



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Transparantie als hulpeloos medicijn voor de journalistiek: Een onderzoek naar de invloed van journalistieke transparantie op de geloofwaardigheid van nieuwsmedia

Vliet, Sander van

Citation

Vliet, S. van. (2021). *Transparantie als hulpeloos medicijn voor de journalistiek: Een onderzoek naar de invloed van journalistieke transparantie op de geloofwaardigheid van nieuwsmedia*.

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master thesis in the Leiden University Student Repository](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3215013>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Transparantie als hulpeloos medicijn voor de journalistiek

**Een onderzoek naar de invloed van journalistieke transparantie op de
geloofwaardigheid van nieuwsmedia**

Universiteit Leiden

Mediastudies: Journalistiek en Nieuwe Media

Sander van Vliet, S1637533

Begeleider: Dr. A.R.J. Pleijter

Tweede lezer: Dr. J.P. Burger

28-07-2021

Abstract

Vertrouwen in de journalistiek neemt af, mede door de opkomst van nieuwsconsumptie via sociale media. Transparantie wordt door velen gezien als de oplossing om het vertrouwen te herstellen. Dit onderzoek voert een experiment uit in Nederland om te onderzoeken of transparantie daadwerkelijk het vertrouwen kan herstellen tegen het dalende vertrouwen. Vertrouwen wordt, in dit geval, gemeten in geloofwaardigheid, het vertrouwen op microniveau. Het resultaat van een online experiment laat een klein positief, niet significant effect zien. De conclusie uit dit onderzoek luidt dan ook dat transparantie niet de oplossing is om het dalende vertrouwen in de journalistiek te herstellen.

Contents

1. Inleiding	4
2. Theoretisch Kader	7
2.1 Transparantie	7
2.2 Vertrouwen en geloofwaardigheid	9
2.3 Source credibility	10
2.4 Message credibility	11
2.5 Medium credibility	11
2.6 Verband transparantie en geloofwaardigheid	11
2.7 Hypotheses	15
3. Methode	18
3.1 Opzet van het onderzoek	18
3.2 Selectie van participanten	18
3.3 Indicatoren transparantie	21
3.4 Indicatoren geloofwaardigheid	22
3.5 Operationalisering van message credibility	22
3.6 Operationalisering van source credibility	23
3.7 Analysemethode	23
4. Resultaten	25
5. Conclusies en discussie	29
5.1 Conclusies	29
5.2 Discussie	30
Referenties	32
Bijlage	37
Bijlage 1: Vragenlijst	37
Bijlage 2: Artikel cultuur met transparante elementen	41
Bijlage 3: Artikel cultuur zonder transparante elementen	42
Bijlage 4: Artikel wetenschap met transparante elementen	43
Bijlage 5: Artikel wetenschap zonder transparante elementen	44
Bijlage 6: SPSS-resultaten gemiddelde geloofwaardigheid artikelen cultuur	45
Bijlage 7: SPSS-resultaten gemiddelde geloofwaardigheid artikelen wetenschap	45
Bijlage 8: SPSS-resultaten alle variabelen artikelen cultuur	46
Bijlage 9: SPSS-resultaten alle variabelen artikelen wetenschap	48

1. Inleiding

Nederlanders consumeren nieuws steeds meer via de sociale media (Newman et al., 2021).

Voor de journalistiek is dit een revolutionaire verandering, omdat hierdoor de traditionele rol van nieuwsmedia als ‘gatekeepers’ (poortwachters) van het nieuws verdwijnt. Dit kan problematische consequenties hebben doordat nieuws niet meer langs een kwaliteitscontrole gaat in de vorm van een gatekeepende nieuwsorganisatie. Nieuws verspreidt zich makkelijk via de sociale kanalen, ook onbetrouwbaar nieuws dat voorheen werd tegengehouden door gatekeepende journalisten (Haas & Wearden, 2003, p. 173). Het jaarlijkse onderzoek van Reuters geeft het niveau van vertrouwen aan in de journalistiek. Hoewel het vertrouwen in de journalistiek in Nederland hoog is vergeleken met de rest van de wereld, gebruiken Nederlanders sociale media steeds meer om nieuws te consumeren (Newman et al., 2021)

De gatekeeping-functie van de journalist is verschoven naar de nieuwsconsument (Haas & Wearden, 2003, p. 175). De gatekeepende journalist is een journalist die het nieuws controleert en bepaalt wat de nieuwsconsument te lezen krijgt (White, 1950). Deze gatekeepers worden geacht de informatie te verifiëren en zorgen hiermee dat artikelen geloofwaardig overkomen op het publiek. Dit zorgt ook voor een toename in het algemene vertrouwen in de journalistiek. Doordat er steeds meer content via sociale mediakanalen verspreid wordt, verplaatst de gatekeepingfunctie zich van de journalist naar de nieuwsconsument. De nieuwsconsument deelt bijvoorbeeld artikelen op zijn tijdlijn en komt andere artikelen op zijn tijdlijn tegen die andere mensen gedeeld hebben. De informatie die gedeeld wordt, komt vaak dichterbij de primaire bronnen en daar zit geen journalist tussen die als gatekeeper kan fungeren (Westerman et al., 2014, p. 173). Dit beïnvloedt natuurlijk de geloofwaardigheid van de berichten die online gedeeld worden.

De trend dat steeds meer mensen zelf een gatekeeper worden, waardoor de journalist als gatekeeper steeds meer verdwijnt, is precies de observatie die Van Oranje maakte bij Radio 1: "Iedereen is een station, iedereen heeft zijn eigen kanalen. Als je een beetje goed kunt monteren en je weet de wegen te vinden om een breder publiek te bereiken kan dat heel veel schade aanrichten"¹. De journalistiek zelf is ook onderdeel van het probleem. Volgens Joost van Oranje "heeft de journalistiek te lang gedacht dat het publiek goed weet wat journalistiek is en hoe het werkt. Hierdoor heeft de kracht van de sociale mediakanalen de journalistiek

¹ Geraadpleegd 19 februari 2021, van <https://www.nporadio1.nl/cultuur-media/28179-fake-news-deep-fakes-en-complottheorieen-hoe-breng-je-betrouwbaar-nieuws>

overspoeld." Om dit tegen te gaan stelt Van Oranje voor dat journalisten transparanter moeten zijn: " [...] we moeten blijven uitleggen *wat* we doen en vooral *hoe* we het doen, dat we het kunnen verantwoorden."

De trend naar meer transparantie is al langer zichtbaar in de journalistiek. Het mediaplatform De Correspondent schrijft op haar website: "We doen niet alsof we neutraal zijn, maar zijn transparant over ons wereldbeeld."² De journalisten van De Correspondent zijn bij het schrijven van hun verhalen open over hun normen en waarden en laten daarmee zien op welke manier zij de feiten interpreteren. Ook poogt De Correspondent transparant te zijn over het corrigeren van fouten en over hoe ze het geld besteden dat ze ontvangen van hun leden. Transparantie lijkt steeds belangrijker te worden in de journalistiek en sommige onderzoekers beargumenteren zelfs dat transparantie de vervanger is van objectiviteit (Chadha & Koliska, 2015, p. 215). De cruciale vraag daarbij is natuurlijk: Kan transparantie de geloofwaardigheid van de journalistiek inderdaad verhogen?

De vraag om transparantie is een bredere trend in de samenleving. Paul Frissen schrijft *In het Geheim van de Laatste Staat* dat in de huidige samenleving transparantie steeds populairder wordt om bijvoorbeeld het vertrouwen in de overheid te herstellen. Frissen omschrijft dat een volledig transparante wereld zeker niet positief is. Als een overheid succesvol wil functioneren in een liberale democratie dan is geheimhouding nodig (Frissen, 2016). Het lijkt dus niet vanzelfsprekend dat transparantie leidt tot meer geloofwaardigheid of vertrouwen.

Ook in de wetenschappelijke literatuur bestaat geen overeenstemming over het effect van transparantie op geloofwaardigheid in de journalistiek. Curry en Stroud (2019) hebben het effect onderzocht en vinden een klein positief verband. Andere onderzoeken vinden geen verband (Karlsson et al., 2014) of zelfs een negatief verband (Manninen, 2020; Tandoc & Thomas, 2017). Daarnaast is in Nederland nog geen soortgelijk onderzoek uitgevoerd naar het verband tussen transparantie en geloofwaardigheid. Gezien de verschillen in resultaten tussen de verschillende landen is het relevant om te onderzoeken of in Nederland een positief verband te vinden is tussen transparantie en geloofwaardigheid.

Om te onderzoeken of transparantie bijdraagt aan de geloofwaardigheid van nieuwsartikelen wordt de volgende onderzoeksvraag beantwoord:

² Geraadpleegd 19 februari 2021, van <https://decorrespondent.nl/manifest>

Wat is het effect van transparante kenmerken in nieuwsartikelen op de mate waarin het publiek die artikelen en de journalist beoordeelt als geloofwaardig?

In het tweede hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de wetenschappelijke literatuur over transparantie en vertrouwen. Hier zal duidelijk worden dat er in de literatuur geen duidelijkheid bestaat over de invloed van transparantie op vertrouwen in de journalistiek. Verschillende definities van transparantie die in de literatuur voor komen worden met elkaar vergeleken. Ook geloofwaardigheid wordt beschreven. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen *message credibility* en *source credibility*. Vervolgens zal aan de hand van deze definities een exploratief experiment uitgevoerd om te onderzoeken of er een effect bestaat tussen transparantie en geloofwaardigheid en zo ja, wat voor effect dat betreft.

2. Theoretisch Kader

Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen of journalistieke transparantie effect heeft op geloofwaardigheid. Daarom wordt in 2.1 besproken wat journalistieke transparantie inhoud en welke verschillende distincties er zijn. In 2.2 wordt duidelijk gemaakt wat geloofwaardigheid betekent en hoe dit zich verhoudt tot vertrouwen. Vervolgens wordt in 2.3 besproken wat eerder onderzoek naar de invloed van journalistieke transparantie op geloofwaardigheid heeft opgeleverd. Op basis daarvan worden in paragraaf 2.4 hypothesen opgesteld die onderzocht worden.

2.1 Transparantie

Groenhart (2015, p. 274) omschrijft transparantie als het verschaffen van extra informatie over het journalistieke product en proces aan de gebruiker. Hiermee wordt de gebruiker bewust van de journalistieke ingrepen en dat het journalistieke product een interpretatie van de werkelijkheid is. Dit betekent dat naast het openbaren van het journalistieke proces, de journalist ook open staat voor andere zaken zoals interactie met het publiek. Volgens Groenhart (2015, p. 274) legt de journalist als het ware verantwoording af door toelichting te geven over zijn werkwijze.

De definitie van Karlsson (2010) over transparantie sluit hierop aan. Karlsson (2010, p. 537) definieert transparantie als openheid en onderscheidt hierbij twee manieren om open te zijn. De eerste is om als journalist open te zijn over de manier waarop een verhaal tot stand komt. De tweede manier is om als journalist open te staan voor interactie met het publiek.

De algemene betekenis van transparantie is nu duidelijk, maar de literatuur onderscheidt diverse vormen van transparantie. Zo maken Heikkilä et al. (2012) een onderscheid in verschillende productiefases. Heikkilä et al. (2012) hebben een ‘digital media accountability model’ ontwikkeld. Per productiefase zijn er verschillende vormen van transparantie. De drie productiefases die in het model voorkomen van Heikkilä et al (2012, p. 55) zijn de fases voor productie (*actor transparency*), tijdens productie (*production transparency*) en na productie (*responsiveness*).

De eerste fase focust op *actor transparency* ofwel actortransparantie. Dit betekent dat er openheid wordt gegeven over de actor die een bepaald product maakt. Deze actor is de journalist of de nieuwsorganisatie waarvan een journalistiek product afkomstig is. Hierbij kun je denken aan welke ethische codes, normen, waarden en principes de actor naleeft.

De tweede fase is de *production transparency* of de productietransparantie, hierbij wordt het productieproces transparant weergegeven. De actoren leggen aan het publiek uit hoe een journalistiek product tot stand is gekomen.

De laatste fase is de *responsiveness* of de responsieve transparantie. Dit houdt in dat de desbetreffende nieuwsorganisatie open staat voor feedback van gebruikers en interactie met de gebruikers die blijft behouden na de publicatie. Bijvoorbeeld door vragen van het publiek te beantwoorden.

