti* een tweede keer gelezen met de hoofdcategorieën ernaast om na te gaan of deze alle betekenisvolle aspecten van de interviews, dat wil zeggen: zoals die met het oog op de onderzoeksvragen zijn geïdentificeerd en gecodeerd, dekken. Als dat niet het geval bleek, is stap 5 (*revisie van categorieën*) herhaald, en waar nodig stap 4b (*creëren van categorieën*). Bij deze controle zijn in een apart document aantekeningen gemaakt ter oriëntatie op de verhouding tussen verschillende codes ('x lijkt even belangrijk als y', 'y lijkt een voorwaarde voor z').
- 7) *Beschrijven van de bevindingen:* De definitieve categorieën vertegenwoordigen de belangrijkste aspecten per thema die door de hoofdredacteuren zijn genoemd, en vormen het uitgangspunt voor de besprekning van de resultaten in hoofdstuk vier. Bij de beschrijving van de bevindingen worden eveneens de verhoudingen tussen de categorieën besproken, waarbij de aantekeningen die zijn gemaakt bij in de vorige stap richtinggevend zijn.

Tot slot moet worden opgemerkt dat niet de zes thema's maar de onderzoeks vragen het uitgangspunt vormen bij de besprekking van de resultaten. Het is bijvoorbeeld goed mogelijk dat een deel van de categorieën onder het thema 'Doel van transparantie', zowel betrekking heeft op de beantwoording van deelvraag 1a als 1b. De verschillende categorieën die zijn ontwikkeld komen in het volgende hoofdstuk daarom per onderzoeks vraag en deelvraag aan bod, waar mogelijk in hun onderlinge verhoudingen. De beschrijvingen en verbanden zijn geïllustreerd met citaten uit de transcripten.

Het doel van deze kwalitatieve data-analyse is een gedetailleerde en systematische uiteenzetting van de aspecten die zijn geadresseerd in de interviews, ten aanzien van transparantie en correctiebeleid. Deze resultaten worden besproken in hoofdstuk vier. Op basis van de bevindingen kan uiteindelijk een normatief raamwerk worden ontwikkeld (Burnard, 1991: 462): de normatieve grond op basis waarvan nieuwsredacties transparant zijn over correcties.

3.4 Kwaliteitswaborging

Kwalitatief onderzoek bevat onvermijdelijk een interpretatief element: het gaat hierbij immers om het overbrengen van betekenis van de ene partij, de onderzoeksgroep, naar de andere partij, de onderzoeker. Deze laatste moet *interpretieren* wat de eerste overbrengt. Dat maakt dat de onderzoeker in kwalitatief onderzoek op een directere manier betrokken is bij het analyseproces dan in kwantitatief onderzoek, waarbij deze interpretatie goeddeels plaatsvindt door tussenkomst van kwantitatieve data.

In kwalitatief onderzoek is de onderzoeker dus een belangrijk deel van het onderzoeks instrument waardoor diens persoonlijke inbreng een wezenlijke rol speelt bij de totstandkoming van de resultaten (Golafshani, 2003: 600; Plochg & Van Zwieten, 2007: 89). Het is volgens Plochg & Van Zwieten (2007) daarom niet de vraag *of* de onderzoeker in kwalitatief onderzoek invloed heeft gehad op de resultaten, maar *hoe*. Het is daarom van belang om het interpretatieve proces inzichtelijk te maken. Daarnaast is het van belang dat die interpretatie er te allen tijde op is gericht recht te doen aan het onderzoeksobject, in dit geval de opvattingen van de hoofdredacteuren – het is immers de opheldering van *hun* opvatting die centraal staat. Hieronder wordt toegelicht hoe in deze studie de kwaliteit van het interpretatieve en inducerende proces van interview naar resultaten is gewaarborgd. Net als in kwantitatief onderzoek wordt dat in dit geval gedaan aan de hand van de begrippen 'betrouwbaarheid' en 'validiteit'.

3.4.1 Betrouwbaarheid

Met de term ‘betrouwbaarheid’ wordt gedoeld op de controleerbaarheid en herhaalbaarheid van het onderzoek (Long & Johnson, 2000: 31; Van Zwieten & Willems, 2004: 631). Oftewel: zou het onderzoek dezelfde resultaten opleveren wanneer het zou zijn uitgevoerd door een andere onderzoeker en zou het opnieuw uitvoeren van het onderzoek ook opnieuw dezelfde resultaten opleveren? Respectievelijk wordt dan gesproken van *interne* en *externe* betrouwbaarheid (Van Zwieten & Willems, 2004: 631-632). De eis van betrouwbaarheid voor kwantitatief onderzoek strikter te hanteren door de mogelijkheid van sterk gestandaardiseerde analyses. Desalniettemin is het ook voor kwalitatief onderzoek mogelijk om de betrouwbaarheid te optimaliseren.

Om de *interne* betrouwbaarheid van het onderzoek te waarborgen is het nodig om het verloop van het onderzoek zo inzichtelijk mogelijk te maken (Hall & Stevens, 1991: 19). Daartoe is zowel het primaire onderzoeksmaateriaal, i.e. de interviewtranscripten en -verslagen, als het secundaire onderzoeksmaateriaal, i.e. de topiclijst en voorbeeldcorrecties (bijlage 1), en de lijsten met codes¹¹ en categorieën van de verschillende stappen in het analyseproces (bijlage 2), beschikbaar gesteld voor derden. Ook de precieze beschrijving van de verschillende analysestappen (3.3) zijn bedoeld om bij te dragen aan de controleerbaarheid van het onderzoek. Door op deze manier alle stappen in het onderzoeksproces te documenteren is ernaar gestreefd de volledige gang van interpretatie door de onderzoeker navolgbaar te maken. Het gebruik van de codeersoftware *ATLAS.ti* heeft daaraan bijgedragen: het programma faciliteert een optimale documentatie van de analysestappen.

Bovendien is met het gebruik van *ATLAS.ti* gepoogd toevallige fouten in het codeerproces te minimaliseren. Doordat het programma het mogelijk maakt om automatisch overzichten te creëren van gedefinieerde en toegekende thema's en codes, is de kans op toevallige fouten in dit proces aanzienlijk verkleind. Daarnaast is het in *ATLAS.ti* mogelijk om codes snel en nauwkeurig te rangschikken op thema (kleur) of categorie, waardoor eveneens het risico wordt geminimaliseerd dat codes door toevallige fouten buiten beschouwing blijven.

Alle transcripten zijn door dezelfde onderzoeker geanalyseerd; in zekere zin is daarmee gecontroleerd voor verschillen in de resultaten die niet rechtstreeks volgen uit verschillen in de opvattingen tussen de geïnterviewden, maar uit verschillende interpretaties van de onderzoekers. De analyse door één

¹¹ De met codes gelabelde transcripten zijn eveneens beschikbaar voor inzage. Omdat het echter niet mogelijk is om de transcripten inclusief de codes die aan de tekstsegmenten zijn gehangen, als apart document te exporteren uit *ATLAS.ti*, konden deze niet worden bijgevoegd als bijlage.

onderzoeker kan daarentegen wel een risico van *systematische* vertekening met zich meebrengen; dit wordt besproken onder het kopje ‘validiteit’.

Vanwege het interpretatieve aspect van kwalitatief onderzoek is de *externe* betrouwbaarheid hier lastig te waarborgen. Het is namelijk nagenoeg onhaalbaar om het onderzoek exact te herhalen, alleen al vanwege het feit dat twee verschillende mensen nooit exact hetzelfde interview zullen leiden, uitgaand van een semigestructureerd opzet (Long & Johnson, 2000: 31). Desalniettemin is met de uitgebreide documentatie van het onderzoeksmaateriaal, waaronder ook de topiclijst, en expliciete beschrijving van de verschillende stappen in het analyseproces, geprobeerd om de externe betrouwbaarheid te maximaliseren.

3.4.2 Validiteit

Waar betrouwbaarheid doelt op de afwezigheid van ‘toevallige’ vertekeningen, bijvoorbeeld door een verkeerde interpretatie door de onderzoeker, wijst de term ‘validiteit’ op de afwezigheid van systematische vertekeningen (Van Zwieten & Willems, 2004: 632). Met andere woorden: representeren de bevindingen inderdaad datgene wat is onderzocht, in dit geval de opvattingen van de geïnterviewden over transparantie en correctiebeleid. De validiteit van een onderzoek wordt in eerste instantie gewaarborgd door de keuze voor de juiste onderzoeks methode (Malterud, 2001: 485). In 3.2 en 3.3 is beargumenteerd waarom kwalitatief onderzoek met semigestructureerd interviews en inductieve data-analyse, het meest geschikt is met het oog op de centrale onderzoeks vragen.

De *interne* validiteit gaat over de vraag of het onderzoek daadwerkelijk onderzoekt wat er wordt beoogd (Malterud, 2001: 484; Hall & Stevens, 1991: 19). Met behulp van een topiclijst is verzekerd dat in alle interviews tenminste dezelfde thema’s aan bod zijn gekomen die relevant zijn met betrekking tot de onderzoeks vragen. Tijdens de interviews is bovendien systematisch gevraagd naar de manier waarop de geïnterviewden hun opvattingen over transparantie en transparante correctiewijzen in de praktijk brengen. Op die manier is geprobeerd om eventueel sociaal wenselijke antwoorden op het spoor te komen en alsnog gepoogd om de eigen opvattingen van de geïnterviewde op te helderen.

Vanwege de belangrijke rol van de onderzoeker in het kwalitatieve onderzoeksproces, is systematische reflectie op diens invloed eveneens een manier om de interne validiteit te maximaliseren (Burnard, 1991: 464; Plochg & Van Zwieten, 2007: 90). Daarbij wordt gecontroleerd of er een valide vertaling heeft plaatsgevonden van het ruwe onderzoeksmaateriaal, dus de interviews en de transcripties daarvan, naar de onderzoeksresultaten, i.e. de interpretatie daarvan door de onderzoeker. Deze

interne validiteit kan worden gewaarborgd middels zogenaamde ‘stakeholder checks’ (Burnard, 1991; 464; Thomas, 2006: 243). Hierbij toetst de onderzoeker of diens interpretatie, in dit geval van de uitspraken van de geïnterviewden, overeenkomen met wat de geïnterviewde heeft bedoeld.

In dit onderzoek is een eerste vorm van een dergelijke check ingebouwd in de interviews zelf. Door het stellen van recapitulerende vragen is de interpretatie van de onderzoeker direct ter verificatie, aanvulling en/of correctie voorgelegd aan de betreffende respondent (e.g. *‘Mag ik uw visie op transparantie samenvatten als...’* en *‘Kan ik de link tussen transparantie en correctiebeleid samenvatten als...’*). Hierdoor is de geïnterviewden tijdens het interview de mogelijkheid gegeven om eventuele verkeerde interpretaties van de onderzoeker te nuanceren of te corrigeren. Deze informatie maakt dus deel uit van de interviews zelf en dus ook van de transcripten die zijn geanalyseerd.

Daarnaast is toegezien op de interne validiteit door een tweede check uit te voeren na afloop van de data-analyse en het opstellen van de voorlopige resultaten. Hiertoe zijn de categorieën zoals ontwikkeld door de onderzoeker en zoals beschreven in de resultaten, in combinatie met een illustratief citaat uit het transcript, per mail voorgelegd aan de betreffende respondent ter beoordeling: Is de interpretatie van de onderzoeker in de vorm van de ontwikkelde categorie, consistent met wat de geïnterviewde heeft bedoeld met de geciteerde tekst? Geen van de geïnterviewden heeft aangegeven zich niet te kunnen vinden in de voorgelegde categorieën. Uiteraard zijn per geïnterviewde alleen de categorieën voorgelegd die (mede) zijn ontwikkeld op basis van hun specifieke uitspraken; de totale verzameling categorieën is immers het resultaat van alle interviews samen en zijn niet als zodanig af te leiden uit ieder interview apart.

Externe validiteit betreft de mate waarin onderzoeksresultaten kunnen worden gegeneraliseerd (Malterud, 2001: 484). In kwantitatief onderzoek¹² gaat het dan om ‘statistische generaliseerbaarheid’: de mogelijkheid om op basis van de onderzoeksconclusies uitspraken te doen over een grotere groep dan de groep die daadwerkelijk is onderzocht (Smaling, 2014: 5). Dit soort generaliseerbaarheid wordt doorgaans niet nagestreefd in kwalitatief onderzoek (Plochg & Van Zwieten, 2007: 90).

In kwalitatief onderzoek zoals het voorliggende, gaat het veeleer om ‘analytische generaliseerbaarheid’: het generaliseren van de conclusies naar een theoretisch of analytisch domein (Smaling, 2014: 11). Het is daarbij belangrijk om te zien dat analytische generaliseerbaarheid geen

¹² Smaling (2014) stelt dat het in beperkte mate en onder specifieke omstandigheden ook mogelijk is om binnen kwalitatief onderzoek statistische generaliseerbaarheid na te streven.

claim is op de mogelijkheid om op basis van de onderzoeksconclusies uitspraken te doen over andere gevallen, maar veeleer een ‘*aim*’: het doel is om middels gedegen onderzoek een voorlopige (aanzet tot) theorie te ontwikkelen, die kan worden getoetst in andere hoeken van het theoretische domein. Anders gezegd, of onderzoeksconclusies analytisch generaliseerbaar zijn moet *blijken* uit replicatie van het onderzoek in andere gevallen (Hak, 2007: 11).

De conclusies van dit onderzoek betreffen dus eerst en vooral de opvattingen van de geïnterviewde hoofdredacteuren, en kunnen – door de maatregelen die zijn genomen om de kwaliteit te waarborgen - fungeren als uitgangspunt voor onderzoek onder andere groepen.

4. Resultaten

In de volgende paragrafen worden de bevindingen uit de interviews besproken. Paragraaf 4.1 spitst zich toe op transparantie (RQ1) en is gericht op de visies van de hoofdredacteuren op transparantie binnen de journalistiek. Hierbij is zowel aandacht voor de overeenkomsten als voor de verschillen in de perspectieven van hoofdredacties. In paragraaf 4.2 staat het correctiebeleid centraal (RQ2) en wordt beschreven hoe redacties omgaan met fouten.

4.1 Transparantie als journalistieke norm

In deze paragraaf worden de resultaten met betrekking tot journalistieke transparantie besproken. De onderzoeksraag die hierbij centraal staat luidt: *Hoe percipiëren hoofdredacties van nieuwsmedia ‘transparantie’ als journalistiek ideaal? (RQ1)*

Bij de beschrijving van de bevindingen binnen het thema ‘transparantie’, worden de betreffende deelvragen als uitgangspunt genomen. In 4.1.1 wordt eerst beschreven wat transparantie binnen de journalistiek is volgens de hoofdredacteuren, om vervolgens in 4.1.2 te beschrijven waarom zij (bepaalde vormen van) transparantie relevant achten in hun relatie met het publiek.

4.1.1 Wat is transparantie in de journalistiek?

Bereidheid tot verantwoording

Op het meest abstracte niveau tonen de hoofdredacteuren zich betrekkelijk eensgezind als het gaat om hun antwoord op de vraag wat transparantie in de journalistiek behelst: *de bereidheid om verantwoording af te leggen* – genegen zijn om toelichting of uitleg te geven over het eigen werk. Die houding maakt volgens vrijwel alle hoofdredacteuren inherent deel uit van de journalistieke professie:

De bereidheid om uitleg te geven, om transparant te zijn, om uitleg te geven over wat je doet, hoort bij het vak van journalisten. En of er nou één lezer belt, of het zijn er duizenden op Twitter, het hoort bij jouw taak om uit te leggen hoe je werkt. – Hans Nijenhuis, AD

Dat je er altijd bereid toe bent [om verantwoording af te leggen]. Dat je altijd met goede argumenten moet komen als je iets niet wilt vertellen, bijvoorbeeld bronbescherming. Maar dat je altijd bereid moet zijn om daar open voor te staan. – Joost Oranje, Nieuwsuur

Je moet als journalist ter verantwoording geroepen kunnen worden. We zijn immers de vierde, of de vijfde macht: we controleren de parlementaire ambtelijk en rechterlijke macht en het

bedrijfsleven. Wij moeten er zelf voor zorgen, omdat we die macht uitoefenen, ook controleerbaar [te] zijn. Dat is van eminent belang, dat journalisten controleerbaar zijn. Want als je als macht niet controleerbaar bent, dan ben je in feite losgezongen van hoe een democratie zou moeten functioneren. – Eric Smit, *Follow the Money*

Bovenstaande citaten zijn illustratief voor een breed gedragen visie onder de hoofdredacteuren, waarbij transparantie wordt gezien als *onderdeel van hun publieke taak*. Binnen de maatschappij vervult de journalistiek een cruciale informerende en controlerende rol, en treedt op het snijvlak daartussen eveneens op als duider. De hoofdredacteuren erkennen dat van die publieke taak een serieus te nemen verantwoordelijkheid jegens het publiek uitgaat, en dat transparantie als de bereidheid om verantwoording af te leggen daar onderdeel van uitmaakt. Joost Oranje omschrijft het als volgt:

Ik vind dat ieder journalistiek medium benaderbaar en open en transparant moet zijn, zo veel mogelijk. Omdat ieder nieuwsmedium een publieke taak heeft. Dat schept best wel een verantwoordelijkheid. [...] Daar hoort ook bij dat je transparant bent. – Joost Oranje, *Nieuwsuur*

Meta-informatie

Zo bezien wordt transparantie dus in de eerste plaats geconceptualiseerd als een *houding*: de bereidwilligheid tot het verschaffen van extra informatie, dat wil zeggen, bovenop de informatie die de kern vormt van het journalistieke product. Wanneer die bereidheid wordt omgezet in handelen blijkt situatieafhankelijk; de volgende paragraaf gaat dieper in op de afwegingen hieromtrent. Voor nu is het belangrijk om te zien dat de extra informatie die onder mom van transparant wordt verschaft, inzage geeft in de *werkwijze* – hetzij in het algemeen, hetzij omtrent een specifiek geval.

In die zin verschaft transparantie meta-informatie: informatie over de aard van andere informatie. Naast de – principiële - overtuiging dat het verschaffen van zulke meta-informatie hoort bij de publieke taak, geven de hoofdredacteuren aan dat transparantie ook *functioneel* is. Zij stellen dat meta-informatie over hun werk bijdraagt aan het vermogen om de kwaliteit daarvan te beoordelen, zowel binnen de redactie als daarbuiten. Transparantie informeert het publiek en dwingt de redactie voorafgaand daaraan om die informatie zelf op een rijtje te hebben. Het communiceren van meta-informatie heeft dus ook een interne functie, binnen de redactie, en een externe functie, naar het publiek toe.

Externe functie: bijdrage aan geloofwaardigheid

Volgens de hoofdredacteuren is het met behulp van achtergrondinformatie beter mogelijk om de kwaliteit van een productie in te schatten. En dat is waardevol: je hebt pas iets aan een goed product als dat ook door anderen wordt erkend als goed. Transparantie over de totstandkoming ervan kan volgens hen bijdragen aan de perceptie van betrouwbaarheid onder het publiek, en ‘merk en werk’ dus geloofwaardiger maken. In paragraaf 4.1.2 wordt deze dynamiek uitgebreid besproken.

Toch wordt er door de hoofdredacteuren vaak in dezelfde adem een kanttekening geplaatst bij de impuls die transparantie kan vormen voor geloofwaardigheid. Zo verwijst de ongeveer de helft van hen, linksom of rechtsom, naar een uitspraak over wetten enworsten¹³: “Wetten zijn als worstjes. Je kunt maar beter niet weten hoe ze gemaakt zijn.” Volgens sommigen geldt dat ook tot op zekere hoogte voor de journalistiek: het gaat erom of je de worst, lees: het verhaal, lekker vindt – en weten hoe die is gemaakt kan daar afbreuk aan doen.

Het kan zijn dat de uitleg lezers wegjaagt: 'Mijn god, gaat dat zó.' [...] Of het nu in de keuken van een sterrenrestaurant is of op de redactie van een krant: Mensen kunnen heel teleurgesteld zijn over hoe dat vijfgangendiner of dat onderzoeksartikel precies tot stand is gekomen. – Hans Nijenhuis, AD

Mensen lekken [bijvoorbeeld] doorgaans niet vanuit nobele overwegingen, die hebben vaak of een persoonlijk belang. Ze willen een plan kapot maken voordat het überhaupt het daglicht ziet, ze willen hun concurrent kapot maken die een plannetje heeft. Vaak speelt ijdelheid een grote rol: 'Kijk eens wat ik weet, kijk eens hoe belangrijk ik ben.' En dat zijn allemaal belangen die nooit het daglicht aankunnen. – Paul Jansen, De Telegraaf

Paradoxen

Er blijkt dus ook een zekere terughoudendheid als het gaat om het openbaar maken van meta-informatie. De journalistiek heeft net als andere vakgebieden zijn eigen ‘mores’, en die zouden door buitenstaanders wel eens uit hun verband kunnen raken. Joost Oranje (*Nieuwsuur*) noemt het ‘het geheim van de smid’:

¹³ Deze uitspraak wordt vaak toegeschreven aan Otto von Bismarck. Het is echter naar alle waarschijnlijkheid niet Von Bismarck die de geestesvader is van deze zinsnede. De quote wordt sinds de jaren 30 met hem geassocieerd, maar duikt al in 1869 op als quote van een dichter en advocaat, genaamd John Godfrey Saxe. (Quoteinvestigator, z.d.)

Je hoeft niet alles uit te leggen, [over] hoe dingen tot stand komen. Want dat heeft ook wel een beetje te maken met het vak, hoe het vak nou eenmaal werkt. Vooral connecties met politici en hoe dat nou gaat en wanneer je iemand wel of niet in de studio regelt. Ieder vak heeft zijn eigen mores. En daar moeten mensen ook een beetje op vertrouwen. [...] Het is het geheim van de smid. – Joost Oranje, Nieuwsuur

Te veel informatie over de totstandkoming van verhalen zou volgens sommigen de perceptie onder het publiek over de werkwijze zelf negatief kunnen beïnvloeden. Uiteraard benadrukken ze dat er achter de schermen geen dingen gebeuren waar ze niet voor in kunnen staan, maar toch zijn de meeste nieuwsmedia voorzichtig met het al te proactief delen van meta-informatie met het oog op het risico van gezichtsverlies.

De hoofdredacteuren noemen verschillende (mogelijke) oorzaken voor zulk gezichtsverlies. Zo denken enkelen dat het publiek teleurgesteld zou kunnen zijn wanneer ze te weten komen dat er soms hele praktische redenen zijn voor bepaalde keuzes en dat daar niet altijd principiële overdenkingen aan voorafgegaan zijn; dat journalisten vaak onderhandelen met hun bronnen en daardoor, hoewel ze daarbij hun te allen tijde hun onafhankelijkheid nastreven, minder autonoom zouden kunnen overkomen op het publiek; en dat journalisten niet altijd specialisten blijken te zijn, of zoals Hans Nijenhuis (*AD*) het zegt, ‘heel weinig van heel veel weten’:

Ken je het fenomeen dat als je zelf iets van een onderwerp weet, je dan altijd heel teleurgesteld bent over hoe iets in de krant staat? Stel je bent een medisch specialist die zegt: NRC is een hele goede krant, behalve op mijn terrein. Stel je dan eens voor dat je zou beseffen dat dat dus voor alle terreinen geldt. [Zo] zit een redactie in elkaar: allemaal generalisten die weinig dingen weten van heel veel. – Hans Nijenhuis, AD

Je creëert aandacht voor een probleem rond jouw eigen titel. Dus door transparantie maak je [jezelf] in eerste instantie eigenlijk zwarter. [...] Dus [daarom] er wordt gedoken en weggeglipt, en mensen komen ermee weg. – Ward Wijndelts, Vrij Nederland

Bovenstaande laat zien dat de hoofdredacteuren rekening houden met wat een ‘transparantieparadox’ zou kunnen worden genoemd: de mogelijkheid dat transparantie afbreuk doet aan de publieksperceptie van betrouwbaarheid en kwaliteit van het nieuwsmerk, terwijl het er juist op is gericht om daaraan een positieve bijdrage te leveren. De hoofdredacteuren vinden transparantie belangrijk omdat dat hoort bij hun professionaliteit en publieke verantwoordelijkheid, en het zou

daarvan dus het zichtbare bewijs moeten zijn, maar in plaats daarvan herbergt transparantie ook het risico om *minder* geloofwaardig te worden gevonden.

In dat licht beamen de hoofdredacteuren dat transparantie over fouten ook betekent dat onder de aandacht wordt gebracht *dat* die fout is gemaakt. Daarmee etaleert je je eigen feilbaarheid en sommige hoofdredacteuren vragen zich hardop af of hun positie als informatieautoriteit daarbij gebaat is. Silverman (2014, 24 september) beantwoordt die vraag met een volmondig ‘ja’: laten zien dat je feilbaar bent draagt volgens hem bij aan het vertrouwen van het publiek. Hij noemt dit mechanisme de ‘vertrouwensparadox’¹⁴. Die paradox is in een iets genuanceerdere variant terug te zien bij de hoofdredacteuren: hoewel niet iedereen er zeker van is dat het benoemen van fouten positief afstraalt op hun status als informatieautoriteit, menen zij over het algemeen wel dat die autoriteit hoe dan ook *nog minder* gebaat is bij het verwijgen van fouten. In 4.1 komen we hierop terug.

Interne functie: bijdrage aan betrouwbaarheid

De externe functie, gericht op het publiek, is dus het bestendigen van de geloofwaardigheid van een uiting, en in het verlengde daarvan, van het merk als zodanig. Maar het verschaffen van meta-informatie heeft ook intern een effect: het openlijk delen van informatie over de aard van een verhaal houdt de redactie een spiegel voor en dwingt zo tot reflectie. Met andere woorden, om de betrouwbaarheid *aan te tonen*, moet de redactie zichzelf eerst van die betrouwbaarheid vergewissen.

Transparantie heeft daarom volgens de hoofdredacteuren een disciplinerende werking op de redactie en maakt bijgevolg de journalistiek beter:

Ik denk dat het de journalistiek beter maakt, want als je uitlegt waarom je iets doet, moet je nadenken over waarom je iets doet. [...] Vaak als we een journalistieke discussie hebben, zeg ik: Morgen schrijft een lezer 'waarom heeft u dit gedaan?', dan moeten we dat kunnen uitleggen. [...] Dan ga je hardop redeneren, want ga je het maar eens uitleggen. Ik moet die mailtjes schrijven namelijk. [...] Nou dan heb je een debatje [op de redactie]. Ik kon het [laatst] goed gebruiken want we kregen die brieven, dus ik moest een uitlegstukje maken. – Hans Nijenhuis, AD

Als je meer van jezelf moet tonen, moet het ook toonbaar zijn. [Neem] de ombudsman. [...] Intern was het: 'Jongens, je wil liever niet in die rubriek terecht komen'. Dat hoeft je niet eens te zeggen, dat is impliciet. Dus als je niet goed wederhoor pleegt, dan gaat het publiek klagen bij de

¹⁴ Zie hoofdstuk 2, p.20

ombudsman, en die schrijft [dat] dan ook nog eens in je eigen krant, dat het artikel een onvolledig beeld gaf. Dat is een behoorlijk disciplinerend instrument. – Philippe Remarque, de Volkskrant

[Het doel is] om iets uit te leggen, om mensen te laten begrijpen waarom we doen wat we doen. Los van alle discussies over waarom je doet wat je doet, is het ook een intern middel; het is een soort spiegel die je voor de redactie en jezelf houdt. – Marcel Gelauff, NOS

Transparantie is in die zin een soort kwaliteitstoets, zowel voor het publiek als voor de redactie zelf, waarbij slagen gelijkstaat aan een aantoonbare betrouwbaarheid.

Precies het belang van die *aantoonbaarheid* wordt door veel hoofdredacteuren in verband gebracht met de ‘veranderde tijd’. Het wordt kenmerkend voor deze tijd bevonden dat een zeker vertrouwen in de journalistiek niet meer vanzelfsprekend is. Waar de autoriteit van professionele journalisten vroeger niet ter discussie werd gesteld en de waardheidswaarde van diens verhalen werd verondersteld, is het huidige publiek stukken kritischer. Dat maakt dat transparantie in het huidige tijdsgewicht volgens een aantal hoofdredacteuren belangrijker is geworden:

We leven in een tijdperk van, van fake news, van post-truth, waar iedereen van alles maar kan beweren over van alles. Ik vind dat daarin journalistiek gewoon eigenlijk: step up en zorg dat die discussies niet zomaar over jouw werk kunnen plaatshebben. Dus maak het daarom transparant. Je hoeft alleen maar te verwijzen: Kijk maar, bron hier bron daar, bam, bam. Het is hard. Onderbouwen. Onderbouw het hard. Controleerbaar maken. – Eric Smit, Follow the Money

Mensen vertrouwen ons gewoon niet meer blind op onze blauwe ogen, van wat we schrijven zal wel kloppen; 'wat NRC schrijft zal wel kloppen', zoals het vroeger was. En daardoor moet je denk ik heel goed laten zien hoe je komt tot wat we maken. – Stijn Bronzwaer, NRC

Je moet meer uitleggen wie je bent en wat je doet en ook wat je beperkingen zijn. Dus 'we konden dáárnaar kijken maar niet hiernaar'. Vroeger zou je je daarvoor schamen als journalist, toen was je the master of the universe, de almachtige verteller. [...] Nu moet je altijd kunnen laten zien hoe je iets doet. – Philippe Remarque, de Volkskrant

Het [is] steeds belangrijker om je te verantwoorden. [...] Vroeger had je gewoon het stukje in de krant en door de context van die hele krant en de statuur, wist je: dit zit wel snor. En nu moet Karel Knip, bij wijze van spreken, zeggen: 'ik heb het in dit stuk gelezen, met een link ernaartoe, en overigens, ik heb geen belang in dit bedrijf...' [...] Wat is het verschil tussen een blogger en een journalist? – Ward Wijndelts, Vrij Nederland

Precies die vraag, wat is het verschil tussen een journalist en een blogger of enige andere informatiebron, veronderstellen de hoofdredacteuren bij hun publiek en daar spelen ze op in door te wijzen op de meerwaarde van *hun* producten: het is gebaseerd op feiten en bovendien niet op een vertekende selectie daarvan, er wordt verwezen naar betrouwde bronnen, het verhaal is onafhankelijk, etc. In paragraaf 4.2 gaan we dieper in op deze motivatie voor transparantie.

Primaat van kwaliteit

De redenering dat transparantie bijdraagt aan de geloofwaardigheid is natuurlijk gestoeld op de veronderstelling dat wat er getoond wordt, ook daadwerkelijk de geloofwaardigheid van een verhaal ten goede komt. Anders gezegd: om kwaliteit *aan te tonen* moet die kwaliteit er wel *zijn*. In dat verband wijzen de hoofdredacteuren op wat ‘het primaat van kwaliteit’ kan worden genoemd: goede journalistiek begint bij goede journalistiek. Transparantie is in die zin geen doel op zich: het is het *zichtbaar maken* van de kwaliteit – en de kwaliteit is het hoofddoel.

