

Journalistensurvey 2026

Willem Buyens, Cato Depauw, Jana Thys, Karolin Soontjens, Peter van Aelst, Stefaan Walgrave

Beste deelnemer aan de journalistensurvey,

Tussen januari en april 2026 nam u deel aan een onderzoek van de onderzoeksgroep Media, Middenveld & Politiek (M²P) aan de Universiteit Antwerpen. We willen u hierbij oprecht bedanken om tijd vrij te maken voor dit onderzoek.

We vinden het belangrijk om naar de deelnemers terug te koppelen over de bevindingen van het onderzoek. In dit rapport bieden we daarom inzicht in een aantal eerste resultaten. Veel resultaten zijn voorsnog beschrijvend; in de komende maanden willen we de data diepgaander analyseren en daarover rapporteren in wetenschappelijke tijdschriften. Ook daarvan zult u op geregelde tijdstippen bericht ontvangen. Het wetenschappelijke publicatieproces duurt vaak lang, maar alle resultaten zullen uiteindelijk verschijnen op de website van onze onderzoeksgroep: <https://www.uantwerpen.be/en/research-groups/m2p/>. Neem gerust nu al een kijkje.

Voor deze studie werden in totaal 383 journalisten uitgenodigd die – in meer of mindere mate – rond binnenlandse politieke thema's werken. Voor de contactgegevens maakten we gebruik van de Journalistendatabank van de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ). Deze databank bevat informatie over meer dan 6.000 journalisten, waaronder hun namen, contactgegevens, media en specialisaties. Ze omvat zowel redacteurs als beeldjournalisten (fotografen en cameralui), actief in geschreven pers (kranten en magazines), audiovisuele media (radio en televisie), productiehuisen, persagentschappen en online nieuwsmedia. Op basis van deze databank selecteerden we journalisten die aangaven rond binnenlandse politieke thema's te werken. Omdat de databank niet volledig actueel is, vulden we deze selectie aan door gedurende één week de politieke actualiteit in de belangrijkste Vlaamse media te analyseren en bijkomende relevante journalisten te identificeren. Daarbij hanteerden we een brede definitie van politieke journalistiek, die verder reikt dan enkel de zogenaamde 'Wetstraatjournalisten'.

De geselecteerde journalisten werden per e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek. Een aantal e-mailadressen bleek echter verouderd, en 27 journalisten gaven aan niet langer rond actuele (politieke) thema's te werken. Uiteindelijk bestond de onderzoekspopulatie uit 353 journalisten. Van hen startten 234 de vragenlijst, en 201 vulden meer dan een kwart in, wat neerkomt op een responsgraad van 57%. De respondenten zijn gemiddeld 44 jaar oud en hebben gemiddeld 20 jaar professionele ervaring. De meerderheid van de respondenten is schrijvend journalist, een minderheid is actief als (eind)redacteur.

In wat volgt gaan we in op verschillende thema's die in de bevraging aan bod kwamen, waaronder de relatie tussen politieke journalisten en politici, het gebruik van cijfergegevens, het gebruik van sociale media, en de visie van journalisten op hun professionele rol. Tot slot bespreken we hun kijk op berichtgeving over actuele maatschappelijke uitdagingen zoals klimaatopwarming. In de vragenlijst kwamen nog andere vragen aan bod waarover we later plannen te publiceren in academische tijdschriften.

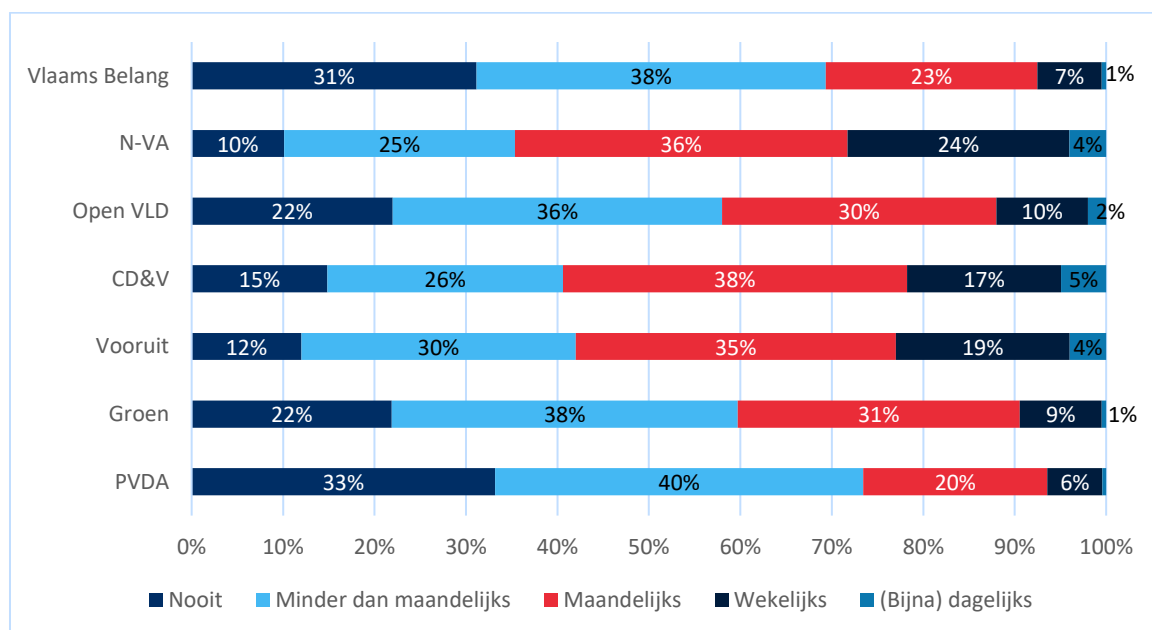
Vragen over dit rapport? Aarzel niet om te mailen naar peter.vanaelst@uantwerpen.be

1. Contact met politici

Journalisten in onze steekproef hebben voor hun werk regelmatig contact met politici. Slechts 14 respondenten (6%) geven aan nooit contact te hebben met politici, terwijl 51 journalisten (22%) aangeven minder dan maandelijks contact te hebben. Journalisten die vaker contact onderhouden met politici doen dit maandelijks (25%), wekelijks (20%) of zelfs dagelijks (21%).

Er zijn geen grote verschillen in de gemiddelde frequentie waarmee journalisten contact hebben met politici van de Vlaamse partijen. Toch zien we dat journalisten gemiddeld het vaakst contact hebben met politici van regeringspartijen N-VA (Gemiddelde op een schaal van 1 tot 5 van $M = 2.9$), Vooruit ($M = 2.7$), en CD&V ($M = 2.7$), gevolgd door Groen en Open VLD ($M = 2$). Deelnemers aan onze vragenlijst hebben net iets vaker contact met radicaal-rechtse partij Vlaams Belang ($M = 2.1$) dan met het radicaal-linkse PVDA ($M = 2.0$), maar dat verschil is zeer klein en niet statistisch significant. **Figuur 1** toont de verdeling van respondenten over de verschillende antwoordcategorieën en bevestigt het onderscheid tussen regeringspartijen, traditionele oppositiepartijen en radicale oppositiepartijen.

Figuur 1. Frequentie van contact met politici van Vlaamse partijen



Journalisten hebben het vaakst contact met lokale politici, gevolgd door parlementsleden van regeringspartijen en federale ministers. Vlaams ministers en parlementsleden van oppositiepartijen worden minder vaak vernoemd, maar vaker dan partijvoorzitters (van regerings- en oppositiepartijen). Het contact met politici verloopt over het algemeen vooral via telefonische gesprekken, SMS of berichtenapps. Toch blijft het contact tussen journalisten en politici voornamelijk formeel. Slechts 6% geeft aan politici soms of vaak advies te geven. 89% van de bevroegde journalisten geeft aan geen enkele politicus als vriend te beschouwen. In toekomstige studies willen we deze resultaten uit Vlaanderen onder meer vergelijken over de tijd en in een comparatief perspectief plaatsen (zien we gelijkaardige trends in andere mediasystemen?).

2. Accuraatheid als professionele journalistieke norm

a. Wat is accuraatheid?

Binnen de journalistiek is het essentieel dat journalisten professionele normen en richtlijnen naleven om de kernprincipes van het vak te beschermen. Een van die centrale normen is accuraatheid, of waarheidsgetrouwe berichtgeving. Omdat accuraatheid niet altijd eenduidig wordt geïnterpreteerd en eerder onderzoek toont dat journalisten er verschillende invullingen aan geven, onderzochten we hoe politieke journalisten deze professionele norm zelf begrijpen en toepassen.

Uit de open antwoorden blijkt eerst en vooral dat journalisten accuraatheid sterk koppelen aan correctheid: er waren 77 verwijzingen naar termen zoals “correct” en “juist”. Voor veel respondenten betekent accuraatheid in de eerste plaats dat informatie moet kloppen en dat nieuws geen fouten mag bevatten, al werd niet altijd gespecificeerd wat precies onder zulke fouten verstaan wordt.

Daarnaast verwezen journalisten meermaals naar de methodes die nodig zijn om accuraatheid te bereiken. De professionele norm werd vaak gekoppeld aan **verificatie** (63). Respondenten benadrukten het belang van “checken en dubbelchecken”, bij voorkeur via **meerdere (onafhankelijke) bronnen** (45) in plaats van slechts één. Eén respondent stelde zelfs dat informatie enkel echt accuraat kan zijn wanneer ze afkomstig is van primaire bronnen, ook als andere bronnen dezelfde informatie onafhankelijk bevestigen. Daarbij werd ook benadrukt dat **snelheid** nooit belangrijker mag worden dan verificatie, wat meteen verwijst naar een factor die accurate journalistiek onder druk kan zetten.

Hiermee hangt samen dat journalisten verwachten dat een journalist met kennis van zaken spreekt. Respondenten gaven aan dat journalisten alles moeten doen om zoveel mogelijk correcte informatie te verzamelen, bij voorkeur door **experten** aan het woord te laten en wetenschappelijkheid te laten primeren in de berichtgeving.