Het model van Heikkilä et al. is tamelijk algemeen omdat ze enkel de drie fases noemen. Porlezza en Di Salvo (2020) hebben het model verder uitgewerkt door bij elke fase concrete indicatoren te onderscheiden waarover nieuwsorganisaties transparant kunnen zijn. De actortransparantie hebben ze omgezet naar meetbare factoren zoals openheid over de financiering van het desbetreffende mediaplatform. Een andere indicator die bij de transparantie van de actor passen zijn de normen en waarden te vinden op de website van een nieuwsorganisatie.

Om te beoordelen of het productieproces transparant is, hebben Porlezza en Di Salvo (2020, p. 2294) drie elementen geformuleerd. Ten eerste een expliciete ethische code die een nieuwsorganisatie hanteert ten behoeve van de productie. Ten tweede een uitleg over de samenwerking met andere media. Het laatste element is hoe een nieuwsorganisatie te werk gaat in het verificatieproces. Deze elementen worden door Porlezza en Di Salvo achterhaald door te meten of een platform open staat voor reacties en feedback van het publiek tijdens de productie.

Volgens Porlezza en Di Salvo (2020, p. 2296) is het ook van belang om te kijken naar de socialemediakanalen en de bereikbaarheid van het platform daarop om de responsieve transparantie te meten. Een andere indicator om vast te stellen of een nieuwsorganisatie transparant is, in de *responsiveness* fase, is door na te gaan of het mogelijk is om een bericht achter te laten op de website van het medium.

Karlsson (2020, p. 1808) noemt ook drie vormen van transparantie. *Disclosure* en *participatory transparency* komen voort uit een eerder onderzoek (Karlsson, 2010). In het onderzoek uit 2020 wordt daar nog *ambient transparency* toegevoegd. *Participatory transparency* houdt in dat het publiek betrokken wordt bij het proces van nieuws maken. Dit kan door bijvoorbeeld het publiek te vragen om tips, filmpjes of foto's. Ook kan het

publiek betrokken worden in het proces door feedback te geven op artikelen wat de journalisten vervolgens kunnen verwerken. *Disclosure transparency* slaat op de openheid over het proces van nieuws maken. Dit kan bijvoorbeeld door als journalist te verklaren waarom bepaalde keuzes zijn gemaakt en welke aanpassingen er zijn gemaakt door de eindredactie en wanneer. *Ambient transparency* slaat op de openheid over de context van de geboden informatie. Dit kan door onder andere technieken en tools te gebruiken die het voor de nieuwsconsument mogelijk maken om een oordeel te vellen over de context waarin het nieuws gemaakt is. Tools zoals hyperlinks naar nieuwsartikelen over hetzelfde onderwerp, de denkbelden van de journalist of het aangeven wanneer een verhaal een reclame is of een nieuwsverhaal (Karlsson, 2020, p. 1808).

Kortom, transparantie is een breed begrip en het slaat in zijn algemeenheid op openheid in de journalistiek. Er bestaan verschillende vormen van transparantie. Dit onderzoek gaat uit van het model dat is ontwikkeld door Heikkilä et al., omdat dit goed te koppelen is aan transparante elementen, zoals ook Porlezza en Di Salvo in hun onderzoek aantonen. In het model van Heikkilä et al. wordt transparantie in de verschillende productiefases gemeten, de *actor transparency*, *production transparency* en de *responsiveness*.

2.2 Vertrouwen en geloofwaardigheid

In dit onderzoek wordt de relatie tussen transparantie en geloofwaardigheid onderzocht met als doel te onderzoeken of transparantie kan bijdragen aan een hogere geloofwaardigheid. Het concept transparantie is afgebakend in de vorige sectie, in deze sectie zal een overzicht worden gegeven van de literatuur over geloofwaardigheid om zo tot een beter begrip te komen van dit concept.

In de literatuur komt zowel het begrip geloofwaardigheid (*credibility*) als vertrouwen (*trust*) voor. Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen deze concepten omdat ze weleens met elkaar worden verward. Henke et al. (2020) omschrijven het verschil tussen geloofwaardigheid en vertrouwen. In hun visie refereert geloofwaardigheid aan het microniveau en gaat geloofwaardigheid over de waargenomen kwaliteit van nieuwsmedia of nieuwsitems door individuele nieuwsconsumenten. Oftewel, geloofwaardigheid is de inschatting die nieuwsconsumenten maken van hoe betrouwbaar een nieuwsitem of nieuwsbron is.

Vertrouwen is een breder concept, het omschrijft de relatie tussen twee actoren. In de journalistiek betekent dit dat de nieuwsconsument erop vertrouwt dat de nieuwsproducent de

meest relevante keuzes maakt en deze keuzes ook accepteert. Henke et al. (2020, p. 302) definiëren het vertrouwen van nieuws als volgt: "[...] trusting the news media means relying on journalistic practices like research, selection, and presentation of news. As news reporting is always a selective process, news users have to trust journalists and news organizations to select the most relevant information."³ Vertrouwen van de journalistiek slaat op het macroniveau, het omvat het vertrouwen in de journalistiek als maatschappelijke institutie.

Dit onderzoek is gericht op het individuele microniveau: de geloofwaardigheid in relatie tot transparantie. De algemene betekenis van geloofwaardigheid is nu duidelijk. In de literatuur bestaan verschillende vormen van het concept geloofwaardigheid. In de literatuur worden drie vormen genoemd van geloofwaardigheid: de geloofwaardigheid van de bron, de geloofwaardigheid van het bericht en de geloofwaardigheid van het medium (Golan, 2010; Johnson & Kaye, 2004; Metzger et al., 2010; Metzger & Flanagin, 2008; Westerman et al., 2014). Hieronder worden de drie vormen nader toegelicht

2.3 Source credibility

De geloofwaardigheid van de bron (*source credibility*) slaat op de geloofwaardigheid van de journalist of nieuwsorganisatie die een journalistiek product geproduceerd hebben. De geloofwaardigheid van de bron bestaat uit een aantal vormen. Westerman et al (2014, p. 72) noemen expertise, betrouwbaarheid en goodwill. Expertise verwijst naar in hoeverre de ontvanger gelooft dat de afzender de juiste feiten bezit. Betrouwbaarheid slaat op het vertrouwen van de ontvanger dat de afzender de juiste feiten vertelt. De goodwill slaat op het geloof van de ontvanger dat de afzender met de beste voornemens het artikel publiceert. Flanagin en Metzger (2008, p. 8) noemen ook deze vormen. Naast de drie dimensies noemen Flanagin en Metzger dat de geloofwaardigheid van de bron online ook nog door andere factoren beïnvloed kan worden. Dit zijn bijvoorbeeld de accuraatheid van de informatie op de website, de professionaliteit van de website en de sponsorgegevens. De aantrekkelijkheid van de website draagt ook bij aan de geloofwaardigheid van een artikel.

In dit onderzoek zal *source credibility* onderzocht worden als de geloofwaardigheid van de journalist. Dit is dezelfde definitie als door Karlsson (2014, p. 672) gehanteerd wordt. In dit

³ In dit onderzoek wordt niet dieper ingegaan op vertrouwen. Deze definitie van vertrouwen komt overeen met het theoretisch raamwerk van Kohring en Matthes (2007) die vier dimensies hebben ontwikkeld met betrekking tot vertrouwen.

onderzoek zal geloofwaardigheid van het bericht dus vooral refereren naar expertise, betrouwbaarheid en goodwill van de journalist.

2.4 Message credibility

Flanagin en Metzger (2008, p. 9) noemen ook de geloofwaardigheid van het bericht. De geloofwaardigheid van het bericht is de betrouwbaarheid die de nieuwsconsument toedicht aan het nieuwsbericht. Dit bestaat uit kenmerken die het bericht geloofwaardig maken. De structuur, inhoud, het taalgebruik en de manier waarop het bericht wordt overgebracht, zijn factoren die van invloed zijn op de geloofwaardigheid van het bericht. De navigatie op de website is ook een factor wat bijdraagt aan de geloofwaardigheid van een bericht. Ook de accuraatheid van citaten zijn belangrijk. Karlsson (2014, p. 670) gebruikt *message credibility*. In zijn onderzoek omschrijft hij de variabelen als feitelijk, tekstueel goed geschreven en eerlijk.

2.5 Medium credibility

Geloofwaardigheid van het medium slaat op de relatieve geloofwaardigheid van het mediakanaal waarvanuit een bepaald bericht is verstuurd (Metzger & Flanagin, 2008, p. 9). Sommige studies hebben gevonden dat traditionele massamedia (kranten, radio, televisie) als geloofwaardiger gezien worden dan internet. Anderen vinden geen verschil of het tegenovergestelde (Johnson & Kaye, 2004).

Geloofwaardigheid van het medium wordt in dit onderzoek niet getoetst aangezien het in dit onderzoek om online berichten gaat. Het heeft dan geen zin om de geloofwaardigheid van het medium te meten omdat deze waarde niet vergeleken kan worden met bijvoorbeeld de papieren krant.

2.6 Verband transparantie en geloofwaardigheid

Nu het duidelijk is wat wordt verstaan onder de concepten geloofwaardigheid en transparantie, is het van belang om een overzicht te geven van de literatuur over de relatie tussen deze twee begrippen. Hieruit zal blijken dat er binnen de literatuur geen overeenstemming is over deze relatie. Dit maakt dat het onderzoek dat in deze thesis uitgevoerd wordt relevant is om meer duidelijkheid te creëren over deze relatie.

Tandoc en Thomas (2017) onderzochten de effecten van objectiviteit en transparantie op de waargenomen nieuwsgeloofwaardigheid en nieuwswaarde. Ze hebben een experiment uitgevoerd waarbij ze gevonden hebben dat niet transparante artikelen geloofwaardiger zijn dan transparante artikelen. Deze studie operationaliseert transparantie als de openbaarheid van

de achtergrond of het belang van de auteur bij het verhaal. Voor het onderzoek naar de transparantie werden de deelnemers random toegewezen aan een transparant artikel of een niet-transparant artikel. Als er persoonlijke informatie van de journalist bij stond dan werd het artikel als transparant gedefinieerd. Uit het onderzoek blijkt dat mensen artikelen zonder persoonlijke informatie van de auteur geloofwaardiger vinden. Deze studie verklaart niet duidelijk de relatie tussen transparantie en geloofwaardigheid aangezien ze enkel één transparantie-element hebben toegevoegd.

Uit het onderzoek van Manninen (2020) komt een verklaring waarom een negatief verband kan bestaan tussen transparantie en geloofwaardigheid. Manninen heeft onderzoek naar geloofwaardigheid gedaan in Finland onder volwassenen tussen de 18 en 28.

Geloofwaardigheid is in dit onderzoek gedefinieerd als de verwachtingen van de nieuwsconsument over brongebruik. Als de geloofwaardigheid hoog is wordt er aan de verwachtingen voldaan. Om dit te onderzoeken zijn verschillende transparante manieren van brongebruik voorgelegd aan nieuwsgebruikers en zijn hierover zijn de nieuwsgebruikers bevraagd. Het onderzoek laat zien dat het online brongebruik van journalisten niet overeenkomt met wat het publiek ervan verwacht. Het publiek verwacht een uitgebreider onderzoek naar verificatie dan wat gebruikelijk is in onlinejournalistiek. Transparant zijn over de manier waarop een artikel tot stand komt, kan dus een negatief effect hebben op de geloofwaardigheid.

In tegenstelling tot het negatieve verband dat Tandoc en Thomas en Manninen vonden, vinden de meeste studies geen significant verband tussen geloofwaardigheid en transparantie. Wintterlin et al. (2020) onderzochten transparantie op twee manieren. Transparantie van de bron, hier aangeduid als de inhoudelijke bron die wordt gebruikt in een nieuwsverhaal, en transparantie over de verificatie van het nieuwsartikel. In het onderzoek hebben ze 26 semigestructureerde interviews met Duitse nieuwsgebruikers uitgevoerd. Hierbij kregen de participanten zowel online als offline journalistieke producten voorgelegd en werden ze hierover bevraagd. Uit de resultaten blijkt dat de respondenten nauwelijks de pogingen van journalisten opmerken om transparant te zijn in de journalistieke producten die ze te zien kregen. En als de transparantie al opgemerkt wordt lijkt het geen invloed te hebben op de geloofwaardigheid van de journalist. De respondenten verklaren dat deze transparante elementen in het dagelijks leven waarschijnlijk niet opgemerkt worden. Dezelfde verklaring geldt voor de transparantie over de bron, de nieuwsconsument verwacht dat de informatie die een journalist gebruikt betrouwbaar is, ongeacht of de journalist daar open over is of niet.