Hoewel iedereen het primaat van kwaliteit beaamt, is er onder de hoofdredacteuren verdeeldheid over de meerwaarde van transparantie op dat gebied. Die verdeeldheid wordt gekenmerkt door twee extremen. Het ene uiterste wordt gevormd door het standpunt dat kwaliteit zich niet per definitie direct vertaalt naar geloofwaardigheid, en dat transparantie een wezenlijke bijdrage levert in de mate waarin het werk geloofwaardig wordt bevonden door het publiek. Het andere uiterste is de overtuiging dat die geloofwaardigheid doorgaans wel rechtstreeks verband houdt met de kwaliteit van het werk:

‘Show, don’t tell.’ Of iets goed of slecht is wordt niet bepaald door de transparantie maar of de consument je broodje lekker vindt - niet hoe het gemaakt wordt. [...] De kranten uit de zeventiende eeuw zeiden echt niet dat ze goed of transparant waren; maar de krant die keer op keer liet zien dat zij het bij het juiste eind hadden, won. Dat was veel belangrijker dan dat ze zeiden dat ze drie postduiven hadden die het bericht brachten en niet één duif. – Arendo Joustra, Elsevier

Als ik naar een restaurant ga, en ik zie de menukaart en ik bestel eten, dan interesseert het mij geen moer... Ik wil dat die keuken schoon is, weet je. [...] Uiteindelijk wil ik gewoon lekker eten, en ik hoeft niet te weten of de chef het twee minuten aan de ene kant gegaard heeft en twee minuten aan de andere kant... Er zijn misschien mensen die dat wel interessant vinden, maar ik wil gewoon lekker eten, ik wil er een goed glas wijn bij. En als dat goed is, kom ik terug. – Paul Jansen, De Telegraaf

Joustra en Jansen stellen dus dat kwaliteit direct blijkt uit het product en niet uit transparantie over dat product. Zij erkennen daarmee in feite de externe functie van transparantie niet als het gaat om

geloofwaardigheid. Daarentegen benadrukken zij des te meer het belang van *interne* transparantie: het is van grote waarde dat binnen de redactie de integriteit van de journalisten en hun werk wordt gewaarborgd. Interne transparantie, over bijvoorbeeld brongebruik, motieven voor onderwerpkeuze of nevenactiviteiten, is daarvoor een voorwaarde – al was het maar als aanleiding voor een scherpe discussie op de redactie.

Evenwichtskunst

Het blijkt dat in de praktijk vaak een tussenpositie wordt ingenomen tussen de twee extremen: hoofdredacteuren zijn in dat geval van mening is dat de vertaalslag van de bereidwillige houding naar het verschaffen van meta-informatie niet standaard deel hoeft uit te maken van de journalistieke werkwijze; alleen indien nodig bevonden, op voorhand of afroep, wordt door hen transparantie betracht. De redenering daarachter is dat een bepaalde kwaliteit mag worden *verondersteld* – pas als daaraan getwijfeld wordt, of als wordt verwacht dat een verhaal daartoe aanleiding zou kunnen geven, is het de moeite waard om extra informatie te verschaffen.

Het woord ‘moeite’ is daarbij niet toevallig gekozen: een aantal hoofdredacteuren wijst op de beperkte beschikbaarheid van middelen, eg. ruimte, mankracht, tijd, in relatie tot het maken van prioriteitskeuzes:

Ik kan natuurlijk een ontzettend mooi praatje ophouden dat ik overall transparant over ben, wat ik ook best wel wil, maar ik kan niet overall transparant zijn omdat ik ook een beperking heb in tijd en middelen en ook een afweging moet maken tussen datgene wat ik als mijn primaire taak zie en als mijn secundaire taak zie. Ik bedoel die secundaire taak van transparantie, want het is cruciaal voor de primaire taak, maar is niet mijn primaire taak, en dat blijft een dilemma. [...] Ons vak is goede verhalen te produceren. Op basis daarvan kunnen mensen ons beoordelen. [...] [Je moet niet] meer bezig zijn met het evalueren van je eigen journalistiek naar de lezer toe, dan dat je bezig bent met journalistiek te produceren. – Martijn Roessingh, Trouw

Bovendien, niet alleen redacties zijn beperkt als het gaat om tijd – het publiek is dat evengoed. Te veel aandacht voor meta-informatie kan volgens sommige hoofdredacteuren ten koste gaan van de ‘core business’ en zij vrezen dat daardoor zelfs irritatie kan worden opgeroepen bij het publiek:

Als wij ‘ik’-stukken maken in de krant, dus waarin iemand over zichzelf vertelt [...] dan krijg ik best wel eens terug: ‘Waarom moet het altijd over jullie gaan?’ [Zij denken:] ‘Kan het alsjeblieft even over de wereld gaan? [...] Geef me gewoon de verhalen en bespaar me jullie interne gedoe.’ Hans Nijenhuis, AD

Nijenhuis wijst hiermee vooruit naar de vraag of het publiek *behoefte* heeft aan meta-informatie. Dit wordt besproken onder het kopje ‘*Openheid: Wie zijn we en hoe werken we*’ in 4.1.2.

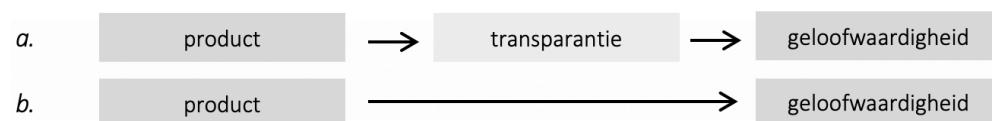
Het zijn vooral de nieuwsmedia die zich profileren binnen de achtergrond- onderzoeksjournalistiek, eg. *De Groene Amsterdammer*, *Follow the Money*, *Nieuwsuur*, die over het algemeen meer belang hechten aan ‘standaard’ transparantie. Dat wil zeggen, bepaalde vormen van transparantie die als inherent onderdeel worden beschouwd van een journalistieke productie.

Twee visies

Recapitulerend, zijn de hoofdredacteuren het over het algemeen eens over het ‘wat’ van transparantie in de journalistiek, namelijk de bereidheid om verantwoording af te leggen als houding die hoort bij de publieke taak van het vak. Het gaat daarbij om het verschaffen van meta-informatie over het eigen werk. In de visies van de hoofdredacteuren zijn twee sporen te ontwaren als het gaat om de plaats van transparantie binnen de journalistiek. Volgens de ene lijn van redenering (a) is transparantie van belang in het kader van geloofwaardigheid en wordt verondersteld daar een betekenisvolle bijdrage aan te leveren – volgens de andere lijn (b) houdt de kwaliteit van het werk rechtstreeks verband met de geloofwaardigheid, en wordt dat niet wezenlijk bevorderd door transparantie.

Volgens de hoofdredacteuren die de laatste redenering aanhangen is transparantie evenwel van belang als de bereidheid om verantwoording af te leggen, omdat dat nu eenmaal hoort bij de publieke taak. Maar zij zijn niet overtuigd van de positieve bijdrage die transparantie zou kunnen leveren aan de geloofwaardigheid van het nieuwsmerk.

Figuur 1 - Twee visies op de relatie tussen (de kwaliteit van) het product en geloofwaardigheid



Ook als het gaat over *wanneer* die bereidheid zou moeten worden omgezet in een daad van transparantie, op *welke meta-informatie* dat betrekking zou moeten hebben, en welke plaats inspanning omtrent transparantie innemen in het journalistieke bedrijf, blijkt transparantie voor meerdere invullingen vatbaar; die vragen staan centraal in de volgende paragraaf.

4.1.2 Dimensies van transparantie

De ‘bereidheid om verantwoording af te leggen’ is zoals gezegd nog erg algemeen en staat het daardoor toe om door iedereen ter worden onderschreven. Verschillen in opvattingen tekenen zich echter af wanneer wordt gekeken naar de verdere vormgeving van de bereidwilligheid tot verantwoording: wanneer is de inwilliging van die bereidheid ‘nodig’, ten overstaan van wie en wat over wat voor meta-informatie hebben we het precies?

In de antwoorden die de hoofdredacteuren geven op de vraag wat transparantie behelst, kunnen drie verschillende dimensies worden onderscheiden. Zo geven ze te kennen dat transparantie te maken heeft met uitleg over het eigen merk en werk, het aantonen van de kwaliteit daarvan en om de openlijke beoordeling ervan. Dit onderscheid wordt in het vervolg aangeduid met transparantie als (1) *openheid*, (2) *waarmerken* en (3) *verantwoording*. De (accent)verschillen tussen deze dimensies laten zich het best ophelderen wanneer wordt gekeken naar het karakter ervan: openheid is een *proactieve* vorm van transparantie, waarmerken is *anticiperend* en verantwoording is *reactief*.

Hieronder volgt een nadere toelichting op elk van de drie transparantiedimensies. Het is daarbij direct belangrijk om op te merken dat de verschillende dimensies elkaar niet uitsluiten. Binnen één nieuwsmerk kunnen ze alle drie, in meer of mindere mate, voorkomen. De opvatting van de hoofdredacteur over welke vorm (in welk geval) belangrijker wordt gevonden, is daarbij doorslaggevend.

(1) Openheid: *Wie zijn we en hoe werken we?*

De eerste vorm van transparantie, ‘openheid’, betreft het proactief, op eigen initiatief inzage geven in het journalistieke proces en de mensen daarachter. Het is uitleggen *wat* je doet, *hoe* je het doet en *waarom* je het doet – niet omdat daar kritiek op wordt verwacht, maar omdat het gunstig is om op deze manier zelf bij te dragen aan de beeldvorming rondom het eigen merk. Met andere woorden, transparantie als openheid speelt in op de vraag ‘wie zijn we en hoe werken we?’

Deze openheid komt voor in de vorm in podcasts (e.g. ‘Het Volkskrantgeluid’ bij *de Volkskrant* en ‘Frederique vraagt door’ bij *Follow the Money*), in aparte rubrieken over het nieuwsmerk zelf (e.g. de rubrieken ‘Over ons’ bij *NOS* en ‘Over ons’ bij *AD*) en hoofdredactionele bijdragen (e.g. de wekelijkse hoofdredactionele nieuwsbrief bij *NRC* en ‘Brief van de hoofdredactie’ bij *Trouw*), waarin de eigen werkwijze – vaak opgehangen aan een specifieke casus – wordt besproken. Het is daarbij belangrijk om te zien dat het primaire doel van de openheid rondom een bepaald voorbeeld niet het rechtvaardigen is van de manier hoe in dat specifieke geval is gehandeld, maar veleer de bijdrage die

ermee wordt geleverd aan de – positieve - beeldvorming rond het merk. Bij de Volkskrant staat ook zo iets als de fact check-rubriek in het teken van beeldvorming:

Je moet uitleggen hoe je te werk gaat: [...] 'Hallo, er zijn hier wel 200 mensen aan het werk om dit echt uit te zoeken'. En dat doen we natuurlijk ook door fact check-rubrieken. [...] In feite is dat een marketingetiquette dat je plakt op iets wat journalisten altijd doen: je moet altijd fact checken, dat is de kern van je werk. Maar we maken het toch tot iets bijzonders door een bewering te nemen en die dan te checken. Dat is allemaal om te laten zien 'wij zijn mensen die kunnen checken, want we hebben tijd om te checken, we hebben verstand, we weten welke bronnen we moeten raadplegen om te checken of dit nieuwstje wel klopt.' Dus daarmee show je je expertise eigenlijk. – Philippe Remarque, de Volkskrant

Om diezelfde reden wordt binnen sommige media informatie verschaft over (bepaalde) journalisten. Enerzijds wordt daarmee betrokkenheid gecreëerd bij het publiek door het merk een ‘gezicht’ te geven, en anderzijds wordt op die manier gebouwd aan een respectabele reputatie: gevoelsmatige nabijheid, iemand ‘kennen’, evenals aantoonbare expertise dragen volgens een aantal hoofdredacteuren beide bij aan de betrouwbaarheidsperceptie onder het publiek. Een ander deel van de hoofdredacteuren is echter (zeer) terughoudend in het delen van informatie over journalisten en die als ‘persoon’ presenteren. Deze terughoudendheid wordt nader toegelicht onder het kopje ‘*Publieksafhankelijk*’.

Naast het illustreren van de algemene werkwijze en het uitlichten van de mensen ‘achter’ het nieuws, zijn er meer formele vormen van openheid, zoals de publicatie van jaarverslagen (*NOS, NRC*), redactiestatuten/richtlijnen (*Elsevier, NRC*) en de uitgave van stijlboeken (*de Volkskrant, NRC, Trouw, Elsevier*).

Deze vorm van transparantie is bij uitstek te vinden bij *NRC*. Stijn Bronzwaer (*NRC*) motiveert transparantie als openheid als volgt:

De afstand tussen een journalist en een lezer is groot met een krant, het is een afstandelijk product. Het is een stuk tekst, doorgaans vrij zakelijk opgeschreven. Ergens moet je zoeken om die afstand te verkleinen tussen die twee. En dat kan je doen door bijvoorbeeld een evenement te organiseren waar mensen ons gewoon kunnen zien en met ons kunnen praten, tot Q&A's waar je vragen kunt stellen, tot podcasts, waar we nu heel hard op in zetten, waarin journalisten ‘mensen’ worden, waarin je overwegingen en stemmen hoort. En dat creëert ook vertrouwen. Dus ook het verkleinen van die afstand tussen consument en journalist, kan je op allerlei manieren doen, en dat is ook transparantie. – Stijn Bronzwaer, NRC

PR/marketing

Daarmee wijst Bronzwaer op de achterliggende motivatie van transparantie als openheid, namelijk de band met de lezer bestendigen. In die zin blijkt transparantie als openheid ook van waarde in het kader van *public relations* (PR), en dient het in sommige gevallen ook een marketingdoel: actief bijdragen aan de beeldvorming rond het eigen merk is een vorm van *brand management* – het merk en de producten worden aantrekkelijk gepresenteerd. Openheid over wie je bent als nieuwsmerk, en in het verlengde daarvan: hoe het er op de redactie aan toe gaat, wordt dus van belang geacht met het oog op de band met het publiek, en dat is weer van belang voor het merk. Over transparantie als openheid over het reilen en zeilen op de redactie zegt Gert-Jaap Hoekman, hoofdredacteur van *NU.nl*, het volgende:

Omdat we vinden dat het belangrijk is om een hele goede band te hebben met je bezoekers, omdat dat ook weer bijdraagt aan het succes dat je hebt en de impact die je kunt maken. Dat speelt overigens in alle transparantie ook wel mee: dat we weten hoe transparanter je bent, hoe meer mensen van je gaan houden en hoe meer ze weer naar je toe komen. – Gert-Jaap Hoekman, NU.nl

Deze PR/marketing gerelateerde functie van transparantie als openheid wordt de meerderheid van de hoofdredacteuren onderschreven – enkele andere illustrerende uitspraken:

De gedachte is dat als het gaat om het zichtbaar maken of het ‘voeden’ van [het nieuwsmerk], dat het functioneel is om iets te vertellen over de mensen die het doen. – Marcel Gelauff, NOS

[We hebben] de podcast ‘Het Volkskrantgeluid’, en ook nog Myrel Morscate die schrijft over de redactie en als er een grote onderzoeksprimeur is met die onderzoeksjournalist, [over] hoe dat nou gegaan is. Dat is eigenlijk marketing. – Philippe Remarque, de Volkskrant

De laatste ontwikkeling is dat de collega’s van marketing zeggen: we willen marketing bedrijven met jullie die vertellen hoe het gaat. Meta-verhalen noemen ze dat. Verhalen over het maken van verhalen. – Hans Nijenhuis, AD

Proactieve transparantie, of openheid, moet dus vooral worden beschouwd vanuit het doel om het publiek (blijvend) aan te trekken. De middelen die daarbij worden ingezet zijn bovendien op zichzelf vaak weer nieuwe journalistieke producten, hetzij van een reflectief karakter: niet de buitenwereld wordt onder de loep genomen, maar het eigen merk, de eigen producten en/of de eigen mensen. Verschillende hoofdredacteuren geven aan dat hiermee (tevens) wordt ingespeeld op een interesse

van het publiek: de meta-producties hebben niet alleen *branding* tot doel, maar voorzien ook in een informatiebehoefte onder het publiek:

De laatste paar jaar doen we meer grote onderzoeksjournalistiek projecten waarbij mensen het interessant vinden om de mensen die dat gemaakt hebben te leren kennen. Dus lezers vinden het leuk [...] om met jou te praten van: hoe gaat dat nou precies, hoe kom je aan informatie, hoe trek je conclusies en hoeveel documenten bekijk je dan. Dat soort zaken, wat voor dilemma's kom je tegen. – Martijn Roessingh, Trouw

Mensen vinden het heel interessant om in de machinekamer van de journalistiek te kijken. – Joost Oranje, Nieuwsuur

Lezers blijken dat heel leuk te vinden. Dus mijn aanname dat AD-lezers het niet zo interessant zouden vinden om te weten hoe wij werken, 'cut the bullshit - geef het me zoals het is', lijkt dus misschien niet te kloppen. – Hans Nijenhuis, AD

Publieksafhankelijk

De hypothese waar Hans Nijenhuis op doelt, dat de gemiddelde lezer vooral geïnteresseerd is in het nieuws en niet zozeer in verhalen over het nieuws, is voor verschillende media reden voor terughoudendheid als het gaat om dit soort openheid. Zijn hypothese vindt weerklank bij NOS: ‘*Het is een behoefte van een klein deel van het publiek*'; bij NU.nl, over het publiceren van het stijlboek: ‘*Ik denk dat we denken dat het niet interessant is voor mensen...*'; en bij De Telegraaf en Elsevier:

Wij doen dat heel incidenteel. [...] Ik krijg amper vragen van mensen die willen weten 'hoe zit dat dan, en hoe ben je daar dan op gekomen'. Dat is vooral informatie die is interessant voor ons vakidioten, collega's - maar de gemiddelde lezer... - Paul Jansen, De Telegraaf

[Als] ik vanavond naar een restaurant ga, dan ga ik lekker eten en ik wil niet nog eens een keer lastiggevallen worden met hoe het gemaakt wordt. – Arendo Joustra, Elsevier

De hoofdredacteuren die over het algemeen terughoudender zijn in het delen van meta-informatie over hoe het nieuws gemaakt wordt en door wie, vrezen dat die verhalen hun verslaggeving zouden vertroebelen. Door veel over ‘jezelf’ te vertellen, loop je het risico te veel tussen het publiek en het nieuws in te gaan staan, volgens deze hoofdredacteuren. Het hoofdproduct is nieuws, en niet navelstaarderij, om het bondig samen te vatten.

De lezers van de Telegraaf willen gewoon een krant die informeert, onderhoudt. Het gaat om vier pijlers: ze willen goed geïnformeerd worden, ze willen duiding, ze willen nieuws dat dichtbij ze ligt en ze willen dat De Telegraaf voor hun belangen opkomt. Dat is wat de mensen van ons vragen en dat is ook waar wij ons mee bezighouden [...]; niet met ‘een kijkje in de keuken.’ – Paul Jansen, De Telegraaf

Het is dus goed mogelijk dat de media die relatief actief zijn op het gebied van openheid, zoals *NRC*, *de Volkskrant* en *Trouw*, een ander publiek bedienen dan de media die de meerwaarde hiervan niet of minder inzien. Anders gezegd, proactieve transparantie houdt in deze zin verband met een – veronderstelde - interesse bij een specifiek publiek, en in het verlengde daarvan, met de marketingmogelijkheden zich daardoor aandienen.

Wanneer de uitleg over wat een redactie doet en waarom, niet primair is gemotiveerd vanuit een PR/marketingperspectief en de verschafte informatie niet primair wordt opgevat als een product op zich, verandert de aard van de betreffende transparantie. Het directe doel is dan immers niet het aantrekken en behouden van publiek. Een tweede doel dat de hoofdredacteuren prominent in verband brengen met transparantie is het *anticiperend* verantwoorden – oftewel, het waarderen van het eigen werk.

(2) Waarmerking: *Hoe hebben we gewerkt?*

Transparantie over de werkwijze, waaronder in het bijzonder over brongebruik, is één van de meest genoemde vormen van transparantie onder de hoofdredacteuren. Transparantie behelst in dat geval expliciete toelichting op de totstandkoming van het journalistieke product, en zowel de vermelding van de geraadpleegde bronnen als de verantwoording in het geval die bronnen niet specifiek kunnen worden genoemd. Alle hoofdredacteuren onderschrijven dat verifieerbaarheid een kernwaarde is binnen de journalistiek – enkele uitspraken hieromtrent:

De verifieerbaarheid van verhalen moet maximaal zijn. [...] Wat de aard is van de bronnen, wat de methodiek is geweest. Het zijn geen enorme lappen tekst die we hierover produceren, maar we proberen wel aan te geven wat de achtergrond is van de informatie op basis waarvan we de feiten presenteren. - Martijn Roessingh, Trouw

Transparantie zit voor mij in de journalistieke controleerbaarheid. – Xandra Schutte, De Groene Amsterdammer

Ik denk dat de kern van transparantie in de journalistiek is dat je herleidbaar bent. – Ward Wijndelts, Vrij Nederland

We zijn niet vaag over onze bronnen. En dat is niet onze regel maar een gouden regel in de journalistiek, dus niet omdat het een soort transparantie-regel is. [...] Dat is niet een kwestie van transparantie over bronnengebruik, maar gewoon goede journalistiek. – Arendo Joustra - Elsevier

Journalistiek moet dus *herleidbaar* zijn – het moet voor het publiek mogelijk zijn om in te schatten wat de aard is van de informatie, en meta-informatie over de totstandkoming van het verhaal helpt daarbij. In de praktijk zijn er verschillen in de manier waarop dit wordt vormgegeven. Zo zijn hiervoor grofweg twee strategieën: anticiperend en reactief. De laatste vorm komt onder het volgende kopje aan bod. Het verschaffen van meta-informatie kan naast bronvermelding, ook betrekking hebben op het motiveren van de keuze voor een bepaald onderwerp:

Soms blijkt het evident uit het verhaal. Dat er een verhaal wordt gemaakt en er is een hoop zorggeld mee gemoeid wat uit overheidskosten komt door belastingbetalers dus wordt opgebracht en er zijn veel mensen met bepaalde behandelingen, een slachtoffer, dan is het evident dat daar een maatschappelijk belang mee gemoeid is. [Over] het verhaal dat ik afgelopen weekend schreef zouden mensen ook denken: nou het is gewoon vooral een heel spannend verhaal. [...] Dus dan moet je ook wel duidelijk maken dat het om meer gaat dan alleen dat verhaal, dat er ook grote bedrijven mee gemoeid zijn waar meer dan 14.000 mensen werken en dat die bedrijven gebaat zijn bij rust in de tent om het zo maar te noemen. – Eric Smit, Follow the Money

Of het kan juist toelichting geven op het *niet* brengen van een verhaal, zoals NRC doet in de vorm van hun ‘Is dit nieuws?’-blog:

Lezers [...] zijn de hele dag bezig met allerlei sites en nieuws. Zij zien dan dat wij er niks over doen. Terwijl, je kunt ook informatie bieden door te vertellen waarom iets waar iedereen over praat, eigenlijk niks voorstelt. Het zijn een soort mini fact checks eigenlijk. – Stijn Bronzwaer, NRC

Anticiperen

Al deze vormen van transparantie - het benoemen van stappen in de werkwijze, het vermelden van bronnen - hetzij bij naam, hetzij via een uitleg over het niet noemen van de naam, het toelichten van onderwerpkeuzes - zijn in wezen *anticipatief*: het betreft een inspelen op mogelijke (kritische) vragen. Deze anticipatie kan standaard deel uitmaken van de werkwijze, zoals het in de regel altijd noemen

van of doorlinken naar bronnen, of meer incidenteel worden aangewend als preventieve repliek op verwachte vragen of aanvallen.

In beide gevallen is er echter sprake van het delen van informatie om vragen over (de kwaliteit van) die informatie vóór te zijn. Anticiperende transparantie is zo beschouwd het ‘waarmerken’ van het eigen werk: door op voorhand de kwaliteit van een verhaal te onderbouwen met informatie over de totstandkoming, wordt een keurmerk meegegeven:

Wij denken dat uiteindelijk het gevoel is van betrouwbaarheid dat lezers hebben bij berichtgeving, dat wordt versterkt door het feit dat je transparant bent over hoe die berichtgeving tot stand komt.
– Martijn Roessingh, Trouw

Als er bij bepaalde verhalen transparantie nodig is [...] omdat mensen eraan twijfelen omdat iets heel erg opmerkelijk is en [zich kunnen afvragen] ‘hoe kan het eigenlijk dat ze daarachter zijn gekomen?’, dan moet je daar transparant over zijn voor zo ver dat kan. – Joost Oranje, Nieuwsuur

Autoriteit bewijzen

Met het anticiperend waarmerken van de eigen verhalen wordt geprobeerd om de geloofwaardigheid ervan te bewijzen, en in het verlengde daarvan, om de journalistieke autoriteit van het merk te staven. Zoals eerder al opgemerkt motiveert een groot deel van de hoofdredacteuren de noodzaak daarvan in het licht van een veranderde tijd.

In ‘ deze tijd’ haken allerlei ontwikkelingen op elkaar in: de opkomst van (de term) *fake news* en het wantrouwen onder het publiek dat daarvan het gevolg is, een bredere tendens van emancipatie onder het publiek, dat kritischer is dan voorheen en dat kritische geluid online bovendien gemakkelijker kan laten klinken, en de explosieve toename van het aantal informatiebronnen online, oftewel: meer concurrentie. Met het waarmerken van het eigen werk kunnen die drie vliegen in één kwaliteitsetalerende klap worden geslagen: de wantrouwige en een kritische lezer wordt de wind uit de zeilen genomen, en de eigen meerwaarde ten opzichte van de wildgroei aan andere aanbieders wordt aangetoond.

Transparant over non-transparantie

Een prominente kanttekening bij transparantie die door vrijwel alle hoofdredacteuren al vroeg in de gesprekken wordt geplaatst – vaak in één adem met hun definities van transparantie – is de *discretie*

die inherent is aan het vak. Journalistiek kan bedreven worden bij gratie van bronnen die informatie verstrekken, en niet zelden is geheimhouding of bronbescherming daarvoor een voorwaarde:

Je kan nooit helemaal transparant zijn als journalist, want een journalist werkt met bronnen en krijgt vaak informatie die vertrouwelijk of gelekt is; daar kan je gewoon niet transparant over zijn. Dat is inmiddels ook juridisch beschermd gelukkig. Als je inzage geeft in hoe je tot die bronnen komt, dan droogt je nieuwsbron op. Dus transparantie in de journalistiek naar buiten toe is beperkt. [...] Dat is een kernwaarde van journalistiek. – Paul Jansen, *De Telegraaf*

Waar het gaat om je bronnen, heb je een bepaalde verantwoordelijkheid om die goed te beschermen en daar echt geen indicatie over te geven. [Dan] moeten mensen ons op onze bruine ogen vertrouwen: Dit is wat we doen, we kunnen niet transparanter zijn over de aard van de bronnen, maar neemt u van mij aan dat... - Martijn Roessingh, Trouw

In de onderzoeksjournalistiek werk je met anonieme bronnen, dat kan soms niet anders. Want anders krijg je bepaalde informatie niet. Maar dat [moet dan] wel echt noodzakelijk zijn. – Xandra Schutte, *De Groene Amsterdammer*

Xandra Schutte (*De Groene Amsterdammer*) benadrukt dat er dus serieuze redenen moeten zijn om *niet* transparant te zijn als het gaat om bronvermelding. De overtuiging dat de bescherming van bronnen een legitieme reden vormt om niet transparant te zijn komt terug in alle gesprekken – als de journalistieke redenen, die idealiter in het maatschappelijk belang zijn, om een bron *niet* te noemen zwaarder wegen dan de plicht om daartoe te allen tijde bereid te zijn, mag die regel worden gebroken. Je zou kunnen zeggen dat daarmee *vertrouwen* begint, waar transparantie eindigt. Non-transparantie vinden de hoofdredacteuren in bepaalde gevallen dus geoorloofd, mits daarvoor gegrondte redenen bestaan – maar daarover moet dan vervolgens *wel* transparant worden gecommuniceerd. Als je niet alles kunt vertellen, dan moet je op zijn minst uitleggen waarom dat niet kan. Transparantie over non-transparantie dus:

Je kan zo'n verhaal zonder anonieme bronnen niet maken, dan komt het gewoon niet. Tuurlijk is het sterker als je tien [bronnen] hebt die iets met naam zeggen en ook nog eens op de foto staan – dat is natuurlijk veel sterker maar dat gaan ze nooit doen. En het alternatief is dat je het verhaal niet hebt, en dat die man dus gewoon kan blijven doen wat hij deed en dat het nooit uitkomt dat daar een soort zwijgcultuur was bij die universiteit. Dus dan moet je heel veel bronnen hebben, het heel goed uitleggen en heel veel ondersteunend materiaal hebben. [...] Om dat te verantwoorden. Dus dat laat een beetje, als ik erover nadenk, dat er inderdaad ergens wat af gaat van de

transparantie en aan de andere kant compenseer je dat door een soort uitleg. – Stijn Bronzwaer, NRC

Je kan dat alleen maar doen als je voor de rest transparant bent over hoe je er wél mee omgaat. [...] Als je niet heel duidelijk bent over hoe je normaal gesproken te werk gaat, dan vertrouwen mensen je ook niet als het gaat om bijzondere gevallen. Die twee dingen hangen samen, daarom zien wij ook het belang ervan in. – Martijn Roessingh, Trouw

Non-transparantie als uitzondering op de regel die voorschrijft om verder zo transparant mogelijk te zijn, om aan te tonen dat het vertrouwen dat op dat moment van het publiek wordt gevraagd, in goede handen is. Niet alle hoofdredacteuren onderschrijven dat uitgangspunt: de hoofdredacties van *De Telegraaf*, *Elsevier* en *Vrij Nederland* en tot op zekere hoogte ook *Nieuwsuur*, benadrukken dat ‘zo transparantie mogelijk’ niet de standaard is, maar het *vertrouwen* tussen medium en publiek:

Het gaat om geloofwaardigheid: vertrouwen mensen erop dat wat jij schrijft goed onderbouwd is. [...] Als iets zo complex is, dat het iets toevoegt om uitleg te geven [over] hoe een product tot stand is gekomen, [dan] kan ik me voorstellen dat er situaties zijn waarin je dat doet. Omdat mensen anders cruciale informatie missen om te begrijpen wat wij schrijven. [Maar] ik zie het vaak gebruikt worden als een soort rechtvaardiging waarom je dat hebt gedaan, daar geloof ik niet zo in. – Paul Jansen, De Telegraaf

Ik vind niet dat ik in mijn redactioneel dan moet zeggen ‘Nou ik heb weer moeten knokken voor de onafhankelijkheid van onze producties en het is weer gelukt; we hebben zelf kunnen bepalen wat we op de cover zetten en wat we schrijven!’ Dat is de standaard, de basis - dat is de belofte [van het merk]. Op het moment dat we iets doen wat daarvan afwijkt, dan vind ik dat je daar zelf melding van moet maken, dan is het niet de standaard. – Ward Wijndelts, Vrij Nederland

De consument bepaalt wel of transparantie nodig is. – Arendo Joustra, Elsevier

Bij de bakker vraag je ook niet bij ieder brood hoe het precies gebakken en wat er precies in zit. Er moet ook wel een basis van vertrouwen zijn. – Joost Oranje, Nieuwsuur

Net als de overige hoofdredacties geven bovenstaande hoofdredacteuren echter wel allemaal aan altijd bereid te zijn (hoogstpersoonlijk) lezersvragen te beantwoorden. Dat wijst vooruit naar de derde dimensie van transparantie als een soort transparantie ‘op afroep’. Wanneer meta-informatie over een productie niet bij publicatie niet als een soort bijsluiter wordt meegegeven, maar pas *na* publicatie

wordt verschaf, bijvoorbeeld naar aanleiding van vragen, is er sprake van *reactief handelen*. Dit vormt de overgang naar transparantie als *verantwoording*.

(3) Verantwoording: *Hebben we goed gewerkt?*

Een derde vorm van transparantie heeft betrekking op verantwoording *achteraf*: waar transparantie als openheid en als waarmerken respectievelijk los van een specifieke publicatie en *bij* een publicatie worden aangewend, is verantwoording een reactieve vorm van transparantie die *na* publicatie plaatsheeft. Bovendien heeft transparantie als verantwoording altijd een concrete *aanleiding*, zoals een vraag, kritiek of een gedetecteerde fout. In deze vorm gaat transparantie over verantwoording in ‘enge zin’; te onderscheiden van verantwoording in ‘brede zin’, in de conceptualisering van transparantie als de algemene bereidheid om verantwoording af te leggen (zie 4.1.1).

