

**Factchecken**

**Paper plan**

Transparantie in de digitale journalistiek: de impact van verbeterde bronvermelding op publiek vertrouwen

Jort Siemes (4028198)

24/11/24

Docent: Peter Burger

**Omvang: 2500 woorden (excl. bibliografie, marge van 10%)**

* **~~Onderwerp: journalistiek brongebruik, factchecken en desinformati~~**
* **Literatuurlijst: min. 6 peer-reviewed publicaties, waarvan=max. een derde uit de collegestof en min. 2 uit 2021-24. Zoek vooral recente literatuur, maar sla eventuele classics niet over.**

**Opbouw van het paper:**

* **Inleiding: maatschappelijk en wetenschappelijk belang; (zo mogelijk: kennislacune); hoofdvraag**
* **Het eigenlijke literatuuronderzoek – wat is er al bekend over het onderwerp van je hoofdvraag? Kritische synthese van bestaande studies. Dit is de hoofdmoot van je paper.**
* **Conclusie en Discussie: antwoord op hoofdvraag; implicaties; beperkingen; suggesties voor verder onderzoek.**

**Onderzoeksvraag**

"In hoeverre kan grotere transparantie in bronvermelding bij nieuwsartikelen op digitale platforms bijdragen aan het vergroten van het publiek vertrouwen in journalistieke inhoud?"

**Het hoofddoel van dit onderzoek is om te onderzoeken of en hoe beter geïmplementeerde transparantie in bronvermelding bij digitale nieuwsartikelen kan bijdragen aan het vergroten van het publiek vertrouwen in journalistieke inhoud.**

**Inleiding**

In het huidige medialandschap staat de journalistiek voor een groeiende uitdaging: het behouden en versterken van publiek vertrouwen. Recente cijfers schetsen een zorgwekkend beeld voor de Nederlandse nieuwsconsumptie. Vanaf dit jaar heeft minder dan de helft (49%) van de Nederlanders nog interesse in het nieuws, terwijl slechts 54% vertrouwen heeft in de inhoud ervan. Hoewel deze cijfers relatief hoog zijn in vergelijking met andere landen, vertegenwoordigen ze een verontrustende neerwaartse trend die zich jaar na jaar voortzet.

Deze dalende interesse en het afnemende vertrouwen in nieuwsmedia vormen een bedreiging voor een goed geïnformeerde samenleving en een gezonde democratie. Het is daarom van cruciaal belang om methoden te onderzoeken die het vertrouwen in journalistieke inhoud kunnen herstellen en versterken, met name in de context van digitale nieuwsplatforms waar de meeste moderne nieuwsconsumptie plaatsvindt. Maar ook nieuwe vormen van bronvermelding mogelijk zijn naast de standaard hyperlink.

Een potentiële strategie om dit vertrouwen te herwinnen ligt in het vergroten van de transparantie, specifiek door middel van verbeterde bronvermelding. Door lezers meer inzicht te geven in de herkomst van informatie en de journalistieke processen die daaraan ten grondslag liggen, kunnen nieuwsorganisaties mogelijk hun geloofwaardigheid vergroten en het vertrouwen van het publiek terugwinnen.

Dit onderzoek richt zich op de vraag: In hoeverre kan grotere transparantie in bronvermelding bij nieuwsartikelen op digitale platforms bijdragen aan het vergroten van het publiek vertrouwen in journalistieke inhoud? Door deze vraag te beantwoorden, hopen we inzichten te verkrijgen die nieuwsorganisaties kunnen helpen hun praktijken aan te passen en zo het dalende vertrouwen in de media tegen te gaan.

# ****Literatuuronderzoek****

De journalistieke sector wordt steeds vaker geconfronteerd met een vertrouwenscrisis. Uit jaarlijkse rapportages, zoals het Digital News Report van het Commissariaat voor de Media (2024), blijkt dat het vertrouwen in nieuwsmedia de afgelopen jaren een dalende trend vertoont. Factoren zoals een waargenomen gebrek aan geloofwaardigheid, de verspreiding van nepnieuws en de invloed van manipulatieve media maken nieuwsorganisaties kwetsbaar voor externe kritiek. Deze druk op de journalistiek heeft bredere implicaties voor de samenleving als geheel. In dit verband wordt journalistieke transparantie steeds meer gezien als een essentiële factor om deze uitdagingen aan te pakken en het vertrouwen van het publiek te herstellen (Jurado, 2020).