Transparantie zal dus de mate van geloofwaardigheid niet veranderen (Wintterlin et al., 2020, p. 230).

Karlsson et al. (2014) hebben meerdere onderzoeken gedaan naar transparantie. Een studie uit 2014 heeft 1320 respondenten bevraagd om te meten welke invloed transparantie heeft op de geloofwaardigheid van een bericht of bron. De transparantie bestond in dit onderzoek uit interne hyperlinks, opmerkingen van de journalist en contextuele informatie. Hierbij kregen de participanten losse transparante elementen te zien waarover ze vragen moesten beantwoorden. Afzonderlijke transparantie-elementen zijn voorgelegd aan verschillende groepen participanten. Deze studie concludeert dat transparantie geen invloed heeft op de geloofwaardigheid in de ogen van het publiek. Dit betekent volgens Karlsson et al. (2014, p. 675) dat transparantie niet de manier is om de geloofwaardigheid in de journalistiek te verhogen.

Een andere studie van Karlsson en Clerwall (2018) concludeert hetzelfde als de eerdere studie: transparantie heeft geen invloed op de geloofwaardigheid. In dit onderzoek hebben Karlsson en Clerwall data gebruikt van een experiment, survey en focusgroepen. Transparantie in dit onderzoek is gedefinieerd als *disclosure* en *participatory transparency*. *Disclosure transparency* houdt in dat de journalist open is over het proces van het nieuwsmaken. *Participatory transparency* houdt in dat het publiek betrokken wordt bij het maken van nieuws. De data van het experiment is overgenomen uit het onderzoek uit 2014 en daarom is er in dit onderzoek vooral gefocust op data vanuit de survey en de focusgroepen. De respondenten zijn bevraagd naar verschillende transparante elementen zoals hyperlinks, correcties, meningen van de journalist, reacties en de bijdrage van de lezer zelf. De conclusie uit dit onderzoek is dat transparantie geen invloed heeft op geloofwaardigheid. Daarnaast is er vanuit de nieuwsconsumenten ook niet de vraag naar meer transparantie. Karlsson en Clerwall (2018, p. 1930) stellen dat zelfs, als transparantie invloed wil hebben, de nieuwsconsument geleerd moet worden om transparantie te herkennen en te waarderen.

Een derde onderzoek van Karlsson (2020) is een surveyonderzoek naar transparantie. De participanten aan dit onderzoek worden gevraagd naar verschillende transparantie technieken, deze zijn verdeeld onder *disclosure transparency*, *ambient transparency* en *participatory transparency*. De resultaten laten zien dat transparantie een verschillend publiek aanspreekt. Participanten die al een hoog vertrouwen hebben in de journalistiek staan positief tegenover transparantie in de journalistiek. De participanten die het minst vertrouwen hebben

in de journalistiek zijn ook het minst positief over transparantie in de journalistiek. Hieruit concludeert Karlsson (2020, p. 1807) dat transparantie niet het redmiddel is voor de geloofwaardigheid in de journalistiek.

Het onderzoek, uitgevoerd door Curry en Stroud (2019), laat in tegenstelling tot de andere studies wel zien dat een positief verband tussen transparantie en geloofwaardigheid kan bestaan. Ze hebben een experiment uitgevoerd waarbij transparantie wordt gedefinieerd als openheid van de auteur en openheid over motivaties van de auteur. Dit hebben ze geoperationaliseerd door transparante elementen toe te voegen aan de artikelen. Dit zijn *additional reporter information, story label, footnotes, 'behind the story' section* en *trust project information* (Curry & Stroud, 2019, p. 9). Dit was een online experiment waarbij ze de participanten verdeelden in 3 x 2 groepen. De drie groepen kregen alle drie een artikel met een ander onderwerp voorgelegd, waarbij er twee versies van deze drie artikelen bestonden: een zonder en een met transparante elementen. De respondenten werden na het lezen van de artikelen gevraagd naar de geloofwaardigheid. Uit een statistische analyse bleek dat artikelen met de transparante elementen geloofwaardiger werden geacht dan artikelen zonder deze elementen, hoewel dit effect klein was.

De studies van Curry en Stroud en Karlsson lijken op elkaar. Toch lijkt het verschil in resultaat te verklaren op verschillen in het onderzoek. Curry en Stroud hebben onderzoek gedaan onder nieuwsgebruikers in Amerika, waar het journalistieke vertrouwen lager is dan in Zweden: het land waar Karlsson zijn onderzoek heeft uitgevoerd. Dat maakt het interessant om te onderzoeken in hoeverre de resultaten in Nederland verschillen ten opzichte van Amerika. Zweden is namelijk een land dat vergelijkbaar aan Nederland voor wat betreft vertrouwen in de journalistiek. In Zweden is het algehele vertrouwen in het nieuws 50% en in Nederland is dat 56% (Newman et al., 2021). Een ander verschil tussen het onderzoek van Curry en Stroud en het onderzoek van Karlsson, is dat Karlsson geloofwaardigheid heeft getest met nieuwsberichten over één bepaald onderwerp. Curry en Stroud hebben drie verschillende onderwerpen onderzocht. Dat zorgt ervoor dat het resultaat niet wordt beïnvloed door het onderwerp van de artikelen. Een laatste verschil is dat het onderzoek van Curry en Stroud meerdere transparante elementen samen heeft gevoegd aan één artikel, waardoor de transparantie niet onopgemerkt is door de participanten. Karlsson voegde telkens één element toe aan een artikel en onderzocht het effect van het ene element. Dit zou ook het verschil in resultaat kunnen verklaren.

Al deze onderzoeken zijn niet uitgevoerd in Nederland en daarom is het interessant om naar het onderzoek van Van der Wurff en Schönbach (2014) te kijken. Zij hebben een survey studie uitgevoerd in Nederland om te onderzoeken wat de nieuwsconsument verwacht van de journalistiek met betrekking tot journalistieke transparantie. Hierbij hebben ze aangetoond dat de onderzoekspopulatie verwacht dat de journalistiek transparant is over de gebruikte bronnen, over de journalistieke principes en over de gemaakte fouten. De nieuwsconsumenten zitten echter niet te wachten op *participatory transparency*.

Kortom, uit de literatuur blijkt dat er geen overeenstemming bestaat over de relatie tussen transparantie en geloofwaardigheid. Uit sommige studies blijkt een negatieve relatie, andere studies wijzen op geen relatie en één studie wijst op een klein positief verband. Deze studies zijn op verschillende manieren en op verschillende plekken uitgevoerd, in zowel landen waar het vertrouwen in het nieuws relatief laag is als landen waar dit relatief hoog is. Het is om deze reden interessant om te onderzoeken wat het effect van transparantie is op geloofwaardigheid in Nederland en om op deze manier meer duidelijkheid te krijgen over deze relatie.

2.7 Hypotheses

Om de relatie van transparantie op geloofwaardigheid te onderzoeken moeten toetsbare hypothesen geformuleerd worden. Deze hypothesen worden op basis van de bestaande literatuur opgesteld. In de literatuur komen verschillende verklaringen naar voren die de relatie tussen transparantie en geloofwaardigheid proberen te verklaren. Uit het onderzoek van Manninen (2020) komt de verklaring voor het negatieve verband tussen transparantie en geloofwaardigheid omdat de nieuwsconsument verwacht dat er meer werk achter een artikel zit. Als de auteur vervolgens transparant is over de bronnen en de werkwijze, komt de nieuwsgebruiker erachter dat de auteur minder bronnen geraadpleegd heeft dan dat hij had verwacht. Zo kan de openheid dus zorgen voor minder geloofwaardigheid.

Een andere verklaring door Curry en Stroud (2019) gegeven is dat juist als een journalist open is over het journalistieke proces, dit ervoor zorgt dat de nieuwsartikelen en de journalist geloofwaardiger is. Uit het uitgevoerde onderzoek van Curry en Stroud blijkt dat er een klein positief verband bestaat tussen transparantie en geloofwaardigheid. Als de nieuwsconsument weet hoe nieuws gemaakt wordt, doordat er bijvoorbeeld wederhoor is gepleegd, waarom de journalist het artikel schrijft en met welke insteek de journalist het artikel schrijft, dan zorgt

dat voor vertrouwen bij de consument. Het artikel wordt geloofwaardiger omdat de consument weet wat hij leest en waarom het op deze manier opgeschreven is.

Deze tegengestelde verklaringen leiden tot de hypothesen die in dit onderzoek aangehouden gaat worden:

H1: blootstelling aan artikelen die transparante elementen bevatten hebben een positieve invloed op de geloofwaardigheid van een nieuwsartikel vergeleken met artikelen zonder deze transparante elementen.

Met de geloofwaardigheid van het nieuwsartikel wordt de *message credibility* bedoeld zoals omschreven in het theoretisch kader. Er wordt verwacht dat artikelen met transparante elementen een positief effect hebben op de *message credibility* aangezien mensen het artikel geloofwaardiger zullen vinden als ze weten hoe het tot stand is gekomen. In de literatuur is deze verklaring ook gebruikt om een positief verband tussen deze twee concepten aan te duiden (Curry & Stroud, 2019).

De verwachting is dat transparantie niet alleen tot effect leidt op de geloofwaardigheid van een nieuwsartikel, maar ook op de geloofwaardigheid van de journalist, de maker van het nieuwsartikel. De tweede hypothese toetst deze stelling.

H2: blootstelling aan artikelen die transparante elementen bevatten hebben een positieve invloed op de geloofwaardigheid van de bron vergeleken met artikelen zonder deze transparante elementen.

Met de geloofwaardigheid van de bron wordt *source credibility* bedoeld. Een positief verband wordt om nagenoeg dezelfde reden verwacht als bij H1: wanneer mensen weten wat de opvatting is van de journalist en met welke motivatie de journalist het artikel schrijft dan zullen de mensen het artikel geloofwaardiger vinden dan wanneer ze niets van de journalist weten. De hypothesen toetsen de twee vormen van geloofwaardigheid los van elkaar om dit concept zo precies mogelijk in kaart te brengen.

Deze hypothesen zijn daarnaast het meest overtuigend aangezien het onderzoek, dat uitgevoerd zal worden, het meest lijkt op het aangehaalde onderzoek van Curry en Stroud (2019). Zij hebben immers een positief verband gevonden tussen transparantie en geloofwaardigheid. Interessant zal het zijn om te zien of eenzelfde verband gemeten wordt in

Nederland, waar het vertrouwen in de journalistiek hoger is dan in het door Curry en Stroud onderzochte land, Amerika.

3. Methode

Het doel van dit onderzoek is om te analyseren of transparantie het vertrouwen in de journalistiek kan herstellen. Vertrouwen wordt gemeten als geloofwaardigheid. Om dit te onderzoeken is een experiment uitgevoerd. In dit hoofdstuk zal uitgelegd worden welk soort experiment is uitgevoerd en welke keuzes er zijn gemaakt. In 3.1 wordt de opzet van het onderzoek besproken. In 3.2 wordt besproken hoe de respondenten zijn geselecteerd. In 3.3 tot en met 3.6 wordt transparantie en geloofwaardigheid geoperationaliseerd. In het laatste deel, 3.7, wordt de analysemethode besproken.

3.1 Opzet van het onderzoek

Om te onderzoeken of er een verband zit tussen transparantie en geloofwaardigheid is gekozen voor een experiment. Hierbij zijn artikelen met transparante elementen voorgelegd aan participanten. Deze transparante elementen zijn de stimulus. De controlegroepen krijgen artikelen zonder deze elementen te lezen. Na het lezen van deze artikelen worden de respondenten gevraagd naar de geloofwaardigheid van het artikel gesplitst in *source credibility* en *message credibility*. De artikelen hebben dus transparante elementen of geen transparante elementen. Er worden meer transparante elementen aan de artikelen toegevoegd om te meten of er een effect zit tussen transparantie en geloofwaardigheid. Er is gekozen voor meerdere elementen omdat participanten in een eerder onderzoek de afzonderlijke elementen niet hebben opgemerkt (Wintterlin et al., 2020). Dit experiment is daarom ook exploratief van aard. Als een verband tussen transparantie en geloofwaardigheid wordt gevonden zal de aanbeveling hoogstwaarschijnlijk zijn om een vervolgonderzoek te houden om dan dieper de losstaande transparante elementen te onderzoeken.