Voordat die verschillende aanleidingen nader worden bekeken, moet worden opgemerkt dat transparantie als openheid, bijvoorbeeld in de vorm van een podcast over het onderzoeksproces achter een grote productie, natuurlijk ook *na* publicatie kan plaatsvinden. Het onderscheid met transparantie als verantwoording is echter dat dergelijke openheid ten eerste vaak op zichzelf genomen een product vormt, waar dat in het geval van verantwoording niet zo is, en ten tweede over het algemeen een ander doel dient dan de directe rechtvaardiging van een specifieke productie. Openheid fungeert veeleer als voorbeeld om een algemene werkwijze te illustreren, waar het primaire doel van verantwoording is uit te leggen wat er in een specifiek geval al dan niet goed is gegaan.

De aanleiding voor verantwoording kan zowel van buitenaf als binnenuit komen; in beide gevallen is de transparantie echter *reactief*. Er wordt immers niet geanticipeerd op mogelijke behoefte, maar gereageerd op een situatie nadat een verhaal is gepubliceerd. Uit de gesprekken kunnen twee soorten ‘situaties’ worden afgeleid die aanleiding kunnen geven voor verantwoording na publicatie: (a) *vragen over of kritiek op* publicaties vanuit buitenstaanders, en (b) de *detectie van fouten in* het gepubliceerde materiaal, ofwel door buitenstaanders ofwel de redactie zelf.

In werkelijkheid is dit onderscheid niet absoluut: vragen en kritiek kunnen namelijk heel goed het gevolg zijn van een fout. Maar dat is niet per definitie zo; ‘vragen en kritiek’ kunnen meer omvatten dan alleen de situatie dat er een fout gemaakt is. Daarnaast komt de detectie van fouten niet altijd voort uit vragen of kritiek van buitenaf. Ook de redactie zelf kan een misser ontdekken en daarover transparant zijn. De omgang met vragen en kritiek kan dan ook verschillen van de manier waarop wordt omgegaan met fouten. Deze twee aanleidingen voor verantwoording worden daarom apart besproken. Het is echter wel goed om in het achterhoofd te houden dat de opvattingen over

verantwoording naar aanleiding van vragen en kritiek in principe ook opgaan voor de situatie dat die voortkomen uit een gemaakte fout.

(a) Verantwoording naar aanleiding van vragen of kritiek

Het publiek of collega's van andere media kunnen vragen of kritiek hebben naar aanleiding van een publicatie. Die twee kunnen hand in hand gaan, maar het is natuurlijk ook goed mogelijk dat een vraag niet voortkomt uit kritiek maar uit interesse of de behoefte aan opheldering; en andersom is het mogelijk dat kritiek alleen bestaat uit afkeurend commentaar en geen vraag behelst aan de (hoofd)redactie. Omdat vragen en kritiek in de praktijk gemakkelijk in elkaar overlopen, worden de twee hier onder dezelfde kop behandeld.

Alle hoofdredacteuren geven aan dat de beantwoording van (kritische) vragen onlosmakelijk verbonden is met transparantie; het wordt als een verplichting gezien naar het publiek toe om te allen tijde bereikbaar te zijn voor vragen en die waar mogelijk te beantwoorden. Het is vaak de hoofdredacteur die, als eindverantwoordelijke van een redactie, die verantwoordelijkheid draagt en mensen te woord staat:

Mijn stelling is altijd: ik heb maar aan één iemand verantwoording af te leggen, en dat zijn mijn lezers. [...] Als lezers bellen of vragen dan geef ik ze antwoord. – Arendo Joustra, Elsevier

[Uitleg geven] komt vaak voort uit vragen, opmerkingen. Als wij iets publiceren en dat levert een paar honderd reacties op, dan denken we 'laten we dat maar eens uitleggen'. [...] We verspreiden het online om het wat breder te maken, dan krijgt iedereen dat antwoord. Want als je 300 reacties op een bericht krijgt, dan staat dat ergens voor. Dan kan het dienstbaar zijn om dat te doen. – Marcel Gelauff, NOS

Ik krijg weleens lezersvragen, ik heb er net nog twee beantwoord. [...] Die vragen beantwoord ik allemaal persoonlijk, daar heb ik geen ombudsman voor nodig. – Paul Jansen, De Telegraaf

Hans Nijenhuis (AD) legt uit dat er ook commerciële drijfveren zitten achter verantwoording naar aanleiding van vragen of kritiek:

Wij nemen de tijd nemen om heel veel lezersmail te beantwoorden. [...] Als je iets uitlegt, krijg je meestal een mailwisseling, en dat kost tijd. Maar zo iemand zegt de eerste tijd [zijn abonnement] niet op. [...] Je creëert daarmee dus een band met zo iemand, een 'wij-gevoel', en naarmate die band sterker is zegt iemand minder snel op. – Hans Nijenhuis, AD

Tussen de verschillende nieuwsmedia bestaan verschillen in de manieren waarop de mogelijkheid om vragen te stellen aan de redactie of te reageren op publicaties wordt gefaciliteerd en zelfs gestimuleerd. In principe geven alle hoofdredacteuren aan dat hun redactie elke serieuze lezersvraag of commentaar voorziet van een reactie – maar sommigen vinden dat een te passieve houding. Zij organiseren extra mogelijkheden om vragen te stellen aan de redactie; zowel *NU.nl* als *NRC* organiseren bijvoorbeeld speciale vragenuurtjes waarbij het publiek rechtstreeks vragen kan stellen aan een specifieke journalist of aan de hoofdredacteur. De abonnees van *NRC* worden zelfs steekproefsgewijs opgebeld en gevraagd om feedback.

Ook de mogelijkheid om te reageren onder artikelen, zoals *Follow the Money*, *Elsevier*, *NRC* en *NU.nl* dat aanbieden, kan worden gezien als een meer actieve inspanning om het stellen van vragen te faciliteren. De hoofdredacteuren geven aan dat in dat geval de auteurs van de betreffende stukken in eerste instantie verantwoordelijk zijn voor de reactie op vragen en kritiek. Als blijkt dat heel veel mensen met dezelfde vragen zitten of er ernstige kritiek wordt geuit, is de kans groot dat er sprake is van een fout en kan het volgens hen nodig zijn dat de hoofdredacteur zelf een reactie geeft. Dat gebeurt in de regel niet onder het stuk zelf maar in een apart statement; paragraaf 4.2 gaat uitgebreid in op de manier waarop omgegaan wordt met fouten.

Enkele media hebben een extra instrument ingesteld om vragen en kritiek van het publiek zoveel mogelijk recht te doen: de ombudsman. Van de twaalf onderzochte redacties hebben er vijf, i.e. *NRC*, *de Volkskrant*, *Trouw*, *NOS* en *Nieuwsuur*¹⁵, een ombudsman die als onafhankelijke partij vragen en kritiek behandelt. Deze hoofdredacteuren beschouwen het als transparantie *pur sang* – andere, niet toevallig van de redacties die *geen* ombudsman hebben, relativeren de waarde ervan. *De Telegraaf*, *Elsevier*, *AD* en *NU.nl* geven aan de meerwaarde niet in te zien van een ombudsman en zeggen onder andere:

Ik vind het flauwekul. [...] Het is een schaamlap voor journalistieke keuzes. Ik heb geen ombudsman nodig om [iets] uit te leggen. De ombudsman is vaak een beetje een ventiel op de druk die op de redactie wordt gelegd door lezers die het er niet mee eens zijn. – Paul Jansen, *De Telegraaf*

Ik vraag me af: wanneer weet je dat je een ombudsman nodig hebt? Ik heb het gevoel dat we nooit echt conflicten hebben gehad en we leggen al best veel dingen uit die we doen. – Gert-Jaap Hoekman, *NU.nl*

¹⁵ *NOS* en *Nieuwsuur* vallen beide onder de algemene ombudsman van de NPO.

Het verschil tussen de reactie op vragen of kritiek door de hoofdredactie en door een ombudsman is natuurlijk dat deze laatste partij *onafhankelijk* is, waardoor diens oordeel mag worden beschouwd als belangeloos en daardoor ‘zuiverder’ is. Omdat de ombudsman in veel gevallen navraag doet bij de redactie om informatie in te winnen om zijn oordeel op te baseren, bevat het een element van verantwoording: de redactie geeft daarin ‘haar kant van het verhaal’ aan de ombudsman. De uiteindelijke beoordeling van de ombudsman zelf is geen vorm van verantwoording omdat dat niet het oordeel van de redactie zelf is. Ter vergelijking: een reactie op de uitspraak van een ombudsman kan dat dan weer *wel* zijn.

Door zijn onafhankelijkheid is de ombudsman dus bij uitstek een instrument voor verantwoording naar aanleiding van kritiek. De hoofdredacteuren vertellen dat de primaire trigger voor een ombudsman om zich over een bepaalde kwestie te buigen namelijk vaak bestaat uit klachten van het publiek. Klachten of kritisch commentaar kunnen uiteraard ook via andere wegen geuit; sociale media zijn daarvoor een vaak gekozen podium, maar ook de mogelijkheid om onder publicaties op de website te reageren biedt daartoe gelegenheid.

Zulke reacties van het publiek, waaronder in principe iedereen valt die zelf geen onderdeel is van de redactie, kunnen aanleiding zijn voor een reactie namens het betreffende nieuwsmedium. Dat kan rechtstreeks, door vanuit het nieuwsmedium te reageren op een bericht, of algemener door een bericht te publiceren waarin een reactie wordt gegeven op commentaar. ‘Ophef’, als gevolg van onduidelijkheid of ontevredenheid, is vaak aanleiding om met een verklaring te komen. Die reactie is in het licht van sociale media belangrijker dan ooit volgens onder andere *AD*:

Als iets fout is in de krant, of mensen ergeren zich eraan, dan schrijven misschien twintig mensen een brief - al die anderen denken het wel, maar je merkt het niet. Online kunnen zomaar ineens duizend of tweeduizend mensen iets van zich laten horen. En hun vrienden verspreiden dat dan en voor je het weet is het all over the place [...] en dan ook nog met een bepaald frame eraan vast. Namelijk het frame van iemand die een scherpe tweet maakt. – Hans Nijenhuis, AD

Nu geven veel hoofdredacteuren ook te kennen terughoudend te zijn als het gaat om het reageren op sociale media. Marcel Gelauff (*NOS*) en Gert-Jaap Hoekman (*NU.nl*) wijzen op het risico om daarmee kwade stemmen alleen nog maar te verergeren:

Ik heb gemerkt dat het best wel lastig is om iets uit te leggen aan iemand die bij voorbaat al een bepaalde mening over iets heeft; die gaan het al niet goed lezen. Die pakken zo'n blog alleen maar

aan om er nog harder op door te gaan in plaats van echt te lezen wat er staat. En dan ontstaat er wel een heleboel tumult [en] slagen we ook nog eens niet het doel wat we ermee wilden bereiken, namelijk uitleggen wat we doen en waarom. Want mensen begrepen het nog steeds niet. – Gert-Jaap Hoekman, NU.nl

De vraag is of het je helpt of dat je het – onterechte - negatieve sentiment, over jezelf groter maakt. Geef je het zuurstof of niet, dat is altijd het dilemma: Als je erop ingaat geef je het zuurstof, [...] als je er niet op reageert kun je zeggen dat je niet transparant bent en gebruiken ze het feit dat je niet reageert tegen je. – Marcel Gelauff, NOS

Die inschatting, of verantwoording in reactie op kritiek de onrust kan wegnemen of daarvoor juist een impuls vormt, is volgens veel hoofdredacteuren afhankelijk van de omvang van de reuring of het kritische geluid: de hoeveelheid klachten of de kritiek van iemand met een aanzienlijk bereik, geeft vaak de doorslag voor openlijke verantwoording. Als de kritiek echter is gegrond in een *fout* in het werk, zijn de hoofdredacteuren een stuk duidelijker: dan moet er snel worden gehandeld.

(b) Verantwoording naar aanleiding van fouten

In principe is elke vorm van communicatie over gemaakte fouten en het herstellen daarvan, een vorm van reactieve verantwoording: het is immers – meer of minder uitgebreide - communicatie in reactie op iets dat fout is gegaan. In paragraaf 4.2 wordt verder uitgeweid over de verschillende opvattingen over wanneer iets fout is en hoe dat gecorrigeerd en gecommuniceerd dient te worden; voor nu is het interessant om te zien dat het melden van fouten door iedere respondent als prominent onderdeel wordt gezien van transparantie.

Journalistiek is ook een machtig vak, wij hebben veel macht. Daar hoort bij dat je transparant bent en dat je bereid bent fouten toe te geven en dat je daar open voor staat. – Joost Oranje, Nieuwsuur

Transparantie is voor mij ook dat als wij een fout maken, we onderaan het artikel beschrijven dat we die fout hebben verbeterd en wat die fout precies was. – Ward Wijndelts, Vrij Nederland

Ik ga mij niet verstoppen op het moment dat wij een fout maken, dan moet je gewoon ruiterlijk toegeven dat je het niet goed hebt gedaan. [...] Wij zijn daar door de jaren heen een stuk transparanter in geworden. [...] Als ik nu zie dat een journalist de fout ingaat, en iets schrijft wat niet klopt, dan zetten we dat recht. Dat hoort gewoon bij je professionaliteit. En dat doen we in de krant en online. – Paul Jansen, De Telegraaf

Bij fouten moet je ten eerste toegeven dát je een fout hebt gemaakt, en je moet uitleggen hoe het zo gekomen is of dat je er over verschillende wijzen over kunt denken. Is dat niet iets wat gewoon past bij het werk van de journalist? Een journalist is iemand die zijn neus in andermans zaken stekt, dat doet hij voor een soort hoger goed: geïnformeerde mensen zijn betere burgers, zorgen voor een betere samenleving. Maar dan moet de journalist ook wel vertellen: hoe doet hij dat nou eigenlijk? Van nature hebben we daar misschien niet zo'n zin in, om dat allemaal te gaan uitleggen, maar als je vindt dat het belangrijk is wat je doet, en dat vinden wij, dan past daar eigenlijk wel bij dat je [daarover] verantwoording aflegt. – Hans Nijenhuis, AD

Omdat er bij het melding maken van fouten sprake is van een vorm van transparantie na publicatie, gaat het om het afleggen van verantwoording over het eigen werk: het is een antwoord op de vraag of er *juiste* informatie is versterkt en of er op de *juiste* manier te werk is gegaan. Aanleiding daarvoor is in dit geval geen een vraag of klacht, maar een misser.

Bovenstaande uitspraak van Hans Nijenhuis (AD) wijst bovendien op een van de waarden die ten grondslag liggen aan het afleggen van verantwoording naar aanleiding van fouten: het serieus nemen van de eigen standaarden en daarmee ook het serieus nemen van het publiek. Andere hoofdredacteuren onderschrijven die houding. Eric Smit zegt hierover het volgende:

Kijk, je bent niet heel erg geloofwaardig als je iedereen loopt te kapittelen hoe zijn hun eigen verhalen in nevelen hullen terwijl je zelf hetzelfde doet. Je moet streng in de leer zijn dan ook voor jezelf. – Eric Smit, Follow the Money

Uiteraard heeft ook het serieus nemen van het publiek uiteindelijk een instrumentele waarde: het publiek moet tevreden zijn – voor jou tien anderen. Dergelijke overwegingen die meespelen bij de verantwoording naar aanleiding van fouten worden zoals gezegd verder uiteengezet in paragraaf 4.2.

Transparantie in de journalistiek: drie dimensies

Grofweg kan transparantie als de bereidheid om verantwoording af te leggen, worden onderverdeeld in drie dimensies: 1) *openheid*, als proactieve transparantie, 2) *waarmerken*, als anticiperende transparantie, en 3) *verantwoorden*, als reactieve transparantie. In tabel 3 is een overzicht gegeven van deze dimensies, het karakter en het primaire doel ervan. Daarnaast zijn de verschillende instrumenten die door de hoofdredacteuren zijn genoemd om invulling te geven aan transparantie, ondergebracht bij de verschillende dimensies. Hoofdredactionele communicatie kan in de praktijk worden ingezet binnen elk van deze drie dimensies.

Tabel 3 - Dimensies van transparantie

Dimensie	Openheid	Waarmerken	Verantwoorden
Karakter	Initiërend	Anticiperend	Reagerend
Doelstelling	Publieksbinding(PR)/marketing Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/ autoriteit bewijzen Controleerbaarheid/informeren	Eerlijkheid/publiek serieus nemen Kwaliteitsbewaking/-verbetering
Instrumenten	0. Communicatie hoofdredactie 1. Inzage in het maakproces 2. Informatie over de auteur 3. Interne transparantie <i>eg. over nevenactiviteiten of lidmaatschap politieke partij</i> 4. Publicatie van officiële documenten <i>eg. jaarverslag, redactiestatuut redactiecode</i>	0. Communicatie hoofdredactie 5. Bronvermelding/publicatie brondocumenten 6. Verantwoordingskader 7. Vermelding van branded content	0. Communicatie hoofdredactie 8. Communicatie over fouten 9. Ombudsman 10. (Openlijk) contact met lezer/ openbare lezersreacties 11. Openlijke toelichting/uitleg

Hierna wordt één dimensie van transparantie, en specifieker nog één vorm daarvan uitgelicht: verantwoording middels communicatie over fouten. Wanneer deze vorm van transparantie relevant wordt geacht door hoofdredacties, is afhankelijk van hun opvattingen over wanneer iets een fout is en hoe daarvan melding moet worden gemaakt. Die thematiek staat centraal in het volgende gedeelte.

4.2 Correctiebeleid en transparantie

In deze paragraaf worden de bevindingen omtrent correctiebeleid als specifieke invulling van transparantie behandeld. De onderzoeksvraag die hierbij centraal staat luidt: *Op welke manieren zijn redacties transparant over correcties van nieuwsberichten? (RQ2)*

Opnieuw volgt de bespreking van de resultaten binnen het thema van correctiebeleid de volgorde van de deelvragen: in 4.2.1 worden de soorten fouten behandeld die hoofdredacties onderscheiden en manieren van correctie die zij daarbij passend vinden; in 4.2.2 volgt een bespreking van de redenen die zij noemen om hier al dan niet transparant over te zijn naar het publiek.

4.2.1 Soorten fouten en correcties

Op de vraag welk beleid de hoofdredacties voeren als het aankomt op het corrigeren van fouten, neemt menigeen het woord ‘ruimhartig’ in de mond. Dat klinkt nobel en goudeerlijk, maar in de praktijk blijken grote verschillen te bestaan tussen wat een ruimhartig correctiebeleid in de praktijk inhoudt. Om die opvattingen systematisch uiteen te zetten wordt een onderscheid gemaakt tussen

wat een fout is, hoe die in de regel wordt gecorrigeerd en in hoeverre dat beleid is gestandaardiseerd of afhankelijk is van andere factoren.

Feitelijke en niet-feitelijke fouten

Over het algemeen maken de hoofdredacteuren onderscheid tussen *feitelijke fouten* en *niet-feitelijke fouten*. De eerste wordt daadwerkelijk gezien als ‘echte’ fout, de tweede niet. Onder niet-inhoudelijke fouten worden over het algemeen spel- en stijlfouten geschaard – ‘over het algemeen’ omdat we hiermee direct stuiten op een grensgeval: is een spelfout in een naam een feitelijke fout, of niet?

De enigen die daarop volmondig ‘ja’ antwoorden, zijn Elsevier en NRC:

Omdat het een feitelijke fout is, je hebt een verkeerde naam gebruikt. De Graaf met één 'f' in plaats van twee is een correctie. [...] Maar 'hij vind' is geen feitelijke fout, dat is gewoon een stijlfout. Dus als je een zin verandert hoef je dat ook niet te corrigeren. Als dat beter klinkt, of je gaat een alinea omdraaien ofzo, dan hoef je dat niet te gaan verantwoorden. Nee. Maar wel echt feitelijke dingen.

– Stijn Bronzwaer, NRC

De redenering: met een spelfout in een naam wordt *feitelijk* niet de juiste persoon aangeduid, en dus is er sprake van een feitelijke onjuistheid, oftewel: een fout. Het is een strikte hantering van de definitie van een feitelijke fout die bij de rest van de hoofdredacteuren ‘flauw’ aandoet. Zij voegen een tweede, meer eisender criterium toe: je kunt pas echt spreken van een feitelijke fout als daardoor inhoudelijk iets ‘substantieel’ niet klopt:

Spelfouten vind ik spelfouten, en die proberen we er echt uit te slepen, maar dat is echt van een andere orde dan feitelijke onjuistheden” – Martijn Roessingh, Trouw

Spelfouten vind ik vooral gênant. Je zou zo ver kunnen gaan om dat ook te [corrigeren]. Dat hebben wij nog niet. Maar op het moment dat het om de inhoud gaat - dat is essentieel. [...] Het moet een betekenisvolle correctie zijn die gaat over de inhoud van het artikel. – Eric Smit, Follow the Money

Die opvatting vindt weerklank bij *NOS*, *Nieuwsuur*, *de Volkskrant*, *AD*, *De Telegraaf*, *Vrij Nederland*, *NU.nl* en *De Groene Amsterdammer*: fouten zijn feitelijke onjuistheden die invloed hebben op de waarheid van een verhaal. Dat betekent dat er moet worden gecorrigeerd, want:

Ik houd van hele scherpe, pittige journalistiek, maar het moet verdomme wel kloppen. [...] De journalistieke lat moet gewoon hoog liggen, dat vind ik heel belangrijk. Daar maken wij absoluut

fouten in, maar als je die fouten maakt moet je daar transparant over zijn - laat ik dat woord dan maar een keer zelf gebruiken - en gewoon corrigeren. – Paul Jansen, De Telegraaf

Jansen legt daarmee het verband tussen transparantie en correctie: een correctie is in dat opzicht het openlijk erkennen en herstellen van een fout. Veel hoofdredacteuren geven aan dat zij een spelfout ‘heus’ wel zullen verbeteren – in de onlineversie van het stuk, uiteraard -, maar niet vinden dat ze daarvan melding hoeven maken. Het aspect van het erkennen van de fout blijft daarmee onzichtbaar, en alleen het resultaat van het herstel is te zien. Er is daarom veeleer sprake van ‘non-transparante correctie’, of simpelweg *aanpassing* in zulke gevallen: het wijzigen van informatie zonder daarbij te vermelden *wat* er is gewijzigd. Het is op dit punt dus goed om een onderscheid te maken tussen ‘corrigeren’, waarbij een fout openlijk wordt hersteld, en het ‘aanpassen’ van informatie, waarbij geen (precieze)¹⁶ melding wordt gemaakt van wat er gewijzigd is. Dergelijke aanpassingen kunnen ook worden gedaan op basis van nieuwverworven kennis:

Geburtenissen ontwikkelen zich. Er is een verschil tussen een update maken op basis van andere kennis, van toegevoegde kennis, of het maken van een fout. – Marcel Gelauff, NOS

Die opvatting maakt de definitie van een feitelijke fout nog complexer: kunnen uitspraken die in het licht van nieuwe kennis onjuist blijken, niet ook worden beschouwd als fout? En als de speculatie dan niet telt als fout, is het dan niet desondanks relevant om de update te benoemen? Zeker, niet alle updates zijn verdacht, maar het is heel goed denkbaar dat een aanpassing op basis van nieuwe informatie, de eerder verstrekte informatie in een ander daglicht stelt. De ‘update’ is dan ook een schimmig geval, waarbij in de praktijk vaak wordt gekozen voor aanpassen zonder daarbij precies te vermelden wat er is aangepast, in plaats van openlijk corrigeren. NU.nl hanteert hierin echter een consequente lijn, door elke wijziging automatisch te vermelden via een updatestempel:

Die [vermelding van een] update komt bij elke aanpassing die je doet. Dus of je nou een naam verandert of een tikfout, of al zet je er alleen maar een punt tussen, dan nog. – Gert-Jaap Hoekman, NU.nl

In principe is de algemene stelregel op alle redacties dat de feitelijke fouten, dat wil zeggen, de fouten die van invloed zijn op de waarachtheid van het verhaal, *openlijk* moeten worden gecorrigeerd en er dus melding moet worden gemaakt van de fout en het herstel. Niet-feitelijke fouten of feitelijke

¹⁶ Online maken sommige redacties hiervoor gebruik van een stempel, eg. ‘update’ of ‘aangepast’, om aan te geven *dat* er iets is aangepast. Het is dan niet zichtbaar *wat* precies.

onjuistheden die geen substantiële invloed hebben op de betekenis van het verhaal, kunnen volgens de meesten zonder vermelding worden aangepast.

Toch staan lang niet alle fouten die in een correctierubriek van een medium staan ook bij de desbetreffende artikelen online, en andersom worden alle correcties online niet allemaal gepubliceerd in print – laat staan gemeld in een uitzending van het journaal. Dat wijst op inconsequente in het volgen van bovenstaande stelregel. Hoewel feitelijke juistheid klinkt als een duidelijk criterium, blijkt dat in de praktijk een grijze gebied waar ruimte is voor interpretatie.

Journalistieke fouten

Een type fout dat zich bij uitstek schuilhoudt in dat schemergebied, kan de ‘journalistieke onjuistheid’ worden genoemd. In dat geval is er niet per se sprake van een feitelijke onjuistheid, maar is een journalist in gebreke gebleven voor wat betreft de uitgangspunten van het vak: het toepassen van hoor- en wederhoor, het scheiden van mening en feit, het waarborgen van de eigen onafhankelijkheid of de integere omgang met kwetsbare groepen.

Een dergelijke tekortkoming wordt door alle hoofdredacteuren beschouwd als een fout in de brede opvatting van het woord, hetzij van een andere orde dan feitelijke onjuistheden. Alleen al doordat het niet zonneklaar is wanneer er precies sprake is van een journalistieke onjuistheid. Dat maakt dat het corrigeren van een journalistieke fout zich nog minder makkelijk laat standaardiseren dan feitelijke fouten en in de praktijk neerkomt op een beoordeling op ‘*case-by-case*’-basis.

Manieren van melden

Het verschilt per nieuwsmedium *hoe* er melding wordt gemaakt van een correctie – daarbij in het achterhoofd houdend dat het ook per nieuwsmedium en zelfs per eindredacteur kan verschillen wanneer iets telt als een feitelijke onjuistheid die inhoudelijk van betekenis is - en ook binnen een nieuwstitel verschilt het beleid voor online en offline correcties. In tabel 4 is een algemeen overzicht weergegeven om een indruk te geven van de vormen per nieuwsmerk.

Tabel 4 - Correctievormen per nieuwsmerk

	Offline (tv of print)		Online (website of app)				Offline/online/andere media	
	Correctie-rubriek	Correctie op plaats van fout	Correctie-rubriek	Naschrift bij artikel	Verwijdering	Aanpassing** incl. update-/tijdstempel	Statement	Rectificatie
AD		✓		✓	✓	✓	✓	✓
de Volkskrant	✓			✓	✓		✓	✓
De Telegraaf		✓			✓	✓		✓
NRC	✓			✓			✓	✓
Trouw	✓			✓	✓		✓	✓
Elsevier	✓				✓		✓	✓
Vrij Nederland	✓			✓	✓		✓	✓
De Groene	✓			✓	✓		✓	✓
NOS		✓*	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Nieuwsuur		✓*	✓	✓		✓	✓	✓
NU.nl				✓	✓	✓	✓	✓
Follow the Money				✓	✓		✓	✓

*De drempel voor een correctie in een televisie-uitzending ligt zeer hoog

** De 'aanpassing' is strikt genomen geen correctievorm; omwille van het overzicht is deze handeling desondanks vermeld

Bovenstaande tabel is *indicatief* voor de gebruikte correctiemethoden; zoals eerder opgemerkt blijkt het in de praktijk afhankelijk van een inschatting per situatie wanneer iets wordt beschouwd als fout waarbij een zichtbare correctie gepast is. Voordat enkele van de factoren die daarop van invloed zijn worden uitgelicht, volgt een korte bespreking per correctievorm.

Offline correcties

Voor de nieuwsmedia die een offlineproduct hebben, zijn twee correctievormen te onderscheiden: correcties die worden meldt in een daarvoor bestemde rubriek en correcties die worden meldt op de plaats/het podium waar ook de betreffende fout is gemaakt. De correctierubriek – waaronder in dit geval ook de correcties worden gerekend die een rubriek delen met bijvoorbeeld lezersbrieven of aanvullingen – is de meest voorkomende correctievorm. Correcties worden daarbij op een vaste plek gemeld, vaak achterin het (dag)blad.

Daarnaast komt het voor dat bij printproducten een correctief bericht wordt geplaatst op de pagina van de eerdere fout; in het geval van fouten in televisie-uitzendingen wordt de correctie verbaal gemeld. Daarbij moet direct worden vermeld dat de drempel voor deze laatste correctievorm heel

hoog ligt – de kans is aanzienlijk groter dat een fout in de uitzending gecorrigeerd wordt via een ander kanaal, zoals in een correctierubriek op de website.

Online correcties

Fouten die offline worden gecorrigeerd worden ook online altijd hersteld. Twee van de twaalf onderzochte nieuwsmedia doen dat niet door middel van een correctie in de vorm van een naschrift, de rest wel – hoewel niet altijd even consequent. Vaak heeft dat de vorm van het format ‘Correctie: in een eerdere versie van dit artikel stond X, dat moest Y zijn. Dit is hierboven gecorrigeerd.’ Een enkele keer wordt zo een naschrift uitgebreid met beknopte toelichting. *Elsevier* keurt het corrigeren met een naschrift niet af maar heeft dat simpelweg nog niet opgenomen in de werkwijze; *De Telegraaf* is stelliger en de hoofdredacteur daar ziet er de meerwaarde niet van in:

Kijk, ik vind [dat] als jij iets niet goed hebt gedaan in je artikel, je het dan moet corrigeren. Dat staat buiten kijf. Ik vind het niks toevoegen om daarbij te zetten: ‘Wij hebben dit en dit aangepast omdat dat niet klopte.’ Want dat zou wat mij betreft alleen zin hebben als je weet [wie] het oorspronkelijke bericht gelezen hebben, [en] je die vervolgens kan benaderen via e-mail of wat dan ook, en dan het gecorrigeerde verhaal kan aanreiken en kan zeggen: ‘U heeft dit gelezen, maar u moet weten dat het zus en zo zit.’ Dan heb je een punt. Maar zoals ik al zei, als je ergens een verhaal hebt gelezen, dan klik je er, of het nou aangepast is of niet, niet nog een keer op. – Paul Jansen, De Telegraaf

NOS en *Nieuwsuur* zijn de enige die, in aanvulling op hun naschriften bij correcties, ook online een correctierubriek bijhouden ‘omwille van het overzicht’. In principe lijkt dit een zeer volledig beleid: de correcties zijn zowel op een centrale plaats te vinden, als onder het betreffende artikel. Echter, in de praktijk blijkt dat dit beleid niet consequent wordt uitgevoerd: niet alle naschriften worden opgenomen in de correctierubriek en andersom worden niet alle correcties uit de rubriek vermeld in een naschrift:

Toen we dat zijn gaan doen heb ik gezegd dat we dat allebei wilden, want anders zie je niet dat we hersteld hebben als je bij dat bericht komt; als je het alleen onder het bericht zet, kan je nooit terugzien in welke mate we nou bezig zijn met het herstel, en in het kader van transparantie vind ik dat nuttig. Dus je zou dat allebei moeten doen, maar misschien dat dat in de praktijk niet altijd overal gebeurt. [...] Dat is dus een fout in het uitvoeren van het herstelbeleid. – Marcel Gelauff, NOS

Een uiterste vorm van correctie is het verwijderen van een publicatie. Behalve *NRC*, waarvan de hoofdredactie principieel tegen verwijdering is, komt deze vorm bij alle andere onderzochte nieuwsmedia wel voor – hoewel de één zich daar bezwaarder bij voelt dan de ander:

Vanuit het principe [dat] we de geschiedenis niet [mogen] veranderen - het is wat het is en je moet kunnen terugvinden wat we gedaan hebben - wil ik het niet. [Maar] als je het zo slecht vindt en het zo niet vindt voldoen aan wat het zou moeten zijn, waarom laat je het dan staan? [...] Dat doe je één keer in je bestaan als hoofdredacteur. Hoop ik dan. – Marcel Gelauff, NOS

Als je iets [hebt] gepubliceerd [en] er dan boven zet 'Dit klopt niet', waarom zou je het dan nog laten staan? Zeker nu met internet waar het kan gedeeld worden. – Xandra Schutte, *De Groene Amsterdammer*

De belangrijkste redenen om een stuk te verwijderen zijn volgens de hoofdredacteuren het tegengaan van de verspreiding van onwaarheden, het voorkomen van het (verder) schaden van iemand en het communiceren van een norm: dit voldoet niet aan onze kwaliteitseisen. Het laten staan van een stuk waar de redactie niet (meer) achter staat zou dan ontrecht kunnen suggereren dat dat wel zo is.