Transparantie wordt steeds vaker beschouwd als een krachtiger middel om waarheid te communiceren dan traditionele objectiviteit (Hellmueller, Vos, & Poepsel, 2013). Waar objectiviteit historisch gezien werd omarmd als een standaard voor waarheidsvinding, wijzen critici erop dat het soms eerder verwarring kan scheppen dan duidelijkheid biedt. Zoals Hellmueller, Vos en Poepsel (2013) stellen: “Objectiviteit is een vertrouwensmechanisme waarop je vertrouwt als je medium geen links kan leggen.” Transparantie, daarentegen, richt zich op het vergroten van vertrouwen door openheid over bronnen en processen.

Journalistieke transparantie houdt in dat nieuwsorganisaties inzicht geven in hoe nieuws wordt verzameld, verwerkt en gepresenteerd. Onderzoek toont aan dat het publiek waarde hecht aan deze openheid, zoals informatie over de herkomst van data, het onderscheid tussen directe en afgeleide gegevens, en de keuzes die journalisten maken tijdens hun werk (Peifer & Meisinger, 2021).

Peifer en Meisinger (2021) maken onderscheid tussen twee dimensies van transparantie: openheid en controleerbaarheid. Openheid betreft de zichtbaarheid van het journalistieke proces, zoals de manier waarop informatie wordt verzameld, georganiseerd en verspreid. Controleerbaarheid gaat een stap verder en maakt het mogelijk dat het publiek de gebruikte informatie en bronnen zelf kan verifiëren. Bronvermelding is hierbij een cruciaal voorbeeld. Deze dimensies benadrukken dat transparantie niet alleen een middel is om vertrouwen te winnen, maar ook een instrument om journalistieke geloofwaardigheid te versterken.

Het meeste onderzoek naar de effecten van transparantie in de journalistiek heeft nog weinig aandacht besteed aan de verschillen tussen transparantie die inzicht biedt in het productieproces van nieuws en transparantie die focust op de producent ervan. Dit onderscheid is relevant, aangezien deze twee vormen van transparantie - gericht op de bron en de boodschap - elkaar kunnen aanvullen en gezamenlijk bijdragen aan vertrouwen in de journalistiek (Koliska, 2022). Productietransparantie, die informatie biedt over de herkomst en het proces achter nieuwsproductie, heeft een lange geschiedenis. Al in de zeventiende eeuw publiceerden kranten correcties, en later kwamen mission statements en uitleg over journalistieke werkwijzen. Deze vorm van transparantie versterkt het begrip van en vertrouwen in de boodschap zelf (Koliska, 2022). In dit onderzoek ligt de nadruk op bronvermelding als een vorm van productietransparantie, waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen productie- en producententransparantie. Productietransparantie wordt daarbij beschouwd als de meest directe connectie met de inhoud van nieuws (Koliska, 2022).

Karlsson (2010) onderscheidt twee brede categorieën van journalistieke transparantie: openheidstransparantie en participatieve transparantie. Openheidstransparantie richt zich op de vraag in hoeverre nieuwsorganisaties inzicht geven in hun productieproces. Participatieve transparantie daarentegen beoogt een actieve rol voor het publiek, waarbij mensen worden betrokken bij de totstandkoming van nieuws. Door participatie kan het publiek journalisten ter verantwoording roepen (Hellmueller, Vos, & Poepsel, 2013).

