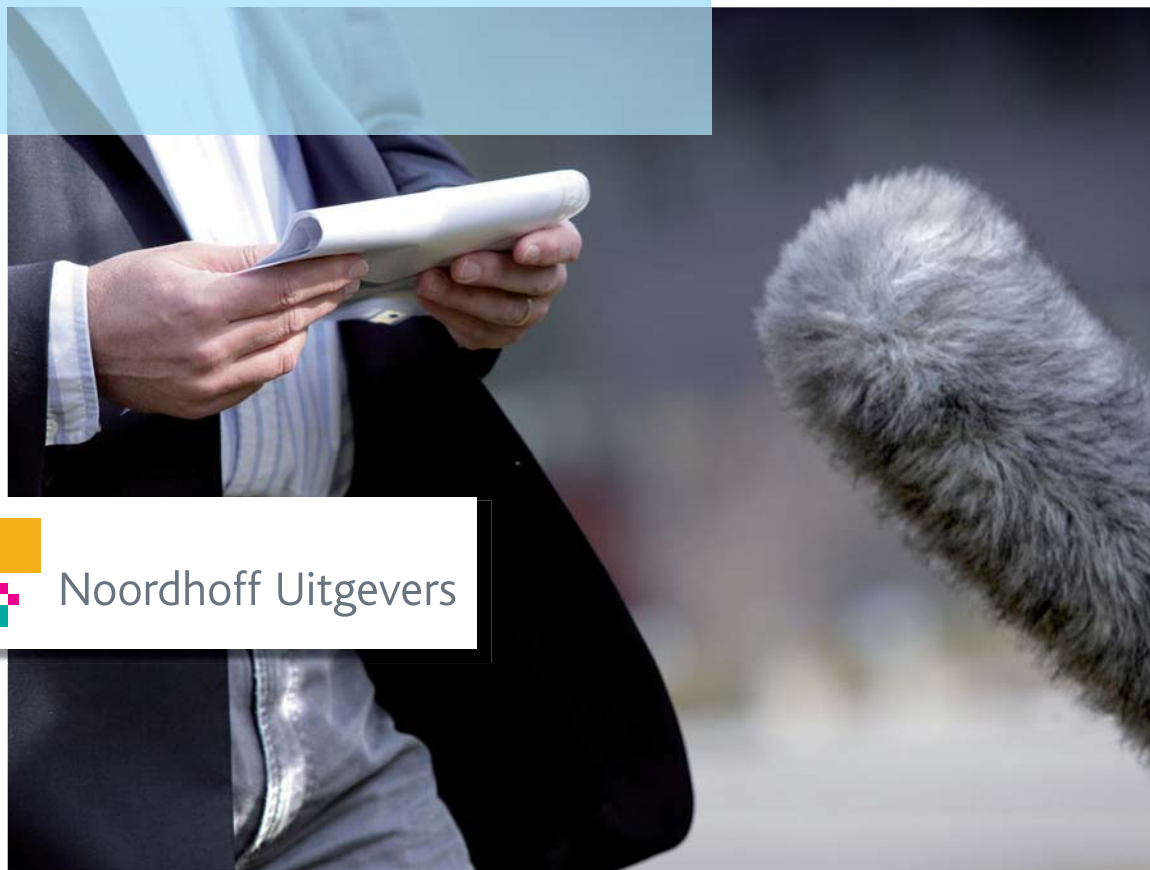

Basisboek Journalistiek

Achtergronden, genres, vaardigheden

Nico Kussendrager
Dick van der Lugt



Noordhoff Uitgevers



Basisboek Journalistiek



Basisboek journalistiek

Achtergronden, genres, vaardigheden

Nico Kussendrager

Dick van der Lugt

Vierde druk

Noordhoff Uitgevers bv Groningen | Houten

Ontwerp omslag: G2K Designers, Groningen / Amsterdam
Omslagillustratie: Hollandse Hoogte

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan: Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB Groningen, e-mail: info@noordhoff.nl

Met betrekking tot sommige teksten en/of illustratiemateriaal is het de uitgever, ondanks zorgvuldige inspanningen daartoe, niet gelukt eventuele rechthebbende(n) te achterhalen. Mocht u van mening zijn (auteurs)rechten te kunnen doen gelden op teksten en/of illustratiemateriaal in deze uitgave dan verzoeken wij u contact op te nemen met de uitgever.

2 3 4 5 / 11 10 09

© 2007 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/reprorecht). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN (ebook) 978 90 01 84350 2
ISBN 978 90 01 51704 5
NUR 813

Woord vooraf bij de vierde druk

‘De positie van de krant als informatiebron blijft ijzersterk’ schreven we vijf jaar geleden in de derde druk van *Basisboek Journalistiek*. De inkt van deze optimistische voorspelling was amper opgedroogd, of we werden al ingehaald door de actualiteit. Kranten kregen het moeilijk: de oplages en advertentie-inkomsten begonnen terug te lopen, en naast de televisie kreeg de krant er nog een tweede geduchte concurrent bij: internet.