Binnen het overgaan tot verwijdering als een uiterste vorm van correctie, is verder nog een onderscheid te maken tussen de hoofdredacteuren die vinden dat je zo een keuze altijd moet toelichten (i.e. AD, NOS, Nieuwsuur, Follow the Money, NU.nl, de Volkskrant, De Groene Amsterdammer en Vrij Nederland), en de hoofdredacteuren die dat geen principiële verplichting vinden bij het intrekken van een stuk (i.e. De Telegraaf en Elsevier).

Haal de kop weg, zet er een andere kop neer, veeg het hele artikel leeg en zeg alleen maar 'hier stond een artikel over dit en dat, en dat bleek niet zo te zijn'. Waarom doen we dat: voor Google. Want daar worden al die linkjes wel opgeslagen, en als mensen daar dan op klikken weten ze nog niks. Dan heb ik liever dat ze op een artikel komen van 'hier stond iets slechts'. [...] Wat ik bedoel is: de URL verwijder je nooit. Dus het is nooit zo dat je landt op een dode link. Dat is echt het principe.

– Gert-Jaap Hoekman, NU.nl

Het komt ook voor dat correcties die offline worden gemeld, niet online verschijnen terwijl de fout daar wel hersteld is. Met andere woorden, sommige offline correcties worden online alleen *aangepast*. Dit wordt, net als ‘normale’ aanpassingen naar aanleiding van niet-feitelijke fouten of updates, over het algemeen gemeld met de melding ‘laatst aangepast:/laatste update:’ in combinatie met een tijdstempel. Die annotatie is vaak gestandaardiseerd: bij een aanpassing van een bericht wordt automatisch een stempel toegevoegd/aangepast.

Statement

Alle hoofdredacteuren geven aan dat, in het geval van een grote fout die toelichting behoeft, een statement van de hoofdredactie in aanvulling op de correctie kan worden ingezet. Zo een statement kan via de eigen kanalen worden verspreid, maar kan ook plaatsvinden in andere media. Denk hierbij aan de verantwoording van Marcel Gelauff op *NPO Radio 1* naar aanleiding van een controversieel artikel over de filantroop George Soros, of aan de uitleg van Philippe Remarque bij *De Wereld Draait Door* over een fraudeaffaire door een stagiair.

Rectificatie

Een geval apart onder de correctievormen, is de officiële rectificatie: een correctie die, gerechtelijk of door de Raad voor de Journalistiek, wordt afgedwongen. Het is in dat geval niet aan de hoofdredactie om te bepalen hoe de correctie vorm krijgt, maar afhankelijk van de eis van een derde partij. Vaak gaat het in dit soort gevallen om een correctiekader op een prominente plek, zoals de voorpagina van een krant of de homepage van een website.

Afwegingen

Wanneer de hoofdredactie besluit dat een statement nodig is over een fout, of wanneer welke vorm van correctie überhaupt het meest geschikt wordt bevonden, blijkt sterk situatieafhankelijk. Hieronder worden enkele factoren genoemd die daarin een rol spelen. Het feit dat veel hoofdredacteuren niet *precies* kunnen vertellen op welke manier correcties worden uitgevoerd, laat echter zien dat dit soort keuzes in de praktijk veelal neerkomen op de – subjectieve – inschatting van hoofd- en/of (eind)redacteur. Dat maakt dat correctiebeleid vaak eerder aandoet als een ‘intentieverklaring’ met uitgangspunten of een ethische richtlijn, dan als een protocol met duidelijke regels.

In de meeste gevallen zijn de uitgangspunten omtrent correcties, het ‘globale correctiebeleid’, opgenomen het algemene redactiebeleid of het stijlboek (*de Volkskrant, Elsevier, Trouw, De Groene Amsterdammer, NOS, Nieuwsuur*). Op de overige redacties (*Vrij Nederland, AD, De Telegraaf, Follow the Money*) is er sprake van wat een ‘moresbeleid’ genoemd zou kunnen worden: uitgangspunten en regels die worden overgeleverd en vormgegeven op de werkvloer onder leiding van de hoofdredacteur en niet zijn vastgelegd een beleidsdocument.

Slechts in twee gevallen is het correctiebeleid nauwkeurig uitgedacht en uitgeschreven en wordt het actief onder de aandacht gebracht bij de redacties. *NU.nl* heeft een uitgebreide clausule opgenomen in de stijlgids over de manier waarop verschillende soorten fouten dienen te worden gecorrigeerd. Bij

NRC is die informatie in een digitaal, intern document opgesteld dat wordt verspreid onder nieuwe werknemers, en in het geval van wijzigingen onder de hele redactie.

Maar ook de redacties met een gedetailleerd correctiebeleid zijn niet onbekend met het grijze gebied tussen feitelijke onjuistheden die wel of niet inhoudelijk van betekenis zijn. Alle hoofdredacteuren geven te kennen dat er in de praktijk verschillende elementen meespelen bij de beoordeling van een fout en de geschikte correctiewijze.

Als belangrijkste factor bij die overweging noemen de hoofdredacteuren de *impact* van de fout. Nu lijkt ‘impact’ niet echt behulpzaam als richtlijn aangezien dat zo mogelijk nog vager is dan ‘inhoudelijk van betekenis’, maar volgens de hoofdredacteuren is het in praktijk doorslaggevend. Bij impact moet volgens hen worden gedacht aan de gevoeligheid van het onderwerp, de ernst of grootte van de fout, de ophef die een fout veroorzaakt of het aantal mensen dat de fout heeft gezien:

De impact, het gewicht van de fout, soort fout. Je hebt fouten die dan wel fout zijn, maar bijvoorbeeld [betrekking hebben] op een klein onderdeel in het verhaal [en] niet het hele verhaal onderuithalen. Maar ook als mensen klachten hebben en daar boos over zijn. Het hangt er ook vanaf hoe die er tegenaan kijkt en hoe ver we daarin meegaan. – Joost Oranje, Nieuwsuur

Wij maken daarin altijd een afweging maken tussen leesbaarheid, grootte [van de fout] en transparantie. – Gert-Jaap Hoekman, NU.nl

Ook de betrokkenen vormen één van de factoren die een rol spelen bij correcties. Alle hoofdredacteuren geven aan dat als er schade is berokkend aan een partij, er een correctie moet plaatsvinden. Die partij mag in de meeste gevallen een suggestie doen voor de gewenste correctiewijze. Wel wordt daarbij, vaak in overleg met de betrokkenen, additionele schade overwogen: is het middel niet erger dan de kwaal? De fout wordt immers wel publiekelijk rechtgezet, maar wordt daarmee *ook* nog eens onder de aandacht gebracht.

Die overweging leidt er bij *NOS* en *Nieuwsuur* vaak toe dat het televisiepodium disproportioneel wordt geacht met het oog op de fout. Eens te meer omdat er een grote kans is dat het publiek dat de fout heeft gezien, niet hetzelfde publiek is dat de correctie ziet omdat mensen bijvoorbeeld maar drie keer per week naar het achtuurjournaal kijken. *Nieuwsuur* geeft echter aan wel een aantal keer een correctie onder de aandacht te hebben gebracht tijdens een uitzending:

Ik vind dat als je op je main platform, wat de lineaire uitzending is, een fout maakt, je dat dan ook daar moet corrigeren. En die lat ligt wel hoog, want je weet niet of dezelfde mensen ook allemaal kijken en weet ik wat. Maar juist in het kader van je transparantie en in een tijd waarin je ook de uitzending terug kan kijken, zou het toch een beetje raar zijn dat als je een grote fout maakt, dat je dat alleen op de site corrigeert. Dan moet je ook zeggen: we hebben gister dit gedaan en dat klopte niet, en als je meer wilt weten: lees op de site. Zo iets hebben we toen ook gedaan. – Joost Oranje, Nieuwsuur

NU.nl volgt een vergelijkbare redenering als het gaat om de afweging tussen welk podium het meest gepast is voor een correctie:

We hebben weleens een pushbericht gestuurd dat Zorreguieta dood was terwijl dat niet zo was. En ik denk zelf dat met de kennis van nu, ik weet oprocht niet meer zo goed wat we toen gedaan hebben, maar dat je op het moment dat je erachter komt dat het niet zo is, je dan ook een pushbericht moet sturen met: het is niet zo. En dat ik daarover ook een blog had moeten schrijven, om uit te leggen wat er is gebeurd en dat dat een fout is. Ophef kan een argument zijn om dat te doen. – Gert-Jaap Hoekman, NU.nl

Een andere afweging die door de hoofdredacteuren van *NOS* en *AD* worden genoemd is *tijd*: als de fout kort na publicatie wordt ontdekt, is het geoorloofd om die te herstellen zonder daarvan melding te maken. Kortom, als je er snel bij bent mag een fout worden hersteld door *aanpassing*:

Kijk, als er een vaas bloemen op tafel staat en je gooit hem om en het glas breekt, maar je bent heel snel en je ruimt het op, dan is het klaar. Als het er heel lang ligt, dan geeft het een enorme vlek en dan moet je aan je moeder vertellen: ik heb een vlek gemaakt. En bij dat eerste hoeft dat eigenlijk niet. – Hans Nijenhuis, AD

Hoe snel ‘snel’ is, en hoe kort ‘kort’, wordt echter niet duidelijk; ook dat kan weer afhankelijk zijn van het onderwerp. Zulke tijd gebaseerde coulance lijkt dan ook onvermijdelijk een hellend vlak, en daarom is *NRC* faliekant tegen en streng in de tijdsleer:

We hebben daar gewoon een heel harde regel voor. Omdat het anders is: dan is het vijf seconden of zes, of tien... Als je het publiceert dan bestaat het en als er dan een fout is, dan is die fout er dus geweest. [...] Zodra je op publish klikt en je ziet: shit, het was niet Hans maar Henk – dan is dat een correctie. – Stijn Bronzwaer, NRC

Tot slot blijkt de keuze voor een correctievorm ook afhankelijk van de omgeving: offline of online. Zo benadrukken de hoofdredacteuren logischerwijs dat ‘onmiddellijkheid’ een belangrijke reden kan zijn om een correctie online uit te voeren en te melden: de snelheid van een online omgeving maakt correcties daar vaak doeltreffender en relevanter, waar die relevantie door de traagheid van offline media in sommige gevallen achterhaald kan zijn bij publicatie. Offline correcties worden om die reden achterwege soms achterwege gelaten.

Dat er offline minder snel gecorrigeerd wordt dan online, wordt ook gemotiveerd met het oog op de prominentie van het offline podium en de beperkte ruimte daarvan. Het digitale platform kent die beperking niet en dus ligt de drempel om te corrigeren daar lager dan offline. Daarentegen geven de hoofdredacteuren óók aan dat het gemak waarmee fouten online kunnen worden gecorrigeerd, er ook toe kan leiden dat een fout daar simpelweg wordt hersteld door aanpassing in plaats van die te corrigeren.

Hoe wordt welke fout gecorrigeerd?

Zoals eerder hierboven toegelicht is de manier van corrigeren in de praktijk vaak afhankelijk van verschillende overwegingen. De impact van de fout, de schade aan een andere partij en diens eisen, de gevoeligheid van het onderwerp en de grootte van het publiek: het zijn allemaal zaken die in de praktijk meespelen bij de beoordeling van de meest geschikte correctievorm.

De onderzochte nieuwsmedia, zelfs diegene die het beleid zoveel mogelijk hebben vastgelegd, houden een slechts minimaal gestandaardiseerde werkwijze aan als het gaat om het corrigeren van fouten. Dat betekent dat er in de praktijk vaak niet consequent wordt omgegaan met het rechtdelen van fouten. Of gechargeerde: arbitrair aandoet.

Het is dus moeilijk om een helder overzicht te geven van de soorten fouten die er op een nieuwsredactie worden onderscheiden en met welke correctiewijze die corresponderen: dat overzicht is er simpelweg niet. In tabel 5 is daarom in algemene termen een indeling gegeven van het soort fouten en de ‘ideale’ bijbehorende correctiemethode. ‘Ideaal’ betekent in dit geval niet de gunstigste of beste keuze, maar refereert aan wat Max Weber ‘ideaaltypen’ noemt (Weber, 1978: 21-22, 57): een – overdreven - veralgemenisering van de concrete werkelijkheid, waardoor die werkelijkheid zich beter laat analyseren. Zo een abstracte of ‘pure’ typologie, zoals Weber ideaaltypen ook wel noemt, vormt een analytisch instrument bij het beschrijven van fenomenen. Onderstaande indeling helpt op die manier ook bij het begrip van de manier waarop fouten in de journalistiek worden gecorrigeerd.

Tabel 5 - Soorten fouten en correcties

	Niet-feitelijk onjuistheid	Feitelijk onjuistheid	Journalistieke onjuistheid
Kenmerken	Niet van invloed op de waarheidswaarde van verhaal	Invloed op de waarheidswaarde van verhaal	Invloed op de waarheidswaarde en/of legitimiteit van het verhaal
Correctiewijze (offline)	Geen correctie	Correctie in een correctierubriek/ correctiekader/verbale correctie	Correctie in een correctierubriek/ correctiekader/verbale correctie
		Rectificatie	Rectificatie
		Statement	Statement
Correctiewijze (online)	Aanpassing	Correctie middels aanpassing i.c.m. naschrift	Correctie middels aanpassing i.c.m. naschrift
		Verwijdering i.c.m. verantwoording	Verwijdering i.c.m. verantwoording
		Statement	Statement

Afwegingen: impact van de fout, grootte van de fout, gevoeligheid van het onderwerp, geschadde/klagende partij, tijd

Een fout bestaat dus volgens de hoofdredacteuren uit een feitelijke of journalistieke onjuistheid, waarvan het herstel een substantiële verandering meebrengt voor de inhoud van het verhaal. Deze fouten moeten in principe zichtbaar worden gecorrigeerd, zowel off- als online. Daarbij worden de fouten online zowel in woord als in daad rechtgezet: de onjuistheid wordt daar aangepast en zichtbaar gemeld.

In een uiterste geval geven de hoofdredacteuren, op *NRC* na, aan bereid te zijn tot volledige intrekking van het stuk. De meesten zijn van mening dat daarbij een verantwoording moet worden afgegeven; anders komt het verwijderen van materiaal te dicht in de buurt van geschiedvervalsing. Dat wijst op de achterliggende motivatie om *transparant* te zijn over bepaalde correcties. In de volgende paragraaf worden de redenen die de hoofdredacteuren aandragen om al dan niet transparant te zijn over correcties verder besproken.

4.2.2 Transparantie over correcties

Voordat we kijken naar de redenen om transparant te zijn over het corrigeren van fouten, is het interessant om te bekijken waarom het volgens de hoofdredacteuren überhaupt van belang is om fouten te corrigeren.

Op het eerste oog lijkt dat een open deur: een fout is een fout en fouten moeten worden hersteld – los van de vraag of dat openlijk moet worden toegegeven. Nu is dat minder vanzelfsprekend als je je bedenkt dat een fout ook simpelweg achter je kunt laten, en nog minder vanzelfsprekend omdat een

fout ook gemakkelijk onder het tapijt kan worden geschoven. Als achtergrond voor de motivatie om transparant te zijn over correcties loont het dus om kort in te gaan op het doel van de correctie zelf.

Het doel van correcties

Alle hoofdredacteuren benadrukken het belang van kloppende informatie; de journalistiek bestaat bij gratie van de geloofwaardigheid van haar waarheidsclaims en dus moeten die claims corresponderen met de waarheid. Dat is immers de kern van het journalistieke vak: waarheidsvinding en waarheidsgetrouwheid.¹⁷ Als informatie niet blijkt te kloppen raakt dat aan het hart van de legitimiteit van de journalistiek en is dat dus schadelijk voor de reputatie en legitimiteit van het nieuwsmedium. Het corrigeren van gemaakte fouten dient volgens hen dan ook om die schade te voorkomen – of te beperken – en is dus een vorm van *kwaliteitsbewaking*: een niet-kloppende verhaal wordt klopend gemaakt door het rechtzetten van een fout.

Met die rechtzetting wordt niet alleen (meer) rechtgedaan aan de waarheid, maar ook aan betrokkenen bij het verhaal. Verschillende hoofdredacteuren zeggen dat het corrigeren van fouten onder meer van belang is om verdere – onbedoelde of onterechte - schade aan een partij te herstellen. Of in ieder geval te voorkomen dat die schade wordt vergroot.

We beweren een kwaliteitsmedium te zijn, dus dan moet het ook wel correct zijn. – Philippe Remarque, *de Volkskrant*

Ik moet een goed product afleveren. Ik ben een auto, en als die auto een fout maakt moet ik die terughalen, als de rem niet helemaal goed is. Ik wil niet dat als er slecht over Elsevier wordt gesproken... Ik heb klanten die ik goed moet bedienen. Waarom wil ik kwaliteit leveren, omdat ik gekocht moet worden. Mensen betalen 250 euro per jaar hiervoor. Ik kan me geen fout veroorloven maar ik kan me ook geen slechte journalistiek veroorloven. – Arendo Joustra, *Elsevier*

Zeker in het kader van de snelheid waarmee informatie, en dus ook fouten, zich online verspreiden, wordt het zo snel mogelijk corrigeren belangrijk gevonden door de hoofdredacteuren:

[Een fout] kan jouw merk enorm schade doen. Daarom moet je dus snel corrigeren. [...] iets wat een uurtje online was en is gecorrigeerd, kan nog dagenlang voorbijkomen. – Hans Nijenhuis, *AD*

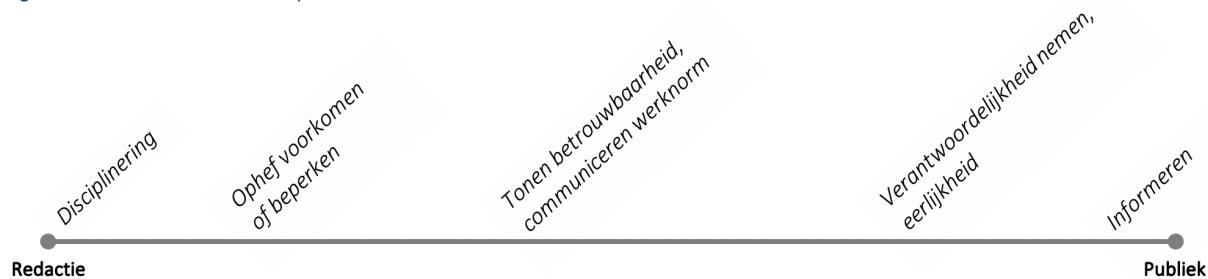
¹⁷ Het doel van waarheidsvinding en het primaat van waarheidsgetrouwheid staan bovenaan als belangrijkste uitgangspunten in de twee codes voor de gehele beroepsgroep, te weten de ‘Code voor de journalistiek’ (Genootschap van Hoofdredacteuren, 2008) en de ‘Leidraad’ (Raad voor de journalistiek, 2015).

Het corrigeren van fouten is dus in de eerste plaats bedoeld als een vorm van kwaliteitsbewaking, en wordt in het verlengde daarvan gemotiveerd als een poging om (verdere) schade aan het merk en eventuele betrokkenen te voorkomen en waar mogelijk te herstellen. Maar, willen de meesten nog graag benadrukken, ‘voorkomen is beter dan genezen’.

Het doel van transparantie over correcties

Waarom is het belangrijk om transparant te zijn over de fouten die je maakt en het herstel daarvan? De motieven die in de gesprekken naar voren komen kunnen op een continuüm worden geplaatst op basis van wie er centraal staat bij een bepaald doel, namelijk de redactie of het publiek (zie figuur 2).

Figuur 2 - Motieven voor transparantie over correcties



Disciplinering: het ‘panoptische publiek’

Alle hoofdredacteuren erkennen dat transparantie over correcties, i.e. het zichtbaar maken van een fout en het herstel daarvan, een disciplinerende werking heeft op de redactie. Allereerst worden de gemaakte fouten *zichtbaar* en dat kan op zich al aanleiding zijn om strenger te zijn bij het aanleveren en nakijken van werk. Maar het transparant zijn zelf, het openlijk erkennen van een fout, voelt volgens veel hoofdredacteuren als ‘met de billen bloot gaan’. En dat is nooit leuk, en dus kijk je de volgende keer beter uit – dat is de redenering achter de disciplinerende werking van transparant zijn over correcties:

Het is een stimulans om zorgvuldiger te werken. [...] Het maakt je product uiteindelijk zuiverder, het heeft een disciplinerende werking. – Joost Oranje, Nieuwsuur

Het is een gelukkige bijkomstigheid dat als je ziet dat het gebeurt [...] iedereen dan denkt: Shit, ik ga er maar meer energie in stoppen en het nog een keer nakijken. – Martijn Roessingh - Trouw

Over het strikte, transparante correctiebeleid bij NRC zegt Stijn Bronzwaer:

Ik denk dat mensen nu voorzichtiger zijn met publiceren ja, zeker online. – Stijn Bronzwaer, NRC

In die zin zou dat de journalistiek als geheel ten goede kunnen komen: als transparantie over correcties de norm wordt en journalisten daardoor scherper en zorgvuldiger te werk gaan, is dat goed voor de kwaliteit van de informatievoorziening in het algemeen.

Ophef voorkomen/beperken: liever rust dan reuring

Transparant zijn over het corrigeren van fouten wordt door sommigen ook belangrijk gevonden omdat daarmee kan worden voorkomen dat er ophef ontstaat of dat die ophef zich uitbreidt. Het nieuwsmerk zou in dat geval negatief in de belangstelling staan en ook hier is adagium ‘voorkomen is beter dan genezen’ - je kunt het initiatief maar beter bij jezelf houden en eventuele ophef in de kiem smoren.

Alle journalisten van Nederland en vooral de redacties van de talkshows, zitten op Twitter. [Als] er iets gebeurt op Twitter, [dan] is het 's avonds bij DWDD en dan heb je een exposure van hier tot Tokyo. Dus als er iets gebeurt moet je daar gewoon onmiddellijk op reageren. – Hans Nijenhuis, AD

Over een plagiaatzaak bij *de Volkskrant*, zegt de hoofdredacteur:

De lezers hadden er natuurlijk geen erg in. Maar hiervan wisten we dat dit een hele belangrijke geloofwaardigheidscrisis was, als we dit verborgen gingen houden was dat echt verschrikkelijk schadelijk, dus we moesten [transparant zijn]. – Philippe Remarque, de Volkskrant

Met het oog op de eigen reputatie is het dus ook van belang om transparant te zijn over fouten en het herstel zichtbaar te maken. Hierna volgen een aantal motieven waarbij geleidelijk (de relatie met) het publiek centraler komt te staan.

Tonen van betrouwbare werkwijze: van correctie naar norm

Zoals ook in 4.1 wordt besproken, is een belangrijk doel van transparantie het communiceren van een norm: ‘*dit is hoe wij werken, getuige deze meta-informatie.*’ Dat gaat ook op voor transparantie over correcties. Enkele hoofdredacteuren refereren daarbij aan de vertrouwensparadox van Silverman (2014, 24 september): juist het laten zien van fouten, leidt tot vertrouwen bij het publiek.

Ik vind het heel belangrijk om ruimhartig te zijn [met het corrigeren van fouten] omdat je daarmee ook uiteindelijk meer serieus genomen wordt: als je je fouten toegeeft denk ik dat mensen uiteindelijk je serieuzer nemen dan wanneer je ze wegmooffelt. – Ward Wijndelts, Vrij Nederland

Dat mensen iets geloven als wij het opschrijven is eigenlijk ons grootste goed, dus dat moet je heel erg beschermen. En ik denk dat je dat nog meer doet door heel transparant te zijn over fouten, dat

je daar gewoon eerlijk over bent en dat ook je journalistiek beter maakt. [...] Het maakt het ook meer waarheidsgrouw, het maakt het eerlijker... – Stijn Bronzwaer, NRC

Laten zien *dat* je een fout corrigeert is het ultieme bewijst dat je betrouwbaar bent. Immers, je geeft daarmee aan dat je a) feilbaar bent, en dat niet probeert te ontkennen, en b) dat je je ervoor inspant om die fouten op te sporen en recht te zetten.

Kijk iedereen maakt fouten, maar op het moment dat je zichtbaar maakt dat je fouten maakt en die ook herstelt, publiekelijk ook erkent dat je fouten maakt, dan kan je zien dat een desbetreffende journalist op een integere wijze ermee omgaat. – Eric Smit, Follow the Money

[Transparant corrigeren] is heel erg goed om te doen omdat je laat zien dat je je eigen standaarden serieus neemt. Door te corrigeren wat je fout doet, zeg je: wij vinden dit belangrijk en wij doen hiervoor ons best - het is dit keer misgegaan maar we letten er wel op mensen en we balen ervan als het misgaat, dat gaan we zelfs breed uitmeten. – Philippe Remarque, de Volkskrant

Door fouten en hun herstel zichtbaar te maken, wordt impliciet de boodschap gecommuniceerd dat het publiek ervan uit kan gaan dat waar *geen* correctie bij vermeld staat, de informatie klopt. Transparantie over correcties maakt de werkwijze omtrent foutenafhandeling zichtbaar en kan daarmee een impuls zijn voor de geloofwaardigheid van het werk en merk.

Eerlijkheid en verantwoordelijkheid: plicht jegens publiek

In bovenstaand citaat wijst Bronzwaer op een uitgangspunt waarbij het accent nog meer op het publiek komt te liggen en minder op het eigen nieuwsmerk: transparantie over correcties als het nemen van verantwoordelijkheid en eerlijk zijn.

Ik vind het in de eerste plaats een plicht tegenover de lezers: jullie zijn daar bedot. – Philippe Remarque, de Volkskrant

[Het gaat erom] je lezer serieus te nemen - dus ook eerlijk zijn over als je iets fout doet, is ook het serieus nemen van je publiek. – Stijn Bronzwaer, NRC

Als we iets publiceren wat onjuist is [...] neem ik daarin mijn verantwoordelijkheid. Je hebt een hele belangrijke verantwoordelijkheid voor wat je uitzendt en publiceert, zeker als je dagelijks miljoenen mensen bereikt. Als wij iets publiceren is het waar, heeft laatst het SCP vastgesteld. Dus dat betekent dat je een hele belangwekkende positie in de samenleving hebt, als publieke omroep maar ook feitelijk. – Marcel Gelauff, NOS

Uiteraard is het heel goed denkbaar dat het ook in het belang van het merk is om eerlijk te zijn, al was het maar omdat het niet eerlijk zijn dan niet *tegen* je kan worden gebruikt. Toch geven de hoofdredacteuren ook blijkt van een gevoel van verantwoordelijkheid, zoals uit bovenstaand citaat van Marcel Gelauff blijkt, en uit eerdere citaten in paragraaf 4.1 – zowel jegens het publiek als de betrokkenen. Transparantie als het *eerlijk* zijn over fouten wordt gezien als moreel juiste houding, zo onderkent ook de hoofdredacteur van NU.nl:

Een heel deel van de mensen dat eerst iets heeft gelezen wat fout was denkt misschien nog steeds dat de politie een brand heeft geblust¹⁸. Of als ze het eerst niet hadden gelezen en ze komen bij het artikel dan lezen ze misschien niet tot het einde en lezen ze niet dat er een fout hersteld is. Dus hoe effectief het is weet ik in alle eerlijkheid niet. Maar het is wel iets wat goed voelt en past bij wat wij willen zijn. – Gert-Jaap Hoekman, NU.nl

Wij zijn een krant van spanning en sensatie - maar ik wil wel dat de verhalen van A tot Z goed onderbouwd zijn en kloppen. [...] Maar we vliegen wel eens de bocht uit en ik vind dat je dan ook niet moet gaan verstoppen. Dan moet je dat gewoon toegeven en rechtzetten. [...] Als jij een fout maakt moet je op de blaren zitten. – Paul Jansen, De Telegraaf

Informeren: transparantie als onderdeel van informatievoorziening

Het motief voor transparantie over correcties dat het meest is gericht op het publiek, bestaat uit het doel om mensen beter te informeren. Dat wil zeggen, beter te informeren dan alleen door ervoor te zorgen dat de informatie uit een bericht – na correctie – klopt.

En op een gegeven moment dachten we: we doen het gewoon zo. Gewoon om de lezer iets meer te vertellen over het proces. Maar ook: als er een fout heeft gestaan en je hebt het gelezen, en je komt nog een keer op dat artikel ofzo, dan is het wel fijn om te weten dat het eerst een fout was wat je hebt gelezen. – Gert-Jaap Hoekman, NU.nl

Transparantie fungeert in dat geval veeleer als een soort fact-check bij het eigen werk en informeert het publiek daarmee. Het gaat daarbij om *bewustmaking* van het feit dat eerdere informatie incorrect was, en soms in aanvulling daarop om de *toelichting* hoe de fout heeft kunnen plaatsvinden.

¹⁸ Hoekman verwijst hier naar een fout in de kop van een artikel op NU.nl waarin werd gemeld dat de politie een brand had geblust; dat moest de brandweer zijn.

'Echte' fouten: herstellen en vertellen

'Echte' fouten zijn volgens de hoofdredacteuren dus fouten die invloed hebben op de inhoud van het verhaal. Die moeten te allen tijde worden openlijk worden gecorrigeerd: herstel is cruciaal met het oog op het belang van waarheidsgrouwheid en de melding daarvan is cruciaal met het oog op de relatie met het publiek. Daarmee leiden de opvattingen van de hoofdredacteuren over transparantie over correcties weer terug naar de kern van de journalistiek en het publieke karakter daarvan: waarheidsvinding en de verantwoordelijkheid jegens het publiek om dat zo gedegen mogelijk te doen. Bij die taak hoort de bereidheid bij om verantwoording af te leggen – ook over fouten.

5. Conclusies en discussie

De toename van de inspanningen die nieuwsmedia verrichten op het gebied van transparantie vormde de aanleiding om dit fenomeen te bevragen: wat betekent transparantie in de journalistiek eigenlijk? En waarop heeft het op een betekenisvolle manier betrekking? Die vraag wordt des te scherper en interessanter wanneer wordt gekeken naar de situatie waarin het het minst voordelig lijkt om jezelf bloot te geven, namelijk als er fouten zijn gemaakt.

In dit slothoofdstuk wordt een antwoord geformuleerd op de vragen hoe de hoofdredacteuren van de onderzochte nieuwsmedia denken over transparantie en hoe zij die ideeën vertalen naar het correctiebeleid van hun redactie. Die antwoorden vormen de springplank voor de beantwoording van de hoofdvraag van dit onderzoek. Op basis van de gevonden opvattingen over transparantie en motivaties om al dan niet transparant te zijn over correcties, wordt daartoe een normatief raamwerk opgesteld. Dit raamwerk brengt zodoende in kaart hoe de opvattingen van hoofdredacteuren over transparantie zich vertalen naar de manier waarop in de praktijk wordt gecommuniceerd over fouten.