Ook verschillende richtlijnen uit de ethische code van de Raad voor de Journalistiek kwamen terug in de antwoorden over accuraatheid. Zo werd het belang van een **loyale rechtzetting** van fouten benadrukt: wanneer foutieve of inaccurate informatie wordt gepubliceerd, moet die zo snel mogelijk worden gecorrigeerd. Daarnaast verwezen respondenten naar **onafhankelijkheid** als belangrijke professionele norm, al werd minder concreet toegelicht hoe die precies samenhangt met accuraatheid. Verder stond transparantie centraal in de antwoorden. Journalisten gaven aan dat ze open moeten zijn over hun journalistieke keuzes en over de bronnen waarop hun berichtgeving gebaseerd is. Bij voorkeur worden die bronnen ook zo duidelijk mogelijk geïdentificeerd.

Binnen de literatuur wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen objectieve en subjectieve accuraatheid. Objectieve accuraatheid verwijst naar de correcte weergave van feiten en objectiviteit, een dimensie die ook door de journalisten sterk werd benadrukt. Zo waren er 60 verwijzingen naar termen zoals “**feitelijkheid**”, “de feiten weergeven zoals ze zijn” of simpelweg “objectiviteit”. Een respondent omschreef dit als volgt: “*Objectief informeren. De eigen overtuiging aan de kant (proberen te) zetten. journalistiek moet weergeven, niets opleveren. Het tegenovergestelde van wat ooit constructieve journalistiek was*”. Journalisten linken accuraatheid dus expliciet aan feitelijkheid en het correct weergeven van feiten. Dat uit zich bijvoorbeeld in het nauwkeurig controleren van informatie en het exact citeren van quotes. Deze vorm van accuraatheid wordt als objectief beschouwd omdat de juistheid ervan in principe verifieerbaar is en minder ruimte laat voor interpretatie of discussie. Een andere quote bevestigt dit: “*De realiteit beschrijven zoals die is, los van anekdotiek of 'een gevoel' over*

een verhaal of fenomeen. Beter weinig informatie geven als die slechts beperkt voorhanden is dan veronderstellingen toevoegen.”.

Toch blijkt uit de antwoorden dat accuraatheid voor sommige journalisten verder gaat dan louter feitelijkheid. Volgens hen moet journalistiek niet alleen informatie weergeven, maar die ook kritisch verwerken. Eén respondent verwoordde dit als volgt: *“Accuraat betekent voor mij ook met een voldoende kritische reflex. Ik zie vaak een copy-paste van persberichten verschijnen op nieuwssites. Ik probeer altijd voldoende kritisch naar een persbericht te kijken (en als eindredacteur collega's er ook zo te laten naar kijken) en als ik ermee aan de slag ga geen copy-paste te doen, maar er nog een extra laag of kritische reflex aan toe te voegen”.* Hoewel dit nog steeds vertrekt vanuit feitelijkheid, suggereert deze visie dat correcte interpretatie en kritische verwerking eveneens deel uitmaken van accuraat berichten. Daarmee sluit deze benadering aan bij wat in de literatuur subjectieve accuraatheid wordt genoemd.

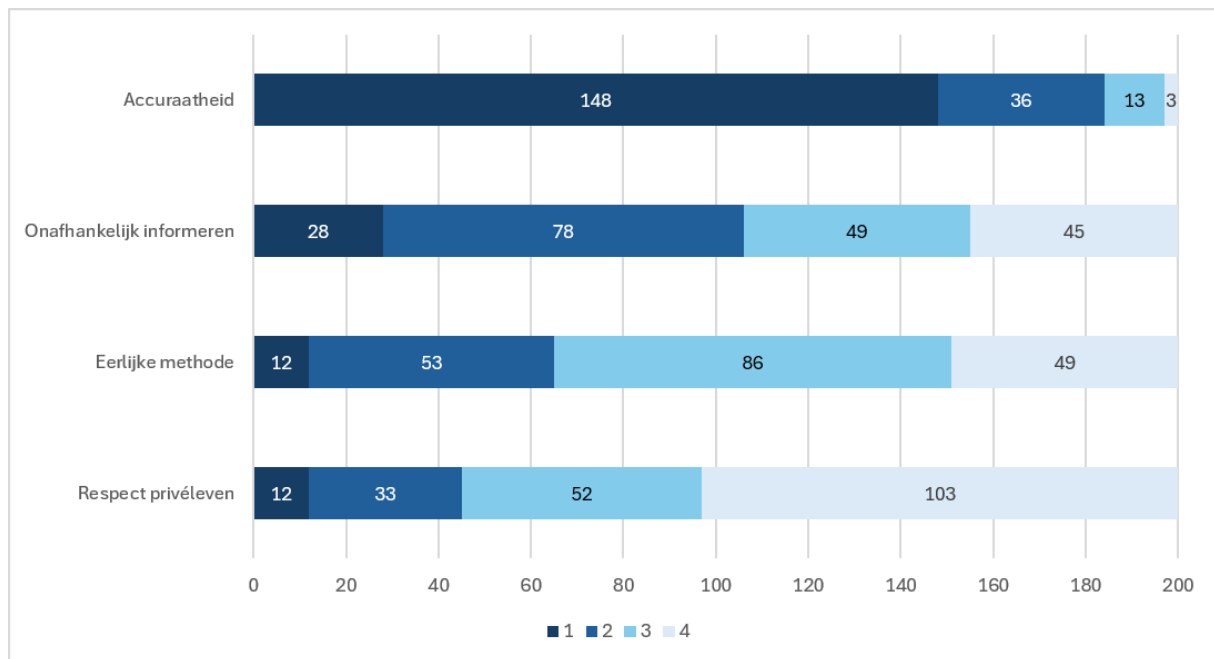
Subjectieve accuraatheid verwijst naar het idee dat journalistiek niet alleen feiten correct moet weergeven, maar ook de juiste betekenis en context moet bieden. Dat kwam meermaals terug in de surveyantwoorden. Vooral het belang van voldoende en **correcte context** werd vaak benadrukt (45): een verhaal is pas echt juist wanneer het **volledig** is en voldoende nuance bevat. Journalisten gaven aan dat ze daarom geen belangrijke elementen mogen weglaten en een nieuwsverhaal helder moeten brengen. Verwijzingen naar **“helderheid”** en **“duidelijkheid”** kwamen dan ook geregeld terug: zolang de interpretatie voor het publiek duidelijk is, wordt berichtgeving als accuraat beschouwd.

Daarnaast verwezen respondenten naar elementen zoals **niet overdrijven, niets misleidend formuleren, informatie niet verdraaien en geen sensatie toevoegen** om een verhaal aantrekkelijker te maken. Ook het duidelijk onderscheiden van opinies en feiten werd genoemd als onderdeel van accuraatheid. Eén respondent verwees expliciet naar het gebruik van beelden, waarbij werd benadrukt dat ook **visueel materiaal** accuraat moet zijn en geen verkeerd of misleidend beeld mag creëren. Tot slot noemden enkele journalisten ook minder voor de hand liggende elementen zoals relevantie en actualiteit. Volgens hen moet berichtgeving niet alleen correct zijn, maar ook actueel blijven en inhoudelijk **relevant** zijn om als accuraat beschouwd te worden. Deze vormen van accuraatheid zijn subjectiever van aard, omdat ze minder eenvoudig objectief vast te stellen zijn en sterker afhangen van interpretatie. Wat voor de ene journalist bijvoorbeeld misleidend of overdreven is, hoeft dat voor een andere journalist niet noodzakelijk te zijn. Dat maakt accuraatheid volgens respondenten ook moeilijk in de praktijk: berichtgeving moet tegelijk concreet, helder en volledig blijven. Zoals één journalist het samenvatte: *“To the point, en zo volledig mogelijk.”*

Verder blijkt dat veel journalisten accuraatheid nauw linken aan **onpartijdigheid** (23). Accurate journalistiek wordt daarbij omschreven als faire en neutrale berichtgeving, waarbij geen enkel standpunt overheerst en de persoonlijke mening van de journalist op de achtergrond blijft. Verschillende respondenten gaven aan dat dit samenhangt met kritisch durven zijn tegenover geïnterviewden en het stellen van moeilijke vragen om dichter bij de waarheid te komen. Ook het bieden van een **evenwicht aan stemmen** (18), of het toepassen van **woord-wederwoord** (11), werden gezien als manieren om vooringenomenheid te vermijden. Eén journalist verwoordde het als volgt: *“Neutraal berichten, elke partij hoort aan bod te komen, ook al kan je niet iedereen evenveel persaandacht geven (...). En al zeker niet je mening laten blijken.”*