Om de invloed van het onderwerp van het artikel uit te sluiten als verklarende factor wordt ervoor gekozen om deze artikelen te laten bestaan uit twee verschillende nieuwsonderwerpen: wetenschap en kunst. Deze onderwerpen zijn uitgekozen omdat de verwachting is dat mensen bij deze onderwerpen geen *bias* zullen hebben. Een onderwerp zoals politiek kan een *bias* veroorzaken doordat het artikel overeen kan komen met de politieke preferenties van de respondenten. Doordat er twee onderwerpen zijn komt het neer op 2 x 2 design.

3.2 Selectie van participanten

Er is gekozen om een homogene groep participanten te selecteren om het mogelijke effect zo duidelijk mogelijk te meten. De totale groep participanten bestaat uit 110 Nederlandse jongvolwassenen met een veelal academische achtergrond. Hier is bewust voor gekozen

omdat deze homogene doelgroep goed bereikbaar was via sociale media. Het aantal is gebaseerd op een studie waaruit blijkt hoeveel participanten nodig zijn om iets te kunnen zeggen over een effect tussen twee variabelen (Brysbart, 2019). Deze participanten zijn geselecteerd door middel van sociale media en door de sneeuwbal methode. De sneeuwbal methode houdt in dat aan de aan de participanten gevraagd is om het experiment door te sturen naar bekenden die in de doelgroep vallen en mee zouden willen doen aan het onderzoek. In tabel 1 en 2 staat een overzicht van de respondenten die hebben deelgenomen aan het experiment .

Tabel

Onderzoeksgroep artikel cultuur

Leeftijd	Aantal*	Geslacht	Aantal*	Opleidingsniveau	Aantal*	Dagelijkse bezigheid	Aantal*
17-20	6 (7)	Man	11 (20)	Middelbaar/ met diploma	10 (7)	Werk	4 (5)
21-30	20 (24)	Vrouw	15 (12)	Hoger beroepsonderwijs of technische hbo-opleiding	1 (5)	Studie (MBO/HBO /WO)	22 (26)
31-40	0 (1)			Universitaire bachelorsdiploma	11 (12)	Overig	0 (1)
				Universitaire masters diploma	4 (8)		
Totaal	26 (32)		26 (32)		26 (32)		26 (32)

**Tussen de haakjes zijn de waardes die horen bij de artikelen met transparante elementen*

Tabel 2*Onderzoeksgroep artikel wetenschap*

Leeftijd	Aantal*	Geslacht	Aantal*	Opleidingsniveau	Aantal*	Dagelijkse bezigheid	Aantal*
17-20	2 (5)	Man	16 (11)	Middelbaar/ geen diploma	1 (0)	School (Voortgezet onderwijs)	1 (0)
21-30	26 (17)	Vrouw	13 (11)	Middelbaar/ met diploma	3 (10)	Werk	7 (3)
31-40	1 (1)	Non- binair/ derde geslacht	0 (1)	Hoger beroepsonderwijs of technische hbo- opleiding	8 (2)	Studie (MBO/HBO /WO)	21 (19)
				Universitair bachelorsdiploma	15 (10)	Overig	0 (1)
				Universitaire masters diploma	4 (1)		
Totaal	29 (23)		29 (23)		29 (23)		29 (23)

**Tussen de haakjes zijn de waardes die horen bij de artikelen met transparante elementen*

De 110 respondenten zijn willekeurig verdeeld in vier groepen. Wat opvalt is dat de groep, die een artikel cultuur zonder transparantie-elementen heeft toegewezen, als enige groep meer vrouwen onder de deelnemers heeft dan mannen. De rest van de groepen lijken ongeveer overeen te komen qua verdeling.

Twee groepen zijn de controlegroep, wat inhoudt dat zij een bericht te lezen krijgen zonder transparante elementen. De onderzoeksgroepen krijgen berichten te zien over twee verschillende onderwerpen. De artikelen lijken gepubliceerd op internet. De artikelen staan op een fictieve nieuwswebsite om ervoor te zorgen dat eventuele negatieve of positieve

associaties met een bepaald nieuwsmerk ontweken worden. De naam van de auteur staat ook vermeldt bij het artikel in de controlegroep. De andere twee groepen krijgen dezelfde artikelen maar dan aangevuld met 6 transparante elementen die in de volgende sectie nader worden toegelicht.

3.3 Indicatoren transparantie

Zoals besproken in het theoretisch kader slaat transparantie op de openheid van een nieuwsorganisatie over zijn journalistieke processen. Hierbij kan een onderscheid gemaakt worden in de verschillende productiefases van een journalistiek product: voor het productieproces, tijdens het productieproces en na het productieproces (*actor transparency, production transparency en responsiveness*). Deze verschillende productiefases worden gekoppeld aan de verschillende zogenoemde transparante elementen. Deze zijn deels overgenomen uit het onderzoek van Curry en Stroud (2019, p. 9).

De transparante elementen vormen de stimulus die wordt toegevoegd aan twee van de vier groepen in het experiment. Een van deze transparante elementen is aanvullende informatie van de auteur. De lezer ziet een kader onder de naam van de auteur waar extra informatie over de auteur staat. Hier staat welke opleiding de auteur heeft genoten, zijn leeftijd, zijn interesses, zijn recent gepubliceerde verhalen, contactinformatie en waar de auteur vandaan komt. Hiermee wordt de *actor transparency* gemeten.

Een ander transparant element is een verhaallabel. Deze geeft aan wat voor soort verhaal het is: een analyse, opinie, nieuwsverhaal, reportage of een advertentie. Dit label vindt de participant als kader naast de tekst. Het element betreft wederom de *actor transparency*.

Nog een indicator van *actor transparency* is een uitleg over het fictieve nieuwsmedium waarop het artikel is gepubliceerd. Hier vindt de respondent uitleg over de normen en waarden van het medium en een overzicht van de financiën om zo de (on) afhankelijkheid te kunnen inzien.

Aan het artikel zijn ook voetnoten toegevoegd. Deze geven extra uitleg bij begrippen en linken door naar de bronnen van bepaalde uitspraken te verwijzen. Dit element is een indicator voor de *production transparency*. Het laat namelijk zien waar de informatie vandaan komt, en geeft een inkijk in de selectieprocedure tijdens het productieproces.

Ook is er een extra kort verhaal toegevoegd aan het nieuwsartikel. Hierin staat informatie waarom en hoe het verhaal geschreven is, wie de tekst heeft geredigeerd, waar het verhaal

geschreven is en welke bronnen geraadpleegd zijn voor het artikel. Ook eerdere versies van het verhaal zijn via hyperlinks terug te vinden in dit korte verhaal. Dit element is ook een indicator voor de *production transparency*.

De *responsiveness* is toegevoegd door middel van een element. Onder het artikel is een mogelijkheid om te reageren op het artikel en kun je de auteur vragen stellen.

De artikelen gebruikt in het experiment zijn terug te vinden in de Bijlagen 2 tot en met 5. Deze artikelen zijn overgenomen van NU.nl en in een andere vorm gegoten. Zo is er een fictief medium boven gezet en is een fictieve naam van de journalist toegevoegd. Ook zijn er bij twee artikelen de transparante elementen toegevoegd. Als fictief medium is de naam ‘HetLaatsteNieuws.nl’ gekozen. Dit is een naam die objectief is en laat zien dat het net als bij NU.nl het nieuws snel brengt. Voor de naam van de journalist is bij beide artikelen gekozen voor dezelfde naam, te weten ‘Milan Janssen’, een veelvoorkomende Nederlandse naam.

3.4 Indicatoren geloofwaardigheid

In het theoretisch kader is besproken dat dit onderzoek twee dimensies hanteert van het begrip geloofwaardigheid. De *message credibility* en *source credibility*, oftewel de geloofwaardigheid van het bericht en de geloofwaardigheid van de journalist. Deze vormen van geloofwaardigheid worden los van elkaar gemeten. In deze paragraaf wordt besproken welke indicatoren gebruikt worden per concept. Alle indicatoren worden bevraagd aan de hand van een Likertschaal van 1 tot en met 7, waarbij 1 aangeeft dat de waarde helemaal niet overeenkomt met de gedachte van de lezer en 7 dat het helemaal overeenkomt met de gedachte van de nieuwsconsument. Dit om ervoor te zorgen dat de verschillende vormen van geloofwaardigheid met elkaar te vergelijken zijn. Voor de begrippen van zowel *message credibility* als *source credibility* geldt dat de indicatoren vertaald zijn naar het Nederlands zodat de respondenten beter begrijpen wat gevraagd wordt. Alle vragen die gesteld zijn aan de respondenten zijn terug te vinden in Bijlage 1.

3.5 Operationalisering van *message credibility*

Message credibility omvat de perceptie van nieuwsconsumenten over de geloofwaardigheid van een nieuwsbericht. Appelman en Sundar (2016) hebben onderzoek gedaan naar indicatoren die *message credibility* meten. De uitkomst van het onderzoek is dat de beste indicatoren *accurate*, *authentic* en *believable* zijn. Deze drie begrippen komen voort uit een onderzoek naar meerdere formatieve indicatoren: *complete*, *concise*, *consistent*, *well-*

presented, objective, representative, no spin, expert, will have impact and professional (Appelman & Sundar, 2016, p. 71).

Karlsson (2014, p. 673) meet de *message credibility* door de volgende vragen aan de participanten te stellen, is het artikel: *based on facts; trustworthy; biased; informative; objective; fair; correct; separates facts from opinion; professional*. Deze begrippen zijn wat concreter dan de drie begrippen voortkomend uit het onderzoek van Appelman en Sundar (2016). In het experiment is gebruik gemaakt van een combinatie van begrippen uit deze twee onderzoeken om de *message credibility* te meten. *Separates facts from opinion* slaat meer op de geloofwaardigheid van de journalist, vandaar dat deze is weggelaten. De zeven bevroegde begrippen zijn: gebaseerd op feiten, betrouwbaar, vooringenomen, informatief, objectief, eerlijk, accuraat, geloofwaardig en professioneel.

3.6 Operationalisering van source credibility

Source credibility slaat op de geloofwaardigheid van de afzender zoals vastgesteld in het theoretisch kader. Afzender kan breed geïnterpreteerd worden, dat kan de journalist zijn of een bepaalde nieuwsorganisatie. Voor dit onderzoek refereert de definitie van *source credibility* aan de geloofwaardigheid van de journalist, dit sluit aan op de definitie van Karlsson (2014, p. 670) van *source credibility*.

Om *source credibility* te onderzoeken vraagt Karlsson (2014, p. 673) aan de respondenten verschillende begrippen die op een 7 puntenschaal beoordeeld worden door de respondent. De begrippen die Karlsson gebruikte waren: *professionalism, partisan, trustworthy, objective, separates facts from opinion, fair* en *overall trust* en deze zijn vertaald naar het Nederlands (professioneel, partijdig, geloofwaardig, objectief, scheidt feiten van meningen, eerlijk en betrouwbaar) en vervolgens gebruikt in dit onderzoek.

3.7 Analyseprocedure

Het online experiment is uitgevoerd met Qualtrics. Voor de analyse van de resultaten wordt gekozen voor in *between-group design*. De vier groepen zijn met elkaar vergeleken en er is onderzocht of er een significant verschil zit tussen de indicatoren van geloofwaardigheid tussen de verschillende groepen. Dit is gedaan door een *independent t-test*. Hiervoor is gekozen omdat onderzocht wordt of twee steekproefgemiddelden significant van elkaar verschillen (Field, 2018, p. 364). Het doel is namelijk om te onderzoeken of de antwoorden van respondenten die het culturele artikel met transparante elementen hebben gelezen significant verschilt van de respondenten die het culturele artikel zonder transparante

elementen hebben gelezen. Eenzelfde vergelijking gaat op voor het artikel over de wetenschap.

Er zijn twee analyses uitgevoerd. In de eerste analyse zijn alle losse stellingen samengevoegd tot twee variabelen: de geloofwaardigheid van het bericht en de geloofwaardigheid van de journalist. De tweede analyse die is uitgevoerd vergelijkt de losse stellingen met elkaar. De meest opvallende resultaten worden opgenomen in de resultaten.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de onafhankelijke t-toets besproken worden. Tabel 3 laat de verschillen zien tussen de twee variabelen (geloofwaardigheid van het bericht en de geloofwaardigheid van de journalist) op basis van of het cultuur artikel transparante elementen bevat of niet. Tabel 4 laat hetzelfde zien maar dan met de artikelen met wetenschap als onderwerp.