5.1 Conclusies

De probleemstelling van dit onderzoek behelst de onduidelijkheid over wat transparantie binnen de journalistiek precies is en bijgevolg hoe daaraan op een betekenisvolle manier vormgegeven kan worden. Een belangrijk ontbrekend perspectief in die discussie is dat van de beroepsgroep zelf. Het doel van deze studie is daarom het genereren van inzicht in de manier waarop er in de journalistiek over transparantie wordt gedacht en hoe daar middels correctiebeleid naar wordt gehandeld. Op die manier is geprobeerd een bijdrage te leveren aan het begrip van transparantie als journalistiek ideaal.

Daarvoor is onderzoek gedaan naar de opvattingen van hoofdredacties over transparantie en het correctiebeleid als concrete invulling daarvan. Hoofdredacties zijn bepalend voor het redactionele beleid van een nieuwsmerk en hun opvattingen over transparantie en de vertaling daarvan naar correctiebeleid vormen dan ook een relevant en waardevol perspectief op het onderwerp. In totaal zijn voor het onderzoek twaalf (adjunct-)hoofdredacteuren van landelijke nieuwsmedia geïnterviewd.

De bevindingen daarvan zijn besproken in hoofdstuk vier. Op basis van die resultaten worden hieronder de twee centrale onderzoeks vragen beantwoord. Deze conclusies vormen uiteindelijk het uitgangspunt voor de beantwoording van de hoofdvraag van het onderzoek.

RQ1: Hoe percipiëren hoofdredacties van nieuwsmedia ‘transparantie’ als journalistiek ideaal?

Volgens de onderzochte hoofdredacties behelst transparantie in de journalistiek *de bereidheid om verantwoording af te leggen* over (de kwaliteit van) het eigen werk. Alle hoofdredacteuren erkennen die bereidheid als onderdeel van de attitude die hoort bij professionele journalistiek vanwege de publieke taak: wie claimt aan waarheidsvinding te doen en anderen onder het mom daarvan op kritische wijze volgt en controleert, moet ook zelf bereidwillig zijn om rekenschap te geven van het eigen handelen. Deze opvatting komt overeen met wat Groenhart (2013) de ‘normatieve status van transparantie’ noemt. De daadwerkelijke verantwoording bestaat volgens de hoofdredacteuren uit het verschaffen van meta-informatie over het eigen werk, met als doel de betrouwbaarheid van zowel het merk in het algemeen, als een productie in het bijzonder te staven.

Deze kenschets van transparantie strookt op conceptueel niveau met de besproken literatuur (o.a. Allen, 2008: 336; Kampf & Daskal, 2014: 168; Kovach & Rosenstiel, 2001); bij uitstek met het standpunt van Ward. Ward (2014: 48) argumenteert dat het delen van informatie over de totstandkoming van berichtgeving, onderdeel is van de journalistieke verantwoordelijkheid; de hoofdredacteuren onderschrijven eveneens dat de bereidheid om verantwoording af te leggen vervlochten is met de rol die de journalistiek vervult binnen de samenleving.

Deze conceptualisering indiceert eveneens wanneer iets ‘betekenisvolle’ transparantie kan worden genoemd, namelijk wanneer de inspanningen om transparant te zijn verband houden met de veronderstelde plicht om verantwoording af te leggen. Dat strookt met het standpunt van O'Neill wanneer zij stelt dat transparantie geen kwestie is van zoveel mogelijk informatie uitstorten over het publiek, maar pas van betekenis is als het betrekking heeft op informatie die het publiek helpt om de betrouwbaarheid van het werk en merk in te schatten (O'Neill, 2002: 76).

Als het gaat over de functie van transparantie tekenen zich twee kampen af: zij die transparantie beschouwen als een wezenlijk aspect van het vertrouwen dat het publiek stelt in de journalistieke producten, en zij die menen dat transparantie geen wezenlijke functie heeft als het gaat om de geloofwaardigheid onder het publiek. Anders gezegd, volgens het ene spoor vervult transparantie een bemiddelende rol tussen het product en de geloofwaardigheid, en maakt daarmee onderdeel uit van de kwaliteit van het werk; volgens het andere spoor is kwaliteit rechtstreeks af te leiden uit het werk en levert transparantie geen bijdrage aan de geloofwaardigheid, noch aan de kwaliteit.

Dit laatste standpunt staats haaks op wat Hayes, Singer & Ceppos (2007), O'Neill (2002) en Plaissance (2007) beargumenteren in hun werk, namelijk dat vertrouwen in informatie *niet* louter volgt uit die informatie zelf, maar dat meta-informatie daarvoor cruciaal is. Als de weerstand tegen transparantie wordt gelezen als de claim dat transparantie per definitie *geen* bijdrage kan leveren aan de geloofwaardigheid, dan lijkt dat op basis van de literatuur over de relatie tussen meta-informatie en kwaliteit (o.a. Rupar, 2006: 134), en meta-informatie en vertrouwen (o.a. Plaissance, 2007), problematisch. Maar als het standpunt wordt gelezen als de claim dat transparantie niet *per definitie* een positieve invloed heeft op geloofwaardigheid, hebben deze hoofdredacteuren een punt. Ook O'Neill (2002: 76) en Craft en Heim (2009) benadrukken dat. De aanvullende conclusie die hieruit kan worden getrokken is dat transparantie nooit los gezien kan worden van de kernverantwoordelijkheid van de journalisten om aan waarheidsvinding te doen.

Tot slot is gevonden dat de bereidheid om verantwoording af te leggen in de journalistieke praktijk op verschillende wijzen invulling kan worden gegeven. Op basis van de gevoerde gesprekken is een typologie ontwikkeld van drie vormen die deze bereidheid in de praktijk aanneemt: 1) proactieve transparantie: *openheid* 2) anticiperende transparantie: *waarmerken*, en 3) reactieve transparantie: *verantwoorden*. Met deze verschillende dimensies wordt een breed perspectief geboden op transparantie, in lijn met de oproep van Groenhart (2013) om transparantie niet alleen te beschouwen als een vorm van ‘boetedoening’.

De motivatie voor inspanningen op het gebied van transparantie verschilt gradueel per dimensie, en de mate waarin hoofdredacties meer of minder belang hechten aan een bepaalde dimensie hangt samen met hun visie op transparantie in het algemeen. Zo hechten de hoofdredacteuren die wel een relatie tussen transparantie en geloofwaardigheid veronderstellen, over het algemeen waarde aan alle drie de dimensies, waar de hoofdredacteuren die dat verband niet veronderstellen vooral het belang van de reactieve dimensie erkennen. De drie transparantiedimensies worden hieronder toegelicht.

(1) Proactieve transparantie: *openheid*

Transparantie als openheid behelst het proactief uitleggen hoe journalistiek er in de praktijk aan toe gaat en wie de mensen daarachter zijn. Kortom, het openlijk beantwoorden van de vraag ‘wie zijn we en wat doen we?’. Deze dimensie van transparantie omvat wat Groenhart (2013: 154) ‘actortransparantie’ noemt, en tot op zekere hoogte ook wat hij aanduidt als ‘procestransparantie’¹⁹.

¹⁹ Een ander deel van wat Groenhart schaart onder procestransparantie, wordt in dit onderzoek beschreven als reactieve transparantie als de waardering van het product.

In grote lijnen is het belangrijkste doel van transparantie als openheid het genereren van vertrouwen, en in het verlengde daarvan het aantrekkelijker maken van het eigen merk voor het publiek. In die zin raakt transparantie als openheid aan de functie van PR/marketing: transparantie als middel om publiek te behouden en aan te trekken. Ook Groenhart (2013) benoemt deze commerciële functionaliteit van transparantie. Daarbij past ook het inzetten van transparantie als een product op zich: in dat geval wordt ingespeeld op een behoefte bij het publiek, dat geïnteresseerd is in het journalistieke maakproces en in de mensen daarachter. Het onderzoek van Groenhart wijst eveneens op de potentiële nieuwswaarde van transparantie als een op zichzelf staand nieuwsonderwerp (2013: 204).

Dit is een vorm van transparantie die met name te zien is bij *NRC* en *de Volkskrant*, en in mindere mate ook bij *NU.nl*. Daarentegen vinden *Elsevier* en *De Telegraaf* dit onomwonden geen relevante vorm van transparantie met het oog op de journalistieke taak en verrichten derhalve nagenoeg geen inspanningen op dit gebied. De overige media houden hiertussen het midden: zij vinden openheid over het eigen werk en de eigen mensen geen slechte ontwikkeling, maar geven aan dat voor hen de prioriteit niet bij deze vorm van transparantie ligt.

(2) Anticiperende transparantie: *waarmerken*

Bij transparantie als waarmerken wordt er geanticipeerd op mogelijke vragen of twijfel over het product door expliciete toelichting te geven over de totstandkoming ervan. Oftewel: het openlijk beantwoorden van de vraag ‘hoe hebben we gewerkt?’. Daarin besloten ligt een waarmerking van het eigenproduct besloten, zowel in de vorm van het staven van de kwaliteit, als door het benoemen van de beperkingen. Deze dimensie is vergelijkbaar met wat Groenhart (2013) ‘brontransparantie’ en ‘procestransparantie’ noemt: anticiperende transparantie behelst zowel het verschaffen van informatie over bronnen, als over (de gedegenheid van de) de werkwijze. Deze anticipatoire kant van transparantie wordt ook gezien door Craft en Heim (2009: 225) en de functie van ‘keurmerk’ voor journalistieke kwaliteit wordt eveneens door Groenhart (2013: 204) genoemd.

Transparantie als waarmerking heeft tot doel te bewijzen dat de werkwijze van het nieuwsmerk en diens producten betrouwbaar zijn, en er dus autoriteit uitgaat van de verschafte informatie als zijnde gegronde waarheidsclaims. Deze relatie tussen transparantie en de legitimiteit van waarheidsclaims wordt ook beschreven door Karlsson (2010: 536). Uiteraard speelt binnen deze dimensie ook mee dat dit gunstig is voor de reputatie van het merk als geheel, en dus ook een functie heeft op het gebied van publieksbinding. Maar zoals gezegd is de *primaire* trigger bij waarmerking het verschaffen van transparantie om de kwaliteit van het eigen werk te bewijzen. Transparantie heeft daarom

voornamelijk betrekking op de geraadpleegde bronnen en informatie over de totstandkoming van het verhaal.

Hoewel vrijwel alle hoofdredacteuren de relevantie van deze vorm van transparantie onderschrijven, zijn het met name de op onderzoeksjournalistiek georiënteerde titels, zoals *Follow the Money*, *Nieuwsuur*, *De Groene Amsterdammer* en tot op zekere hoogte ook *Trouw*, alsook de titels die zich ook profileren op het gebied van openheid zoals *NRC*, *de Volkskrant* en *NU.nl*, die hier veel waarde aan hechten. De prioriteit van *De Telegraaf*, *Elsevier*, *Vrij Nederland* en *AD* ligt niet bij deze vorm van transparantie – zij gaan veeleer uit van een vertrouwensbasis tussen hen en hun publiek, waardoor waardering in de meeste gevallen volgens hen overbodig zou zijn.

(3) Reactieve transparantie: *verantwoording*

Wanneer in retrospectief de werkwijze of de accuraatheid van reeds gepubliceerd materiaal wordt toegelicht, is er sprake van *reactieve transparantie*. In dat geval wordt er niet proactief transparantie geboden op eigen initiatief, of anticiperend op mogelijke vraagtekens die bij het werk kunnen worden geplaatst, maar in reactie op een concrete aanleiding. Dat kunnen vragen zijn, kritiek of het aan het licht komen van een fout. Het gaat hier dus om het beantwoorden van de vraag ‘hebben we goed gewerkt?’, en dat kan zowel openlijk als via rechtstreekse communicatie.

Deze reactieve dimensie van transparantie ligt het dichtst bij het inwilligen van wat in de literatuur wordt aangeduid met ‘*accountability*’ (o.a. Newton, Hodges & Keith, 2004): *beantwoorden* aan de plicht om een antwoord te geven als de situatie daarom vraagt. In onderscheid met de algemene notie van transparantie als de bereidheid tot verantwoording, kan deze reactieve dimensie worden gezien als concrete verantwoording, of verantwoording ‘in enge zin’. Hoewel Groenhart deze transparantiedimensie niet als zodanig onderscheidt, geeft zijn continuüm van responstypen in hoofdredactionele argumentatie wel een idee van de mogelijke typen van antwoorden op het niveau van het nieuwsmerk: *afweren*, *weerleggen*, *afschuiven*, *rechtvaardigen*, *verzachten*, *erkennen* en *veranderen* (2013: 123).

In het geval van transparantie als reactie op vragen, kritiek en fouten wordt het serieus nemen van het publiek als belangrijke motivatie genoemd. Respect voor het publiek wordt ook in de literatuur genoemd als een belangrijk aspect van transparantie (Bugeja, 2007: 56; Kovach & Rosenstiel 2007, 92); Plaisance (2007) fundeert de verantwoordelijkheid om transparant te zijn zelfs volledig in de plicht om het publiek te respecteren. Daarnaast wordt met deze vorm van transparantie beoogd om – hier met terugwerkende kracht - de kwaliteit van de informatievoorziening te bewaken, zeker in het geval van

kritiek en fouten. Dat gebeurt ofwel door de kwaliteit van het werk achteraf te onderbouwen ofwel door te erkennen dat daarin tekortgeschoten is. Naast kwaliteitsbewaking, wordt daarmee ook getracht vertrouwen creëren en potentiële negatieve sentimenten af te wenden. Deze laatste functie van transparantie als '*damage prevention/control*' is niet als zodanig naar voren gekomen in de besproken literatuur.

Over het algemeen onderschrijven alle hoofdredacteuren de relevantie van deze dimensie van transparantie. Dat is niet geheel opmerkelijk, aangezien iedereen transparantie conceptualiseert als de *bereidheid om verantwoording af te leggen*. Transparantie als verantwoording hoort volgens hen daarom bij de journalistieke taak en verantwoordelijkheid jegens het publiek. De bereidheid om verantwoording af te leggen in reactie op vragen is bij iedere titel dan ook alomtegenwoordig; lezers- en kijkersvragen worden in de regel altijd beantwoord, en niet zelden door de hoofdredacteur zelf.

De bereidheid om in te gaan op kritiek wordt gekenmerkt door meer terughoudendheid met het oog op het risico een brandje eerder aan te wakkeren dan te doven. Het besluit om te reageren hangt dan voornamelijk af van de onrust die het teweegbrengt of van de ernst van de kritiek. In dat laatste geval is er immers mogelijk sprake van een fout, en daarover zijn de hoofdredacteuren opnieuw in de basis eensgezind: een fout moet openlijk worden erkend en rechtgezet. Hoe en wanneer dit in de praktijk relevant wordt vormgegeven, is echter afhankelijk van de opvattingen over wanneer iets een fout is en hoe daarvan melding moet worden gedaan. Dit komt aan bod bij de bespreking van de tweede onderzoeksraag.

Het verschilt per nieuwsmerk aan welke vorm van transparantie meer waarde wordt gehecht en dus hoe de bereidheid om verantwoording af te leggen in de praktijk wordt ingevuld. Praktische redenen, zoals beperkte tijd en mankracht, spelen daarbij een rol, in combinatie met de opvatting over de plaats die het bieden van transparantie zou moeten innemen binnen het journalistieke bedrijf: als inherent onderdeel daarvan of als – niet noodzakelijke, of zelfs niet wezenlijke - aanvulling daarop.

RQ2: Op welke manieren zijn nieuwsredacties transparant over correcties van nieuwsberichten?

Onder de derde vorm van transparantie, het afleggen van verantwoording, wordt door de hoofdredacteuren vrijwel unaniem het corrigeren van fouten genoemd. In lijn met de besproken literatuur in hoofdstuk twee (Bugeja, 2007; Kampf & Daskal, 2014; Karlsson, 2010; Karlsson et al., 2017;

Maier, 2007; Ward, 2014), worden correcties, als het openlijk erkennen en rechtzetten van fouten, door de onderzochte hoofdredacties dus beschouwd als uiting van transparantie.

Over het algemeen wordt door de hoofdredacteuren onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten fouten: 1) niet-feitelijke onjuistheden, waaronder spel- en stijlfouten, 2) feitelijke onjuistheden, i.e. fouten met een inhoudelijke impact, en 3) journalistieke onjuistheden, waarbij de journalistieke werkwijze als onnauwkeurig wordt beschouwd. De fouten die invloed hebben op de accuraatheid van de waarheidsclaim die wordt gemaakt, wat volgens de hoofdredacteuren het geval is bij (2) en (3), dienen volgens hen openlijk te worden erkend en rechtgezet; de fouten die (nagenoeg) geen invloed hebben op de betekenis van een bericht, de niet-feitelijke onjuistheden, mogen volgens hen in de meeste gevallen worden aangepast zonder vermelding daarvan.

Hoewel een expliciete uiteenzetting over de aard van fouten ontbreekt in de literatuur, benadrukken Bugeja (2007: 50), Karlsson (2010: 539) en Silverman (2014) dat fouten *zichtbaar* moeten worden rechtgezet. De opvattingen van de hoofdredacteuren over transparantie bij correcties getuigen in dat opzicht van verantwoordelijkheidsbesef, gegrond in de journalistieke taak om aan *waarheidsvinding* te doen.

De drempel voor transparantie bij het corrigeren van fouten ligt offline hoger dan online: door de beperkte ruimte in de offline varianten van de nieuwsmedia, gaat de ruimte die een correctie inneemt altijd ten koste van de ruimte voor andere berichtgeving. Dat maakt dat de redenen om een fout offline te corrigeren vaak zwaarwegender moeten zijn dan correcties online, waar het probleem van beperkte ruimte niet aan de orde is. Daarnaast spelen ook overwegingen ten aanzien van snelheid en additionele schade een rol bij de keuze voor het online corrigeren van fouten, in plaats van offline.

Transparantie bij het corrigeren van fouten krijgt in grote lijnen op drie manieren vorm: 1) door het benoemen en rechtzetten van de fout in een *apart bericht*, bijvoorbeeld in een correctierubriek of een correctiebericht op de oorspronkelijke plaats van de fout, 2) door het benoemen en rechtzetten van de fout in een *naschrift* bij het oorspronkelijke bericht – uiteraard alleen digitaal mogelijk, en 3) een uitgebreidere *toelichting* op de fout, met bijvoorbeeld uitleg over hoe deze heeft kunnen plaatsvinden, in een apart bericht. Dit laatste komt bij uitstek voor in het geval dat een product geheel wordt ingetrokken als een uiterste vorm van correctie.

Als achtergrond voor het bieden van transparantie over correcties, geven de hoofdredacteuren aan in eerste plaats het corrigeren zelf belangrijk te vinden vanuit het oogpunt van *kwaliteitsbewaking*. De

redenering daarachter van de hoofdredacteuren: de journalistiek bestaat bij de gratie van haar geloofwaardigheid, en die geloofwaardigheid verwerf je door kwaliteit te leveren, dat wil zeggen verhalen af te leveren die juist zijn en dus geen fouten bevatten zoals behandeld in paragraaf 4.2.1. Als er toch sprake is van een fout moet die vanuit kwaliteitsoogpunt zo snel mogelijk worden rechtgezet. Deze opvatting is ook terug te vinden bij Silverman (2014) die stelt dat het doel van correcties – in lijn met het doel van journalistiek überhaupt – ligt in het communiceren van juiste informatie.

Waarom zouden nieuwsmedia dat nu *openlijk* doen? De redenen die de hoofdredacteuren geven kunnen worden geplaatst op een continuüm naargelang de partij die daarbij centraal staat: de redactie of het publiek.

Figuur 2 [herhaling] - Motieven voor transparantie over correcties



Links op dit spectrum, dus redactioneel gemotiveerd, staat de *disciplinerende werking* van transparante correctie. Deze motivatie om transparant te zijn over correcties kan worden vergeleken met wat Groenhart (2013) de ‘operationele functie’ van transparantie noemt: transparantie die het werk van de journalist ten goede komt. Het openlijk tonen van fouten is een stok achter de deur om zorgvuldiger te werk te gaan, want publiekelijk met de billen bloot gaan heeft iets gênants. In die zin is transparantie over correcties een middel om het motto ‘*get it first, but first, get it right*’ nieuw leven in te blazen in een tijd van hoge nieuwsdruk.

Een tweede reden die voornamelijk vanuit redactioneel oogpunt wordt gemotiveerd is het *voorkomen van ophef of het beperken* daarvan. Informatie verspreidt zich razendsnel via internet, en fouten dus ook. Om de verspreiding van foutieve informatie tegen te gaan, maar vooral ook schade die dat aan de reputatie van het nieuwsmerk kan toebrengen, is het dus zaak om een fout zo snel mogelijk recht te zetten. Het is dan van belang om dat transparant te doen om beschuldigingen te voorkomen over het wegwoffelen van fouten: wie meteen openheid van zaken geeft, is een moeilijker doelwit van kwade stemmen.

Met het oog op de relatie tussen het nieuwsmedium en het publiek, precies midden op het spectrum, wordt transparantie over correcties van belang geacht om zo de eigen *werkwijze te communiceren*. Het is een direct bewijs van hoe de eigen standaarden serieus worden genomen, en daarmee ook hoe het publiek serieus genomen wordt. Dat leidt volgens veel hoofdredacteuren tot een hogere betrouwbaarheidsperceptie onder het publiek. Tegelijkertijd is het ook een waarmerk voor alle informatie waar geen correctie bij staat.

Meer uitdrukkelijk op het publiek gericht is het motief van *verantwoordelijkheid en eerlijkheid*. De hoofdredacteuren benadrukken de publieke verantwoordelijkheid van hun vak. Het is dan niet alleen ‘wel zo eerlijk’ om een fout toe te geven en openlijk recht te zetten, maar ze vinden dat het hun *plicht* is jegens hun publiek, en de samenleving als geheel vanuit de publieke taak die ze daarbinnen vervullen.

De reden waarbij hoofdzakelijk het publiek centraal staat, is de *informerende functie*. Door transparant te zijn over correcties is het mogelijk om het publiek beter te informeren door mensen bewust te maken van de onjuistheid van eerdere informatie, eventueel aangevuld met een toelichting over hoe de fout kon plaatsvinden. Die informatie zal ook mensen bereiken die de fout in eerste instantie niet gezien hadden, maar in deze redenering wordt het zekere voor het onzekere genomen.

Let wel, bovenstaande motivaties om transparantie te verschaffen over correcties bestaan in de praktijk naast elkaar: transparant correctiebeleid wordt door sommigen relevant gevonden op basis van alle bovenstaande redenen, waarbij het accent per geval kan verschillen; anderen zien minder heil in transparantie als bijvoorbeeld disciplinerend middel of voor het overbrengen van de eigen werkwijze, en hechten er voornamelijk belang aan met het oog op de verantwoordelijkheid jegens het publiek en betrokkenen.

De vertaling van transparantie naar correctiebeleid: een normatief raamwerk

Om in kaart te brengen hoe hoofdredacties hun opvattingen over transparantie vertalen naar de vormgeving van hun correctiebeleid, wordt in deze laatste paragraaf een normatief raamwerk geëxpliciteerd. Dat wil zeggen: een overzicht van de gronden op basis waarvan het als juist wordt beschouwd om transparant te zijn over het corrigeren van fouten. Hiermee wordt de centrale hoofdvraag van dit onderzoek beantwoord: *Welk normatief kader ligt er ten grondslag aan het al dan niet transparant communiceren over correcties door Nederlandse nieuwsredacties?*

Dit normatieve kader expliciteert op grond waarvan en met het oog waarop nieuwsredacties transparant zijn over correcties. Het kader bestaat daarom uit drie onderdelen: de normatieve grond, de vereiste handeling en de doelstelling. Deze onderdelen worden eerst in tekst toegelicht en worden in figuur 3 schematisch samengebracht.

Doelstelling van transparantie over correcties

Zoals aangegeven is de kern van transparantie in de journalistiek de bereidheid om verantwoording af te leggen over het eigen werk, via het verschaffen van meta-informatie. Die bereidheid wordt beschouwd als onderdeel van de publieke taak die de journalistiek heeft en komt voort uit de verantwoordelijkheid die daarmee gepaard gaat. Die verantwoordelijkheid is in eerste instantie het leveren van goed werk, en in tweede instantie het *instaan* voor dat werk. Het zijn daarom ‘kwaliteit’ en ‘verantwoordelijkheid’ die kunnen worden aangemerkt als twee centrale waarden van de publieke taak van de journalistiek.

Het doel dat transparantie binnen die taak vervult is het staven van de integriteit en gedegenheid van de werkwijze, en de kwaliteit van de journalistieke producten. Oftewel: verantwoording afleggen over het naar behoren vervullen van de publieke taak. Volgens sommigen is dat cruciaal voor de betrouwbaarheidsperceptie onder het publiek. Naast het bestendigen van de *kwaliteit* van het werk wordt transparantie dus ook gezien als een manier om de *geloofwaardigheid* van werk en merk te bestendigen. Het onderzoek van Groenhart toont aan dat de aanwezigheid van bepaalde transparantie-instrumenten inderdaad gerelateerd is aan het vertrouwen van nieuwsgebruikers in een medium (2013: 203).

Het openlijk corrigeren van fouten valt onder de derde vorm van transparantie: transparantie als verantwoording in enge zin. Ook transparantie over correcties moet dus op het meest algemene niveau worden beschouwd als het verschaffen van meta-informatie, in dit geval over fouten. In lijn met transparantie in het algemeen, is het doel hiervan aan te tonen dat de *kwaliteit* van het werk actief wordt gewaarborgd en de redactie kritisch en eerlijk handelt ten aanzien van de eigen feilbaarheid, oftewel *geloofwaardig* is. Deze globale motivatie vormt de normatieve achtergrond van transparantie over correcties; de motieven hiervoor zoals uiteengezet in figuur 2 zijn hiervan concretere manifestaties.

Normatieve grond voor transparantie over correcties

Met behulp van de antwoorden op RQ1 en RQ2 is het mogelijk om te beredeneren wanneer het volgens de hoofdredacteuren, als vertegenwoordigers van nieuwsredacties, van belang wordt geacht om transparant te zijn over correcties. Oftewel, welke *norm* er wordt gehanteerd bij het al dan niet transparant communiceren over het uitvoeren van correcties. Gebaseerd de gepresenteerde bevindingen kan worden gesteld dat die norm is gestoeld op fouten met drie kenmerken. Deze kenmerken indiceren wanneer een nieuwsredactie meta-informatie behoort te verschaffen in de vorm van het erkennen en rechtzetten van fouten. Tezamen met de eerder genoemde waarden van kwaliteit en verantwoordelijkheid, vormen deze kenmerken de normatieve grond op basis waarvan het juist wordt geacht om transparant te zijn over correcties.

1. Corrigeren transparant bij fouten met een inhoudelijke impact

Afgaand op de redenering van de hoofdredacteuren wanneer transparantie over correcties geboden is, blijkt de invloed van fouten op de inhoudelijke strekking van een bericht doorslaggevend. Dit criterium houdt één op één verband met wat de hoofdredacteuren aanmerken als de kern van het journalistieke vak: waarheidsvinding. Als redacties daarin falen, in de vorm van feitelijke en/of journalistieke onjuistheden (type 2 en 3), dienen de fouten openlijk te worden erkend en rechtgezet: fouten die betrekking hebben op de publieke taak, moeten ook vanuit die publieke taak worden gecorrigeerd, en dus letterlijk *publiekelijk*.

In de praktijk blijkt er variatie in de opvattingen over wanneer er sprake is van inhoudelijke impact, maar het criterium als zodanig lijkt essentieel als het gaat om het verschaffen van transparantie omtrent correcties. Andersom wordt het bij fouten zonder inhoudelijke impact niet van wezenlijk belang bevonden om transparant te zijn over het corrigeren daarvan.

2. Corrigeren transparant bij fouten met een risico ten aanzien van geloofwaardigheid

De hoofdredacteuren benadrukken dat de journalistiek haar taak in de samenleving kan vervullen bij gratie van de geloofwaardigheid van haar werk. Fouten doen afbreuk aan die geloofwaardigheid en dus is het corrigeren ervan in het belang van het bestaansrecht van de journalistiek. Hoewel niet alle hoofdredacteuren van mening zijn dat transparantie in het algemeen wezenlijk bijdraagt aan geloofwaardigheid, onderkennen ze allemaal dat dat in het geval van fouten wel zo is; het louter herstellen van fouten zonder daar transparant over te zijn doet volgens hen - uiteindelijk - namelijk *afbreuk* aan het vertrouwen in het nieuwsmerk onder het publiek. Alleen het *transparant* corrigeren komt de geloofwaardigheid van het werk volgens hen ten goede.

De twee sporen voor wat betreft de plaats van transparantie in de journalistiek, komen in het geval van fouten met inhoudelijke impact dus bij elkaar: hoewel niet iedereen het erover eens is dat transparantie bij goede journalistiek kan bijdragen aan de geloofwaardigheid, is iedereen het erover eens dat die vlieger wel opgaat als er sprake is van minder goede tot slechte journalistiek – dat wil zeggen, als er fouten zijn gemaakt.

3. Corrigeren transparant bij fouten die schade aan derden toebrengen

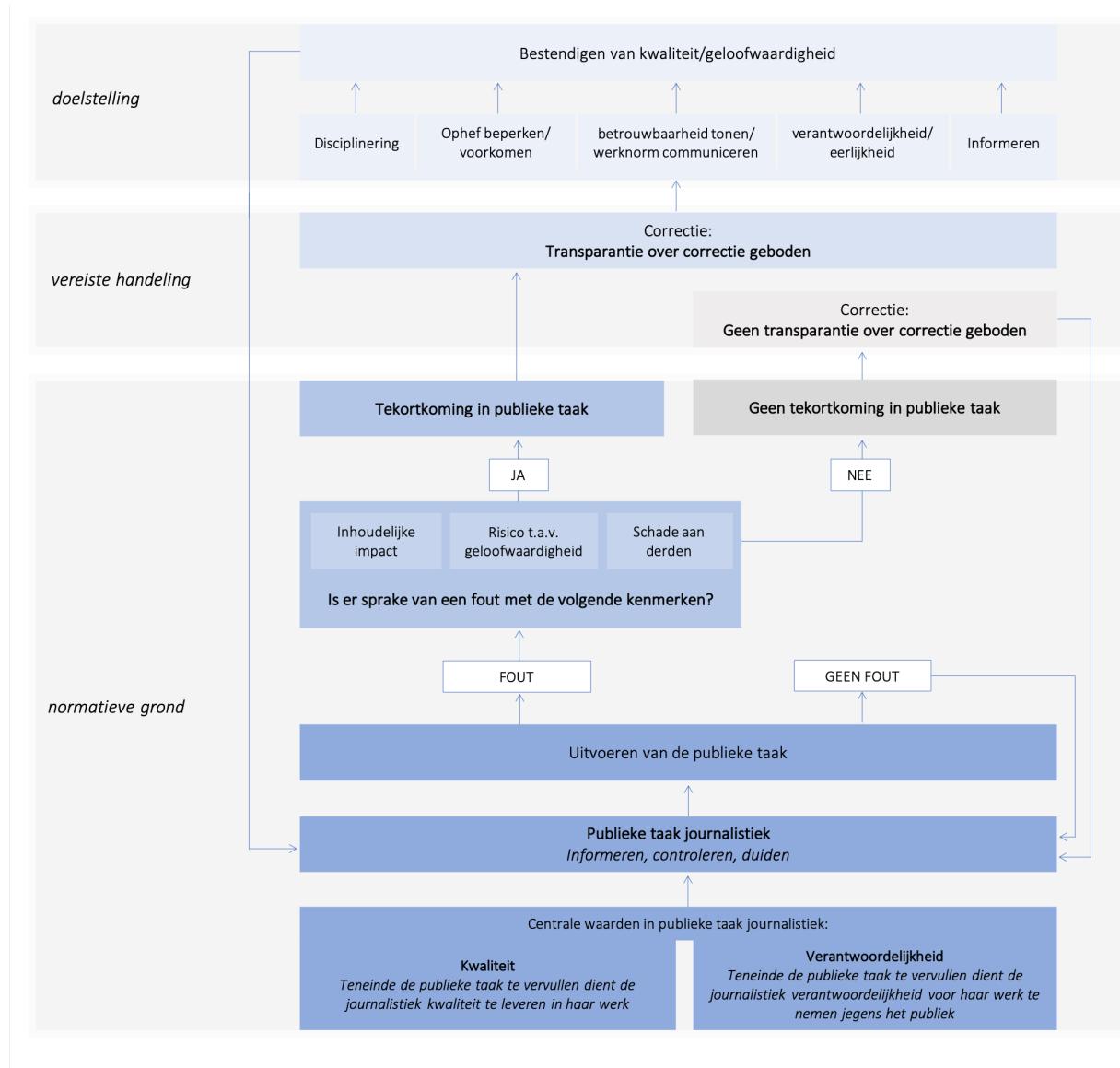
Tot slot behoren redacties volgens de hoofdredacteuren transparant te zijn over correcties wanneer er door een fout schade is berokkend aan een andere partij dan de redactie zelf. Er is sprake van schade, in de ruime zin van het woord, als door een fout in het journalistieke werk een partij wordt benadeeld: in de eerste plaats is dat altijd het publiek wanneer het als gevolg van een fout verkeerd wordt geïnformeerd, maar daardoor kan eveneens betrokkenen onrecht worden aangedaan.