b. Ranking accuraatheid onder de professionele normen van journalistiek

Figuur 2. Ranking professionele normen Raad voor de Journalistiek



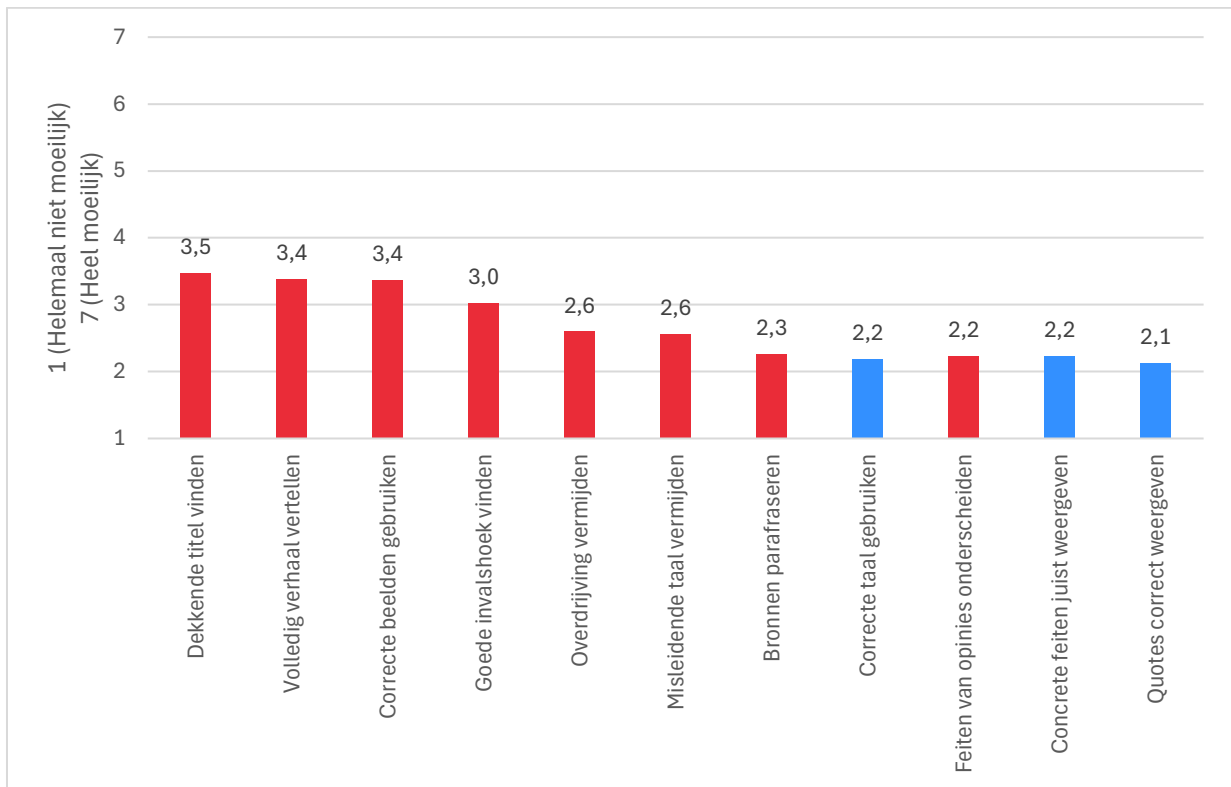
Bovenstaande **Figuur 2** geeft de ranking weer van de professionele normen die prominent aanwezig zijn in de ethische code van de raad voor de journalistiek Vlaanderen. Enkele journalisten waren het niet eens met de vraagstelling, aangezien het voor hen onmogelijk was om dit te beantwoorden, aangezien ze het allemaal belangrijke normen vinden. We willen ook zeker niet insinueren dat dit niet het geval is, en zijn zeker bewust dat normen die op plaats 4 staan daarom niet onbelangrijk zijn. We willen graag inzicht krijgen in wat journalisten intuïtief op 1 zetten in het maken van nieuws.

Uit de resultaten blijkt duidelijk dat **Accuraatheid** het vaakst op de eerste plaats wordt gezet (148 keer), wat aangeeft dat journalisten dit als het belangrijkste principe zien. Journalisten willen dus dat in de eerste plaats alles correct is. Ook **Onafhankelijk informeren** scoort relatief hoog, maar meer verspreid over plaats 2 en 3. Wat opvalt is dat **Eerlijke methode** en **Respect voor het privéleven** vaker in de lagere rangschikkingen terechtkomen, vooral op plaats 3 en 4. Maar dat betekent niet dat ze onbelangrijk zijn: plaats 4 is niet “niet belangrijk”, maar eerder “relatief minder prioritair in vergelijking met de andere normen in een afwegingssituatie”.

c. Struikelblokken accuraatheid

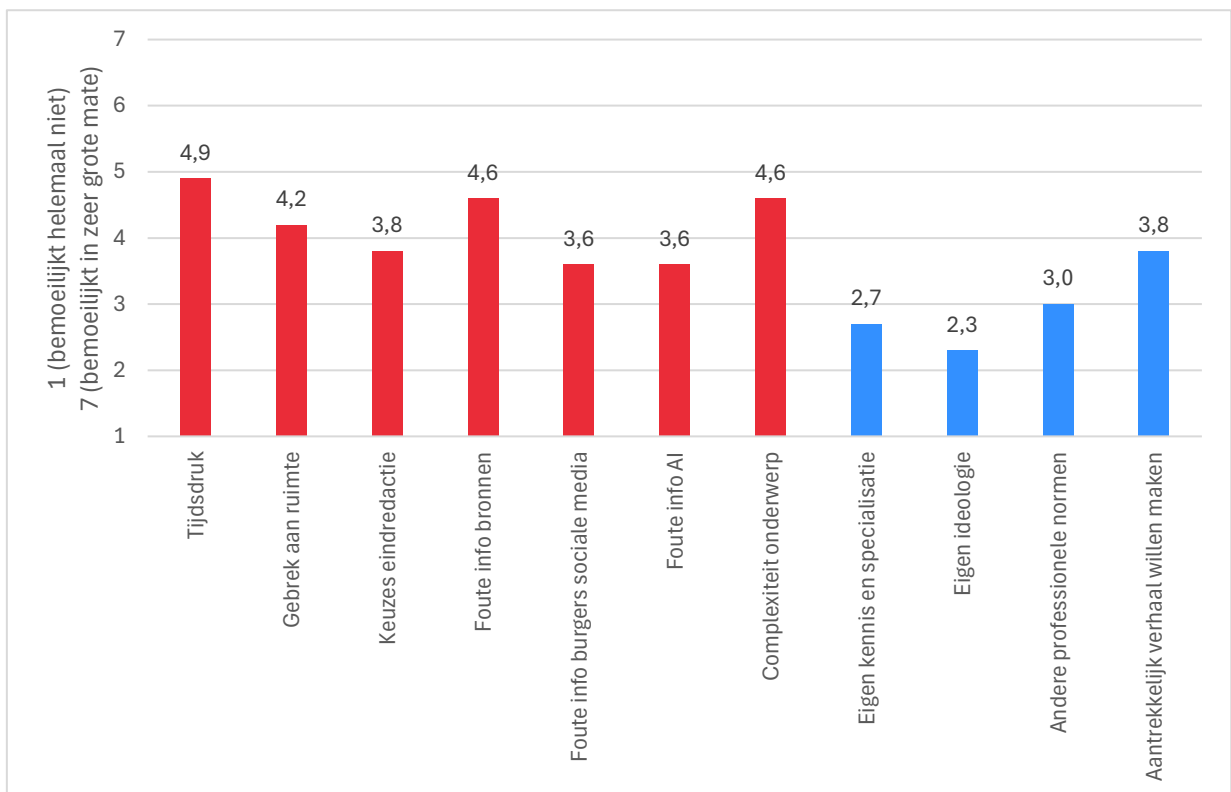
In **Figuur 3** worden de gemiddelde scores van de onderdelen die in de literatuur onder objectieve (blauw) of subjectieve (rood) accuraatheid worden gezien, weergegeven. Op de vraag “In welke mate ervaart u de volgende aspecten van uw job als moeilijk?” blijkt eerst en vooral dat alle aspecten die verband houden met accuraatheid gemiddeld niet als uitgesproken moeilijk worden ervaren. De gemiddelde scores liggen immers onder de waarde 4, die overeenkomt met “noch moeilijk, noch niet moeilijk”. Het aspect dat het dichtst bij die grens aanleunt, is het vinden van een dekkende titel voor een nieuwsbericht, wat door respondenten als het moeilijkste onderdeel wordt beschouwd. De blauwe balken verwijzen bovendien naar objectieve fouten. Uit de survey blijkt dat journalisten daar het minst moeite mee hebben en het meest eenduidig aangeven dat deze aspecten hen weinig moeilijkheden bezorgen.

Figuur 3. Gemiddelde gepercipieerde moeilijkheid van verschillende dimensies van accuraatheid



d. Factoren die accuraatheid bemoeilijken

Figuur 4. Gemiddelde mate waarin factoren accurate berichtgeving bemoeilijken



Over het algemeen hebben de deductief gekozen factoren die zouden kunnen bijdragen aan een bemoeilijking van accurate journalistiek te verkrijgen, relatief lage scores (**Figuur 4**). Dit betekent dat weinig echt een grote impact heeft op het bemoeilijken van accuraat nieuws maken.

Echter enkele springen eruit zoals Tijdsdruk als voornaamste factor, met een score van 4.9, boven de gemiddelde schaalwaarde dus. Journalisten geven aan dat tijdsdruk in een iets hogere mate accuraat nieuws bemoeilijkt, in vergelijking met de andere factoren. Dit is ook een bevinding die werd aangehaald in de open vraag naar wat accuraatheid is, immers dat snelheid niet boven accuraatheid mag gaan. Als de tijd voor deadlines te halen dus dringt, vinden journalisten het moeilijker om volledig accuraat nieuws te maken.

De gemiddelde scores voor factoren die niet of slechts beperkt door de journalist beïnvloed kunnen worden, zijn in het rood weergegeven. Opvallend is dat deze factoren systematisch hogere gemiddelde scores behalen dan factoren die samenhangen met de journalist zelf of met aspecten waar journalisten wél invloed op kunnen uitoefenen. Dat verschil wordt vooral duidelijk wanneer we kijken naar de hoge gemiddelde score voor de complexiteit van het onderwerp als belemmering voor accuraat berichtgeven, terwijl journalisten tegelijk aangeven dat hun eigen kennis, specialisatie of een mogelijk gebrek daaraan bij complexe onderwerpen accuraatheid nauwelijks bemoeilijkt. Ook foute informatie afkomstig van nieuwsbronnen wordt als een grotere belemmering gezien dan misinformatie verspreid door burgers via sociale media of foutieve informatie die via AI bij journalisten terechtkomt. De precieze redenen hiervoor blijven onduidelijk, al moet daarbij ook worden opgemerkt dat de gemiddelde scores voor deze factoren in absolute termen relatief laag blijven.

Opvallend is dat journalisten hun eigen ideologie en voorkeur voor bepaalde ideeën het minst beschouwen als een factor die accuraatheid kan bemoeilijken. Het gemiddelde lag zeer laag, dicht bij de antwoordcategorie “bemoeilijkt niet”, wat suggereert dat journalisten over het algemeen niet het gevoel hebben dat persoonlijke ideologische overtuigingen een invloed hebben op hun vermogen om accuraat te berichten. Dat staat enigszins in contrast met de open antwoorden, waarin accuraatheid net meermaals wordt gekoppeld aan onpartijdigheid en neutraliteit. Dit lijkt erop te wijzen dat journalisten het belang van ideologische onafhankelijkheid wel erkennen op normatief niveau, maar minder geneigd zijn om hun eigen overtuigingen als een bron van beïnvloeding te zien.

3. Uitdagingen bij berichtgeving over actuele maatschappelijke thema's

Verder werd in de vragenlijst gepeild naar de uitdagingen die journalisten ervaren bij het berichten over actuele maatschappelijke thema's. Hierbij lag de focus op een vergelijking tussen berichtgeving over **klimaatverandering** en berichtgeving over **criminaliteit**. Respondenten kregen telkens één van beide thema's voorgelegd, met de vraag om in enkele zinnen te omschrijven wat zij als belangrijkste uitdaging zien bij het berichtgeven over dit thema.