Tabel 3

Geloofwaardigheid op basis van transparantie artikelen cultuur

	Geloofwaardigheid van het bericht			Geloofwaardigheid van de journalist		
	M	SD	T	M	SD	T
Transparantie						
Transparante elementen	5,01	1,23	1,17 (56)	4,92	1,28	0,46 (56)
Zonder transparante elementen	4,61	1,37	1,15 (51)	4,75	1,41	0,47 (51)

***:p <0,01; **:p <0,05; *: p <0,10

Tabel 4

Geloofwaardigheid op basis van transparantie artikelen wetenschap

	Geloofwaardigheid van het bericht			Geloofwaardigheid van de journalist		
	M	SD	T	M	SD	T
Transparantie						
Transparante elementen	4,83	1,44	0,792 (50)	4,66	1,68	0,110 (50)
Zonder transparante elementen	4,51	1,51	0,795 (48)	4,62	1,52	0,108 (45)

***:p <0,01; **:p <0,05; *: p <0,10

M is het gemiddelde van alle gegeven antwoorden door de respondenten. Wat opvalt is dat bij beide onderwerpen het gemiddelde van de antwoorden bij artikelen met transparante elementen hoger ligt dan bij artikelen zonder transparante elementen. Het middelste getal van de 7-punts Likertschaal is 4. De respondenten hebben dus over het algemeen een hogere geloofwaardigheid in zowel de journalist als in het bericht dan het middelste getal op de schaal. De geloofwaardigheid voor de journalist en voor het bericht zijn nog hoger bij artikelen met transparante elementen.

Gemiddeld hebben de participanten die een cultuur artikel met transparante elementen voorgelegd kregen ($M = 4,83$; $SD = 1,44$) een hogere geloofwaardigheid aan het bericht toegekend dan de participanten uit de controlegroep ($M = 4,51$; $SD = 1,51$). Dit verschil is alleen niet statistisch significant $t(50) = 1,17$, $p(0,248) > 0,05$. De twee steekproefgemiddelden vallen binnen de standaardfout.

Gemiddeld hebben de respondenten die een artikel met wetenschap als onderwerp met transparante elementen voorgelegd kregen ($M = 5,01$; $SD = 1,23$) een hogere geloofwaardigheid van het bericht dan respondenten uit de controlegroep ($M = 4,61$; $SD = 1,37$). Dit verschil is alleen niet statistisch significant $t(56) = 0,792$, $p(0,636) > 0,05$. De twee steekproefgemiddelden vallen binnen de standaardfout.

Dat houdt in dat het toeval is dat de steekproeven tussen transparante elementen en niet transparante elementen in dit onderzoek verschillen. Het gemeten effect is namelijk niet significant. Dat geldt voor zowel artikelen met als onderwerp wetenschap als voor de artikelen met het onderwerp cultuur.

Naast de analyse waarbij het gemiddelde van de verschillende stellingen is genomen, is er ook een analyse uitgevoerd waarbij de stellingen individueel worden getoetst. Dit is gedaan om te onderzoeken of bij een van deze stellingen wel een significant verschil gevonden wordt.

Tabel 5*Geloofwaardigheid op basis van transparantie artikelen cultuur*

		Geloofwaardigheid van het bericht		
		M	SD	T
Het artikel is betrouwbaar	Transparante elementen	5,22	1,52	1,94 (56)*
	Zonder transparante elementen	4,46	1,42	1,96 (54)*
Het artikel is vooringenomen	Transparante elementen	3,41	1,64	-1,83 (56)*
	Zonder transparante elementen	4,27	1,95	-1,78 (49)*

***: $p < 0,01$; **: $p < 0,05$; *: $p < 0,10$

Per stelling is een analyse uitgevoerd en zijn twee significante verschillen gevonden bij de stelling of het artikel betrouwbaar is en of het artikel vooringenomen is. Gemiddeld hebben de participanten die een cultuur artikel met transparante elementen voorgelegd kregen ($M = 5,22$; $SD = 1,52$) een hogere betrouwbaarheid van het artikel dan participanten uit de controlegroep ($M = 4,46$; $SD = 1,42$). Dit verschil is statistisch significant $t(56) = 1,94$, $p(0,06) < 0,10$.

Mensen die een cultuur artikel met transparante elementen voorgelegd kregen vinden het artikel dus betrouwbaarder dan mensen die hetzelfde artikel voorgelegd kregen zonder transparante elementen.

Dezelfde conclusie kan getrokken worden voor de stelling: is het artikel vooringenomen. Respondenten die het artikel met transparante elementen voorgelegd kregen ($M = 3,41$; $SD = 1,64$) vinden het artikel minder vooringenomen dan respondenten die het artikel zonder transparante elementen kregen voorgelegd ($M = 4,27$; $SD = 1,95$). Dit verschil is statistisch significant $t(56) = -1,83$, $p(0,07) < 0,10$.

Beide verschillen zijn echter alleen statistisch significant bij het onderwerp cultuur. Bij de overige stellingen waren de verschillen niet statistisch significant. Dit gold zowel voor de

cultuur artikelen als de wetenschap artikelen. Zie Bijlagen 6 tot en met 10 voor de uitgebreide toets resultaten.

5. Conclusies en discussie

In dit onderzoek is het effect van transparantie op de geloofwaardigheid in de journalistiek onderzocht met als doel een positief verband te vinden tussen transparantie en geloofwaardigheid, en om een antwoord te kunnen geven op de vraag of transparantie het medicijn is om het dalende vertrouwen in de journalistiek te herstellen. In dit laatste hoofdstuk worden de conclusies (paragraaf 5.1) de discussie (paragraaf 5.2) van dit onderzoek besproken. Ook zullen hier de maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie aan bod komen.

5.1 Conclusies

Transparantie is tegenwoordig een interessant begrip wat vaak wordt aangedragen als oplossing voor vertrouwensproblemen. In de journalistiek speelt een vertrouwensprobleem door het verdwijnen van de *gatekeepende* journalist. Dat is een journalist die het kaf van de koren scheidt en ervoor zorgt dat het publiek alleen betrouwbare artikelen te lezen krijgt. Met de opkomst van de sociale media verdwijnt die *gatekeepende* journalist: iedereen kan tegenwoordig iets plaatsen en *likes*, *shares* en algoritmes bepalen welke artikelen gelezen worden. Dit zorgt ervoor dat de kwaliteit van de journalistiek afneemt en daardoor ook het vertrouwen in de journalistiek daalt. In de journalistiek zie je steeds meer media die transparantie beogen om dit vertrouwen te herstellen.

Dit onderzoek is uitgevoerd als een exploratief onderzoek, aangezien in de bestaande literatuur geen eenduidig verband werd gezien tussen vertrouwen en transparantie. Gekozen is om meerdere transparante elementen toe te voegen om zeker te weten dat ze opvallen. Mocht een positief effect uit het experiment komen, valt niet met zekerheid te zeggen welke elementen hiervoor gezorgd hebben en zou extra verdiepend onderzoek nodig zijn. De hypothesen die getoetst werden in dit onderzoek staan vermeld in hoofdstuk 2. Deze hypothesen staan hieronder nogmaals vermeld.

H1: blootstelling aan artikelen die transparante elementen bevatten hebben een positieve invloed op de geloofwaardigheid van een nieuwsartikel vergeleken met artikelen zonder deze transparante elementen.

H2: blootstelling aan artikelen die transparante elementen bevatten hebben een positieve invloed op de geloofwaardigheid van de bron vergeleken met artikelen zonder deze transparante elementen.

Om deze hypothesen te onderzoeken is een experiment uitgevoerd. Elke respondent kreeg één artikel met of zonder transparantie-elementen te zien en moest na het lezen daarvan een aantal vragen beantwoorden. De transparantie-elementen zijn de stimulus. De groepen mensen die de artikelen zonder transparantie-elementen voorgelegd kregen was de controlegroep. Er zijn in totaal vier artikelen gebruikt met twee verschillende onderwerpen, wetenschap en cultuur. Per onderwerp bevat een artikel transparante elementen en een artikel bevat geen transparante elementen. Het onderzoeksdesign komt dus neer op een 2 x 2 design.

Uit de resultaten blijkt dat dit onderzoek geen significant effect vindt tussen transparantie en geloofwaardigheid. De groep die artikelen voorgelegd kregen met transparante elementen, schatten de algehele geloofwaardigheid van het bericht en van de journalist over het algemeen iets hoger in dan de groep die artikelen zonder transparante elementen voorgelegd kregen. Dit effect is echter niet statistisch significant. Dit betekent dat de verschillen tussen de groepen berusten op toeval. Mocht het experiment herhaald worden dan kunnen de resultaten zomaar omgekeerd zijn.

Dit resultaat vertelt ons dat transparantie in Nederland onder de gekozen doelgroep, hoogopgeleide jongvolwassenen, niet leidt tot een hoger vertrouwen in de journalistiek. De opgestelde hypothesen kunnen beiden verworpen worden.

Kortom, uit de resultaten blijkt dat er geen significant effect is tussen artikelen met transparante elementen en geloofwaardigheid van zowel het nieuwsartikel als de van de journalist.

5.2 Discussie

Het ontbreken van een positief effect tussen transparantie en geloofwaardigheid kan vanuit de literatuur verklaard worden. Ten eerste, een verklaring kan zijn dat de geloofwaardigheid in de journalistiek in Nederland op een te hoog niveau zit om nog verschil te meten bij het gebruik van transparante elementen. Dit is in lijn met het onderzoek van Karlsson (2014). Hij stelt in zijn onderzoek dat transparantie geen effect op geloofwaardigheid gezien zijn respondenten. Hij voerde onderzoek uit in Zweden waar het vertrouwen in de journalistiek hoog is (Newman et al., 2021). In dit onderzoek is geloofwaardigheid gemeten boven het middelste getal met een waarde iets onder de 5 op een schaal van 1 tot en met 7. Dit sluit niet aan bij de hypothese uit het onderzoek van Karlsson dat het vertrouwen al te hoog is voor transparantie om een verschil te maken.

Een andere verklaring voor het ontbreken van een effect dat in de literatuur naar voren kwam, is dat de nieuwsconsument geleerd moet worden om transparantie te herkennen en te waarderen. Wintterlin et al. (2020) concluderen in hun onderzoek dat respondenten transparantie niet herkennen en zelfs als zij het herkennen vergroot dit de geloofwaardigheid niet. Karlsson en Clerwall (2018) komen in hun onderzoek tot dezelfde conclusie: er is vanuit de nieuwsconsument geen vraag naar transparantie.

Een derde verklaring kan zijn dat de gestelde hypothesen alsnog waar kunnen zijn, maar dat de groep respondenten te klein is om een significant verschil te vinden. Daarnaast kunnen de verschillende stellingen in het onderzoek te veel op elkaar kunnen lijken en daardoor zouden de indicatoren mogelijk niet meten wat ze moeten meten. Er is gekozen om bij de stellingen geen toelichting te plaatsen over wat ze betekenen. Respondenten moesten dus zelf bedenken welke verschillen er waren tussen de stellingen. Het is natuurlijk de vraag of de respondenten hun juiste oordeel invullen als ze het idee hebben dat meerdere keren hetzelfde wordt gevraagd. In dit onderzoek is geprobeerd dit effect te verkleinen door de stellingen samen te voegen in één variabele.

Dit onderzoek sluit dus niet volledig uit dat transparantie geen effect heeft op de geloofwaardigheid van een nieuwsbericht of op de geloofwaardigheid van de journalist. Uit grootschaliger onderzoek zal moeten blijken of het ontbreken van een positief verband tussen transparantie en geloofwaardigheid klopt. Dit onderzoek zal dan moeten worden uitgevoerd in een land waarin het vertrouwen in de journalistiek relatief hoog is, omdat het belangrijk is te onderzoeken of in landen, met een soortgelijk vertrouwen in de journalistiek als in Nederland, transparantie geen effect heeft op de geloofwaardigheid. Als uit grootschaliger onderzoek blijkt, net als in dit onderzoek, dat er geen positief effect tussen transparantie en geloofwaardigheid is, dan kun je stellen dat het vertrouwen in Nederland relatief te hoog is voor transparantie om een verschil te maken.