Peifer en Meisinger (2021) identificeerden naast twee dimensies ook in hun analyse twee belangrijke transparantienormen. De eerste, disclosure-transparantie, richt zich op waarheidsvertellende strategieën. Dit omvat overtuigingen zoals: "Ik geloof erin iedereen die mijn werk tegenkomt te vertellen waar mijn feiten vandaan komen" en "Ik geloof dat het essentieel is om te laten zien dat ik alle betrokken partijen in mijn nieuwsverhalen betrek." De tweede norm, participatieve transparantie, verwijst naar het actief betrekken van het publiek bij het journalistieke proces. Voorbeelden hiervan zijn: "Ik vind het belangrijk om lezers de mogelijkheid te geven bij te dragen aan nieuwsinhoud" en "Ik vind het acceptabel om door gebruikers gegenereerde informatie in mijn werk op te nemen." Uit de analyse bleek dat feitelijkheid door gebruikers werd gezien als de meest cruciale procedurele norm, gevolgd door disclosure-transparantie. Participatieve transparantie, daarentegen, werd met meer scepsis ontvangen (Peifer & Meisinger, 2021).

De journalistieke sector wordt steeds vaker geconfronteerd met een vertrouwenscrisis. Jaarlijkse rapportages, zoals het Digital News Report van het Commissariaat voor de Media (2024), tonen een aanhoudende daling in het vertrouwen van het publiek in nieuwsmedia. Factoren zoals een waargenomen gebrek aan geloofwaardigheid, de verspreiding van nepnieuws en manipulatieve media versterken deze crisis. Journalistieke transparantie wordt in toenemende mate gezien als een cruciale oplossing om deze uitdagingen te adresseren en het publiek vertrouwen te herstellen (Jurado, 2020). Transparantie kan dienen als alternatief voor traditionele objectiviteit, die, volgens critici, soms eerder verwarring schept dan duidelijkheid biedt (Hellmueller, Vos, & Poepsel, 2013). Transparantie benadrukt openheid over bronnen en processen, waardoor de journalistiek zich kan positioneren als betrouwbaar en verantwoordelijk.

**Dimensies en Typologieën van Transparantie**

Onderzoek naar journalistieke transparantie heeft verschillende benaderingen geïdentificeerd om transparantie te conceptualiseren en toe te passen. Peifer en Meisinger (2021) onderscheiden twee dimensies: **openheid** en **controleerbaarheid**. Openheid verwijst naar het toegankelijk maken van informatie over hoe nieuws wordt verzameld, gepresenteerd en verspreid, terwijl controleerbaarheid het publiek in staat stelt om deze informatie en de onderliggende bronnen zelfstandig te verifiëren. Dit onderscheid benadrukt hoe transparantie niet alleen kan bijdragen aan vertrouwen, maar ook aan geloofwaardigheid, met bronvermelding als een cruciaal instrument.

Daarnaast introduceert Koliska (2022) een gerelateerd onderscheid tussen **productietransparantie** en **producententransparantie**. Productietransparantie richt zich op het proces van nieuwsproductie, zoals het blootleggen van bronnen en methodologieën. Deze vorm heeft historische wortels, zoals de correcties en mission statements van kranten uit de zeventiende eeuw. Producententransparantie daarentegen richt zich op de identiteit en intenties van de nieuwsproducenten zelf, wat inzicht biedt in de achterliggende drijfveren van journalistiek werk. Samen versterken deze twee vormen het vertrouwen in zowel de boodschap als de bron.

Karlsson (2010) biedt nog een aanvullende typologie van transparantie, namelijk **openheidstransparantie** en **participatieve transparantie**. Openheidstransparantie overlapte met de dimensies van Peifer en Meisinger, aangezien het inzicht geeft in de productiemethoden van nieuws. Participatieve transparantie gaat echter een stap verder door het publiek actief te betrekken bij het journalistieke proces. Dit kan variëren van het opnemen van door gebruikers gegenereerde content tot directe interactie met lezers. Hoewel deze participatie waardevolle mogelijkheden biedt voor interactie en verantwoording, tonen studies aan dat het publiek hier sceptischer tegenover staat (Peifer & Meisinger, 2021).

**Transparantienormen in de Praktijk**

Peifer en Meisinger (2021) verbinden deze concepten door twee transparantienormen te identificeren: **disclosure-transparantie** en **participatieve transparantie**. Disclosure-transparantie richt zich op het expliciet communiceren van waarheidsvertellende strategieën, zoals het openlijk vermelden van bronnen en het betrekken van alle relevante partijen bij verslaggeving. Participatieve transparantie gaat daarentegen over het actief betrekken van lezers bij het nieuwsproces, bijvoorbeeld door gebruikersbijdragen op te nemen. Uit hun analyse bleek dat disclosure-transparantie als betrouwbaarder wordt beschouwd dan participatieve transparantie, die vaak met meer scepsis wordt benaderd.