Ook in dit geval wordt loutere correctie niet als afdoende gezien; het is hier de transparantie bij het corrigeren die essentieel wordt geacht bij het vereffenen van schade, omdat alleen zo waarlijk verantwoordelijkheid wordt genomen voor het eigen handelen. Opnieuw ligt evenredigheid hieraan ten grondslag: vanwege de openbaarheid van de fout verdient ook de correctie dezelfde ruchtbaarheid, wil er echt gesproken kunnen worden van het erkennen en rechtzetten van de fout.

Bovenstaande kenmerken geven dus aan wanneer het volgens hoofdredacties gepast is om transparant te zijn over correcties. Deze kenmerken zijn tot nu toe nog niet als zodanig geïdentificeerd in bestaande literatuur. Wel houdt wordt er in de besproken literatuur gewezen op de ernst van fouten met het oog op het doel van waarheidsvinding (Bugeja, 2007; Karlsson, Clerwall & Nord, 2017), de bedreiging van geloofwaardigheid (Karlsson, Clerwall & Nord, 2017; Maier, 2007) en het nadelige effect op geïnformeerdheid van het publiek (Kampf & Daskal, 2014; Silverman, 2014). De hierboven beschreven kenmerken van situaties waarin transparantie over correcties geboden is, weerspiegelen respectievelijk deze noties en zijn daarmee ingebed in een breder gedragen ethiek van correcties.

Deze kenmerken moeten in hun onderlinge verband worden beschouwd: van de één is pas echt sprake in combinatie met de andere twee. Zo is er pas ‘schade aan derden’ bij een fout met inhoudelijke impact, en vormt de fout ook dan pas een risico voor de geloofwaardigheid. In onderstaande figuur (3) is de relatie tussen de normatieve grond voor transparantie over correcties, het transparant corrigeren zelf en het bestendigen van de kwaliteit en geloofwaardigheid van het nieuwsmerk als uiteindelijke doel hiervan, schematisch weergegeven in relatie tot de publieke taak van de journalistiek.

Figuur 3 - Schematisch overzicht van het normatieve kader



Hoewel de opvattingen over transparantie in het algemeen, en transparantie over correcties in het bijzonder, getuigen van de intrinsieke waarde van transparantie als onderdeel van de journalistieke taak, blijken de concrete inspanningen op dat gebied in de dagelijkse praktijk veelal instrumenteel gemotiveerd – dat wil zeggen: als middel om een ander doel te bereiken. Deze conclusie vormt een aanvulling op de bevindingen van Groenhart, die aantonen dat de opvattingen van Nederlandse journalisten over transparantie met name zijn toe te schrijven aan het commerciële en operationele nut ervan, en niet aan de normatieve status (2013: 162-163). Uit de conclusies van voorliggend onderzoek blijkt dat onder hoofdredacteuren ook het instrumentele perspectief dominant is in plaats van het normatieve: transparantie blijkt niet alleen ‘ook’ instrumenteel te worden ingezet – het blijkt vaak ook het *primaire* perspectief.

De inspanningen van nieuwsmedia blijken voornamelijk voort te komen uit een fragielere vertrouwensband tussen het nieuwsmerk en het publiek, en dienen dus als *middel* om die band te bestendigen of überhaupt te genereren. Anders gezegd, de intrinsieke waarde van transparantie over correcties wordt erkend maar het blijkt in de praktijk niet de primaire trigger om ernaar te handelen. Op basis van het hier ontwikkelde begrip van transparantie, waarin transparantie niet alleen een instrument is maar onlosmakelijk is verbonden met de kwaliteit van het journalistieke werk, lijkt dat een te magere motivatie voor transparantie.

Ook geeft de overwegend instrumentele zienswijze slechts tot op zekere hoogte blijk van de theoretisch ethische inbedding van transparantie. Volgens het in hoofdstuk twee ontwikkelde perspectief hoort transparantie, dus ook over correcties, immers bij de journalistieke verantwoordelijkheid en is het dus geen vrijblijvendheid. In het bijzonder in het licht van het betoog van Allen (2008) voor een *normatieve* kijk op transparantie, oftewel: voor de erkenning van de intrinsieke waarde ervan, doet de zienswijze van transparantie als instrument te weinig recht aan de normatieve status ervan.

Het kan wel verklaren waarom er in de praktijk vaak geen consequente lijn wordt gevoerd in het transparantiebeleid met betrekking tot correcties, en de werkwijze in sommige gevallen enigszins opportunistisch aandoet. Dit is een observatie die vergelijkbaar is met resultaten uit eerder onderzoek naar transparantierituelen in de journalistiek, waaruit blijkt dat transparantie nog maar weinig structureel wordt vormgegeven (Chadha & Koliska, 2015; Groenhart, 2011; Karlsson, 2010; Maier, 2007). Niet in de laatste plaats getuigt daarvan het ontbreken van expliciet geformuleerd correctiebeleid en de transparantie daaromtrent.

Het risico van een dergelijke ‘incidentele’ werkwijze en terloopse toepassing, naast de miskenning van de intrinsieke waarde van transparantie over correcties in het kader van de journalistieke taak, is dat transparantie een ‘*gimmick*’ wordt: een trucje dat naar eigen goeddunken kan worden ingezet en niet als serieus onderdeel van de werkzaamheden wordt beschouwd. Het formuleren van een expliciet beleid omtrent (transparantie over) correcties, waarin een intrinsieke motivatie operationeel kan worden gemaakt, zou in dat licht uitkomst kunnen bieden.

5.2 Discussie

Meerwaarde van het onderzoek

De bevindingen uit dit onderzoek maken inzichtelijk hoe hoofdredacties denken over transparantie binnen de journalistiek en hoe die opvattingen hun weerslag krijgen in de manier waarop fouten worden gecorrigeerd. Dit hoofdredactionele perspectief vormt een aanvulling op de bestaande literatuur op het gebied van transparantie en correctiebeleid in de journalistiek. Die literatuur handelt over de betekenis van transparantie (over correcties) in de journalistiek (e.g. Kovach & Rosenstiel, 2001; Plaisance, 2007) en over de concrete transparantierituelen in de journalistieke praktijk (e.g. Kampf & Daskal, 2014; Karlsson, 2010). Het perspectief van de actoren die in de praktijk vormgeven aan transparantie schittert daarbij door afwezigheid.

Het hoofdredactionele perspectief op transparantie is voor zover bekend dus nog niet onderzocht. Groenhart (2013) heeft wel de opvattingen van individuele journalisten onderzocht, maar niet die van degenen die het beleid maken waarmee transparantie in de praktijk wordt gebracht en waarbinnen die journalisten hun werk verrichten. Inzicht in het perspectief van hoofdredacteuren vormt daarom de ontbrekende schakel tussen academische verhandelingen over transparantie en de verschijning ervan in de praktijk – oftewel, tussen transparantie aan de tekentafel en aan de ontbijttafel.

De bevindingen kunnen worden gezien als een empirische aanvulling op de (ethisch) theoretische verhandelingen over transparantie, en een conceptuele aanvulling op de empirische studies naar transparantie. De in de praktijk gefundeerde inzichten die dit onderzoek biedt, kunnen een startpunt vormen voor verdere ontwikkeling van theorie over transparantie als journalistiek ideaal.

Dit onderzoek verschaft daarnaast een nieuwe manier om onderscheid te maken tussen verschillende soorten transparantie. Waar bestaande studies en theorieën zich daarvoor richten op het *type informatie* waar transparantie betrekking op heeft (Karlsson, 2010; Kovach & Rosenstiel, 2001; Groenhart, 2013), is in dit onderzoek een onderscheid gemaakt op basis van de *aard* van de transparantiehandeling zelf. Door de indeling van transparantie in een proactieve, anticiperende en reactieve dimensie, is beter inzichtelijk wat de motieven zijn voor een bepaalde variant. Bovendien biedt het overzicht van transparantie-instrumenten per dimensie houvast bij het begrijpen – en motiveren – van keuzes in de praktijk.

Door een brug te slaan van opvattingen over transparantie naar de manier waarop fouten worden gecorrigeerd, is geëxpliciteerd wat volgens hoofdredacties de normatieve achtergrond is voor het

transparant corrigeren van fouten. Kampf & Daskal (2014) hebben ook deze verbinding gelegd tussen opvattingen over transparantie en correctiebeleid in de praktijk, maar hebben daarbij de praktijk ‘getoetst’ aan de theorie. In voorliggend onderzoek is niet de theorie als uitgangspunt genomen, maar de opvattingen in de praktijk. Daardoor het mogelijk is geweest om inzichtelijk te maken hoe de vertaalslag van ideeën over transparantie naar de manier van corrigeren in de praktijk wordt gemaakt. De conclusies uit dit onderzoek zijn daarom niet zozeer moraliserend, maar vormen veeleer een kritische spiegel.

Tot slot is de typering van de verschillende soorten fouten, alsook het overzicht van de daarmee corresponderende correctiewijzen, een aanvulling op bestaand onderzoek. Karlsson, Clerwall en Nord (2017) typeren ‘echte’ fouten weliswaar als *feitelijke* fouten, maar voorliggend onderzoek laat zien dat die definitie nog geen uitsluitsel geeft over classificatie van bijvoorbeeld feitelijke fouten in namen of niet-feitelijke fouten die wel journalistiek gezien onjuist zijn. Karlsson et al. (2017) maken vervolgens onderscheid tussen ‘kleine’ en ‘grote’ fouten, maar specificeren niet wanneer iets tot de ene of andere groep kan worden gerekend. De bevinding dat het volgens hoofdredacties bij ‘echte’ fouten gaat om fouten met een inhoudelijk impact op het verhaal, waaronder bovendien *feitelijke* en *journalistieke* onjuistheden vallen, is in dat opzicht een toevoeging aan bestaande literatuur over fouten in de journalistiek. Ook in dit geval is het perspectief van hoofdredacties, die in de praktijk een bepalende rol spelen als het gaat om (het beleid voor) de correctie van fouten, niet eerder onderzocht.

De kritische spiegel

Zoals opgemerkt in de conclusie, gaven veel hoofdredacteuren aan vóór de interviews nog niet expliciet te hebben nagedacht over de precieze wijze waarop hun redactie fouten corrigeert en hoe een consequente werkwijze op dat gebied wordt gewaarborgd. In veel gevallen vormden de interviews voor de hoofdredacteuren daarvoor de concrete aanleiding. Dat geldt ook voor de vraag wat transparantie in de journalistiek volgens hen behelst. De hoofdredacteuren hebben in de meeste gevallen wel ideeën over welke inspanningen zij scharen onder journalistieke transparantie, maar wat precies de betekenis is van transparantie in de journalistiek, blijft vaak onscherp.

Dat is wellicht ook de reden waarom de hoofdredacteuren zich gereeld hardop afvragen of hun publiek wel ‘zit te wachten’ op transparantie en transparantie over correcties. Het onderzoek van Groenhart (2013) toont echter aan dat er onder nieuwsgebruikers een groep is die ‘intrinsieke belangstelling heeft voor het proces achter de schermen’ en dat er een groep is ‘die het fenomeen meer passief aanziet, maar het wel degelijk op prijs stelt.’ (2013: 205). Maar meer nog lijkt het met het oog op de intrinsieke waarde van transparantie, zoals onder andere bepleit door Allen (2008), een

irrelevante vraag of het publiek er behoeft aan heeft: transparantie is in de eerste plaats waardevol als *onderdeel* van het journalistieke werk en zou daarom ongeacht het bestaan van een nieuwsgierig publiek moeten worden nagestreefd. Transparantie is geen kwestie van behoefté, maar van principe.

Een veelgehoorde tegenwerping tegen een al te prominente plaats voor transparantie in de journalistiek, is dat het geen garantie vormt voor *goede* journalistiek. In theorie lijkt dat te kloppen: door transparant te zijn verandert iets dat slecht is, niet op magische wijze in hoogstaande kwaliteit. Transparantie is wat dat betreft inderdaad geen panacee voor ondeugdelijk werk. Maar dat doet geenszins afbreuk aan de waarde van transparantie; daarmee wordt immers beter zichtbaar wanneer sprake is van *slechte* journalistiek. In navolging van Plaisance (2007), die stelt dat de *afwezigheid* van transparantie altijd een voorwaarde is voor misleiding, kan deze bagatellisering van transparantie dan ook worden weersproken.

De claim van veel hoofdredacteuren dat de kwaliteit van het werk het primaat heeft en dat transparantie daarop een *extra* aanvulling kan vormen, lijkt dan ook een schijnonderscheid: afgaand op de Kantiaanse zienswijze dat de plicht om de waarheid te vertellen direct volgt uit de absolute plicht om anderen te respecteren, in combinatie met het idee dat meta-informatie onderdeel uitmaakt van die waarheid (Kovach & Rosenstiel, 2001; Plaisance, 2007; Rupar, 2006), moet transparantie worden gezien als *onderdeel* van die kwaliteit. Zelfs als transparantie wordt getypeerd als het ‘bewijs van kwaliteit’, dan nog is de oorspronkelijke kwaliteit onvolledig bij een gebrek aan transparantie.

Het belang van transparantie wordt des te dringender als het gaat om het corrigeren van fouten. Fouten die niet zichtbaar worden gecorrigeerd kunnen strikt genomen worden gezien als een vorm van geschiedvervalsing, waarbij in dit geval geen onwaarheden worden aangebracht in de geschiedenis maar die juist worden ‘uitgegumd’. Maar nog afgezien van deze principiële reden om transparant te zijn over correcties, is het onzichtbaar corrigeren van fouten potentieel schadelijk tot zeer schadelijk voor de maatschappelijke informatievoorziening.

De affaire rondom Peter Blasic²⁰ is daarvan een voorbeeld: de reden dat deze ‘journalist’ journalistieke fraude kon plegen lag in den beginne al bij een onacceptabel gebrek aan transparantie, maar dat dit jarenlang kon voortduren heeft voor een belangrijk deel te maken met het feit dat de media waarvoor

²⁰ Peter Blasic is een voormalige freelancejournalist die jarenlang artikelen schreef voor gerenommeerde media, waaronder *HP/De Tijd*, *Elsevier* en het Belgische *Knack* en *Apache*. Van zijn hand verschenen enkele honderden artikelen, die veelvuldig niet-verifieerbare bronnen bevatten en waarvan een delen geplagieerd bleken.

hij schreef de kwestie onder het tapijt schoven toen zij hem hierop betraptten. Doordat de ene redactie de samenwerking met hem opzegde zonder daaraan ruchtbaarheid te geven, kon Blasic moeiteloos een nieuwe samenwerking aangaan met een andere redactie (Davidson & Elibol, 2019, 23 januari).

Of je worst lust

De ‘Blasic-gate’ illustreert op pijnlijke wijze dat kwaliteit en transparantie binnen de journalistiek hand in hand gaan. In dat licht is de ‘worstjes-metafoor’, die in verschillende gedaanten geregeerd is aangehaald tijdens de interviews, treffend – hetzij niet vanuit hetzelfde oogpunt als sommige hoofdredacteuren die de worst te berde brachten.

Als we maar beter niet kunnen weten hoe worstjes gemaakt worden, omdat we ze anders niet meer zouden eten – wat impliceert een parallel met journalistieke producties dan? Als de totstandkoming van producties het daglicht niet kan verdragen – of minder dramatisch: de producties minder aantrekkelijk maken voor het publiek -, en als het precies transparantie is dat daar licht op werpt, dan lijkt dat eens te meer reden om transparantie te bedingen. De uitspraak van de voormalig Amerikaanse rechter Louis D. Brandeis over de zuiverende kracht van openbaarheid in de zakenwereld, lijkt daarom ook van toepassing op de journalistiek:

Publicity is justly commended as a remedy for social and industrial diseases. Sunlight is said to be the best of disinfectants; electric light the most efficient policeman. Brandeis (2013, 20 december)

Transparantie vormt dan ook een effectief mechanisme om journalistieke kwaliteit te waarborgen en in wisselwerking daarmee haar geloofwaardigheid te bestendigen, ook als het gaat om correcties. Journalistiek blijft mensenwerk en mensen maken fouten. Maar wie eerlijk is en transparant, toont respect voor het werk en voor de klant.

5.3 Kanttekeningen en suggesties voor vervolgonderzoek

De conclusies van dit onderzoek zijn gebaseerd op interviews met hoofdredacteuren van landelijke nieuwsmedia, en reflecteren zodoende hun opvattingen over transparantie en de vormgeving ervan in de praktijk, in het bijzonder met betrekking tot het correctiebeleid van de redactie. Vervolgonderzoek zou moeten uitwijzen of deze opvattingen stroken met of verschillen van de opvattingen bij regionale nieuwsmedia, of media die zich niet primair bezighouden met journalistiek.

De analyses uit dit onderzoek zijn uitgevoerd door één onderzoeker. Enerzijds brengt dat een zekere consistentie met zich mee in de manier waarop transcripten zijn gecodeerd, geanalyseerd en

beschreven, en heeft het een overzicht over alle data bewerkstelligd. In die zin is het de interne betrouwbaarheid van het onderzoek ten goede gekomen. Anderzijds kan dit worden aangemerkt als een beperking. Hoewel er maatregelen zijn genomen om de interne betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek te waarborgen, zouden beide gebaat zijn geweest bij een tweede onderzoeker. Het betrekken van een extra onderzoeker bij de dataverzameling en -analyse, in de methodische literatuur ook wel ‘onderzoekerstriangulatie’ genoemd, verkleint de kans op toevallige en systematische vertekeningen die het gevolg kunnen zijn van een opzet met één onderzoeker (Golafshani, 2003: 604; Van Staa & Evers, 2010: 6).

Omdat deze studie is gericht op het perspectief van hoofdredacties op transparantie en correctiebeleid, kan er op basis van dit onderzocht geen uitspraak worden gedaan over de publieksperceptie ten aanzien van de inspanningen die nieuwsredacties leveren op dit gebied, of juist nalaten. Het perspectief van het publiek zou echter wel een waardevolle aanvulling vormen op het perspectief van de hoofdredacteuren als het gaat om de doeltreffendheid van de inspanningen omtrent transparantie. Niet in de laatste plaats omdat enkele hoofdredacteuren menen dat het publiek niet op transparantie zit te wachten, terwijl onderzoek naar de verwachtingen van het publiek over de *accountability* van de journalistiek laat zien dat het publiek transparantie wel degelijk belangrijk acht (Groenhart, 2013: 203-205; Van der Wurff & Schönbach, 2012: 45-46).

Het onderzoek van Van der Wurff en Schönbach toont aan dat het publiek van mening is dat ‘de professie het in haar gestelde vertrouwen moet rechtvaardigen door transparant, responsief en waar nodig aansprakelijk te zijn.’ (2012: 3). Het zou dus interessant zijn om te onderzoeken of mensen daar nog steeds zo over denken en hoe zij aankijken tegen de mate waarin en de manier waarop nieuwsmedia op dit moment transparant zijn over hun werk. Bovendien kan het daarbij interessant zijn om te onderzoeken of die opvattingen verschillen tussen gebruikers van verschillende nieuwsmedia.

Tot slot werpt inzicht in publieksperceptie ten aanzien van transparantie, ook over correcties, licht op het bestaan van zowel de ‘vertrouwensparadox’ als de ‘transparantieparadox’ die door enkele hoofdredacteuren wordt verondersteld. Volgens de eerste draagt het tonen van feilbaarheid bij aan het vertrouwen van het publiek in het nieuwsmerk; volgens de tweede kan transparantie omslaan in het tegendeel van wat wordt beoogd, waarbij transparantie niet bijdraagt aan de gepercipieerde betrouwbaarheid en kwaliteit maar daaraan juist afbreuk doet. Om de rol van transparantie binnen de journalistiek beter te kunnen bepalen, wordt daarom vervolgonderzoek naar het bestaan van beide paradoxen geadviseerd.

5.4 Aanbevelingen voor de beroepsgroep

Uit bovenstaande conclusies kunnen enkele suggesties worden gedaan voor de beroepspraktijk op het gebied van transparantie- en correctiebeleid:

i. ***Explicit transparantiebeleid***

Zowel voor de interne regulering als voor de relatie met het publiek, is het aan te raden om allereerst expliciet beleid te maken omtrent transparantie en dat – eveneens onder het mom van transparantie - openbaar te maken. Zulk beleid dwingt de (hoofd)redactie er allereerst toe te bepalen wat transparantie behelst. De uitgangspunten en regels die op basis daarvan kunnen worden opgesteld, faciliteren de nieuwsredactie om op een doordachte manier uiting te geven aan transparantie binnen de journalistiek. Van der Wurff en Schönbach (2011: 52) stellen dat nieuwsorganisaties zich ‘explicet moeten committeren aan het stimuleren en faciliteren van kwalitatief goede journalistiek’. Het opstellen van een kwaliteitsbeleid, waar transparantie volgens voorliggend onderzoek onderdeel van uitmaakt, speelt daarbij een belangrijke rol (Van der Wurff en Schönbach (2011: 49).

Als het belang van transparantie voortkomt uit de verantwoordelijkheid jegens het publiek, dan omvat die verantwoordelijkheid ook de bereidheid om verantwoording af te leggen over dit soort ‘metabeleid’. Door transparantiebeleid proactief openbaar te maken, laat een nieuwsmerk zien zijn verantwoordelijkheid te nemen uit plichtsbesef, en het initiatief daartoe niet af te schuiven op het publiek. Bovendien maakt openbaar transparantiebeleid het duidelijk wat het publiek mag verwachten van het nieuwsmedium op het gebied van transparantie. Daarmee is het publiek beter in staat om de (hoofd)redactie ter verantwoording te roepen, en zo bij te dragen aan transparantie in de praktijk en uiteindelijk aan kwaliteitsbewaking.

ii. ***Explicit correctiebeleid***

Om vergelijkbare redenen wordt hoofdredacties geadviseerd om een explicet correctiebeleid op te stellen en op te tekenen – bij voorkeur digitaal zodat het document voortdurend kan worden onderworpen aan reflectie en verfijning. Zo een ‘levend’ correctiebeleid laat minder over aan situatie- en persoonsgebonden inschattingen en geeft concrete handvatten voor een consequente werkwijze, en laat tegelijkertijd ruimte voor het bijstellen van de regels op basis van nieuwe ervaringen en ontwikkelingen. Een explicet correctiebeleid faciliteert dus een

systematische behandeling van fouten en bevordert daarmee kwaliteitsbewaking – opnieuw zowel van binnenuit als van buitenaf.

Als onderdeel van een transparantiebeleid, stimuleert expliciet correctiebeleid het reflectievermogen van de professie en het beoordelingsvermogen van het publiek. Daardoor is het ook mogelijk dat er (journalistieke) onjuistheden aan het licht komen die anders door de waan van de dag onzichtbaar zouden blijven. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een te eenzijdige belichting van een onderwerp. Het standpunt van sommige hoofdredacteuren dat transparantie geen invloed heeft op de kwaliteit van hun journalistiek – laat staan een positieve – zou daarmee overtuigend worden weerlegd.

iii. ***Standaard correctieformat***

Een consequente werkwijze is eveneens gebaat bij een standaard correctieformat, zowel offline als online. Op dit moment worden vooral online fouten door veel nieuwsredacties nog niet consequent op eenzelfde wijze gemeld. Dat is op zijn minst slordig en op zijn meest acheloos jegens het publiek en de kwaliteitsbewaking van het eigen werk. Geadviseerd wordt daarom om fouten die niet van uitzonderlijke ernst zijn, altijd standaard te corrigeren volgens hetzelfde format.

Daarvoor lijkt online een aparte correctierubriek in combinatie met een voor- of naschrift het meest geschikt: er is dan zowel een overzicht waarin gecorrigeerde fouten terug te vinden zijn, alsook een melding bij de publicatie zelf waarin het publiek geïnformeerd wordt over een eerdere onjuistheid. De keuze voor een voor- of naschrift is dan afhankelijk van de inhoudelijke impact van de correctie: als die informatie cruciaal is voor de beoordeling van een publicatie – e.g. wanneer een volledig item onwaar blijkt als gevolg van een 1 aprilgrap en er niet wordt gekozen voor verwijdering –, biedt een voorschrijf uitkomst; wanneer een voorschrijf onnodig verwarring oplevert en het – eveneens omwille van de leesbaarheid – volstaat dat er onderaan het artikel een melding wordt gemaakt, is een naschrift geschikt.

iv. ***Standaard informatie-icoon bij stempels***

Online maken nieuwsredacties geregelde gebruik van stempels die aangeven dat er na de eerste publicatie een wijziging in de publicatie heeft plaatsgevonden. Vaak wordt dat aangeduid met de combinatie van een tijdstempel en de annotatie ‘laatst aangepast’ of ‘laatste update’. In het geval van liveverslagen behoeven die bestempelingen logischerwijs geen uitleg, maar bij overige stukken is het vaak onduidelijk wat daarmee precies wordt bedoeld: is er nieuwe

kennis toegevoegd, is de kop aangepast of is er een spelfout verbeterd? Het voert wellicht te ver om dergelijke informatie net als correcties altijd expliciet te vermelden, maar het zou op zijn minst verhelderend zijn als de aard van dergelijke aanpassingen zou worden toegelicht. Met behulp van een simpel informatie-icoon naast de wijzigingsstempel kan worden verteld dat er in dat geval spel- of stijlfouten zijn aangepast zonder invloed op de strekking van het verhaal, of dat er extra informatie is toegevoegd zonder dat daardoor de strekking van het oorspronkelijke bericht is achterhaald. Op die manier kan verwarring en eventueel wantrouwen eenvoudig worden opgelost.

Referenties

- Allen, D. (2008). The trouble with transparency. *Journalism Studies*, 9(3), 323-340. DOI: 10.1080/14616700801997224
- Blumer, H. (1954). What is wrong with social theory? *American Sociological Review*, 18, 3-10.
- Boeije, H. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen* (2^e druk). Den Haag: Boom Lemma.
- Bovens, M. (2003). *De digitale republiek: Democratie en rechtsstaat in de informatiemaatschappij*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Bowen, G. (2006). Grounded theory and sensitizing concepts. *International Journal of Qualitative methods*, 5(3), 12-23.
- Brandeis, L. (1913-1914). *What Publicity Can Do*. In *Other People's Money and How The Bankers Use It*. [Essaybundel, hoofdstuk 5] Geraadpleegd van <https://louisville.edu/law/library/special-collections/the-louis-d.-brandeis-collection/other-peoples-money-by-louis-d.-brandeis>
- Broeders, D., & Van de Donk, W. (2004). Macht of onmacht van de media? Enkele kanttekeningen bij een actueel debat. In E. Engelen en M. Sie Dian Ho (Reds.), *De Staat van de Democratie. Democratie voorbij de Staat* (pp. 221-234). Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. Den Haag: SDU Uitgevers.
- Bugeja, M. (2007). Making whole: The ethics of correction. *Journal of Mass Media Ethics*, 22, 49-65. DOI:10.1080/08900520701315285
- Bulmer, M. (1979). Concepts in the Analysis of Qualitative Data. *The Sociological Review*, 27(4), 651-677. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1979.tb00354.x>
- Burnard, P. (1991). A method of analysing interview transcripts in qualitative research. *Nurse Education Today*, 11(6), 461-466.
- Chadha, K., & Koliska, M. (2015). Newsrooms and Transparency in the Digital Age. *Journalism Practice*, 9(2), 215-229, DOI: 10.1080/17512786.2014.924737
- Charmaz, K. (2003). Grounded theory: Objectivist and constructivist methods. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Strategies for qualitative inquiry* (2^e ed., pp. 249-291). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Craft, S., & Heim, K. (2009). Transparency in journalism: Meanings, merits, and risks. In: Wilkens, L. & Christians (eds.), *The handbook of mass media ethics*, 217-228.
- Davidson, D., & Elibol, R. (2019, 23 januari). Te mooi om waar te zijn: Een journalist kon jarenlang de boel oplichten. *De Groene Amsterdammer*, 4.
- De Haan, Y., & Bardoel, J. (2007). From trust to accountability: Negotiating media performance in the Netherlands, 1987-2007. *European Journal of Communication*, 26(30), 230-246. DOI: 10.1177/026732311413113

- De Kleer, D. (2017, 18 mei). 'In het post-truth-tijdperk moeten journalisten hun huiswerk doen.' *Stimuleringsfonds voor de journalistiek* [website]. Geraadpleegd van <https://www.svdj.nl/nieuws/journalistiek-maakbare-waarheid/>
- Dekker, P., Den Ridder, J., & Van Houwelingen, P. (2017). *Burgerperspectieven 2017/1. Sociaal en Cultureel Planbureau*. Den Haag: SCP.
- DiCicco-Bloom, B., & Crabbe, B. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*, 40, 314–32. DOI:10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x
- Edelman (2017). *Edelman Trust Barometer 2017*. Geraadpleegd van https://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2017-edelman-trust-barometer-global-results-71035413?from_action=save
- Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International journal of qualitative methods*, 5(1), 80-92.
- Gans, H. (2004). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Golafshani, N. (2003). Understanding reliability and validity in qualitative research. *The Qualitative Report*, 8(4), 597-606.
- Hak, T. (2007). Theorie toetsen in kwalitatief onderzoek. *Tijdschrift voor Kwalitatief Onderzoek in Nederland (KWALON)*, 23(3), 5-13.
- Hall, J., & Stevens, P. (1991). Rigor in feminist research. *Advances in Nursing Science*, 13(3), 16-29.
- Hayes, A., Singer, J., & Cepkos, J. (2007). Shifting roles, enduring values: The credible journalist in a digital age. *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 262–279. DOI:10.1080/08900520701583545.
- Hellmueller, L., Vos, T., & Poepsel, M. (2013). Shifting journalistic capital? Transparency and objectivity in the twenty-first century. *Journalism Studies*, 14(3): 287–304.
- Hilbert, M., & López, P. (2011). The world's technological capacity to store, communicate, and compute information. *Science*, 332(6025), 60-65.
- Jacob, S., & Furgerson, S. (2012). Writing interview protocols and conducting interviews: Tips for students new to the field of qualitative research. *The Qualitative Report*, 17(42), 1-10.
- Joseph, N. (2011). Correcting the record: The impact of the digital news age on the performance of press accountability. *Journalism Practice*, 5(6), 704-718.
- Kampf, Z., & Daskal, E. (2014). Communicating imperfection: The ethical principles of news corrections. *Communication Theory*, 24, 165-185. DOI:10.1111/comt.12035
- Karlsson, M. (2010). Rituals of transparency: Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. *Journalism Studies*, 11, 535-545.