Dit onderzoek biedt ook een andere opening: een onderzoek naar groepen in de samenleving die mogelijk een lager vertrouwen hebben in de journalistiek. Kan transparantie het vertrouwen onder die groep verhogen? Karlsson (2020) heeft hier al een begin gemaakt en stelt dat groepen die minder vertrouwen hebben in de journalistiek negatiever tegenover transparantie staan.

Ondanks de kanttekeningen dat het onderzoek grootschaliger moet worden uitgevoerd om een harde conclusie te trekken, draagt dit onderzoek wel degelijk bij aan het begrip omtrent

transparantie. Voorzichtig kan worden geconcludeerd dat transparantie niet de manier is om vertrouwen terug te winnen in de journalistiek. Dit geldt overigens niet alleen in de journalistiek. Ook in andere delen van de samenleving vindt een worsteling plaats met de vraag of transparantie het vertrouwen kan herstellen. Paul Frissen schrijft in *Het Geheim van de Laatste Staat* (Frissen, 2016, p. 239): "In de transparante samenleving is alles duidelijk omdat alles eenduidig is. Er is geen ambivalentie, geen mysterie en geen dubbelzinnigheid. [...] Daar wil geen mens zijn." Het advies uit het boek luidt dan ook dat de overheid een goede balans moet vinden tussen geheimhouding en transparantie. Dat lijkt ook op te gaan voor de journalistiek.

Referenties

Appelman, A., & Sundar, S. S. (2016). Measuring Message Credibility: Construction and Validation of an Exclusive Scale. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(1), 59–79. <https://doi.org/10.1177/1077699015606057>.

- Brysbaert, M. (2019). How many participants do we have to include in properly powered experiments? A tutorial of power analysis with reference tables. *Journal of Cognition*, 2(1), 16. <https://doi.org/10.5334/joc.72>.
- Chadha, K., & Koliska, M. (2015). Newsrooms and Transparency in the Digital Age. *Journalism Practice*, 9(2), 215–229. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.924737>.
- Curry, A. L., & Stroud, N. J. (2019). The effects of journalistic transparency on credibility assessments and engagement intentions. *Journalism*, 1464884919850387. <https://doi.org/10.1177/1464884919850387>.
- Field, A. P. author. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th edition.). London: SAGE Publications.
- Fisher, C. (2016). The trouble with ‘trust’ in news media. *Communication Research and Practice*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1261251>.
- Frissen, P. (2016). *Het geheim van de laatste staat: Kritiek van de transparantie*. Amsterdam: Boom uitgeverij.
- Golan, G. J. (2010). New Perspectives on Media Credibility Research. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 3–7. <https://doi.org/10.1177/0002764210376307>.
- Groenhart, H. (2015). Transparante Journalistiek. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (Tweede, volledig herziene uitgave) (pp. 271-288). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Haas, C., & Wearden, S. T. (2003). E-credibility: Building Common Ground in Web Environments. *L1-Educational Studies in Language and Literature*, 3(1), 169–184. <https://doi.org/10.1023/A:1024557422109>.
- Heikkilä, H., Domingo, D., Pies, J., Glowacki, M., Kus, M., & Baisnée, O. (2012). Media Accountability Goes Online. A transnational study on emerging practices and

- innovations. *Working Paper*.
- http://www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/WP4_Outcomes/WP4_Report.pdf.
- Henke, J., Leissner, L., & Möhring, W. (2020). How can Journalists Promote News Credibility? Effects of Evidences on Trust and Credibility. *Journalism Practice*, *14*(3), 299–318. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1605839>.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2004). Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *81*(3), 622–642. <https://doi.org/10.1177/107769900408100310>.
- Karlsson, M. (2010). Rituals of Transparency. *Journalism Studies*, *11*(4), 535–545. <https://doi.org/10.1080/14616701003638400>.
- Karlsson, M. (2020). Dispersing the Opacity of Transparency in Journalism on the Appeal of Different Forms of Transparency to the General Public. *Journalism Studies*, *21*(13), 1795–1814. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1790028>.
- Karlsson, M., & Clerwall, C. (2018). Transparency to the Rescue? *Journalism Studies*, *19*(13), 1923–1933. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492882>.
- Karlsson, M., Clerwall, C., & Nord, L. (2014). You Ain't Seen Nothing Yet. *Journalism Studies*, *15*(5), 668–678. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.886837>.
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in News Media: Development and Validation of a Multidimensional Scale. *Communication Research*, *34*(2), 231–252. <https://doi.org/10.1177/0093650206298071>.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (Rev. and updated third edition.). New York: Three Rivers Press.

- Manninen, V. J. E. (2020). If Only They Knew: Audience Expectations and Actual Sourcing Practices in Online Journalism. *Journalism Practice*, 14(4), 412–428.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1625719>.
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2008). *Digital Media, Youth, and Credibility*. Cambridge: The MIT Press.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Medders, R. B. (2010). Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online. *Journal of Communication*, 60(3), 413–439.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01488.x>.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 1–111.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>.
- Porlezza, C., & Salvo, P. D. (2020). The Accountability and Transparency of Whistleblowing Platforms Issues of Networked Journalism and Contested Boundaries. *Journalism Studies*, 21(16), 2285–2304. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1842233>
- Tandoc, E. C., & Thomas, R. J. (2017). Readers value objectivity over transparency. *Newspaper Research Journal*, 38(1), 32–45.
<https://doi.org/10.1177/0739532917698446>.
- Usher, N. (2018). Re-Thinking Trust in the News. *Journalism Studies*, 19(4), 564–578.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1375391>.
- Westerman, D., Spence, P. R., & Heide, B. V. D. (2014). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 171–183. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12041>.
- White, D. M. (1950). The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27, 383–390.

- Wintterlin, F., Engelke, K. M., & Hase, V. (2020). Can transparency preserve journalism's trustworthiness? Recipients' views on transparency about source origin and verification regarding user-generated content in the news. *Studies in Communication and Media*, 9(2), 218–240. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2020-2-218>.
- Wurff, R. van der, & Schönbach, K. (2014). Audience Expectations of Media Accountability in the Netherlands. *Journalism Studies*, 15(2), 121–137. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.801679>.

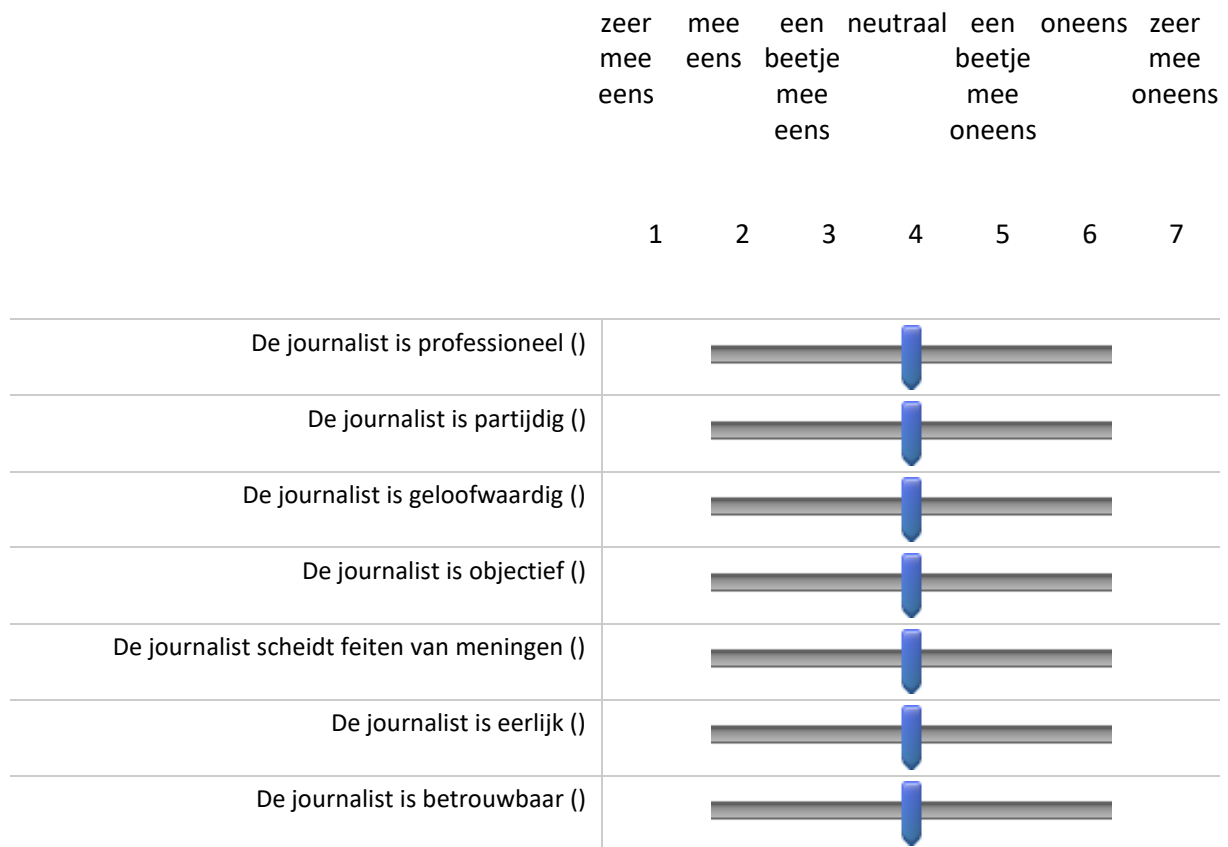
Bijlage

Bijlage 1: Vragenlijst

Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent.

	zeer mee eens	mee eens	een beetje mee eens	neutraal	een beetje mee oneens	oneens	zeer mee oneens
	1	2	3	4	5	6	7
Het artikel scheidt feiten van meningen ()							
Het artikel is betrouwbaar ()							
Het artikel is vooringenomen ()							
Het artikel is informatief ()							
Het artikel is objectief ()							
Het artikel is eerlijk ()							
Het artikel is accuraat ()							
Het artikel is geloofwaardig ()							
Het artikel is professioneel ()							

Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent.



Wat is uw geslacht?

- Man (1)
- Vrouw (2)
- Non-binair / derde geslacht (3)
- Zeg ik liever niet (4)

Tot welke van de volgende leeftijdscategorieën behoort u?

- Onder 17 (1)
 - 17 - 20 (2)
 - 21 - 30 (3)
 - 31 - 40 (4)
 - 41 - 50 (5)
 - 51 - 60 (6)
 - 60 of ouder (7)
-

Wat is uw hoogst behaalde opleidingsniveau?

- Geen opleiding/ onvolledig basisonderwijs (1)
 - Basisschool (2)
 - Middelbaar/ geen opleiding (3)
 - Middelbaar/ met diploma (4)
 - Hoger beroepsonderwijs of technische hbo-opleiding (5)
 - Universiteit bachelors diploma (6)
 - Universiteit Masters diploma (7)
 - Universitair gespecialiseerd diploma (Doctoraal, Juridisch) (8)
-

Wat is uw dagelijkse bezigheid?

School (Voortgezet onderwijs) (1)

Werk (2)

Studie (MBO/HBO/WO) (3)

Overig (4)

HetLaatsteNieuws.nl



29 april 2021 - Milan Janssen - Beeld: ANP

Milan Janssen (25) heeft na zijn studie journalistiek stage gelopen bij HetLaatsteNieuws.nl. Hij is sinds vorig jaar als vaste redacteur in dienst bij HetLaatsteNieuws.nl en is vooral geïnteresseerd in kunst en cultuur.

Cultuur - Tijdens de Nationale Museumweek hebben ongeveer zestien duizend mensen een museum bezocht. Musea waren open in het kader van een pilot met sneltests, waaraan de Museumvereniging¹ in opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap meedeed.

Met deze pilots onderzoekt het demissionaire kabinet of de maatschappij eerder 'open' kan.

De Museumvereniging vindt het bemoedigend dat zo veel mensen naar het museum willen. "Toch waren er ook reacties dat mensen de verplichte sneltest en de afstand tot testlocaties als drempel ervaren. Mensen vinden sneltesten onnodig, omslachtig of tijdrovend, of hebben principiële bezwaren tegen een 'testmaatschappij'.²"

Andere mensen lieten volgens de vereniging weten liever te wachten tot museumbezoek zonder sneltest kan, mede omdat het openingsplan van het kabinet daar zicht op biedt.