In deze vierde druk hebben we daarom een nieuw hoofdstuk opgenomen over online journalistiek, geschreven door Peter Verweij. Voorts ging het mes in de hoofdstukken 1 en 2, waarin we het krantenlandschap verkennen. Gijs Schreuders bracht zijn hoofdstuk over ethiek up-to-date.

Verder hebben we de tekst uitgebreid met inzichten die al werkende in de dagelijkse praktijk van het onderwijs zijn ontstaan. Evenals de vorige keer zijn oude voorbeelden, die geen voorkennis vereisen, gehandhaafd onder het motto: een goed voorbeeld blijft een goed voorbeeld. Tenslotte maakt het niet uit of bijvoorbeeld een brand in 1991 of in 2006 heeft gewoed. Voorbeelden die wel tijdgebonden zijn, hebben we uiteraard vervangen.

Wat ook gebleven is, is de nadruk op de schrijvende journalistiek. Telkens weer blijkt dat de basisprincipes van de journalistiek het best geleerd en geoefend kunnen worden in tekst. Journalisten zijn immers verhalenvertellers; alleen de vorm varieert: krant, tijdschrift, radio, televisie, internet. Alleen degene die zijn gedachten goed op papier kan ordenen, kan een goed radio-/tv-item maken of op internet informatie overdragen via een combinatie van tekst, beeld en geluid.

Aan de totstandkoming van deze en vorige drukken hebben talrijke personen hun medewerking verleend: collega’s, studenten en journalisten. Het zijn er inmiddels zo veel geworden dat het ondoenlijk is allen afzonderlijk te noemen: dit voorwoord zou te veel uitdijen. Op de website www.basisboekjournalistiek.noordhoff.nl zullen we dit gemis goedmaken. Niettemin willen we hier iedereen hartelijk danken voor de gegeven adviezen, tekstbijdragen, commentaren, kritiek en inspirerende gesprekken.

We hopen dat deze nieuwe druk, nog meer dan de voorgaande, jonge mensen behulpzaam is op weg naar een journalistieke loopbaan om het vak van journalist onder de knie te krijgen.

Utrecht, voorjaar 2007

Nico Kussendrager
Dick van der Lugt

Inhoud

Inleiding 11

- 1 Kranten 13**
 - 1.1 Het lezen van de krant 14
 - 1.2 Wat is een krant? 14
 - 1.3 De eerste kranten 22
 - 1.4 Kranten in Nederland 26
 - 1.5 De krant en de lezer 32
 - Vragen en opdrachten 37

- 2 Organisatie van dagbladen 39**
 - 2.1 Redacties en beleid 40
 - 2.2 Deelredacties 42
 - 2.3 Organisatie van het nieuws 47
 - 2.4 Persbureaus en samenwerkingsverbanden 50
 - 2.5 Journalistiek, journalisten en arbeidsomstandigheden 51
 - 2.6 Freelance journalistiek 54
 - 2.7 Persprijzen 59
 - Vragen en opdrachten 60

- 3 Online journalistiek 63**
 - 3.1 Journalistiek 2.1 64
 - 3.2 Nieuws vinden 76
 - 3.3 Schrijven voor internet 79
 - Vragen en opdrachten 81

- 4 Journalistiek denken 83**
 - 4.1 Journalistieke attitude 84
 - 4.2 Nieuwsgierigheid 88
 - 4.3 Wantrouwen 89
 - 4.4 De kritische vraag 90
 - 4.5 De onbekende vraag 91
 - 4.6 Statistische gegevens 91
 - 4.7 Enquêtes en opinieonderzoeken 93
 - 4.8 Feiten en opinies 96
 - 4.9 Verwachtingen en (voor)oordelen 97
 - 4.10 Waarnemingen 99
 - 4.11 Leugens 100
 - 4.12 Goed lezen 100
 - Vragen en opdrachten 101

- 5 Journalistiek werken 103**
 - 5.1 Vergaderingen en congressen 104
 - 5.2 Persconferenties 105
 - 5.3 Aantekeningen maken 106
 - 5.4 Gebruik van de cassette recorder 108
 - 5.5 Gebruik van de telefoon 109

- 5.6 Rapporten en nota's 110
- 5.7 Persberichten 111
- 5.8 Informatie krijgen 112
- 5.9 Informatie vinden 112
- 5.10 Automatisering op de redactie 113
 - Vragen en opdrachten 116

- 6 Journalistiek schrijven 119**
 - 6.1 Zes fasen van het journalistiek schrijven 120
 - 6.2 Bepalen van het schrijfdoel 120
 - 6.3 Verzamelen van de gegevens 125
 - 6.4 Verwerken van de gegevens 127
 - 6.5 Schrijven van de tekst 133
 - 6.6 Beoordelen en redigeren van de tekst 134
 - 6.7 Citeren 136
 - 6.8 Leesbaarheid 144
 - 6.9 Aanleiding en punchline 146
 - Vragen en opdrachten 148