Wanneer we de antwoorden van journalisten over de belangrijkste uitdagingen bij het verslaggeven over klimaatverandering analyseren, zien we dat de **complexiteit** van het thema met voorsprong het vaakst wordt genoemd. Klimaatverandering wordt door velen omschreven als een complex, technisch, wetenschappelijk onderwerp. Journalisten verwijzen soms naar de voorkennis die nodig is om als journalist over het thema te berichten. Verder wordt benadrukt dat klimaatberichtgeving vaak sterk steunt op cijfermateriaal, waarvan de correcte interpretatie en weergave specifieke vaardigheden vereisen. Echter, wanneer journalisten de complexiteit van dit thema aanhalen als centrale uitdagingen, verwijzen ze meestal naar de **complexiteit van het thema voor nieuwsconsumenten**. Journalisten vinden het vaak moeilijk om complexe, vaak wetenschappelijke, informatie over klimaatopwarming te vertalen naar toegankelijke journalistieke verhalen, voor een breed publiek, zonder verlies van nuance. Daarbij speelt de inschatting van het kennisniveau van het publiek een rol: verschillende respondenten geven aan dat een gebrek aan voorkennis bij het publiek het berichtgeven over dit thema bemoeilijkt. Hierdoor ontstaat volgens sommigen een spanningsveld tussen toegankelijkheid en inhoudelijke correctheid.

Naast inhoudelijke complexiteit is ook het bepalen van de juiste **toon** een belangrijke bezorgdheid. Journalisten geven aan dat zij enerzijds willen vermijden om alarmistisch over te komen, maar anderzijds wel de ernst en urgentie van het probleem correct willen communiceren. Er bestaat bij sommige journalisten de bezorgdheid dat te alarmerende berichtgeving kan leiden tot afschrikking, angst of zelfs apathie bij het publiek. Het vinden van een evenwicht tussen informeren en niet ontmoedigen blijkt een aanzienlijke uitdaging te zijn.

Een andere publieksgerichte overweging die regelmatig aan bod komt, is de gepercipieerde **publieke desinteresse** in het onderwerp. Journalisten signaleren een zekere mate van publieke "*klimaatmoeheid*", en zelfs frustratie bij het publiek ten aanzien van het thema. Klimaatverandering wordt dan ook als weinig concreet en soms als weinig nieuwswaardig omschreven door journalisten die rond het thema werken. De abstracte en globale aard van het probleem maakt het bovendien moeilijk om het onderwerp tastbaar en relevant te maken voor nieuwsconsumenten, en te blijven boeien in tijden waarin andere uitdagingen centraal staan. Zoals een journalist het treffend omschrijft: "*De klimaatmoeheid is de grootste uitdaging. In tijden van economische onzekerheid en geopolitieke spanningen lijkt er weinig ruimte om de problematiek aan te kaarten*". Ook redactiechefs en eindredacteuren moeten, zo blijkt uit sommige antwoorden, ook van het belang van dit thema overtuigd worden.

Tot slot wijzen verschillende journalisten op uitdagingen met betrekking tot **onpartijdige berichtgeving**. Sommigen geven expliciet aan bezorgd te zijn om als activist gepercipieerd te worden wanneer zij over klimaatverandering berichten. Dit leidt tot onzekerheid over de selectie van bronnen en perspectieven, zoals "*het al dan niet aan bod laten van klimaatactivisten*". Enerzijds bestaat de wens om verschillende visies aan bod te laten komen, anderzijds is het niet altijd evident om hierin een evenwichtige en journalistiek verantwoorde keuze te maken. Deze bekommernis lijkt opnieuw samen te hangen met de complexiteit van het thema; journalisten geven soms aan dat het moeilijk is om betrouwbare en tegelijk neutrale, niet-activistische bronnen, en meer specifiek experts, te vinden. Zeker in tijden van "*fake news*". Daarnaast wordt gewezen op het feit dat wetenschappelijke rapporten soms tegenstrijdige bevindingen bevatten, wat interpretatie en duiding bemoeilijkt.

Ook de antwoorden van journalisten over de belangrijkste uitdagingen betreffende criminaliteitsberichtgeving vertonen duidelijke patronen. In vergelijking met klimaatberichtgeving ligt de nadruk hier echter opvallend minder op inhoudelijke complexiteit en meer op **praktische, juridische en ethische afwegingen**.

Meer specifiek zien we dat de uitdaging die het vaak wordt genoemd in de context van criminaliteitsberichtgeving, schuilt in het garanderen van **feitelijke juistheid**. Verschillende respondenten benadrukken expliciet het belang van controle: *“bronnen checken, bronnen checken, bronnen checken”*. Journalisten geven aan dat zij vaak moeten werken met onvolledige of snel evoluerende informatie, bijvoorbeeld bij lopende onderzoeken. Hierdoor ontstaat een spanningsveld tussen snelheid en correctheid. Het is essentieel om *“de exacte toedracht van de feiten”* te achterhalen en *“zo volledig mogelijk verslag te brengen”*, terwijl die informatie in de praktijk niet altijd meteen beschikbaar is. Een uitdaging die in verschillende antwoorden terugkomt (en wat bij klimaatberichtgeving nooit werd genoemd) is dan ook **tijdsdruk**. Daarmee samenhangend verwijzen journalisten vaak naar de sterke **afhankelijkheid van officiële bronnen**, zoals politie en parket. Journalisten erkennen het belang van deze instanties voor het aanleveren van informatie, maar wijzen tegelijk op de beperkingen. Zo loop de communicatie met hen niet altijd even vlot, of wordt informatie soms niet gedeeld.

Een andere belangrijke uitdaging voor journalisten, ligt in het feit dat criminaliteitsnieuws een specifieke juridische terminologie vereist. Journalisten moeten bijvoorbeeld het onderscheid correct maken tussen iemand die *“opgepakt”* is en iemand die *“veroordeeld”* werd. Ook het vertalen van juridisch jargon naar begrijpelijke taal voor het brede publiek wordt als moeilijk ervaren. Fouten in deze context kunnen niet alleen de geloofwaardigheid van het medium schaden, maar kunnen bovendien ook juridische implicaties hebben.

Verder zorgen **ethische overwegingen** voor een uitdagende journalistieke context, in het bijzonder met betrekking tot de representatie van daders en slachtoffers. Respondenten geven aan dat zij moeten waken over een evenwichtige weergave, waarbij zowel slachtoffers als beschuldigen op een correcte manier aan bod komen. Zo wordt benadrukt dat men *“daders maar ook slachtoffers aan het woord moet laten, zonder daarbij in de kaart te spelen van de pleger”*. Privacy is hierbij een bijkomende zorg, net als de omgang met advocaten.

Tot slot wijzen sommige journalisten op de mogelijke valkuil van **sensationele berichtgeving**. Sommigen benadrukken dat berichtgeving moet vertrekken vanuit maatschappelijke relevantie en niet vanuit sensatiezucht. Zo wordt expliciet gesteld dat *“relevantie het criterium moet zijn, en niet sensatie”*.

In vergelijking met de antwoorden over klimaatberichtgeving valt op dat criminaliteit veel minder wordt gezien als een ingewikkeld en weinig tastbaar thema. De uitdagingen liggen hier eerder in de *praktische* uitvoering van journalistiek werk onder tijdsdruk, binnen een juridisch en ethisch kader. Waar klimaatjournalisten vooral worstelen met het vertalen van complexe wetenschap naar begrijpelijke en interessante verhalen voor nieuwsconsumenten, worden criminaliteitsjournalisten geconfronteerd met de noodzaak om snel, correct en zorgvuldig te berichten over concrete en vaak gevoelige gebeurtenissen. Deze resultaten worden samengevat in onderstaande **Tabel 1**.

Tabel 1. Overzicht van journalistieke uitdagingen naargelang het thema

Klimaatverandering	Criminaliteit
COMPLEXITEIT	FEITELIJKE JUISTHEID
Wetenschappelijk en technisch onderwerp	Bronnen checken en verifiëren
Veel cijfers en specialistische kennis	Onvolledige of snel evoluerende informatie
Moeilijk vertalen naar toegankelijke verhalen zonder nuanceverlies	Spanningsveld tussen snelheid en correctheid
JUISTE TOON VINDEN	TIJDSDRUK & AFHANKELIJKHEID
Urgentie communiceren zonder alarmisme	Snel verslag uitbrengen
Vermijden van angst, apathie of afschrikking	Lopende onderzoeken
	Sterke afhankelijkheid van politie en parket
PUBLIEKSINTERESSE	JURIDISCHE CORRECTHEID
Klimaatmoeheid, desinteresse en frustratie	Correct gebruik van juridische terminologie
Abstract en weinig tastbaar onderwerp	Vertalen van juridisch jargon
Moeilijk nieuwswaarde creëren en behouden	Juridische gevolgen van fouten
ONPARTIJDIGHEID BEWAREN	ETHISCHE AFWEGINGEN
Niet als activist gezien worden	Evenwichtige weergave van daders en slachtoffers
Selectie van betrouwbare, neutrale bronnen	Privacybescherming
Tegenstrijdige wetenschappelijke bevindingen duiden	Omgang met advocaten en betrokkenen
	VERMIJDEN VAN SENSATIEZUCHT
	Vertrekken vanuit maatschappelijke relevantie
	Relevantie boven sensatie plaatsen

Ook het verschil in hoe journalisten het **publieke belang van beide thema's** inschatten, is opvallend. Het gebrek aan publieke interesse in het klimaatdebat wordt door veel respondenten gezien als een belemmering voor berichtgeving over het thema, een argument dat volledig ontbreekt wanneer journalisten reflecteren over de uitdagingen van criminaliteitsnieuws. Dit verschil blijkt bovendien ook uit hun inschattingen van het publieke belang van beide thema's in een andere vraag, waar ze werden gevraagd om in te schatten welk percentage van de Belgische bevolking klimaatverandering en criminaliteit als belangrijkste probleem beschouwt (op een schaal van 0 tot 100%). De antwoorden lopen sterk uiteen, maar de gemiddelde inschattingen bevestigen het patroon: 24% voor klimaat tegenover 56% voor criminaliteit.