De Museumvereniging vindt dat musea veilig open kunnen met het coronaprotocol, aangezien er geen besmettingen in musea zijn gemeld. "Musea hebben vorig jaar, toen ze nog open waren, bewezen dat veilig bezoek zeer goed mogelijk is." Ook bezoekers ervaren musea als veilig, blijkt uit onderzoek dat onderzoeksbureau Validators in opdracht van de Museumvereniging deed.

Volgens het openingsplan van het kabinet zouden alle musea per 26 mei weer open kunnen. Het coronaprotocol blijft daarbij gelden. Musea hebben vaste looproutes, beschikken over desinfectiemiddelen en er wordt afstand gehouden.

1 De Museumvereniging helpen musea een blijvende binding te maken tussen burgers en museale collecties, meer lezen? <https://www.museumvereniging.nl/home>

2 <https://www.museumvereniging.nl/minder-bezoek-is-nu-de-grootste-zorg-van-musea>

Over het artikel - het artikel is geschreven naar aanleiding van de pilot met sneltests. In deze pilot gingen de musea open onder voorwaarden en hiermee wilde de overheid testen of musea veilig open konden. Het artikel is geschreven om de lezer te informeren over deze pilot. Het artikel is geredigeerd door een andere vaste redacteur bij HetLaatsteNieuws.nl. Naast de tekstuele bronnen van het onderzoek is er contact opgenomen met de Museumvereniging om toelichting te geven over het onderzoek.

Over HetLaatsteNieuws.nl - we zijn nieuwsorganisatie die korte nieuwsberichten produceert en poogt hiermee de lezer op de hoogte te houden van het laatste nieuws. We gaan volledig transparant en volgens de journalistieke principes te werk. De nieuwsorganisatie heeft een aantal vaste redacteurs in dienst en verdient geld door advertenties aan te bieden en een advertentievrije betaalde versie beschikbaar te stellen. Er is gekozen om geen donaties te ontvangen omdat dit de onafhankelijkheid die dit medium wil bereiken in de weg staat.

HetLaatsteNieuws.nl reacties

Wim1603 - 3 mei om 8:34

En wat is nu de uitkomst qua corona verspreiding van deze pilots...

Behalve dat het best open kan, wat we ook zonder pilot al wisten, zie ik eigenlijk niets.

Hoeveel extra besmettingen hebben de extra reisebewegingen van en naar deze plaatsen opgeleverd?

Wanneer dit niet van belang is stop dan met het getest en open de maatschappij gewoon zonder al dat volledig nutteloos getest.

gcsrlj eou otbummg naa nra jnrl3d



HetLaatsteNieuws.nl



21 mei 2021 - Milan Janssen - Beeld: ANP

Tijdens de Nationale Museumweek hebben ongeveer zestienduizend mensen een museum bezocht. Musea waren open in het kader van een pilot met sneltests, waaraan de Museumvereniging in opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap meedeed.

Met deze pilots onderzoekt het demissionaire kabinet of de maatschappij eerder 'open' kan.

De Museumvereniging vindt het bemoedigend dat zo veel mensen naar het museum willen. "Toch waren er ook reacties dat mensen de verplichte sneltest en de afstand tot testlocaties als drempel ervaren. Mensen vinden sneltesten onnodig, omslachtig of tijdrovend, of hebben principiële bezwaren tegen een 'testmaatschappij'."

Andere mensen lieten volgens de vereniging weten liever te wachten tot museumbezoek zonder sneltest kan, mede omdat het openingsplan van het kabinet daar zicht op biedt.

De Museumvereniging vindt dat musea veilig open kunnen met het coronaprotocol, aangezien er geen besmettingen in musea zijn gemeld. "Musea hebben vorig jaar, toen ze nog open waren, bewezen dat veilig bezoek zeer goed mogelijk is." Ook bezoekers ervaren musea als veilig, blijkt uit onderzoek dat onderzoeksbureau Validators in opdracht van de Museumvereniging deed.

Volgens het openingsplan van het kabinet zouden alle musea per 26 mei weer open kunnen. Het coronaprotocol blijft daarbij gelden. Musea hebben vaste looproutes, beschikken over desinfectiemiddelen en er wordt afstand gehouden.

HetLaatsteNieuws.nl



21 mei 2021 - Milan Janssen - Beeld: ANP

Milan Janssen (32) is van oorsprong een archeoloog. Hij is sinds vorig jaar als vaste redacteur in dienst bij HetLaatsteNieuws.nl. Hij volgt het laatste wetenschapsnieuws op de voet.

Wetenschap - Over een tijdspanne van enkele miljoenen jaren leefden er naar schatting zo'n 2,5 miljard tyrannosaurus rexen op aarde, blijkt donderdag uit een studie in het wetenschappelijke tijdschrift *Science*¹.

"Dat zijn een heleboel kaken, tanden en klauwen", aldus hoofdonderzoeker Charles Marshall, de directeur van het paleontologiemuseum van de universiteit van Californië. De tyrannosaurus rex staat bekend om zijn gigantische formaat, met enorme achterpoten en kleine voorpoten.

Wetenschappers maakten niet eerder een ruwe schatting van de populatie van de tyrannosaurus rex. In die schatting kan volgens de studie nog wel een foutmarge zitten; het is bijvoorbeeld onzeker hoelang één generatie van een tyrannosaurus rex leefde en waar op aarde ze allemaal hebben gewoond.

De populatieschattingen van het onderzoeksteam lopen uiteen van 140 miljoen tot 42 miljard. Ter vergelijking: er leefden tot nu toe circa 108 miljard mensen op aarde.²

Weinig fossielen van de tyrannosaurus rex gevonden

Hoewel er dus mogelijk miljarden tyrannosaurus rexen hebben bestaan, zijn er relatief weinig fossielen van gevonden. Paleontologen hebben tot dusver ongeveer honderd exemplaren ontdekt: in 32 gevallen was de vondst groot genoeg om vast te stellen dat het om een volwassen dier ging.

Voor de schatting³ keken de wetenschappers naar de lichaamsgrootte, de leeftijd waarop ze zich konden voornemen en de energiebehoefte van de tyrannosaurus rex. Vervolgens gebruikten ze een wetenschappelijke vuistregel die stelt dat hoe groter het dier is, hoe kleiner de populatie moet zijn.

Hierdoor waren zij in staat om in te schatten hoeveel exemplaren geleefd moeten hebben over een periode van 127.000 generaties.

1 <https://science.sciencemag.org/content/372/6539/284>

2 <https://www.prb.org/howmanypeoplehaveeverlivedonearth/>

3 Schatting verloopt volgens de nieuwe berekening van de [Wet van Damuth](#).

Over het artikel - het artikel is geschreven naar aanleiding van publicatie van het onderzoek van hoofdonderzoeker Charles Marshall. Het doel van het artikel is om de lezer te informeren over de resultaten uit het onderzoek die implicaties hebben voor onze blik op het bestaan van de tyrannosaurus rex. Het artikel is gereviseerd door een andere vaste redacteur bij HetLaatsteNieuws.nl. Naast de tekstuele bronnen is er een expert geraadpleegd om te controleren of het aangehaalde onderzoek op een juiste manier is uitgevoerd.

Over HetLaatsteNieuws.nl - we zijn nieuwsorganisatie die korte nieuwsberichten produceert en poogt hiermee de lezer op de hoogte te houden van het laatste nieuws. We gaan volledig transparant en volgens de journalistieke principes te werk. De nieuwsorganisatie heeft een aantal vaste redacteurs in dienst en verdient geld door advertenties aan te bieden en een advertentievrije betaalde versie beschikbaar te stellen. Er is gekozen om geen donaties te ontvangen omdat dit de onafhankelijkheid die dit medium wil bereiken in de weg staat.

HetLaatsteNieuws.nl reacties

Con_Rector - 22 mei om 8:34

Apart om de wantrouwige of geringschattende reacties te lezen alhier. Er wordt een schatting gepubliceerd door wetenschappers. Ze vermelden hierbij dat er onzekerheid is, waarom die er is, en hoe groot die is. Ook wordt gemeld dat ze een (op eerdere ervaringen beruste) vuistregel toepassen. Ze geven verder aan wat een onder- en bovengrens is, naast wat zij vermoeden als meest realistische aantal. Alles heel transparant en controleerbaar. Maar toch negatieve en laatdunkende reacties. Terwijl, als een Trump, Wilders, Baudet, Rutte of Van Haga zo maar iets roept, rent men er blind en zonder kritisch na te denken achteraan. Buitengewoon wonderlijk.

gcsuL, eeu obakuzu0

HetLaatsteNieuws.nl



21 mei 2021 - Milan Janssen - Beeld: ANP

Over een tijdspanne van enkele miljoenen jaren leefden er naar schatting zo'n 2,5 miljard tyrannosaurus rexen op aarde, blijkt donderdag uit een studie in het wetenschappelijke tijdschrift Science.

“Dat zijn een heleboel kaken, tanden en klauwen”, aldus hoofdonderzoeker Charles Marshall, de directeur van het paleontologiemuseum van de universiteit van Californië. De tyrannosaurus rex staat bekend om zijn gigantische formaat, met enorme achterpoten en kleine voorpoten.

Wetenschappers maakten niet eerder een ruwe schatting van de populatie van de tyrannosaurus rex. In die schatting kan volgens de studie nog wel een foutmarge zitten; het is bijvoorbeeld onzeker hoelang één generatie van een tyrannosaurus rex leefde en waar op aarde ze allemaal hebben gewoond.

De populatieschattingen van het onderzoeksteam lopen uiteen van 140 miljoen tot 42 miljard. Ter vergelijking: er leefden tot nu toe circa 108 miljard mensen op aarde.

Weinig fossielen van de tyrannosaurus rex gevonden

Hoewel er dus mogelijk miljarden tyrannosaurus rexen hebben bestaan, zijn er relatief weinig fossielen van gevonden. Paleontologen hebben tot dusver ongeveer honderd exemplaren ontdekt: in 32 gevallen was de vondst groot genoeg om vast te stellen dat het om een volwassen dier ging.

Voor de schatting keken de wetenschappers naar de lichaamsgrootte, de leeftijd waarop ze zich konden voortplanten en de energiebehoeftes van de tyrannosaurus rex. Vervolgens gebruikten ze een wetenschappelijke vuistregel die stelt dat hoe groter het dier is, hoe kleiner de populatie moet zijn.

Hierdoor waren zij in staat om in te schatten hoeveel exemplaren geleefd moeten hebben over een periode van 127.000 generaties.

Bijlage 6: SPSS-resultaten gemiddelde geloofwaardigheid artikelen cultuur

Group Statistics

Artikel cultuur met of zonder transparante elementen		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Gemiddelde van stellingen - Geloofwaardigheid van het bericht	Transparant	32	5,0104	1,22997	,21743
	Niet Transparant	26	4,6111	1,37464	,26959
Gemiddelde van stellingen - Geloofwaardigheid van de journalist	Transparant	32	4,9152	1,27768	,22586
	Niet Transparant	26	4,7473	1,40919	,27636

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Gemiddelde van stellingen - Geloofwaardigheid van het bericht	Equal variances assumed	2,301	,135	1,166	56	,248	,39931	,34233	-,28646	1,08507
	Equal variances not assumed			1,153	50,776	,254	,39931	,34634	-,29608	1,09469
Gemiddelde van stellingen - Geloofwaardigheid van de journalist	Equal variances assumed	1,923	,171	,475	56	,636	,16793	,35327	-,53975	,87561
	Equal variances not assumed			,470	51,148	,640	,16793	,35692	-,54857	,88442

Bijlage 7: SPSS-resultaten gemiddelde geloofwaardigheid artikelen wetenschap

Group Statistics

Artikel wetenschap met of zonder transparante elementen		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Gemiddelde van stellingen - Geloofwaardigheid van de journalist	Transparant	23	4,6646	1,67963	,35023
	Niet transparant	29	4,6158	1,52487	,28316
Gemiddelde van stellingen - Geloofwaardigheid van het bericht	Transparant	23	4,8309	1,43933	,30012
	Niet transparant	29	4,5057	1,49590	,27778

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Gemiddelde van stellingen - Geloofwaardigheid van de journalist	Equal variances assumed	,743	,393	,110	50	,913	,04883	,44530	-,84557	,94324
	Equal variances not assumed			,108	45,041	,914	,04883	,45038	-,85825	,95592
Gemiddelde van stellingen - Geloofwaardigheid van het bericht	Equal variances assumed	,081	,777	,792	50	,432	,32517	,41080	-,49995	1,15029
	Equal variances not assumed			,795	48,102	,430	,32517	,40895	-,49702	1,14737