Deze verschillende dimensies en typologieën laten zien dat transparantie een veelzijdig concept is dat verschillende aspecten van het journalistieke proces raakt. Door openheid en controleerbaarheid te combineren met een balans tussen productie- en producententransparantie, kan bronvermelding worden ingezet als een effectieve manier om het publiek te betrekken en vertrouwen te herstellen.

**Naar een Breder Begrip van Transparantie in Bronvermelding**

Op basis van deze theoretische kaders kan het belang van transparantie in bronvermelding worden benadrukt. Transparantie in bronvermelding biedt een concrete manier om openheid en controleerbaarheid te operationaliseren. Door het expliciet benoemen van bronnen en het toelichten van de gebruikte methodologieën kunnen nieuwsorganisaties een basis leggen voor vertrouwen. Tegelijkertijd moet worden overwogen hoe participatieve elementen kunnen worden geïntegreerd zonder afbreuk te doen aan de geloofwaardigheid. Het ontwikkelen van een meer verfijnd raamwerk voor transparantie, dat productie-, producenten-, openheid- en participatieve dimensies omvat, biedt kansen om zowel vertrouwen als betrokkenheid te vergroten in de moderne journalistiek.

Als transparantie opkomt als normatieve concurrentie voor objectiviteit, zouden we verwachten dat junior en senior leden van het journalistieke veld er enigszins verschillende normatieve loyaliteiten op na zouden houden.

if transparency is emerging as normative competition to objectivity, we would expect that junior and senior members of the journalistic field would hold somewhat different normative allegiances.

Four extracted factors were identified (Table 2); two dimensions that conceptually reflect the transparency norm and two dimensions that refer to the objectivity concept:

(1) Disclosure Transparency, referring to truth-telling strategies ‘‘I believe in telling everyone who comes across my work where my facts originated,’’ and ‘‘I believe it is essential to show anyone who comes across my work that I include all concerned parties in my news stories’’;

(2) Participatory Transparency as the second dimension, referring to ‘‘I believe it is important to allow readers to contribute to news content’’ and ‘‘I believe it is acceptable to include user-generated information in my work’’;

(3) Factualness as one dimension of objectivity, manifested in ‘‘I believe in writing stories around verifiable facts,’’ and ‘‘I believe that as long as I don’t willfully suppress relevant information I will write truthful stories’’;

(4) Neutrality as the second dimension of objectivity, referring to ‘‘I believe it is not acceptable for my reporting to cause readers to feel one way or another’’ and ‘‘I believe that the way I write stories should not nudge readers to take a particular side of a debate or issue.’’

The truth-telling strategy of factualness was perceived to be the most important procedural norm (mean =4.17, SD =0.63), followed by disclosure transparency (mean =3.82, SD =0.81) and neutrality (mean =3.65, SD =0.83). Participatory transparency, that is, including user-generated information and letting readers contribute to news content, was met with more skepticism (mean =2.99, SD =0.84) (Peifer & Meisinger, 2021).

Following the lead of Karlsson (2010), transparency can more specifically be understood in at least two fundamental respects: disclosure and participation. Largely pertaining to specific news stories, disclosure transparency refers to media practices centered on being open about the news production process, such as explaining why a story was selected or showing how it was reported on. Disclosure transparency involves “communicating standards to but not necessarily with the audience” (Karlsson, 2010, p. 537). Meanwhile, participatory transparency refers to “getting the audience involved in the news production process” (Karlsson, 2010, p. 538)— anything from allowing comments on stories to social media interaction to hosting audience polls. More recently, Karlsson (2020) proposed “ambient transparency” as an additional distinct dimension for conceptualizing transparency, describing it as “techniques or tools that are used/added by news producers in the vicinity of (news) content” (p. 14), but not necessarily directly asserted in the news content itself. This peripheral information could include, for example, hyperlinks, ancillary information about the personal opinions of a given journalist, or the labeling of a story as sponsored content. (Peifer & Meisinger, 2021)