4. Cijfergegevens in journalistiek

Journalisten verwerken regelmatig cijfergegevens in hun nieuwsitems. Met cijfergegevens bedoelen we alle uitspraken die gebaseerd zijn op data of statistieken, zoals resultaten uit wetenschappelijk onderzoek, peilingen of rapporten van overheden, belangengroepen en bedrijven. Dergelijke cijfergegevens bevatten vaak een zekere mate van onzekerheid. Die onzekerheid kan voortkomen uit conceptuele keuzes, bijvoorbeeld over welke indicatoren het best geschikt zijn om een bepaald fenomeen te meten, maar ook uit methodologische beperkingen of uit de gebruikte statistische technieken.

In de literatuur is nog relatief weinig geweten over hoe journalisten tegenover deze onzekerheid staan, zeker wanneer het gaat over cijfergegevens rond sociale thema's, eerder dan bijvoorbeeld biomedisch onderzoek. Daarom onderzochten we hoe journalisten het gebruik van cijfergegevens over sociale thema's beoordelen en hoe ze kijken naar het rapporteren van onzekerheid daarover.

a. Het gebruik van cijfergegevens door journalisten

Gemiddeld gaven de journalisten die onze enquête invulden aan dat ze ongeveer tien nieuwsitems per week maken. Iets meer dan de helft van de nieuwsitems die ze de afgelopen maand maakten, bevatte cijfergegevens.

Opvallend is dat journalisten die aangaven meer nieuwsitems per week te maken, minder vaak cijfergegevens in die items verwerkten. Dat heeft mogelijk te maken met de tijdsdruk die journalisten ervaren. Journalisten die tijdsdruk meer zien als een factor die accurate berichtgeving bemoeilijkt, gaven namelijk aan minder vaak cijfergegevens te gebruiken in hun nieuwsitems, al was dat verband net niet statistisch significant. Daarnaast vonden we dat journalisten vaker cijfergegevens verwerken wanneer ze minder statistiek-gerelateerde onzekerheid ervaren, zichzelf statistisch geletterder inschatten en cijfergegevens nuttiger vinden voor nieuws. Ook journalisten met een universitair diploma en journalisten die voornamelijk werken voor De Morgen, De Standaard, De Tijd en VRT geven significant vaker aan dat ze cijfergegevens in hun nieuwsitems gebruiken.

Om dieper in te gaan op hoe journalisten kijken naar het berichtgeven over cijfergegevens, creëerden we een vignette-experiment. Elke respondent kreeg drie korte fragmenten te lezen en elk fragment bevatte een uitspraak over cijfergegevens. De fragmenten gingen over drie sociale thema's: armoede, migratie en onderwijs. Meer concreet ging het om het aantal mensen in armoede, het aantal asielzoekers dat op straat moet slapen en scores voor wiskunde in het hoger onderwijs. Elk fragment kon voorkomen in één van vier condities:

- 1) Een verbale claim (zonder specifieke cijfers), geformuleerd op een zekere manier ("onmiskenbaar gedaald")
- 2) Een verbale claim (zonder specifieke cijfers), geformuleerd op een onzekere manier ("Het rapport vermeldt wel dat er enige onzekerheid bestaat rond deze schatting.")
- 3) Een numerieke claim (met specifieke cijfers), geformuleerd op een zekere manier ("onmiskenbaar gedaald met 8%")
- 4) Een numerieke claim (met specifieke cijfers), geformuleerd op een onzekere manier ("gedaald met 8%. De foutenmarge voor dit cijfer is 3%.")

We onderzochten hoe elke conditie werd beoordeeld op vier aspecten: accuraatheid, geloofwaardigheid, begrijpelijkheid en de mate waarin journalisten de uitspraak zelf op een gelijkaardige manier in hun berichtgeving zouden weergeven.

In lijn met onze verwachting wijzen de resultaten erop dat journalisten een spanning ervaren bij het berichtgeven over sociaalwetenschappelijke cijfergegevens. Uitspraken met een numerieke formulering worden gezien als meer accuraat en geloofwaardig. Tegelijk worden ze ook als moeilijker te begrijpen beoordeeld. Toch blijken journalisten iets meer geneigd om zelf een numerieke formulering te gebruiken dan een verbale formulering. Deze effecten zijn consistent over de drie thema's heen. Bovendien zit er weinig variatie op basis van verschillende kenmerken van journalisten die we hebben getest (zoals statistiek-gerelateerde onzekerheid, gender of een universitair diploma hebben).

Diezelfde spanning zien we ook terug in de survey-items. Zo gaat 60% van de respondenten minstens deels akkoord met de stelling dat de consumenten van hun nieuwsitems zouden afhaken wanneer die te veel cijfergegevens bevatten (zie **Figuur 5**). Tegelijk vindt een grote meerderheid (71%) het moeilijk om een volledig beeld van de situatie te geven zonder relevante cijfergegevens te vermelden (zie **Figuur 6**). Numerieke cijfergegevens worden dus enerzijds gezien als accuraat, geloofwaardig en noodzakelijk om een verhaal volledig te brengen. Anderzijds worden ze ook ervaren als moeilijker te begrijpen en mogelijk afschrikkend voor lezers, kijkers of luisteraars.

Vervolgens analyseerden we hoe journalisten het weergeven van onzekerheid beoordelen. Onze verwachting was dat uitspraken met onzekerheid als accurater, maar minder geloofwaardig zouden worden gezien. De resultaten gaan inderdaad in die richting, maar zijn niet statistisch significant. De data tonen echter wel dat de respondenten het vermelden van eender welk type onzekerheid als moeilijker te begrijpen beoordelen. Dit kan mogelijks verklaren waarom journalisten eerder terughoudend zijn om de complexiteit van statistieken uit te leggen. Toch geeft 63% van de respondenten aan dat de consumenten van hun nieuwsitems het handig zouden vinden wanneer er uitleg wordt gegeven over hoe cijfergegevens worden berekend (zie **Figuur 7**).

b. Attitudes over cijfergegevens in nieuws

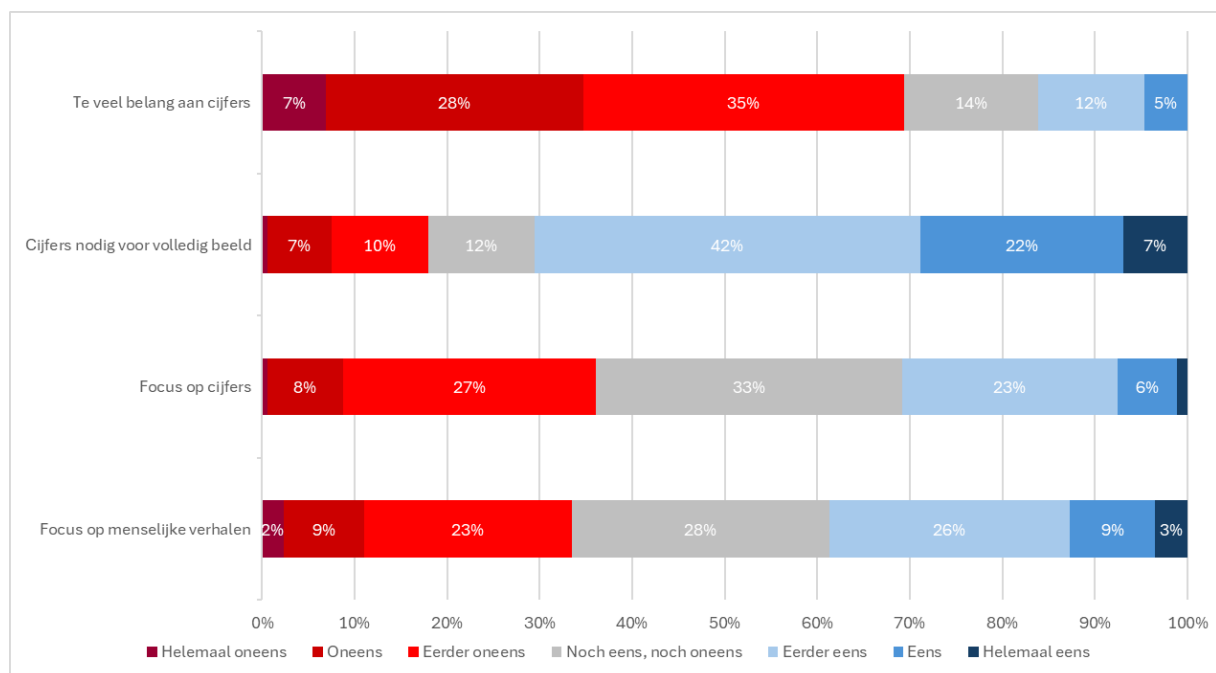
Naast het experiment, bevatte dit onderdeel van de enquête verschillende reeksen vragen over attitudes rond het gebruik van cijfergegevens in nieuws. De eerste reeks vragen werd samengevoegd tot één schaal die weergeeft hoe nuttig journalisten cijfergegevens in nieuws vinden (**Figuur 5**):

- “Er wordt te veel belang gehecht aan cijfergegevens in het nieuws.”
- “Zonder relevante cijfergegevens is het moeilijk om in een nieuwsitem een volledig beeld te geven van een situatie.”
- “Een goed nieuwsitem focust vooral op cijfergegevens.”
- “Een goed nieuwsitem focust vooral op individuele menselijke verhalen.”

Journalisten met een universitair diploma en journalisten die voornamelijk werken voor De Morgen, De Standaard, De Tijd en VRT vinden cijfergegevens significant vaker nuttig voor nieuws. Ook journalisten die aangeven vaker cijfergegevens te verwerken in hun nieuwsitems en zij die zichzelf statistisch geletterder inschatten, beoordelen cijfergegevens als nuttiger.

Verder was de mate van statistiek-gerelateerde onzekerheid die een journalist ervaart van belang: wie meer onzekerheid ervaart, vindt doorgaans dat een goed nieuwsitem eerder op menselijke verhalen moet focussen dan op cijfergegevens en was meer geneigd om aan te geven dat er te veel belang wordt gehecht aan cijfergegevens in het nieuws. Zij schatten het nut van cijfergegevens in nieuws dus lager in. Een gelijkaardig verband zien we met het aantal nieuwsitems dat een journalist gemiddeld schrijft per week: hoe hoger dit ligt, hoe minder nuttig men dit vindt. We zien echter het tegengestelde voor journalisten die hun eigen statistische geletterdheid hoger inschatten, zij staan net positiever tegenover het gebruik van cijfergegevens in nieuws.