- 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. DOI: 10.1177/1077699016654680
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism: What News People Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press.
- Long, T., & Johnson, M. (2000). Rigour, reliability and validity in qualitative research. *Clinical Effectiveness in Nursing*, 4(1), 30-37.
- Luyendijk, J. (2015). *Het zijn net mensen: beelden uit het Midden-Oosten*. Amsterdam: Uitgeverij Podium B.V.
- Maier, S. (2007) Setting the record straight. *Journalism Practice*, 1(1), 33-43.
DOI: 10.1080/17512780601078845
- Malterud, K. (2001). Qualitative research: standards, challenges, and guidelines. *The Lancet*, 358(9280), 438-488.
- McBride, K., & Rosenstiel, T. (2013). *The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century*. Thousand Oaks, CA: CQ Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. *Report of the Reuters Institute for the Study of Journalism*. Geraadpleegd van https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf
- Newton, L., Hodges, L., & Keith, S. (2004). Accountability in the professions: Accountability in journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, 19, 166–190.
- O'Neill, O. (2002). *A question of trust*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Pew Research Center (2012). *Further Decline in Credibility Ratings for Most News Organizations*. Geraadpleegd van <http://www.people-press.org/files/2012/08/8-16-2012-Media-Believability1.pdf>.
- Plaisance, P. (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.
DOI:10.1080/08900520701315855
- Plochg, T., & Van Zwieten, M. (2007). Kwalitatief onderzoek. In T. Plochg, R. Juttmann, N. Klazinga, & J. Mackenback (Reds.) *Handboek gezondheidszorgonderzoek* (pp. 77-93), Houten: BSL.
- Quoteinvestigator (z.d.). *Laws are like sausages. Better not to see them being made*. [website]. Geraadpleegd van <https://quoteinvestigator.com/2010/07/08/laws-sausages/>
- Rupar, V. (2006). How did you find that out? Transparency of the newsgathering process and the meaning of news: A case study of New Zealand journalism. *Journalism Studies*, 7(1), 127-143.
DOI: 10.1080/14616700500450426
- Singer, J. (2010). Norms and the Network: Journalistic ethics in a shared media space. In C. Meyers (ed.), *Journalism Ethics: A Philosophical Approach*, 117–129. New York: Oxford University Press.

- Singer, J. (2003). Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism*, 4(2), 139-163.
- Silverman, C. (2014, 24 september). *How to correct website and social media errors effectively*. Geraadpleegd van https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy_studies/digital-corrections/
- Smaling, A. (2014). Steekproeven voor generalisatie. *Tijdschrift voor Kwalitatief Onderzoek in Nederland (KWALON)*, 19(1), 5-13. Geraadpleegd van https://www.tijdschriftkwalon.nl/scripts/shared/artikel_pdf.php?id=KW-19-1-5
- Smaling, A. (2009). Generaliseerbaarheid in kwalitatief onderzoek. *Tijdschrift voor Kwalitatief Onderzoek in Nederland (KWALON)*, 14(3), 5-12. Geraadpleegd van https://www.tijdschriftkwalon.nl/scripts/shared/artikel_pdf.php?id=KW-14-3-2
- Thomas, D. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation*, 27(2), 237-246.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of sociology*, 77(4), 660-679.
- Van Staa, A., & Evers, J. (2010). 'Thick analysis': strategie om de kwaliteit van kwalitatieve data-analyse te verhogen. *Tijdschrift voor Kwalitatief Onderzoek in Nederland (KWALON)*, 43(1), 5-12. Geraadpleegd van <http://hdl.handle.net/1765/23133>
- Van der Wurff, R., & Schönbach, K. (2012). *Publieke verwachtingen van journalistieke accountability: hoe denken Nederlanders over de verantwoordelijkheid van de journalistiek?* Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, ASCoR.
- Van Der Wurff, R., & Schönbach, K. (2011). *De effectiviteit van journalistieke codes: Een literatuurstudie*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, ASCoR.
- Van Zwieten, M., & Willems, D. (2004). Waardering van kwalitatief onderzoek. *Huisarts en Wetenschap*, 47(13), 38-43.
- Verhoeven, I. (2004). Veranderend politiek burgerschap en democratie. In E. Engelen en M. Sie Dian Ho (Reds.), *De Staat van de Democratie. Democratie voorbij de Staat* (pp. 55-72). *Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid*. Den Haag: SDU Uitgevers.
- Ward, S. (2014). The magical concept of transparency. In: L. Zion & D. Craig (Reds.), *Ethics for Digital Journalists: Emerging best practices* (pp. 57-70). Londen, VK: Routledge.
- Weber, M. (1978). *Economy and Society: An outline of interpretive sociology*. (Vol. 1). G. Roth & C. Wittich (Reds.). Berkley/Los Angeles, CA: University of California Press.
- Weinberger, D. (2009, 28 augustus). 'Transparency Is the New Objectivity.' *KMworld: Trend-Setting Products*, 18(8). Geraadpleegd van <http://www.kmworld.com/Articles/Column/David-Weinberger/Transparency-the-new-objectivity-55785.aspx>

Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2002). *De Toekomst van de Nationale Rechtsstaat*. Den Haag: SDU Uitgevers.

Weyers, H., & Hertogh, M. (2007). *Legitimiteit betwist: een verkennend literatuuronderzoek naar de ervaren legitimiteit van het justitieoptreden* [rapport]. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen. Geraadpleegd van <https://www.wodc.nl/onderzoeksdatabase/legitimiteit-van-recht-en-rechtspraak.aspx>

Wijnberg, R. (2017, 24 januari). ‘Waarom objectieve journalistiek een misleidende en gevaarlijke illusie is.’ *De Correspondent*. Geraadpleegd van <https://decorrespondent.nl/6073/waarom-objectieve-journalistiek-een-misleidende-en-gevaarlijke-illusie-is/155650990-09fc1192>

Ziomek, J. (2005). *Journalism, transparency and the public trust: a report of the eighth annual Aspen Institute Conference on Journalism and Society*. Queenstown, MD: Aspen Institute, Communications and Society Program. Geraadpleegd van <http://research.policyarchive.org/2038.pdf>

Bijlagen

1. A. Topiclijst

Topiclijst ‘Transparantie in de journalistiek’

In dit document staan de gespreksonderwerpen uitgewerkt voor de interviews met hoofdredacteuren inzake transparantie in de journalistiek. Deze generieke topiclijst wordt voor iedere hoofdredacteur aangevuld met specifieke vragen op basis van een online vooronderzoek. Bij elk gespreksonderwerp komen de volgende onderdelen aan bod:

- **Doel:** korte beschrijving van wat het gespreksthema moet opleveren aan informatie
- **Centrale vraag:** de vraag die binnen dit gespreksthema moet worden beantwoord
- **Initiële vraag:** de beginvraag om het gespreksthema mee te beginnen
- **Vervolgvragen:** punten om door te vragen, waar mogelijk gespecificeerd o.b.v. vooronderzoek
- **Slotvragen:** recap van het door de onderzoeker veronderstelde antwoord op de centrale vraag

Het gesprek bestaat uit twee delen, met daarbinnen verschillende thema's en bijbehorende topics. In het eerste deel van het gesprek wordt ‘transparantie’ als waarde binnen de journalistiek verkend en wordt geprobeerd tot een conceptualisering te komen en de achterliggende motivatie te expliciteren. In het tweede deel van het gesprek worden twee toepassingsgebieden van transparantie uitgediept, te weten transparantie omtrent correctiebeleid en omtrent de samenstelling van de redactie.

Opening

- **Voorstellen:** Wij zijn Eline de Jong en Charlotte Klein, studenten van de master Journalistiek en Nieuwe Media aan de Universiteit Leiden.
- **Onderzoek:** We onderzoeken beiden wat transparantie betekent binnen de journalistiek, waarbij we allebei een andere nadruk leggen, ie. transparantie over het nieuwsproces en in het bijzonder over correcties, en transparantie over de samenstelling van redacties. Het onderzoek wordt dan ook verwerkt tot twee aparte masterscripties.
- **Doel van het onderzoek:** In kaart brengen hoe er binnen nieuwsmedia wordt gedacht over transparantie.
- **Doel van interviews:** Een goed beeld krijgen van de opvattingen van hoofdredacteuren over transparantie binnen het eigen nieuwsmedium.
- Uitleg **open interview:** We zijn geïnteresseerd in uw zienswijze op transparantie. Het is dus de bedoeling dat u in dit interview uw visie geeft.
- Vragen of hoofdredacteur **bij naam** mag worden genoemd in het onderzoek
- Vragen of hoofdredacteur bezwaar heeft tegen het **opnemen van het interview**

THEMA 1: TRANSPARANTIE ALS JOURNALISTIEKE WAARDE

Doel:

Inzicht krijgen in wat de hoofdredactie verstaat onder transparantie

Centrale vraag:

Wat is transparantie en wanneer is het belangrijk in de journalistiek?

Initiële vraag:

Wat verstaat u onder transparantie in de journalistiek?

Vervolgvragen:

- Waarom vindt u transparantie belangrijk of niet belangrijk
 - *Bijvoobeeld voor het informeren van het publiek of het winnen van vertrouwen*
- Wat zijn volgens u de voordelen en nadelen van transparantie?
 - Hoe weegt u die tegen elkaar af?
- Hoe verhoudt transparantie zich tot objectiviteit?
 - Sluit de één de ander uit? Bestaan ze naast elkaar?

Slotvraag:

‘Dus...’ [recapitulatie van de uitspraken als antwoord op initiële vraag]

THEMA 2: VORMGEVING VAN TRANSPARANTIE

Doel: Inzicht krijgen in de opvattingen van de hoofdredactie over hoe transparantie vorm moet krijgen in de journalistieke praktijk.

Centrale vraag: Hoe wordt transparantie vormgegeven in de praktijk?

Initiële vraag:

Hoe krijgt transparantie concreet vorm in de journalistieke praktijk van uw redactie?

Vervolgvragen:

- Op welke aspecten van het journalistieke werk heeft transparantie betrekking?
 - Waarom?
 - Per aspect vragen om wat voor informatie het precies gaat:
 - Onderwerpkeuze, invalshoek, brongebruik
 - Correcties
 - Datum, tijd, plaats
 - Wie het heeft geschreven?

Slotvraag:

‘Dus kunnen we zeggen dat transparantie volgens u relevant is met betrekking tot [recapitulatie van de door de hoofdredacteur genoemde aspecten en motivatie daarvoor]

THEMA 3: TRANSPARANTIE OVER CORRECTIEBELEID

Doel:

Inzicht krijgen in de manier waarop redacties transparant zijn over correcties van nieuwsberichten.

Centrale vraag:

Hoe worden fouten gecorrigeerd en wanneer behoeft een fout (meer) toelichting?

Initiële vraag:

Hoe vertaalt u uw ideeën over transparantie naar de manier waarop fouten worden gecorrigeerd binnen uw medium?

Vervolgvragen:

- Waarom is het belangrijk om transparant te zijn over fouten en correcties?
- Wat voor typen fouten onderscheiden jullie?
 - Voorbeelden [zie voorbeeldenblad]
 - **schrijffout:** grammaticale fouten, 'Raad voor/van de Rechtspraak'
 - **verkeerde naam/vermelding:** verkeerde woonplaats/jaartal/etc.
 - **verkeerde toon:** voorbeeld NOS 'tentakels van Soros'
 - **inhoudelijke incorrectheid:** voorbeeld VK 'H&M/Esprit',
 - **verkeerde informatie:** voorbeeld De Telegraaf 'Zakcentje'
 - **plagiaat:** voorbeeld 'Peter Blasic'
 - Hoe worden die gecorrigeerd? Ene fout anders dan de andere? Waarom?
 - *Aanpassen zonder vermelding, correctierubriek, korte toelichting (datum/tijd/fout), verantwoording/hoofdred. artikel, verwijderen*
 - Maken jullie onderscheid tussen verschillende kanalen? Waarom?
- Hoe wordt de manier waarop fouten worden gecorrigeerd binnen uw medium gestandaardiseerd?
 - Bestaat er een expliciet correctiebeleid?
 - In welke gevallen wordt er afgeweken van dat beleid?
 - *Publieksvragen/klachten, maatschappelijke ophef, redactionele discussie*

Slotvraag:

'Dus samenvattend is het volgens u belangrijk om transparante te zijn over correcties indien ..., en omdat ...'

EINDE INTERVIEW

Slotvraag:

Wij hebben alle vragen gesteld die we voor ogen hadden - heeft u nog vragen, opmerkingen of aanvullingen die u tot slot wil delen?

1. B. Voorbeelden van fouten en correcties

Schrijffout

<u>FOUT</u>	<u>CORRECT</u>
'Tim van Ende (24)'	'Tim van Ente (26)'
'Raad van Rechtspraak'	'Raad voor de Rechtspraak'

Verkeerde vermelding

<u>FOUT</u>	<u>CORRECT</u>
'Rene Verhult, oud-burgemeester van Ede'	'Rene Verhult, oud-burgemeester van Goes'
'Onderzoeker He beroep zich op de Chinees academie van wetenschappen'	'Onderzoeker He beroep zich op de Amerikaanse academie van wetenschappen'

Verkeerde suggestie

<u>FOUT</u>	<u>CORRECT</u>
<i>De combinatie van foto en tekst bij een artikel over de ramadan onder scholieren, wekt de indruk dat de quote "Ik heb al twee weken niet gedoucht, ik ben veel te bang dat ik water inslik", afkomstig is van de leerlinge op de foto. Dat is niet zo.</i>	<i>De quote uit de tekst is afkomstig van een andere geïnterviewde</i>

Gekleurde toon

<u>FOUT</u>	<u>CORRECT</u>
'George Soros: invloedrijke bemoeial met tentakels ver in de wereldpolitiek'	'George Soros: 'staatsman zonder staat' met flinke vinger in de pap'
'Onderzoek integriteit Denk-voorzitter Öztürk'	'Onderzoek naar transacties Denk-voorzitter Öztürk'

Feitelijke fout

<u>FOUT</u>	<u>CORRECT</u>
In een column wordt de duurzaamheids-campagne van H&M gehekeld	Dit bleek te gaan om een duurzaamheids-campagne van het merk Esprit
'Een NOS-uitzending over de Amerikaanse presidentsverkiezingen kost €300.000'	'Een NOS-uitzending over de Amerikaanse presidentsverkiezingen kost €245.000'

Verkeerde informatie

<u>FOUT</u>	<u>CORRECT</u>
Eind 2017 berichtten diverse media dat de zeventienjarige Bram van Stadt een ton had verdient door €800 te investeren in bitcoins.	Dit bericht was verzonden door drie scholieren.

Plagiaat/fraude

<i>De fraudezaak omtrent Perdiep Ramesar</i>
<i>De plagiaatzaak omtrent Peter Blasic</i>

2. Codelijsten

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Transparantie helpt niet altijd	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NU	Effectiviteit onduidelijk	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NU	Uitleg komt vaak niet aan	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Case by case besluit	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Additionele schade overweging	Additionele schade overweging	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TEL	Toelichting voegt niets toe	Metainformatie is irrelevant	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Online is niet de krant	Verschillende strategieën online/print	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Hou het praktisch	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Keuzes over product uitleggen	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Niet te abstract	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	ELS	'Bestaat, dus mag gezien worden'	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Expliciteren waarom verhaal van belang is	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Kijker informeren	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TEL	Uitleg indien cruciaal voor begrip	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TEL	Uitleg totstandkoming	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Uitleg journalistiek proces	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Informatief	Informeren	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Afwijking van standaard toelichten	Informeren; Verantwoording afleggen	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Transparant indien relevant	Informeren; Verantwoording afleggen	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Aard van de informatie tonen	Informeren; Voorkomen vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Publiek kan bronnen/info beter beoordelen	Informeren; Voorkomen vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Controleerbare journalistiek = controleerbare macht	Je moet controleerbaar zijn	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Je moet ter verantwoording kunnen worden geroepen	Je moet controleerbaar zijn	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Lezer moet er iets mee kunnen	Praktische meerwaarde	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Reactie op kritische lezer	Publiek serieus nemen; Reactie op vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Veranderende tijd	Publiek serieus nemen; Reactie op vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Reactie op aandacht	Reactie op aandacht	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Openlijk vragen beantwoorden	Reactie op vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	DGA	Media-aandacht	Reactie op vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Bereikbaar zijn	Reactie op vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Gedwongen te reageren	Reactie op vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Openbare reactie op publiekelijke reacties/commentaar	Reactie op vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Uitleg keuze nav reacties	Reactie op vragen/kritiek	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	ELS	Verantwoording afleggen aan lezer	Verantwoording afleggen	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Verantwoording aan betalende leden	Verantwoording afleggen	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Publiekelijk uitleggen	Verantwoording afleggen	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Gevoelig onderwerp	Verantwoording afleggen	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Verantwoording	Verantwoording afleggen	Controleerbaarheid/informeren
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Eerlijkheid	Eerlijkheid	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Eerlijkheid	Eerlijkheid	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Eigen standarden naleven	Eigen standarden naleven	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Eigen standarden serieus nemen	Eigen standarden naleven	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Excuses	Excuses; Verantwoordelijkheid jegens publiek/betrokkene	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Contact met publiek is van deze tijd	Publiek serieus nemen	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Journalistiek heeft macht	Publiek serieus nemen	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Serieus nemen kritiek kijker	Publiek serieus nemen	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TEL	Beantwoorden uit respect, niet omwille van transparantie	Publiek serieus nemen	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Kritischer publiek	Publiek serieus nemen	Eerlijkheid/publiek serieus nemen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Hoe je schrijft	Kritische reflectie werkwijze	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Hoe je werkt	Kritische reflectie werkwijze	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	DGA	Kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Betere journalistiek	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Instrument ter verbetering kwaliteit	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Reflectiemoment eigen prestatie	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Voedt interne discussie	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Beter journalistiek	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NU	Betere journalistiek	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Extra (openlijke) reflectie	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Maximale verifieerbaarheid	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Betere journalistiek	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Disciplinerend instrument	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Hoe je schrijft	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Kritische reflectie	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Transparantie als kwaliteitskenmerk	Kwaliteitsbewaking/-verbetering	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Kritisch kijken naar eigen organisatie	Kwaliteitsbewaking/-verbetering; Eigen standaarden naleven	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Voorzichtiger	Kwaliteitsbewaking/-verbetering; Eigen standaarden naleven	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Onafhankelijkheid waarborgen	Onafhankelijkheid waarborgen	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Kwaliteit leveren	Primaat van kwaliteit	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Relevant als inhoudelijke impact	Relevantie (i.e. inhoudelijk)	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Transparantie als relevant	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Uitleg niet altijd relevant	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Verandering wending	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Kwaliteitsbewaking/-verbetering
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Band creëren door contact	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Betrokkenheid: clubgevoel creëren	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Marketing	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	DGA	Band met lezer	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Marketing	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Binding journalist/presentator en publiek	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Marketing	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Afstand kant lezer verkleinen	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NU	Band met bezoekers	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NU	Marketingmiddel	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TEL	Dicht bij lezer staan	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Lezersbinding	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Band journalist/lezer creëren	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Marketing	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Marketingtool/pr	Publieksbinding/marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Lezersbehoefte	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	DGA	Lezersbehoefte	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Lezersbehoefte	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Meer transparantie gevraagd	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Mensen eisen meer uitleg	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Lezersbehoefte (gering)	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Lezersbehoefte	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NU	Lezersbehoefte	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TEL	Geen behoefte van lezer	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Interesse lezers	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Onafhankelijke klachtenbehandeling	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Lezersbehoefte	Voorzien in behoefte publiek	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Trend die past bij deze tijd	Voorzien in behoefte publiek; Publiek serieus nemen	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Autoriteit verdedigen	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Geloofwaardigheid	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Journalistiek weerbaar maken	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Onderscheiden van andere 'nieuwsbronnen'	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Geen vanzelfsprekend gezag meer	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Gezag opbouwen	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Kwaliteitskenmerk	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Meerwaarde tot andere media tonen	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Tonen expertise	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Bouwen aan autoriteit	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Onderscheiden van andere informatiebronnen	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Openlijke profileren als autoriteit	Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Zelfkritische houding uitdragen	Autoriteit bewijzen; Eigen standaarden naleven	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Positief voor beeldvorming lange termijn	Autoriteit bewijzen; Publieksbinding/marketing	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	FTM	Onderbouwing controleerbaar maken	Autoriteit bewijzen; Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Geen vanzelfsprekende autoriteit meer	Autoriteit bewijzen; Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Vertrouwen	Betrouwbaarheid tonen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Toelichting indien betrouwbaarheid bedreigd	Betrouwbaarheid tonen; Fout toelichten	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Transparantie geen doel op zich	Kwaliteitsbewaking/-verbetering; Vertrouwen genereren; Autoriteit bewijzen	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Onafhankelijkheid tonen	Kwaliteitsbewaking/-verbetering; Vertrouwen genereren; Autoriteit bewijzen;	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	AD	Betrouwbaar zijn	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	DGA	Betrouwbaarheid	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	DGA	Wantrouwen jegens journalistiek	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Creëren vertrouwen	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NIE	Kwetsbare vertrouwensbasis	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NOS	Bijdrage aan geloofwaardigheid	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Geloofwaardiger	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Vertrouwen	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NU	Geloofwaardigheid	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TEL	Persoonlijker maakt vertrouwder	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Betrouwbaarheid	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Toelichting indien betrouwbaarheid bedreigd	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	TRO	Vertrouwen	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VK	Geloofwaardigheid	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	VN	Vertrouwen creëren	Vertrouwen genereren	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Doel van transparantie	NRC	Voorkomen van beschuldigingen	Voorkomen vragen/kritiek	Vertrouwen genereren/autoriteit bewijzen
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Eigen 'wiki-pagina'	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Meer persoonlijke liveblog	Blog	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Bronvermelding in voetnoot	Bronvermelding	Bronvermelding
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Transparant over brongebruik	Bronvermelding	Bronvermelding
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	FTM	Brondocumenten publiceren	Publiek brondocumenten/links naar bron	Bronvermelding
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	FTM	Internet faciliteert verwijzing naar bronnen	Publiek brondocumenten/links naar bron	Bronvermelding
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	Doorlinken/doorverwijzen	Publiek brondocumenten/links naar bron	Bronvermelding
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Linken naar bronnen	Publiek brondocumenten/links naar bron	Bronvermelding
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Vermelding aanpassing/correctie	Vermelding aanpassing/correctie	Communicatie over fouten
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	AD	Beantwoorden lezersmails	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Debatavonden	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Interactie met lezer	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Antwoordbereid zijn	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	FTM	Lezersvragen beantwoorden	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NOS	Interactie met publiek	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	Hoofdredactioneel spreekuur	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	Interactie met publiek	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Openbare redactievergadering	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Vragenuurtje	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Beantwoording lezers	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Interactie met lezers	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Lezersbijeenkomsten	Contact/interactie met publiek	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Dit interview vorm van transparantie	Instemming interview	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Lezersreacties	Openbare publieksreacties	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	FTM	Inhoudelijke discussie met lezers stimuleren	Openbare publieksreacties	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	FTM	Openbare lezersreacties onder artikel	Openbare publieksreacties	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	Reactiemogelijkheid lezers	Openbare publieksreacties	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	AD	'Lezer schrijft, krant antwoord'	Publiek ingezonden vragen/reacties	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Ingezonden brief	Publiek ingezonden vragen/reacties	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Ingezonden brieven	Publiek ingezonden vragen/reacties	Contact/interactie met publiek
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Verantwoording vanuit hoofdredactie	Hoofdredactie eindverantwoordelijk voor verantwoording	Hoofdredactionele communicatie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Hoofdredacteur als ombudsman	Hoofdredactie eindverantwoordelijk voor verantwoording	Hoofdredactionele communicatie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Brief hoofdredacteur aan lezers	Hoofdredactioneel stuk	Hoofdredactionele communicatie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NIE	Hoofdredactionele column	Hoofdredactioneel stuk	Hoofdredactionele communicatie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	Nieuwsbrief	Hoofdredactioneel stuk	Hoofdredactionele communicatie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TEL	Hoofdredactionele column	Hoofdredactioneel stuk	Hoofdredactionele communicatie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Weekbrief van de hoofdredacteur	Hoofdredactioneel stuk	Hoofdredactionele communicatie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VK	Hoofdredactionele column	Hoofdredactioneel stuk	Hoofdredactionele communicatie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	AD	Contactgegevens bij columnisten/hoofdartikelen	Contactgegevens journalist	Informatie over journalist
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Korte bio auteurs	Korte biografie auteurs	Informatie over journalist
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Ondertekening artikelen	Ondertekening stukken	Informatie over journalist
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Interne transparantie	Interne transparantie	Interne transparantie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Geen vermelding lidmaatschap politieke partij	Interne transparantie	Interne transparantie

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	AD	'Over ons'	Inzage maakproces	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Inkijktje als journalistiek product	Inzage maakproces	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Rubriek 'achter de schermen'	Inzage maakproces	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VK	Column over journalisten	Inzage maakproces	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Openheid over (on)afhankelijkheid van artikel	Inzage maakproces; Toelichting keuze/uitleg	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	DGA	Podcast	Podcast	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	FTM	Podcast	Podcast	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	Podcast	Podcast	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Podcast	Podcast	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VK	Podcast	Podcast	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VN	Podcast over totstandkoming	Podcast; Inzage maakproces	Inzage maakproces
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Te klein voor ombudsman	Ombudsman	Ombudsman
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NIE	Ombudsman	Ombudsman	Ombudsman
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NOS	Ombudsman	Ombudsman	Ombudsman
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	Ombudsman	Ombudsman	Ombudsman
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Geen ombudsman	Ombudsman	Ombudsman
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TEL	Ombudsman is schaamlap	Ombudsman	Ombudsman
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Ombudsman	Ombudsman	Ombudsman
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VK	Ombudsman	Ombudsman	Ombudsman
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	'Is dit nieuws'-blog	Blog; Toelichting keuze/uitleg	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Q&A op website	Openlijke reactie op vraag/toelichting	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NIE	Actief op Twitter	Openlijke reactie op vraag/toelichting	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NIE	Gesprek op Twitter	Openlijke reactie op vraag/toelichting	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TRO	Uitleg nav lezersbrieven	Openlijke reactie op vraag/toelichting	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VN	Kader met vragen aan journalist	Openlijke reactie op vraag/toelichting; Inzage maakproces	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NIE	Uitleg in uitzending	Openlijke reactie op vraag/toelichting; Toelichting keuze/uitleg	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	AD	Proactieve uitleg regiotitels	Toelichting keuze/uitleg	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	FTM	Belang toelichten in verhaal	Toelichting keuze/uitleg	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NOS	Tonen werkwijze	Toelichting keuze/uitleg	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TEL	Uitleg journalistiek proces	Toelichting keuze/uitleg	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VN	Uitleg over totstandkoming in verhaal	Toelichting keuze/uitleg	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VN	Vaak toelichting in artikel	Toelichting keuze/uitleg	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NOS	Verantwoordingskader	Toelichtings-/verantwoordingskader	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NRC	Verantwoordingskader	Toelichtings-/verantwoordingskader	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VK	Verantwoordingskader	Toelichtings-/verantwoordingskader	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VN	Voetnoot met toelichting	Toelichtings-/verantwoordingskader	Openlijke toelichting/uitleg
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NOS	Jaarverslagen	Jaarverslag	Publicatie officiële documenten
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Openbaar redactiestatuut	Openbaar stijlboek/statuut/code	Publicatie officiële documenten
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	ELS	Openbaar stijlboek	Openbaar stijlboek/statuut/code	Publicatie officiële documenten
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	VK	Openbaar stijlboek	Openbaar stijlboek/statuut/code	Publicatie officiële documenten
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	NU	Hoofdredacteur als ombudsman	Verantwoording hoofdredactie	Verantwoording afleggen
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	TEL	Beantwoording lezersvragen door hoofdredacteur	Verantwoording hoofdredactie; Contact/interactie met publiek	Verantwoording afleggen
1 - Transparantie	Vormen van transparantie	AD	Groen balkje bij branded content	Vermelding branded content	Vermelding branded content
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Actief/reactief/niet-actief	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Ombudsman	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Verandering	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Wijzen op eigen werk	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Willekeurig	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Taalrubriek	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Gedegen onderbouwing verhaal	Primaat van kwaliteit	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Nooit 'arrogant' geweest	Primaat van kwaliteit	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Kwaliteitsbewaking vooraf voor publicatie	Primaat van kwaliteit	(buiten beschouwing)
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Interne discussies houden scherp	Initiële kwaliteitsbewaking	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Face value	Initiële kwaliteitsbewaking	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	'Show don't tell'	Initiële kwaliteitsbewaking	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Transparantie is geen kwaliteitsgarantie	Initiële kwaliteitsbewaking	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Debat achteraf niet zinvol	Initiële kwaliteitsbewaking	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Professionaliteit	Initiële kwaliteitsbewaking; Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Afhankelijk van gewicht onderwerp	Onderwerpafhankelijk	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Kwaliteit is de standaard	Primaat van kwaliteit; Veronderstelde werkwijze	Aanvulling op hoofdaak

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	'De worst'	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Lezer beoordeelt kwaliteit	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Prioriteit moet liggen bij goede journalistiek	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	'De worst'	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Schijnvertoning	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Transparantie is niet verantwoorden	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Transparantie naar buiten is beperkt	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Gaat niet om wie, maar om wát	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Geen doel op zich	Resultaat telt	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Uitleggen hoeft niet de standaard te zijn	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Hoeft niet alles uit te leggen	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Waar transparantie eindigt begint vertrouwen	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Kwalitatief mag worden verwacht	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Goede journalistiek	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Vertrouwen op kwaliteit	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Kwaliteit is de standaard	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Trouw is de afzender	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	We zijn een collectief	Standaard kwaliteit	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	'Ik wil wel dat de keuken schoon is'	Veronderstelde werkwijze	Aanvulling op hoofdaak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Anonieme bronnen	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	100% transparantie niet mogelijk	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Anonieme bron vereist zwaarwegende redenen	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Bronbescherming	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Bronbescherming = toegang tot informatie	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Bronbescherming des te belangrijker bij onderzoeksjournalistiek	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Afweging transparantie en bronbescherming	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Niet ten koste van bronbescherming	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Toetsbaarheid is complex	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	Anonieme bronnen	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Bronbescherming	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Bronnen hebben belangen	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Bronbescherming	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Afweging onafhankelijkheid en bronnen	Afweging t.a.v. bronbescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Afweging: redactie beschermen	Afweging t.a.v. redactiebescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Journalist beschermen	Afweging t.a.v. redactiebescherming	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Afweging inzet middelen	Capaciteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Capaciteitskeuze	Capaciteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Kost te veel tijd	Capaciteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Transparantie kost capaciteit	Capaciteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Tijdtrekort	Capaciteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Capaciteitskeuze	Capaciteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Kost tijd	Capaciteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Kost (te) veel tijd	Capaciteitskeuze/prioriteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	100% transparantie niet mogelijk	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	100% transparantie niet wenselijk	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Negatief effect	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Niet 100% transparant	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Bij geen transparantie: vertrouwen op journalist	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Discreet beroep	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Temur van transparantie: openheid over alles maakt werk onmogelijk	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	100% transparantie niet mogelijk	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Geheim van de smid/vakmanschap	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Journalist bevindt zich in krachtenveld	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Spel met bronnen	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	100% transparantie niet mogelijk	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Niet vuile was buiten hangen	Discretie	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Dilemma hoe om te gaan met verwijten	Negativiteit stimuleren	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Soms niet reageren	Negativiteit stimuleren	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Afweging middel/kwaal	Negativiteit stimuleren	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	Aandacht vestigen op problemen	Negativiteit stimuleren	Beperkt door discrete/risico/middelen