Elliot (2008) and Christians (2004) argue that objectivity, central to mainstream journalism in the twentieth century, is being displaced in a new, twenty-firstcentury paradigm. In its stead, some observers (e.g., Karlsson, 2010; Kovach and Rosenstiel, 2007; Singer, 2005, 2007) see transparency as a new occupational norm and strategy for truth-telling. (Hellmueller, Vos, & Poepsel, 2013)

BELANG VAN BRONVERMELDING VOOR TRANSPARANTIE

Onderzoek toont aan dat mensen vaak vertrouwen op cognitieve heuristieken zoals nieuwsbronnen of het nieuwsmedium om de geloofwaardigheid van een nieuwsorganisatie te beoordelen (Koliska, Vertrouwen en journalistieke transparantie online, 2022). Transparantie door middel van bronvermelding is ook een stempel met de associatie van de kwaliteit van de benoemde bron.

Na onderzoek van Kolsika 2022 over de effectiviteit van verschillende soorten transparantie scoorde factoren zoals duidelijkheid van Auteur van het artikel door middle van foto’s enorm laag 34% slaagde in het identificeren zelfs wanneer permanent zichtbaar was. En de helft van de lezers geeft aan een EDITORIAL EXPLANATION maar te herinneren en maar 26% kon hiervan de aantal artikels van de auteur aangeven. En tijdens het hele onderzoek kon maar de helft herkennen dat er geen transparantie technieken op hun casus was toegepast. (Koliska, Trust and Journalistic Transparency Online, 2022) Transparantie is dus helemaal geen ultieme oplossing voor het verbeteren van vertrouwen in de journalistiek.

Maar een belangrijk lichtpuntje in dit onderzoek waar 90% van de participanten aangaven als erg of enorm belangrijk was de bronvermelding. (Koliska, Trust and Journalistic Transparency Online, 2022)

While study participants did not seem to fully notice the various transparency features and information, they did, however, express that transparency in journalism is a value they care about (Table 3). In fact, 90% of the 304 participants in the second experiment reported that a news article that is transparent about its methods, sources, possible mistakes, and biases is very or extremely important to them (M = 4.24; SD = .69, on 5-point Likert scale). (Koliska, Trust and Journalistic Transparency Online, 2022)

believe that the way I write stories should not nudge readers to take a particular side of a debate or issue.’’=(Hellmueller, Vos, & Poepsel, 2013)

**A screenshot of a document

Description automatically generated**

perceptions of the news media’s importance (PNMI) (Peifer & Meisinger, 2021)

the study provides evidence of transparency fostering increased message credibility and (indirectly) news engagement. Transparency’s indirect relationship with engagement intentions was shown to be strongest when average/ high in PNMI. Notably, transparency’s effect did not vary by source attribution and was demonstrated with only one of the two stories featured in the study—further highlighting limitations of transparency as a solution for declining news trust and engagement. (Peifer & Meisinger, 2021)

Ultimately, the study provides evidence that transparency efforts can influence perceptions of message credibility. Furthermore, it demonstrated that increases in credibility were associated with stronger engagement intentions with the news publisher attributed to the content. Moreover, credibility’s positive relationship with engagement was shown to be most pronounced when participants were predisposed to attribute high importance to the idealized roles of the news media. Importantly, however, transparency’s effect on message credibility was demonstrated with only one of the two news stories featured in the study—evincing limitations of transparency’s influence. (Peifer & Meisinger, 2021)

transparency practices should allow audiences to more clearly identify the sources, values, and assumptions that animate a given news story. Rather than leveraging credentials and reputation as a basis for credibility (e.g., believability that hinges on a claim of objectivity/neutrality), transparency-motivated credibility relies more upon practices that foreground “a web of evidence, ideas, and argument” (Weinberger, 2009, p. 10) that audiences can ostensibly evaluate for themselves, thereby reducing uncertainty about a news topic/story and bolstering the content’s believability

DE CREDIBILITY VAN DE BRON

involving audience evaluations of a given communicator’s ability/expertise to know the truth and motivation/intention to tell the truth. Source credibility can reside at an individual level (e.g., a particular journalist), an organizational level (e.g., a specific news outlet), or even an institutional level (e.g., the news media industry). In contrast, message credibility relates to “an individual’s judgment of the veracity of the content of communication” (Appelman & Sundar, 2016, p. 63). Finally, media credibility focuses on believability relative to different media formats—namely in terms of mediums such as newspaper, radio, television, and the internet (e.g., Roper, 1985).