Figuur 5. Het nut van cijfergegevens in nieuws volgens journalisten

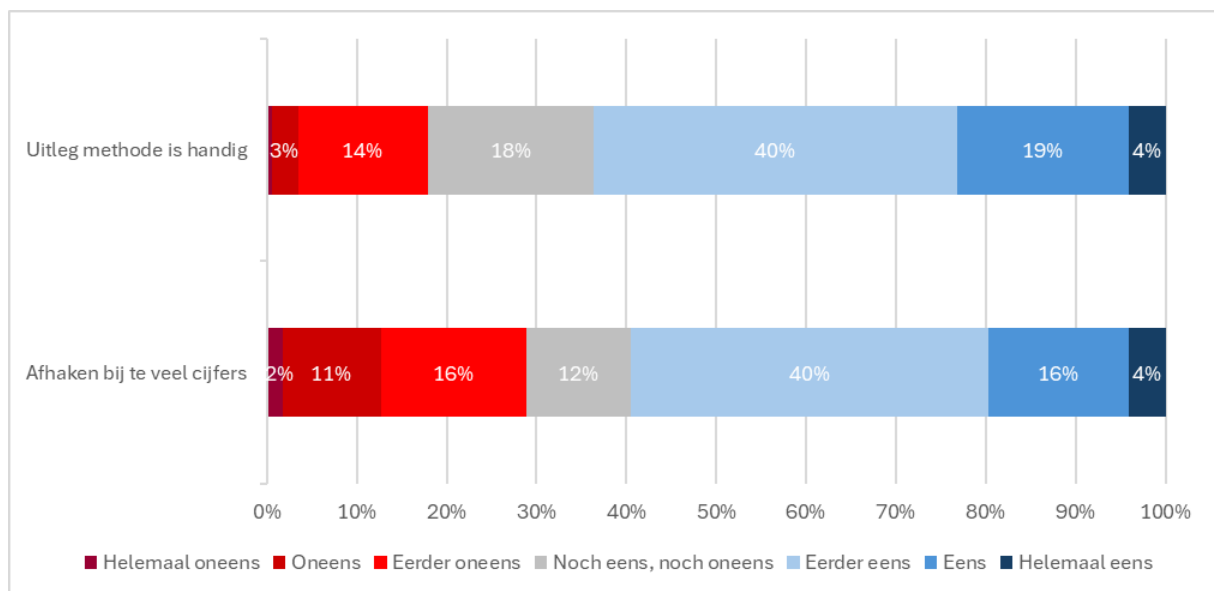


Vervolgens waren we geïnteresseerd in hoe journalisten de wensen en verwachtingen van hun publiek inschatten (**Figuur 6**). De volledige stellingen gingen als volgt:

- “De gemiddelde lezer/kijker/luisteraar van mijn nieuwsmedium vindt het handig wanneer een nieuwsitem uitleg geeft over hoe de belangrijkste cijfergegevens zijn berekend.”
- “De gemiddelde lezer/kijker/luisteraar van mijn nieuwsmedium haakt af wanneer een nieuwsitem te veel cijfergegevens bevat.”

De verdeling van de antwoorden voor de laatste stelling is opvallend scheef: de meerderheid van de journalisten (60%) denkt dat consumenten hun interesse verliezen wanneer er te veel cijfergegevens zitten in een nieuwsitem. Vrouwelijke journalisten, journalisten bij de publieke omroep en journalisten die meer statistiek-gerelateerde onzekerheid ervaren zijn nog meer geneigd om aan te geven dat consumenten hierdoor zouden afhaken. Desondanks geeft ook de meerderheid van de journalisten aan dat hun publiek extra uitleg bij de belangrijkste cijfergegevens handig zou vinden.

Figuur 6. Verwachtingen van het publiek



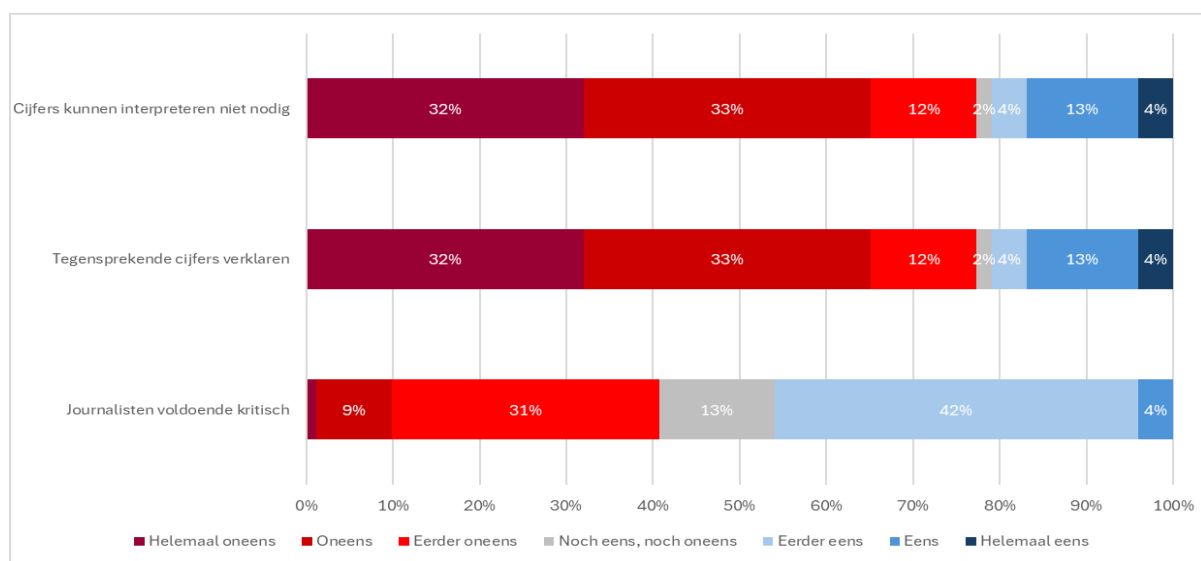
Het laatste onderdeel peilde naar attitudes rond het kritisch omgaan met cijfergegevens (**Figuur 7**):

- “Ik vind het niet belangrijk dat journalisten zelf de nodige vaardigheden hebben om cijfergegevens te kunnen interpreteren.”
- “Wanneer twee politici cijfergegevens aanhalen die elkaar tegenspreken, zou de journalist moeten onderzoeken en uitleggen hoe dat komt.”
- “Ik denk dat journalisten voldoende kritisch omgaan met de cijfergegevens die ze in hun nieuwsitems vermelden.”

De meningen waren opvallend sterk verdeeld over de vraag of journalisten voldoende kritisch omgaan met de cijfergegevens die ze gebruiken in hun nieuwsitems. Het enige statistisch significante verband dat we hier vonden, was dat vrouwelijke journalisten sterker geneigd zijn om aan te geven dat journalisten voldoende kritisch omgaan met cijfergegevens.

Een duidelijke meerderheid van de respondenten (77%) is het eens met de stelling dat journalisten moeten onderzoeken en uitleggen hoe het komt wanneer twee politici cijfergegevens aanhalen die elkaar tegenspreken. Journalisten die meer onzekerheid ervaren, zijn minder vaak akkoord met de stelling dat journalisten zulke tegenstrijdige cijfers moeten onderzoeken en uitleggen. Journalisten die vaker cijfergegevens verwerken in nieuwsitems en journalisten die hoger scoren op subjectieve statistische geletterdheid, zijn daarentegen sterker geneigd om hiermee akkoord te gaan.

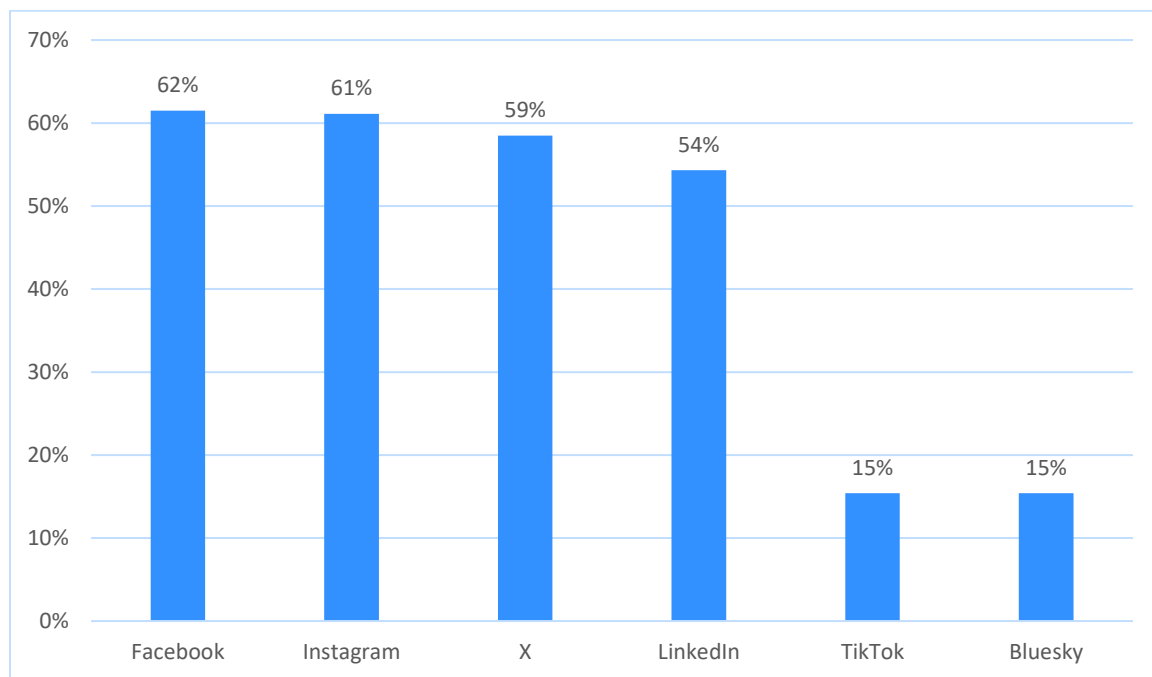
Figuur 7. Kritische omgang met cijfergegevens



5. Gebruik en percepties van sociale media in de journalistiek

Ook het gebruik van sociale media door journalisten kwam in onze vragenlijst aan bod. We vroegen journalisten “Welke van onderstaande sociale mediaplatformen gebruikt u in het kader van uw werk? U kan meerdere opties aanduiden.” en keken specifiek naar het gebruik van X, Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn en Bluesky. Sociale media hebben een verregaande invloed op de journalistiek. Gebruikers zoeken (en vinden) hun nieuws steeds vaker op online platformen, en mediaorganisaties passen zich daarop aan. Dat zien we ook weerspiegeld in onze bevindingen. Slechts 25 bevroegde journalisten (11%) geven aan geen van de bovenstaande platformen te gebruiken in het kader van hun werk. 34 anderen (15%) gebruiken er één, en de rest combineert twee of meer sociale media voor verschillende journalistieke taken. **Figuur 8** hieronder laat zien welke sociale mediaplatformen het meest gebruikt worden door de journalisten in onze steekproef. We zien dat Facebook (62%) en Instagram (61%) de grootste rol spelen bij journalisten. Van de bevroegde platformen worden ze ook door burgers het meest gebruikt voor toegang tot het nieuws¹ (Newman et al., 2025). Daarnaast lijken ook X (59%) en LinkedIn (54%) belangrijk. Nieuwere sociale media als videoplatform TikTok (15%) en Bluesky (15%) worden opvallend minder gebruikt.