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	Nadeel transparantie	Negativiteit stimuleren	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Negatieve effecten	Negativiteit stimuleren; Gezichtsverlies	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Niet transparant zijn kan lonen	Negativiteit stimuleren; Gezichtsverlies	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Prioriteiten: meer bij nieuws/video, dan meta-info	Prioriteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Kwaliteitswaarborging voorop	Prioriteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Aandacht voor jezelf = minder aandacht voor journalistiek	Prioriteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Beperkte ruimte	Prioriteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Priortiteit bij verhalen produceren	Prioriteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Transparantie is secundaire taak	Prioriteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Veelal praktische overweging	Prioriteitskeuze; Capaciteitskeuze	Beperkt door discrete/risico/middelen
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Bereidheid uitleg te geven hoort bij vak	Bereidheid tot verantwoording	Bereidheid tot verantwoording
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Antwoordbereid zijn	Bereidheid tot verantwoording	Bereidheid tot verantwoording
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Antwoordbereid zijn	Bereidheid tot verantwoording	Bereidheid tot verantwoording
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Bereidzijn tot verantwoording	Bereidheid tot verantwoording	Bereidheid tot verantwoording
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Antwoordbereid zijn	Bereidheid tot verantwoording	Bereidheid tot verantwoording
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Transparantie op afroep was altijd al cruciaal	Bereidheid tot verantwoording; Onderdeel publieke taak	Bereidheid tot verantwoording
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Betere journalistiek	Disciplinerend	Disciplinerende werking
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Stimulans voor zorgvuldiger werken	Disciplinerend	Disciplinerende werking
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Zuiverder product	Disciplinerend	Disciplinerende werking
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Dwingt tot nadenken	Disciplinerend; Reflectief	Disciplinerende werking
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Uitleggen = nadenken	Reflectief/Disciplinerend	Disciplinerende werking
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Hypothese: teveel over jezelf	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Risico: te prominent	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Risico: teveel over jezelf	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Verantwoordelijkheid kijker	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Transparantie is soms overtrokken	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Afweging relevantie en onrust	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Niet te veel ruimte besteden aan evalueren	Evenwichtskunst	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Risico: overvoeren	Evenwichtskunst; Lezersbehoefte	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Risico: teleurstelling	Gezichtsverlies	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Risico: aantasting geloofwaardigheid	Gezichtsverlies	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Nadeel: spanningsvelden inzichtelijk	Gezichtsverlies	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Informatie over journalist kan in nadeel werken	Journalist; Negativiteit stimuleren	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Presenteren als persoon = profileren als persoon	Journalist; Tussen nieuws en publiek	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Informatie auteur is perverse ego-prikel	Tussen nieuws en publiek	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Informatie over auteur kan affeiden/leiden tot bias	Tussen nieuws en publiek	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Leesbaarheid is belangrijke overweging	Tussen nieuws en publiek	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Auteur niet tussen nieuws en publiek	Tussen nieuws en publiek	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Opiniëren gaat vaak mis	Tussen nieuws en publiek	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Scoopbehoefte werkt corrupterend	Tussen nieuws en publiek	Evenwichtskunst
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Interne transparantie	Interne transparantie	Interne transparantie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Interne melding nevenactiviteiten	Interne transparantie	Interne transparantie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Niet 100% transparant	Interne transparantie	Interne transparantie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Interne controle nevenactiviteiten	Interne transparantie; Initiële kwaliteitsbewaking	Interne transparantie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Werkdruk	Kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Fout toegeven	Fouten	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Transparant zijn over fouten	Fouten	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Uitleg bij fouten	Fouten	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Tonen aanpassingen/correcties	Fouten	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Openlijk fouten corrigeren	Fouten	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Transparant zijn over fouten	Fouten	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	3 lagen: fouten, bronnen en werkwijze	Fouten; Bron; Werkwijze/maakproces	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Eenvoudige stukjes niet ondertekend	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Informatie over auteur: niet heel erg over nagedacht	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Informatie over auteurs	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Informatie over journalist: expertise duidelijk	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Informatie over journalist: ijdelheid	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Informatie over journalist: informatief voor lezer	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Informatie auteur	Journalist	Meta-informatie

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Je moet weten wie iets maakt	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Open over nevenactiviteiten	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Geen contactgegevens	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Ondertekening artikel	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Informatie over auteur	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	3 lagen: fouten, auteur, werkwijze	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Bedreiging neutraliteit	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Eigen research	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Informatie over auteur	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Artikelen niet altijd ondertekend	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Gezicht journalist belangrijker bij columns	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Informatie over journalist	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Mailadres van journalist niet publiek	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Bij kleine stukken geen naam	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Geen foto bij auteurs	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Informatie over auteur leidt tot bias	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Informatie over auteurs	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Informatie over journalist	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Naam auteur en korte bio	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Uiterlijk auteur niet belangrijk	Journalist	Meta-informatie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Onderdeel publieke opdracht	Onderdeel publieke taak	Onderdeel publieke taak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Onderdeel van discussie over nieuwsvoorziening	Onderdeel publieke taak	Onderdeel publieke taak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Primaat van de journalistiek	Onderdeel publieke taak; Verifieerbaarheid	Onderdeel publieke taak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Publiek serieus nemen	Publiek serieus nemen	Onderdeel publieke taak
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Journalist is ook mens	Feilbaarheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Openheid	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Openheid	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Delen van keuzes voor onderwerp	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Open zijn over je beweegredenen	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Journalistieke dynamiek benoemen	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Zo open mogelijk zijn	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	Openheid	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Open over kritiek op eigen werk	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Openheid	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Transparant over eigen positie	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Transparant over gemaakte afspraken	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Volledige transparante wenselijk	Openheid	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Plicht naar bezoekers	Openheid; Onderdeel publieke taak	Openheid
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Hoe je schrijft	Kritische reflectie werkwijze	Openlijke reflectie op werkwijze
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Hoe je werkt	Kritische reflectie werkwijze	Openlijke reflectie op werkwijze
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Kritische reflectie	Reflectie	Openlijke reflectie op werkwijze
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	Hoe je schrijft	Reflectie	Openlijke reflectie op werkwijze
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Spiegelen aan anderen	Reflectie	Openlijke reflectie op werkwijze
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Openlijke discussie over journalistieke keuzes	Reflectie; Verantwoorden	Openlijke reflectie op werkwijze
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Lezersbehoefte: is die er?	Behoefte publiek	Product
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Lezersbehoefte: is die er?	Behoefte publiek	Product
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Mens willen dat jij keuze maakt	Behoefte publiek	Product
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Niet elk publiek heeft behoefte aan metaverhalen	Behoefte publiek	Product
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Lezer wil niet alles weten	Behoefte publiek	Product
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Nog steeds nieuwe abonnees	Belang van publieksbinding	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Vertelvorm	Marketing	Publieksbinding/marketing
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Onderscheiden	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Uitleggen wat meerwaarde is van echte journalistiek	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Betrouwbaarheid	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Gezag	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Geloofwaardigheid	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Journalistieke onafhankelijkheid uitleggen	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Relevantie aantonen	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Transparantie als autoriteitskeurmerk	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Beroepsethiek niet vanzelfsprekend	Betroouwbaarheid/kwaliteit tonen; Reactie op tijdsgewricht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Bronvermelding	Bron	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	ELS	Transparant over brongebruik	Bron	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Bronvermelding	Bron	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Bronvermelding	Bron	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	Bronnen tonen	Bron; Verifieerbaarheid	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Je moet ter verantwoording kunnen worden geroepen	Je moet controleerbaar zijn	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Veranderde tijd	Reactie op tijdsgewicht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Anonieme declamatie niet van deze tijd	Reactie op tijdsgewicht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Veranderde tijd	Reactie op tijdsgewicht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Veranderende tijd	Reactie op tijdsgewicht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Uitleg uitgangspunten journalistiek	Reactie op tijdsgewicht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Ethisch integriteit niet meer vanzelfsprekend	Reactie op tijdsgewicht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Tegenwoordig expliciter	Reactie op tijdsgewicht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Veranderende tijd	Reactie op tijdsgewicht	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Meer ter verantwoording verwacht	Reactie op tijdsgewicht; Behoefte publiek	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Verantwoorden steeds belangrijker	Reactie op tijdsgewicht; Verantwoorden	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Controle	Verifieerbaarheid	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Waar mogelijk transparant zijn	Verifieerbaarheid	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Toetsbaar zijn	Verifieerbaarheid	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Onafhankelijkheid	Verifieerbaarheid	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Transparantie ondersteunt hoofdaak	Verifieerbaarheid	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Uitleg is sóms onderdeel van journalistieke bedrijf	Verifieerbaarheid	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Herleidbaar zijn	Verifieerbaarheid	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Transparantie is onderdeel van journalistiek	Verifieerbaarheid; Onderdeel publieke taak	Tonen van betrouwbaarheid/verifieerbaarheid/kwaliteit
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Inzage geven in werkwijze	Werkwijze	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Toelichting eigen werk	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Keuzes in maakproces	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Tonen totstandkoming	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Uitleg bij verhalen	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Uitleg journalistieke dilemma's	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Gesprek aangaan over werkwijze	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Uitleggen wat je doet en waarom	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	Uitleg totstandkoming	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NRC	Werkwijze laten zien	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Uitleggen wat je doet en waarom	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Transparantie over werkwijze	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Transparantie over werkwijze, leidt tot vertrouwen	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Tonen maakproces/werkwijze	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Uitleg journalistieke discussie/keuzes	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Transparantie gaat over journalistieke proces	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Uitleg over wat je doet en waarom	Werkwijze/maakproces	Tonen werkwijze/maakproces
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Reactionair	Behoefte publiek; Kritiek	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Verantwoording/uitleg is reactief	Behoefte publiek; Kritiek	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Altijd zelf verantwoordelijkheid	Hoofdredactie eindverantwoordelijk voor verantwoording	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Transparant over beperkingen	Uitleg beperkingen	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TEL	Uitleggen dat 100% transparantie niet mogelijk is	Uitleg beperkingen	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Uitleg beperkingen	Uitleg beperkingen	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	FTM	Niet-transparantie onderbouwen	Uitleg beperkingen; Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Journalistieke taak is mensen informeren	Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	AD	Verantwoording afleggen	Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	DGA	Verantwoording	Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NOS	Verantwoording afleggen	Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NU	Niet transparant zijn is laf	Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Verantwoording afleggen	Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VK	Verantwoorden	Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Ethische verantwoording	Verantwoorden	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Publieke verantwoordelijkheid	Verantwoorden; Onderdeel publieke taak	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	VN	Openlijk verantwoording af kunnen leggen	Verantwoorden; Openheid	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Afwegingen delen	Verantwoorden; Uitleg beperkingen	Verantwoorden/reactie op commentaar
1 - Transparantie	Wat is transparantie	NIE	Soms proactief	Verantwoorden; Uitleg beperkingen	Verantwoorden/reactie op commentaar

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
1 - Transparantie	Wat is transparantie	TRO	Uitleg bij grotere onderzoeken	Verantwoorden; Werkwijze/maakproces	Verantwoorden/reactie op commentaar (buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	ELS	Echt grote fouten blijven onbesproken	Niet alles te herstellen met correctie	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Niet alles te herstellen met correctie	Niet alles te herstellen met correctie	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NOS	Niet archief herschrijven	Niet archief herschrijven	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	AD	Mensen eisen correctie	Wordt geëist	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Lezers verwachten dat	Wordt geëist	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	AD	Eigen standaarden serieus nemen	Eigen standaarden hanteren	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	AD	Het moet kloppen	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	ELS	Fouten moeten worden hersteld	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NIE	Aandacht voor correctie mag geen verwarring opleveren	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NIE	Juiste informatie heeft prioriteit	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NOS	Eenduidige informatie	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NRC	Draagt bij aan informatievoorziening	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TEL	Rechten wat niet klopt	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TEL	Zorgen dat informatie klopt	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Foutieve informering herstellen	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	VK	Herstellen foutieve informatie	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	VN	Fouten moeten hersteld	Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	ELS	Kwaliteitsbewaking	Informatie moet kloppen; Kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NRC	Meer waarheidsgetrouw	Kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TEL	Onderdeel professionaliteit	Kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Continue kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Lering trekken uit fouten	Kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	FTM	Kwaliteitsbewaking	Kwaliteitsbewaking; Informatie moet kloppen	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	VN	Kwaliteitsbewaking vooral vóór publicatie	Primaat van kwaliteit	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NOS	Laten staan = goedkeuring	Publicatie = endorsement	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	DGA	Reden voor verwijdering: geen onwaardheid verspreiden	Verspreiding onwaardheid tegengaan	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NU	Verspreiding voorkomen	Verspreiding onwaardheid tegengaan	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TEL	Niet meer vindbaar zijn	Verspreiding onwaardheid tegengaan	Kwaliteitsbewaking
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Verplichting aan lezers/betrokkenen	Onderdeel publieke taak	Onderdeel publieke taak
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TEL	Alleen als cruciaal voor verhaal	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	DGA	Rechtdoen aan betrokkenen	Schade aan betrokkenen herstellen	Schade aan betrokkenen herstellen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	DGA	Schadelijk	Schade aan betrokkenen herstellen	Schade aan betrokkenen herstellen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NOS	Schade herstellen	Schade aan betrokkenen herstellen	Schade aan betrokkenen herstellen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	VK	Schade herstellen	Schade aan betrokkenen herstellen	Schade aan betrokkenen herstellen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	NOS	Reactie op weerstand	Reactie op kritiek	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	AD	Fout schaadt merk	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	AD	Klantenservice = merk beschermen	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	AD	Merk beschermen	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	AD	Schade herstellen	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	ELS	Goed product leveren	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	ELS	Slecht daglicht voorkomen	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Aantasting betrouwbaarheid	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Betrouwbaarheid herstellen	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van correcties	TRO	Schade betrokkenen herstellen	Schade aan merk herstellen/beschermen	Schade aan merk herstellen/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Recent idee	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Additionele schadeoverweging	Additionele schade overweging	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Geen communicatie over correctie ivm moeite	Beschikbare tijd	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Complexe afweging bemoeilijk transparantie	Complexe afwegingen	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Eindredactieafhankelijk	Eindredactie	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	ELS	Geen reflectie op hoe je schrijft	Geen garantie journalistieke kwaliteit	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	ELS	Transparant over fouten is geen kwaliteitsgarantie	Geen garantie journalistieke kwaliteit	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	AD	Overleg geschade partij	Gehoorgeven aan vraag	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	ELS	Reactie vraag journalisten	Gehoorgeven aan vraag	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Reactie op impact fout	Impact fout	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VN	Afhankelijk van impact van de fout	Impact fout	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Toelichting voegt niets toe	Metainformatie is irrelevant	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Onderwerpafhankelijk	Onderwerp	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Hoofdredactie verklaring bij heel gevoelige zaak	Onderwerp	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Centrale plek voor overzicht	Overzicht	(buiten beschouwing)

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VN	Angst voor gezichtsverlies	Risico gezichtsverlies	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VN	Nadeel: aandacht voor eigen fout	Risico gezichtsverlies	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Afweging leesbaarheid, grootte van de fout, transparantie	Afhankelijk van impact fout	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Disciplinerend signaal	Disciplinerend	Disciplinerende werking
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Disciplinerend middel	Disciplinerend	Disciplinerende werking
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	AD	Voorkomen exploderen	Ophef beperken/voorkomen	Ophef beperken/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VK	Verbergen is schadelijk	Ophef beperken/voorkomen	Ophef beperken/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Ophef kan aanleiding zijn	Reactie op aandacht	Ophef beperken/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	ELS	Reactie commotie	Reactie op aandacht; Ophef beperken/voorkomen	Ophef beperken/voorkomen
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Bewustmaken van foute informatie	Bewustmaken van foutieve informatie	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	AD	Fout uitleggen	Fout toelichten	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Informeren over verwijderd artikel	Fout toelichten	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Toelichting bij invloed interpretatie/ophef	Fout toelichten	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Veroordeeld tot verklaring hoofdredactie	Fout toelichten	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VN	Inzicht geven in fout	Fout toelichten	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Uitleggen is eerlijk	Fout toelichten; Eerlijkheid	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Soms toelichting op correctie/verwijdering in apart stuk	Fout toelichten; Verantwoording over intrekken	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NRC	Publiek = transparante correctie	Iedere inhoudelijke aanpassing	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Onderdeel van geschiedenis	Liever corrigeren dan verwijderen	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Lezer moet er iets mee kunnen	Praktische meerwaarde	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	AD	Relevantie	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Bij verwijdering niet gelinkt naar toelichting	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Niet altijd toelichting op verwijdering	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Toelichting vaak niet relevant	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Inhoudelijke verandering	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Spelling niet extem	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VN	Moet niet flawu worden	Relevante (i.e. inhoudelijk)	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Afweging relevantie en verwaring	Relevante vs. verwaring	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	DGA	Verantwoording voor verwijdering	Verantwoording over intrekken	Relevante wijziging communiceren/toelichten
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Betrouwbaarheid tonen	Betrouwbaarheid tonen	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NRC	Vertrouwen	Betrouwbaarheid tonen	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Toelichting indien betrouwbaarheid bedreigd	Betrouwbaarheid tonen; Fout toelichten	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VN	Serieus genomen worden	Betrouwbaarheid tonen; Werkwijze communiceren	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Openlijke correcties tonen controleerbaarheid	Bewijs controleerbaarheid	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Werk controleerbaar maken	Bewijs controleerbaarheid	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	ELS	Laten zien dat je eigen standaarden naleeft	Eigen standaarden serieus nemen	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VK	Eigen standaarden serieus nemen	Eigen standaarden serieus nemen	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VK	Plicht jegens beroepsgroep	Eigen standaarden serieus nemen	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Onderdeel van goede journalistiek	Eigen standaarden serieus nemen; Verantwoordelijkheid jegens pul	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Controleerbare journalistiek = controleerbare macht	Je moet controleerbaar zijn	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Je moet ter verantwoording kunnen worden geroepen	Je moet controleerbaar zijn	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Fouten erkennen fout blijkt van integriteit	Openlijk fout erkennen/herstellen; Betrouwbaarheid tonen; Eigen stt	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Publiek wordt onderdeel van het proces	Publiek onderdeel maken van proces	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Uitleg geven over proces	Publiek onderdeel maken van proces	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	AD	Nu anders dan vroeger: veel sneller/meer kritiek	Reactie op tijdsgewicht	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NRC	Vertrouwen	Vertrouwen genereren	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Toelichting indien betrouwbaarheid bedreigd	Vertrouwen genereren	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Communicatie over werkwijze omtrent herstel	Werkwijze communiceren	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Naam 'slordig te zijn' aanpakken	Werkwijze communiceren	Tonen betrouwbaarheid/communiceren werkwijs
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NRC	Eerlijker	Eerlijkheid	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Eerlijkheid	Eerlijkheid	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Eerlijk	Eerlijkheid	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Eerlijkheid	Eerlijkheid	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Persoonlijke excuses	Excuses	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	AD	Altijd zelf verantwoordelijkheid	Hoofdredactie eindverantwoordelijk voor verantwoording	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	DGA	Verantwoording vanuit hoofdredactie	Hoofdredactie eindverantwoordelijk voor verantwoording	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	ELS	Hoofdredacteur als ombudsman	Hoofdredactie eindverantwoordelijk voor verantwoording	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Hoofdredactie is eindverantwoordelijk/aanspreekpunt	Hoofdredactie eindverantwoordelijk voor verantwoording	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	DGA	Aanpassing online	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	DGA	Correcties in print	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/eerlijkheid

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	DGA	Transparantie over fout	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Fout erkennen	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	FTM	Met de bellen bloot gaan	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NRC	Naschrift	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Openlijke rechtzetting	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Fout maken = erkennen	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TEL	Toegeven en rechtzetten	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	TRO	Fout moet je openlijk herstellen	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VK	Erkenning	Openlijk fout erkennen/herstellen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NRC	Lezer serieus nemen	Publiek serieus nemen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Serieus nemen publiek	Publiek serieus nemen	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NOS	Verantwoordelijkheid nemen	Verantwoordelijkheid jegens publiek/betrokkene	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VK	Plicht jegens lezer	Verantwoordelijkheid jegens publiek/betrokkene	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	VK	Verantwoordelijkheid nemen	Verantwoordelijkheid jegens publiek/betrokkene	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Doel van transparantie over correcties	NU	Voelt goed	Verantwoordelijkheid jegens publiek/betrokkene; Eerlijkheid	Verantwoordelijkheid nemen/fout erkennen/oorlijkhed
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Geen herstelrubriek	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Geen uiterste termijn	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Herstelrubriek is ineffectief	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Geen correctierubriek	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Print & online	(buiten beschouwing)	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Afhankelijk van klacht/eis	Afhankelijk van betrokken	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Fouten maken is menselijk	Feilbaarheid	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Iedereen maakt fouten	Feilbaarheid	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NRC	Mensen maken fouten	Feilbaarheid	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Fout maken is risico van 'aigrond journalistiek'	Feilbaarheid	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	DGA	Publicatie ingezonden brief	Plaatsing ingezonden brief	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Plaatsing ingezonden brief	Plaatsing ingezonden brief	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Actief en onmiddellijk	Proactief/z.s.m.	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Ruimhartig zijn	Proactief/z.s.m.	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Verandering door social media	Proactief/z.s.m.	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Zo snel mogelijk reageren	Proactief/z.s.m.	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Onmiddellijk	Proactief/z.s.m.	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Nedergaend als reactie op grote fout	Proactief/z.s.m.	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Laatste tijd strenger	Steeds strenger	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NRC	Werkdruk	Vaker door online/weekend/werkdruk	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Tijdsdruk	Vaker door online/weekend/werkdruk	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Toename feitelijke fouten	Vaker door online/weekend/werkdruk	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Meestal online/in weekend	Vaker online/weekend	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NRC	Inteme controle	Voorkomen beter dan genezen	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Maatregelen nodig ter voorkoming	Voorkomen beter dan genezen	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Spelling draagt bij aan kwaliteitsperceptie	Voorkomen beter dan genezen	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Werkwijze	Voorkomen beter dan genezen	(buiten beschouwing)
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Rectificatie opgelegd	Gedwongen rectificatie	Afhankelijk van betrokken
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Rectificatie	Gedwongen rectificatie	Afhankelijk van betrokken
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Vroeger: 'See you in court'	Gedwongen rectificatie	Afhankelijk van betrokken
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Afgedwongen rectificatie	Gedwongen rectificatie	Afhankelijk van betrokken
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Afhankelijk van impact/gewicht fout	Afhankelijk van impact fout	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Afhankelijk van soort fout	Afhankelijk van impact fout	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Correctiemethode is foutafhankelijk	Afhankelijk van impact fout	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Reikwijdte fout	Afhankelijk van impact fout	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Correctie in verhouding tot grootte van de fout	Afhankelijk van impact fout	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Opvallende fout	Afhankelijk van impact fout	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Verschillende aanduiding	Afhankelijk van impact fout; Afhankelijk van betrokken	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Afhankelijk van onderwerp	Afhankelijk van onderwerp	Afhankelijk van impact fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Aanpassen/corigeren: tijdsafhankelijk	Tijdsafhankelijk	Afhankelijk van tijd
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Correctie Twitteren	Correctie actief onder aandacht brengen	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Correctie benoemen	Correctie melden indien inhoudelijk	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Betekenisvolle inhoudelijk correctie	Correctie melden indien inhoudelijk	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Corrigeren en benoemen	Correctie melden indien inhoudelijk	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Niet standaard naschrift bij correctie	Correctie melden indien inhoudelijk	Corrigeren/aanpassen met vermelding

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Naschrift bij feitelijke onjuistheid	Naschrift/correctiekader; Feitelijke onjuistheid	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Aanvulling/correctie soms te schraal	Pure correctie (geen toelichting)	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Geen toelichting bij aanpassing/correctie online	Pure correctie (geen toelichting)	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Pure correctie; niet tot nauwelijks uitleg	Pure correctie (geen toelichting)	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Uitleg bij correctie	Uitgebreide correctie (met toelichting)	Corrigeren/aanpassen met vermelding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Aangepast zonder vermelding	Aanpassing zonder melding	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Spelfouten worden gecorigeerd, maar niet openlijk	Aanpassing zonder melding	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Aanpassing zonder vermelding	Aanpassing zonder melding	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NRC	Stijlfouten/aanpassingen	Aanpassing zonder melding; Kleine fout/spelfout/stijlfout	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Spelfouten niet gecorregeerd, wel aangepast	Aanpassing zonder melding; Kleine fout/spelfout/stijlfout	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Korte termijn: 'aangepast'	Aanpassing zonder melding; Tijdsafhankelijk	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Update is geen correctie	Aanpassing zonder melding; Update is geen fout	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Voorstchrift 'update' op sm	Update is geen fout	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Elke aanpassing = update'	Update is geen fout	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Herschrijving	Update is geen fout; Kleine fout/spelfout/stijlfout	Corrigeren/aanpassen zonder melding
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Altijd corrigeren	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Correctie bij inhoudelijke impact	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	DGA	Feitelijke onjuistheden	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Feitelijke onjuistheden	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Feitelijke onjuistheden	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Feitelijke onjuistheden	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NRC	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Inhoudelijke fout	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Als feitelijk te corrigeren, dan correctie	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Gaat om inhoudelijke kwaliteit	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Het moet kloppen	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Feitelijke onjuistheden	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Feitelijke onjuistheden	Feitelijke onjuistheid	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Substantiële fouten	Feitelijke onjuistheid; Correctie melden indien inhoudelijk	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Spelfout naam = feitelijk onjuist	Spelfout naam: feitelijk onjuist	Feitelijke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Echte fout = slechte journalistiek	Journalistieke onjuistheid	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Inhoudelijke tekortkoming	Journalistieke onjuistheid	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Inhoudelijke tekortkoming	Journalistieke onjuistheid	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Foute foto	Onbedoelde dubbeldzinngheid	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	DGA	Plagiaat/fraude	Plagiaat/fraude	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Plagiaat	Plagiaat/fraude	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Plagiaat	Plagiaat/fraude	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	DGA	Stuk voldoet niet (meer) aan kwaliteitseisen	Stuk voldoet niet (meer) aan kwaliteitseisen	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Fouten uit eerdere boeken benoemen	Stuk voldoet niet (meer) aan kwaliteitseisen	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Niet voldaan aan kwaliteitseisen	Stuk voldoet niet (meer) aan kwaliteitseisen	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Wederhoor niet nageleefd	Stuk voldoet niet (meer) aan kwaliteitseisen	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Niet voldoen aan kwaliteitseisen	Stuk voldoet niet (meer) aan kwaliteitseisen	Journalistieke onjuistheid
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Tikfouten/spelfout	Kleine fout/spelfout/stijlfout	Kleine fout/spelfout/stijlfout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Fouten in naam/quote	Kleine fout/spelfout/stijlfout	Kleine fout/spelfout/stijlfout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Taalfouten	Kleine fout/spelfout/stijlfout	Kleine fout/spelfout/stijlfout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Verkeerde plaatsnaam is geen fout	Kleine fout/spelfout/stijlfout	Kleine fout/spelfout/stijlfout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Fout in naam niet gecorregeerd	Kleine fout/spelfout/stijlfout	Kleine fout/spelfout/stijlfout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Kleine feitelijk onjuistheden niet corrigeren	Kleine fout/spelfout/stijlfout; Aanpassing zonder melding; Verschillen	Kleine fout/spelfout/stijlfout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Taalfouten niet corrigeren	Kleine fout/spelfout/stijlfout; Aanpassing zonder vermelding	Kleine fout/spelfout/stijlfout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Apart blog	Aparte blog	Melding in rubriek
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Correctierubriek	Correctierubriek	Melding in rubriek
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Herstelrubriek	Correctierubriek	Melding in rubriek
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Herstelrubriek	Correctierubriek	Melding in rubriek
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Print: correctierubriek	Correctierubriek	Melding in rubriek
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Bescheiden correctierubriek	Correctierubriek	Melding in rubriek
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Correcties- en aanvullingenrubriek	Correctierubriek	Melding in rubriek
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Correctie via apart stuk	Aparte toelichting	Melding in statement
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Hoofdredactioneel artikel	Aparte toelichting; Uitleg/verantwoording hoofdredactie	Melding in statement
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Toelichting hoofdredactie	Uitleg/verantwoording hoofdredactie	Melding in statement
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Hoofdredactionele reactie bij grote fout	Uitleg/verantwoording hoofdredactie	Melding in statement

Hoofdthema	Thema	Afkring	(1) Open code	(2) Axiale code	(3) Categorie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Correctie in de tekst	Correctie in stuk zelf	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Op zelfde pagina	Correctie op plaats van fout	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Print: rectificatie	Correctie op plaats van fout	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Correctie in uitzending	Correctie op plaats van fout	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Fout op main platform = correctie op main platform	Correctie op plaats van fout	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Correctie op pagina van de fout	Correctie op plaats van fout	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Kader bij het bericht	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Toevoegingen zichtbaar maken	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Voetnoten	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Naschrift	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Rectificatie	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Correctie in vorm van bericht	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Correctie naschrift online	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	Online: naschrift	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Naschrift online	Naschrift/correctiekader	Melding op plaats van fout
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TRO	In stijlboek ongeveer correctiebeleid	Correctiebeleid in stijlboek	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NRC	Standaard correctieformat	Correctieformat	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Standaardformat	Correctieformat	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Niet eerder over nagedacht	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Niet gestandaardiseerd	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	AD	Protocol 'zou best goed zijn'	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Niet consequent gecorigeerd tussen print/online	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Online niet systematisch gecorigeerd	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NIE	Beleid over naschrift niet consequent uitgevoerd	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Niet consequent nageleefd	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Ligt niet vast wie keuze maakt	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Case by case beoordeling	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Precieze protocol onduidelijk	Niet consequent/niet gestandaardiseerd	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	ELS	Mening is nooit fout	Verschillende drempel print/online	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Kleine fouten alleen online gecorigeerd	Verschillende drempel print/online	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VN	Online meer correcties	Verschillende drempel print/online	Standaardisatie
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	DGA	Verwijderen	Intrekken stuk	Verwijdering
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	DGA	Verwijderen is geen geschiedvervalsing	Intrekken stuk	Verwijdering
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Artikel terugtrekken	Intrekken stuk	Verwijdering
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NOS	Verwijderen	Intrekken stuk	Verwijdering
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NU	Verwijderen	Intrekken stuk	Verwijdering
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	TEL	Verwijderen	Intrekken stuk	Verwijdering
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	VK	Verwijderen	Intrekken stuk	Verwijdering
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	FTM	Uitleg n.a.v. verwijdering	Verantwoording na verwijdering	Verwijdering
2 - Correctiebeleid	Soorten fouten/correcties	NRC	Nooit verwijderen	Verwijderen is no go	Verwijdering
3 - Overig	Overig	AD	Doel is eerst: mensen (blijven) bereiken	Belang van publieksbinding	(buiten beschouwing)
3 - Overig	Overig	AD	Druk om winstgevend te zijn	Belang van publieksbinding	(buiten beschouwing)
3 - Overig	Overig	TRO	Interne evaluatie	Kwaliteit redactie	Interne integriteitswaarborging
3 - Overig	Overig	TRO	Onze keuze, ons product	Kwaliteit redactie	Interne integriteitswaarborging
3 - Overig	Overig	AD	Hoofdtaak = informeren over wat er in de wereld gebeurt	Hoofdtaak is informeren	Primaat van informeren
3 - Overig	Overig	TRO	Vertrouwen is geen issue	Hoofdtaak is informeren	Primaat van informeren
3 - Overig	Overig	VK	Prioriteit verslaggeving	Hoofdtaak is informeren	Primaat van informeren
3 - Overig	Overig	TRO	Beoordelen obv journalistiek	Primaat van kwaliteitsbewaking	Primaat van kwaliteitsbewaking