For instance, preconceptions about a news source likely contribute to how one perceives the accuracy and potential bias of news content from that source (Baum & Gussin, 2007). But in light of how source cues often have limited salience with many news consumers (Dias et al., 2020), message credibility warrants concerted attention—as it receives in this study

Effecten van Bronvermelding:

on the whole citizens are more likely to expend time, energy, and resources relative to news content they find credible. If a person does not find a news media outlet’s work to be credible, that person would seem less than likely to extend trust in terms of actively seeking out, viewing, or sharing news from that outlet (Peifer & Meisinger, 2021)

**Utilizing AI to improve transparency and combat fake news, Preemptive bronvermelding.**

**In het spaanse nieuws**

Hence, this article aims to use Natural Language Processing (NLP) and Machine Learning (ML) techniques to make possible the automatic extraction of relevant information from newspaper articles to know what the sources of information are to verify their veracity. (Jurado, 2020)

but it implies the use of Entity Recognition (ER). In contrast to NER, where the name of entities (organization, person, location, etc.) is detected, the ER task aims to detect the entities in documents to improve the performance of some high-level NLP tasks like Question Answering, Auto Summarization, Machine Translation, and Information Retrieval (Jurado, 2020)

Incorporating automated tools for source identification can significantly enhance journalistic transparency. By leveraging NLP and ML techniques, newsrooms can more effectively ensure the reliability of their content, fostering public trust and combating misinformation.

Natural Language Processing (NLP) and Machine Learning (ML) are technologies that help computers analyze and learn from human language. NLP focuses on understanding and processing text or speech, such as identifying names or sources in articles, while ML allows systems to improve their performance through data exposure. Together, these technologies enable tools that can automatically extract and verify sources, enhancing transparency and combating misinformation in journalism.

# ****Conclusie****

# ****Discussie****

**A black and white text on a white background

Description automatically generatedA screenshot of a computer

Description automatically generated**

**Eerste indruk literatuur**

De hieronder uitgeschreven en aangegeven literatuur biedt een breed spectrum aan theoretische, empirische en methodologische benaderingen van journalistieke transparantie. Er is consensus dat transparantie als journalistieke norm belangrijk is, maar er bestaan uiteenlopende meningen over de effectiviteit ervan om het publiek vertrouwen te vergroten. De variatie in nationale contexten, de uitdagingen bij de implementatie, en de rol van digitale platforms vormen belangrijke aspecten voor verdere analyse in dit onderzoek.

Indeling Paper (met bronnen)

Theoretisch Kader

* (Karlsson, 2022):
  + Transparantie in de journalistiek: fundamentele concepten, historische context en vergelijking met andere domeinen.
  + Nuttig voor de theoretische basis en het plaatsen van transparantie in bredere contexten.
* (Vos & Craft, 2017):
  + Gebruik van Bourdieu’s veldtheorie voor het verklaren van de waarde van transparantie binnen de journalistiek.
  + Zorgt voor een robuust theoretisch fundament voor het begrijpen van de dynamiek rondom journalistieke transparantie.
* (Hellmueller, Vos, & Poepsel, 2013):
  + Overgang van objectiviteit naar transparantie als journalistieke norm, relevant voor digitale platforms.
  + Biedt context voor de verschuiving in journalistieke normen en de invloed van online publicaties.