Figuur 8. Gebruik van sociale mediaplatformen door bevroegde journalisten



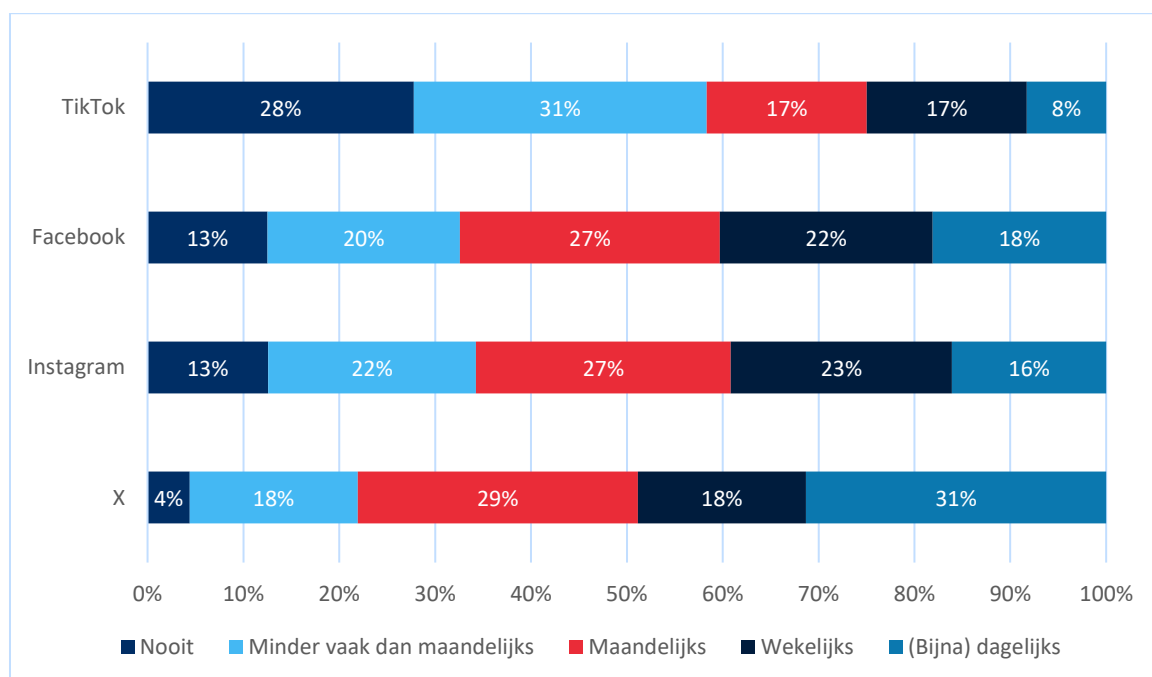
Aangezien elk van de bevroegde sociale mediaplatformen verschillende kenmerken en gebruiken heeft, hebben we journalisten ook bevroegd over de specifieke toepassingen van die platformen in het kader van hun werk. We focussen in dit overzicht op X, Instagram, Facebook en TikTok, en maten hoe vaak ze gebruikt werden om “informatie te vergaren of te controleren”, voor “contact met bronnen”, “interactie met het publiek”, om “eigen werk te promoten”, of te “peilen wat er leeft bij de bevolking”.

¹ Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). Reuters Institute Digital News Report 2025. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Op die manier polsen we dus naar de rol van die platformen in de verschillende fases van het journalistieke proces, van informatiegaring en productie tot verspreiding en publiekscontact. Figuren 9 tot 13 hieronder tonen de frequentie van het gebruik van deze platformen voor de specifieke doeleinden. De percentages in de figuren beschrijven enkel de journalisten die aangaven deze platformen te gebruiken in het kader van hun werk.

De bevraagde journalisten gebruiken sociale media veruit het meest voor informatiegaring en -controle. Zo toont **Figuur 9** de frequentie van het gebruik van X, Instagram, Facebook en TikTok voor deze toepassing. Met name onder de X-gebruikers is dit een belangrijke toepassing van het platform, aangezien slechts 4% van hen aangeeft X nooit te gebruiken voor het verzamelen of controleren van informatie voor hun werk, en bijna de helft het platform minstens wekelijks inzet voor hun journalistieke taken. Ook Facebook en visueel Meta-platform Instagram spelen een belangrijke rol bij de informatiegaring van de bevraagde journalisten. Meer dan de helft van de gebruikers van beide platformen gebruikt het minstens maandelijks. Hoewel TikTok door een kleine groep journalisten gebruikt wordt voor hun werk is ook dit platform voor hen een waardevolle bron van informatie. 42% van de TikTok-gebruikers in onze steekproef gebruikt het platform minstens maandelijks in het kader van hun journalistieke werk.

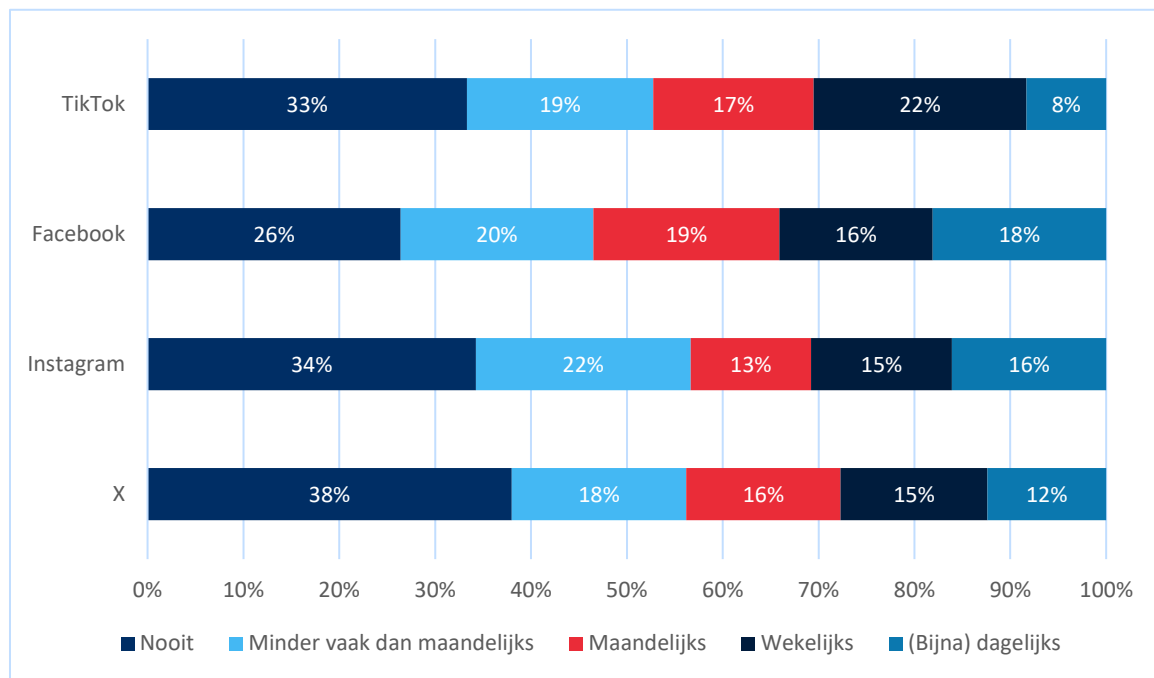
Figuur 9. Frequentie van gebruik van sociale mediaplatformen voor informatiegaring of -controle



Naast het vergaren of controleren van inhoudelijke informatie, spelen de sociale mediaplatformen ook een rol in de journalistiek omdat journalisten ze gebruiken om te “peilen wat er leeft in de bevolking”. Gebruikers kunnen makkelijk zelf content posten, opmerkingen achterlaten of via andere vormen van *user engagement* (bv. likes) aangeven wat ze vinden van de informatie die ze op de platformen tegenkomen. Op die manier kunnen sociale media fungeren als een geaggregeerde indicator van publieke opinie. In **Figuur 10** hieronder zien we dat vooral Facebook die rol vervult. Hoewel de reputatie en het gebruik van Facebook de laatste jaren sterk is veranderd, onder andere door de komst en populariteit van andere platformen, is het nog steeds het belangrijkste platform onder de Belgische bevolking (Newman et al., 2025). Opvallend is dat TikTok ook relatief veel gebruikt wordt om de