Bijlage 8: SPSS-resultaten alle variabelen artikelen cultuur

Group Statistics

	Artikel cultuur met of zonder transparante elementen	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel scheidt feiten van meningen	Transparant	32	5,3438	1,61863	,28614
	Niet Transparant	26	4,8846	1,81828	,35659
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is betrouwbaar	Transparant	32	5,2188	1,51837	,26841
	Niet Transparant	26	4,4615	1,42073	,27863
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is vooringenomen	Transparant	32	3,4063	1,64335	,29051
	Niet Transparant	26	4,2692	1,95054	,38253
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is informatief	Transparant	32	5,0313	1,53422	,27121
	Niet Transparant	26	5,0769	1,41204	,27692
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is objectief	Transparant	32	4,8125	1,85677	,32823
	Niet Transparant	26	4,2308	1,92474	,37747
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is eerlijk	Transparant	32	5,1250	1,43122	,25301
	Niet Transparant	26	4,8077	1,67378	,32826
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is accuraat	Transparant	32	4,9375	1,41279	,24975
	Niet Transparant	26	4,8077	1,60048	,31388
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is geloofwaardig	Transparant	32	5,3750	1,58114	,27951
	Niet Transparant	26	5,0000	1,69706	,33282
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is professioneel	Transparant	32	4,6563	1,77090	,31305
	Niet Transparant	26	4,5000	1,83848	,36056
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is professioneel	Transparant	32	4,8125	1,44663	,25573
	Niet Transparant	26	4,9231	1,52113	,29832
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is partijdig	Transparant	32	3,8750	1,84478	,32611
	Niet Transparant	26	3,8462	2,07253	,40646
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is geloofwaardig	Transparant	32	5,3438	1,40528	,24842
	Niet Transparant	26	5,0000	1,46969	,28823
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is objectief	Transparant	32	4,5938	1,77545	,31386
	Niet Transparant	26	4,6923	1,78369	,34981
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist scheidt feiten van meningen	Transparant	32	5,3438	1,67735	,29652
	Niet Transparant	26	4,7308	1,71015	,33539
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is eerlijk	Transparant	32	5,0625	1,50134	,26540
	Niet Transparant	26	4,9231	1,41204	,27692
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is betrouwbaar	Transparant	32	5,1250	1,45358	,25696
	Niet Transparant	26	4,8077	1,32723	,26029

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel scheidt feiten van meningen	Equal variances assumed	1,063	,307	1,017	56	,314	,45913	,45166	-,44565	1,36392
	Equal variances not assumed			1,004	50,630	,320	,45913	,45720	-,45890	1,37717
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is betrouwbaar	Equal variances assumed	,006	,938	1,944	56	,057	,75721	,38960	-,02324	1,53767
	Equal variances not assumed			1,957	54,842	,055	,75721	,38688	-,01817	1,53259
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is vooringenomen	Equal variances assumed	1,823	,182	-1,829	56	,073	-,86298	,47183	-1,80817	,08220
	Equal variances not assumed			-1,797	49,006	,079	-,86298	,48034	-1,82825	,10229
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is informatief	Equal variances assumed	,671	,416	-,117	56	,907	-,04567	,39101	-,82895	,73761
	Equal variances not assumed			-,118	55,087	,907	-,04567	,38761	-,82244	,73109
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is objectief	Equal variances assumed	,131	,719	1,167	56	,248	,58173	,49833	-,41655	1,58001
	Equal variances not assumed			1,163	52,769	,250	,58173	,50022	-,42169	1,58515
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is eerlijk	Equal variances assumed	,815	,370	,778	56	,440	,31731	,40772	-,49945	1,13407
	Equal variances not assumed			,766	49,452	,448	,31731	,41444	-,51536	1,14997
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is accuraat	Equal variances assumed	,844	,362	,328	56	,744	,12981	,39591	-,66329	,92291
	Equal variances not assumed			,324	50,388	,748	,12981	,40112	-,67571	,93532
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is geloofwaardig	Equal variances assumed	,011	,918	,869	56	,388	,37500	,43140	-,48920	1,23920
	Equal variances not assumed			,863	51,886	,392	,37500	,43462	-,49717	1,24717
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is professioneel	Equal variances assumed	,001	,970	,329	56	,744	,15625	,47562	-,79653	1,10903
	Equal variances not assumed			,327	52,733	,745	,15625	,47750	-,80160	1,11410
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is professioneel	Equal variances assumed	,000	,999	-,283	56	,778	-,11058	,39086	-,89356	,67240
	Equal variances not assumed			-,281	52,416	,779	-,11058	,39293	-,89890	,67774
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is partijdig	Equal variances assumed	,505	,480	,056	56	,956	,02885	,51479	-1,00240	1,06010
	Equal variances not assumed			,055	50,628	,956	,02885	,52111	-1,01752	1,07521
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is geloofwaardig	Equal variances assumed	1,148	,289	,908	56	,368	,34375	,37872	-,41492	1,10242
	Equal variances not assumed			,903	52,551	,370	,34375	,38051	-,41961	1,10711
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is objectief	Equal variances assumed	,245	,623	-,210	56	,835	-,09856	,46974	-1,03957	,84245
	Equal variances not assumed			-,210	53,495	,835	-,09856	,46997	-1,04100	,84388
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist scheidt feiten van meningen	Equal variances assumed	,563	,456	1,372	56	,176	,61298	,44676	-,28198	1,50794
	Equal variances not assumed			1,369	53,162	,177	,61298	,44767	-,28487	1,51083
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is eerlijk	Equal variances assumed	,012	,914	,361	56	,719	,13942	,38605	-,63393	,91277
	Equal variances not assumed			,363	54,760	,718	,13942	,38357	-,62934	,90819
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is betrouwbaar	Equal variances assumed	,090	,765	,859	56	,394	,31731	,36927	-,42242	1,05704
	Equal variances not assumed			,868	55,196	,389	,31731	,36576	-,41563	1,05025

Bijlage 9: SPSS-resultaten alle variabelen artikelen wetenschap

Group Statistics

	Artikel wetenschap met of zonder transparante elementen	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel scheidt feiten van meningen	Transparant	23	4,8696	1,74002	,36282
	Niet transparant	29	4,9310	1,73063	,32137
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is betrouwbaar	Transparant	23	4,7826	1,65025	,34410
	Niet transparant	29	4,0000	1,87083	,34740
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is vooringenomen	Transparant	23	3,3043	1,91726	,39978
	Niet transparant	29	3,7931	1,65571	,30746
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is informatief	Transparant	23	5,0870	1,80688	,37676
	Niet transparant	29	5,2759	1,77073	,32882
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is objectief	Transparant	23	4,8696	1,74002	,36282
	Niet transparant	29	4,5862	1,82282	,33849
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is eerlijk	Transparant	23	5,2174	1,73091	,36092
	Niet transparant	29	4,8621	1,66313	,30884
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is accuraat	Transparant	23	4,6522	1,74795	,36447
	Niet transparant	29	4,1034	1,71849	,31912
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is geloofwaardig	Transparant	23	4,7826	2,08799	,43538
	Niet transparant	29	4,2759	1,92533	,35752
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is professioneel	Transparant	23	4,5217	1,87979	,39196
	Niet transparant	29	4,3103	2,00185	,37173
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is professioneel	Transparant	23	3,3043	1,74342	,36353
	Niet transparant	29	3,5862	1,78320	,33113
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is partijdig	Transparant	23	3,6087	2,03914	,42519
	Niet transparant	29	3,4138	1,52403	,28300
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is partijdig	Transparant	23	4,3913	2,03914	,42519
	Niet transparant	29	4,5862	1,52403	,28300
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is geloofwaardig	Transparant	23	3,3913	1,92446	,40128
	Niet transparant	29	3,4483	1,91956	,35645
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is objectief	Transparant	23	3,3913	1,92446	,40128
	Niet transparant	29	3,4138	1,70120	,31591
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist scheidt feiten van meningen	Transparant	23	3,2609	1,76371	,36776
	Niet transparant	29	3,2069	1,93426	,35918
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is eerlijk	Transparant	23	2,9565	1,74456	,36377
	Niet transparant	29	3,1034	1,71849	,31912
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is betrouwbaar	Transparant	23	3,4348	1,82971	,38152
	Niet transparant	29	3,5172	1,92021	,35657

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel scheidt feiten van meningen	Equal variances assumed	,011	,917	-,127	50	,900	-,06147	,48437	-1,03436	,91142
	Equal variances not assumed			-,127	47,224	,900	-,06147	,48468	-1,03640	,91346
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is betrouwbaar	Equal variances assumed	,855	,359	1,577	50	,121	,78261	,49621	-,21405	1,77927
	Equal variances not assumed			1,601	49,389	,116	,78261	,48897	-,19982	1,76504
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is vooringenomen	Equal variances assumed	1,010	,320	-,986	50	,329	-,48876	,49576	-1,48452	,50701
	Equal variances not assumed			-,969	43,707	,338	-,48876	,50433	-1,50536	,52785
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is informatief	Equal variances assumed	,161	,690	-,379	50	,707	-,18891	,49888	-1,19094	,81312
	Equal variances not assumed			-,378	46,899	,707	-,18891	,50007	-1,19497	,81716
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is objectief	Equal variances assumed	,099	,754	,568	50	,573	,28336	,49892	-,71875	1,28546
	Equal variances not assumed			,571	48,246	,571	,28336	,49620	-,71418	1,28090
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is eerlijk	Equal variances assumed	,008	,930	,752	50	,456	,35532	,47279	-,59431	1,30495
	Equal variances not assumed			,748	46,447	,458	,35532	,47502	-,60059	1,31124
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is accuraat	Equal variances assumed	,222	,640	1,135	50	,262	,54873	,48346	-,42234	1,51979
	Equal variances not assumed			1,133	46,971	,263	,54873	,48443	-,42584	1,52330
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is geloofwaardig	Equal variances assumed	,174	,679	,908	50	,368	,50675	,55802	-,61407	1,62756
	Equal variances not assumed			,900	45,440	,373	,50675	,56336	-,62762	1,64111
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - Het artikel is professioneel	Equal variances assumed	,649	,424	,388	50	,699	,21139	,54421	-,88169	1,30448
	Equal variances not assumed			,391	48,527	,697	,21139	,54020	-,87445	1,29724
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is professioneel	Equal variances assumed	,211	,648	-,572	50	,570	-,28186	,49304	-1,27216	,70844
	Equal variances not assumed			-,573	47,798	,569	-,28186	,49173	-1,27066	,70694
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is partijdig	Equal variances assumed	4,162	,047	,395	50	,695	,19490	,49400	-,79733	1,18713
	Equal variances not assumed			,382	39,690	,705	,19490	,51076	-,83764	1,22744
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is partijdig	Equal variances assumed	4,162	,047	-,395	50	,695	-,19490	,49400	-1,18713	,79733
	Equal variances not assumed			-,382	39,690	,705	-,19490	,51076	-1,22744	,83764
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is geloofwaardig	Equal variances assumed	,063	,802	-,106	50	,916	-,05697	,53657	-1,13471	1,02077
	Equal variances not assumed			-,106	47,285	,916	-,05697	,53673	-1,13657	1,02263
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is objectief	Equal variances assumed	1,132	,292	-,045	50	,965	-,02249	,50338	-1,03356	,98858
	Equal variances not assumed			-,044	44,339	,965	-,02249	,51071	-1,05153	1,00655
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist scheidt feiten van meningen	Equal variances assumed	,290	,593	,104	50	,918	,05397	,51966	-,98980	1,09774
	Equal variances not assumed			,105	48,975	,917	,05397	,51406	-,97909	1,08703
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is eerlijk	Equal variances assumed	,013	,908	-,304	50	,762	-,14693	,48304	-1,11715	,82330
	Equal variances not assumed			-,304	47,014	,763	-,14693	,48390	-1,12040	,82655
Geef bij elk van de stellingen aan in hoeverre u het eens bent. - De journalist is betrouwbaar	Equal variances assumed	,066	,798	-,157	50	,876	-,08246	,52518	-1,13732	,97240
	Equal variances not assumed			-,158	48,278	,875	-,08246	,52221	-1,13227	,96736