Methodologie en Transparantie Modellen

* (Koliska, 2022):
  + Experimenteel onderzoek naar de effecten van transparantie op nieuwsartikelniveau.
  + Belangrijk voor het opzetten van experimenteel onderzoek naar bronvermelding en publiek vertrouwen.
* (Peifer & Meisinger, 2021):
  + Mechanismen van transparantie en hun effecten op nieuwsbetrokkenheid.
  + Levert methodologische inspiratie voor het testen van transparantie-elementen in jouw onderzoek.
* (Jurado, 2020):
  + Technologische benadering via NLP en ML om bronvermelding te automatiseren.
  + Relevant voor de technologische dimensie van transparantie-analyse in jouw onderzoek.

Empirisch Bewijs

* (Peifer & Partain, 2023):
  + Onderzoek naar burgerinitiatieven voor transparantie en hun impact op publiek vertrouwen.
  + Belangrijke inzichten over hoe transparantie-initiatieven het vertrouwen kunnen bevorderen.
* (Prochazka & Obermaier, 2022):
  + De invloed van transparantie op het versterken van mediatrust door uitleg van fouten.
  + Empirische ondersteuning voor de voordelen van transparantie op lange termijn.

Uitdagingen en Complexiteiten

* (Koliska, 2022):
  + Transparantie kan vertrouwen niet altijd verhogen; publiek heeft moeite met het herkennen ervan.
  + Belangrijke nuance over de relatie tussen transparantie en vertrouwen, die de complexiteit van jouw onderzoeksvraag benadrukt.
* (Revers, 2014):
  + Spanningen tussen professionele controle en transparantie-ethiek, vooral op platforms zoals Twitter.
  + Biedt een kritische kijk op de balans tussen transparantie en journalistieke controle.
* (Perdomo & Rodrigues-Rouleau, 2022):
  + Transparantie als machtsinstrument binnen journalistiek en metajournalistieke performance.
  + Verkenning van de mogelijke negatieve aspecten van transparantie als machtsmiddel binnen de journalistiek.

Internationale en Culturele Dimensies

* (Koliska & Chadha, 2018):
  + Vergelijking van transparantie als journalistieke norm in verschillende nationale contexten (VS vs. Duitsland).
  + Biedt inzichten in hoe culturele en nationale factoren transparantie beïnvloeden.

# Bibliografie

Hellmueller, L., Vos, T. P., & Poepsel, M. A. (2013). SHIFTING JOURNALISTIC CAPITAL?: Transparency and objectivity in the twenty-first century. Taylor & Francis Group, 287-307.

Jurado, F. (2020). Journalistic transparency using CRFs to identify the reporter of newspaper articles in Spanish. Applied soft computing, 106496.

Karlsson, M. (2022). Journalistic transparency in history and context. Transparency and Journalism, 19-42.

Karlsson, M. (2022). Transparency and journalism : a critical appraisal of a disruptive norm. London: Routledge.

Koliska, M. (2022). Trust and Journalistic Transparency Online.

Koliska, M., & Chadha, K. (2018). Transparency in German Newsrooms: Diffusion of a new journalistic norm? Journalism studies, 2400-2416.

Peifer, J. T., & Meisinger, J. (2021). The Value of Explaining the Process: How Journalistic Transparency and Perceptions of News Media Importance Can (Sometimes) Foster Message Credibility and Engagement Intentions. Journalism & mass communication quarterly, 828-853.

Peifer, J. T., & Partain, L. P. (2023). Citizen Forums: Examining a Journalistic Transparency Initiative's Capacity to Foster Understanding, Connection, and Trust. Journalism practice, 1-21.

Perdomo, G., & Rodrigues-Rouleau, P. (2022). Transparency as metajournalistic performance: The New York Times’ Caliphate podcast and new ways to claim journalistic authority. Journalism, 2311-2327.

Prochazka, F., & Obermaier, M. (2022). Trust through Transparency? How Journalistic Reactions to Media-Critical User Comments Affect Quality Perceptions and Behavior Intentions. Digital Journalism, 452-472.

Revers, M. (2014). The Twitterization of News Making: Transparency and Journalistic Professionalism. Journal of communication, 806-826.

Vos, T. P., & Craft, S. (2017). The Discursive Construction of Journalistic Transparency. Abingdon: Routledge.

**Nog te zoeken bronnen:**

Nieuwe manieren van bronverme lding

Huidige publieke vertrouwen in de journalistiek