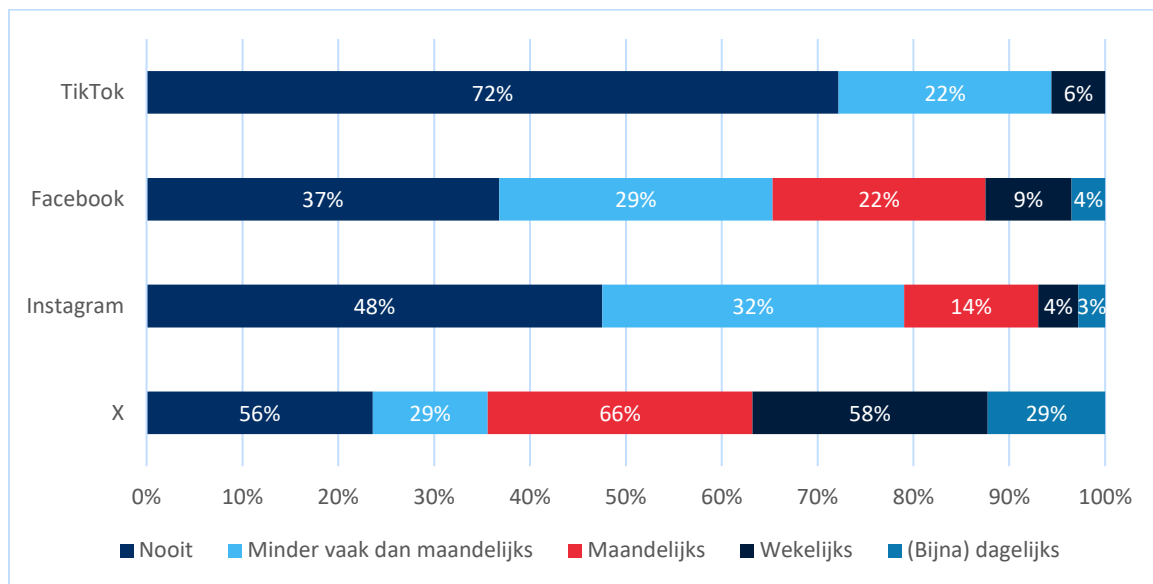
publieke opinie te peilen. Het videoplatform wordt sterk gestuurd door algoritmes die de getoonde inhoud personaliseren aan individuele gebruikers. Dit zorgt ervoor dat verschillende gebruikers heel andere inhoud te zien kunnen krijgen, maar ook dat bepaalde video's snel een erg groot bereik kunnen behalen. Hoewel TikTok minder relevant is voor de hele bevolking, speelt de relatieve populariteit van het platform bij specifieke doelgroepen wellicht een rol in het gebruik door journalisten. Ondanks het algemene belang van TikTok voor het peilen van de publieke opinie, wordt het platform door minder journalisten op dagelijkse basis gebruikt voor deze toepassing, vergeleken met Instagram en X.

Figuur 10. Frequentie van gebruik van sociale mediaplatformen voor het peilen van publieke opinie



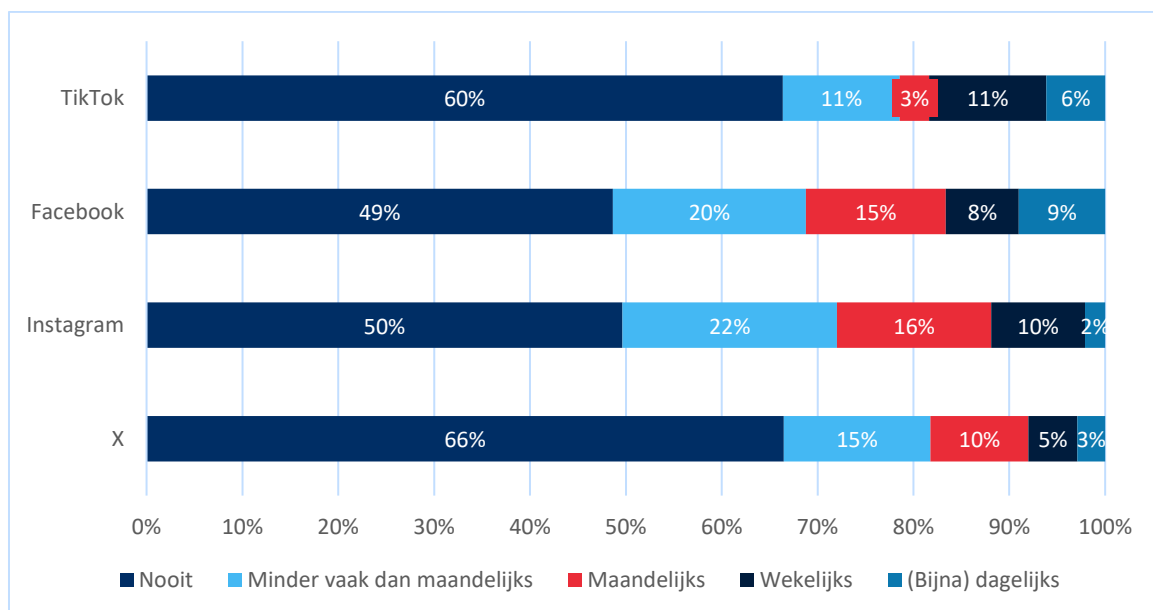
Figuur 11 toont de frequentie van het gebruik van de sociale mediaplatformen voor contact met bronnen. Deze toepassing is relatief minder belangrijk dan het vergaren van informatie en het peilen van de publieke opinie. Toch worden vooral X en Facebook hiervoor gebruikt in de journalistieke context. Ook Instagram speelt een rol. De percentages in Figuur 11 zijn in grote mate te verklaren aan de hand van de mogelijkheden en toepassingen van de verschillende platformen. Zowel X, Facebook als Instagram voorzien mogelijkheden om gemakkelijk contact te leggen met anderen, berichten uit te wisselen via *direct messaging*, en via X kunnen gebruikers ook publiek met elkaar in gesprek gaan.

Figuur 11. Frequentie van gebruik van sociale mediaplatformen voor contact met bronnen



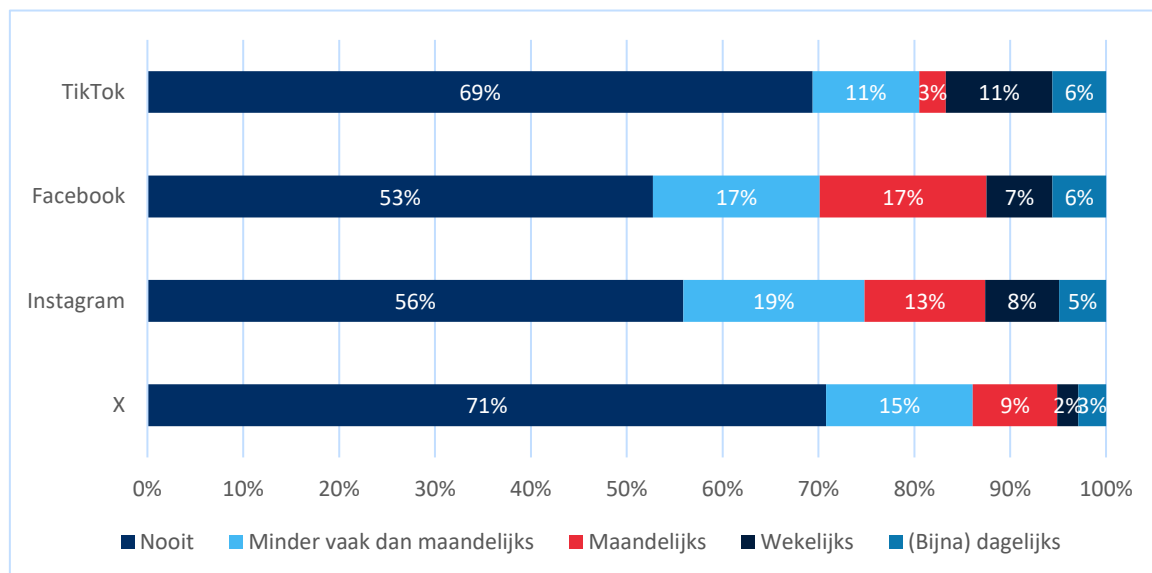
Figuur 12 toont dat sociale media door journalisten relatief weinig gebruikt worden om hun eigen werk te promoten. Hoewel Instagram en Facebook hiervoor worden ingezet (ongeveer 50% van de gebruikers van die platformen gebruiken ze minstens maandelijks voor de promotie van hun eigen werk) is deze toepassing, vergeleken met de andere, opvallend minder relevant. Een mogelijke verklaring voor deze bevinding is dat de promotie van eigen nieuwsitems wellicht vooral via de kanalen van de nieuwstitel of mediaorganisatie gebeurt.

Figuur 12. Frequentie van gebruik van sociale mediaplatformen voor promotie van eigen werk



Ten slotte toont **Figuur 13** de frequentie van het gebruik van sociale media voor contact en interactie met het publiek. Ondanks de mogelijkheden die sociale media bieden voor dit soort interactie, geeft meer dan de helft van de gebruikers van alle vier de platformen aan ze nooit te gebruiken voor deze toepassing.

Figuur 13. Frequentie van gebruik van sociale mediaplatformen voor publieksinteractie



Naast het gebruik van sociale media door journalisten hebben we ook hun perceptie gevraagd van de voor- en nadelen van de platformen voor de journalistiek. Deelnemers aan de vragenlijst werden gevraagd om aan te geven in hoeverre ze het (on)eens zijn met die voor- en nadelen op een schaal van 1 (Helemaal oneens) tot 7 (Helemaal eens). Van de mogelijke nadelen van sociale media zijn de meeste journalisten het eens met de stelling dat ze “bijdragen aan de verspreiding van desinformatie” (met een gemiddelde op een schaal van 1 tot 7 van $M = 6.0$). Ook de rol van clickbait ($M = 5.7$) en de selectiviteit van informatie die op sociale media aan gebruikers wordt getoond ($M = 5.4$) worden als belangrijke nadelen gezien. Journalisten zijn relatief minder bezorgd voor de negatieve implicaties van sociale media voor de journalistieke praktijk, in de vorm van een bedreiging van het verdienmodel van de nieuwsmedia ($M = 4.7$) en een beschadigde reputatie van de journalistiek ($M = 4.5$). Tegelijkertijd zien journalisten ook in dat sociale media “zorgen dat het nieuws het publiek sneller kan bereiken” ($M = 5.7$), dat “nieuws een breder publiek kan bereiken” ($M = 5.6$), dat de platformen interactie met het publiek vergemakkelijken ($M = 5.4$), en dat het nieuws door sociale media toegankelijker wordt ($M = 5.2$). Samengevat tonen deze bevindingen dat journalisten over het algemeen het meest inzitten met de voor- en nadelen van sociale media die te maken hebben met de kwaliteit van journalistieke output en de bereikbaarheid van het publiek, terwijl organisatorische factoren, zoals de reputatie en het verdienmodel van de journalistiek, een minder grote rol spelen.