- 7 Nieuws en nieuwsbronnen 151**
 - 7.1 Het wie, waar, wanneer, waarom en wat van het nieuws 152
 - 7.2 Nieuwscriteria 156
 - 7.3 Zacht nieuws 160
 - 7.4 Kanttekeningen bij 'nieuws' 161
 - 7.5 Nieuwsbronnen 164
 - Vragen en opdrachten 171

- 8 Nieuwsgaring 173**
 - 8.1 Passieve nieuwsgaring 174
 - 8.2 Actieve nieuwsgaring 175
 - 8.3 Spontane nieuwsgaring 177
 - 8.4 Follow-up 180
 - 8.5 Hoor en wederhoor 181
 - 8.6 Voorlichting 183
 - 8.7 Research 188
 - Vragen en opdrachten 193

- 9 Nieuwsbericht 195**
 - 9.1 Eisen aan het nieuwsbericht 196
 - 9.2 Lengte en taalgebruik 196
 - 9.3 Onderwerp van het nieuwsbericht 197
 - 9.4 De vijf w's en de h 197
 - 9.5 Feitelijk, duidelijk, nauwkeurig en volledig 198
 - 9.6 Hiërarchische opbouw 199
 - 9.7 Lead 204
 - 9.8 Openingszin 211
 - 9.9 Overgangen 212
 - 9.10 Werkwoordstijden 215
 - 9.11 Identificatie en plaats van de bron 216
 - 9.12 Soorten berichten 217
 - 9.13 Zachtnieuwsberichten 222
 - 9.14 Date- en creditline 222
 - 9.15 Stoppers en kortjes 224

- 9.16 Tips voor een goed nieuwsbericht en een goede lead 225
- Vragen en opdrachten 227

- 10 Nieuwsverhaal 231**
- 10.1 Definitie en kenmerken van een nieuwsverhaal 232
- 10.2 Aanpak bij het schrijven van een nieuwsverhaal 232
- 10.3 Praktijkvoorbeeld 'Veerdienst De Nieuwe Maas' 233
- 10.4 Praktijkvoorbeeld 'Het graf van Rembrandt' 237
- 10.5 Checklist nieuwsverhaal 240
- Vragen en opdrachten 242

- 11 Verslag 243**
- 11.1 Geschiedenis van het verslag 244
- 11.2 Definitie en kenmerken van het verslag 245
- 11.3 Nauwkeurigheid 247
- 11.4 Voorbereiding 249
- 11.5 Goed geschreven 249
- 11.6 Verslagindeling naar subgenre en inhoud 252
- 11.7 Nieuwsverslag 253
- 11.8 Vrij verslag en sfeerverslag 272
- 11.9 Recenserend verslag 279
- 11.10 Tips voor het schrijven van een verslag 280
- Vragen en opdrachten 281

- 12 Interview 283**
- 12.1 Geschiedenis van het interview 284
- 12.2 Soorten interviews 284
- 12.3 Een interview maken 285
- 12.4 Keuze van onderwerp, genre en persoon 286
- 12.5 Voorbereiding 287
- 12.6 Gesprek 288
- 12.7 Vorm 294
- 12.8 Uitwerking 295
- 12.9 Nazorg 298
- 12.10 Het telefonische interview 299
- Vragen en opdrachten 301

- 13 Reportage en achtergrondverhaal 303**
- 13.1 Reportage 304
- 13.2 Achtergrondverhaal 305
- 13.3 Schrijven volgens het zevenstappenplan 306
- 13.4 Opbouw van de tekst 316
- 13.5 Woord- en taalgebruik 320
- Vragen en opdrachten 324

- 14 Opiniërende en andere genres 325**
- 14.1 Waarom genres? 326
- 14.2 Nieuwsanalyse 328
- 14.3 Persoonsbeschrijving 329
- 14.4 Recensie 331
- 14.5 Opinieverhaal 334
- 14.6 Commentaar 335
- 14.7 Column 338

14.8	Andere genres	342
14.9	Genremix	344
14.10	Samengestelde productie	344
	Vragen en opdrachten	347
15	Koppen, bijschriften en illustraties	349
15.1	Geschiedenis van de kop	350
15.2	Definitie en kenmerken van een kop	351
15.3	Koppen maken	352
15.4	Grafische vorm	355
15.5	Nieuwskoppen	358
15.6	Zachtnieuwskoppen	365
15.7	Niet-nieuwskoppen	365
15.8	Boven- en onderkop	366
15.9	Tussenkoppen	369
15.10	Intro's en quotes	370
15.11	Foto's	371
15.12	Infographics	374
15.13	Bijschriften	378
	Vragen en opdrachten	382
16	Recht en ethiek	385
16.1	Uitgangspunten	386
16.2	Rechtsnormen en rechtsregels	389
16.3	Betrouwbaarheid	393
16.4	Fair play	397
16.5	Onafhankelijkheid	406
16.6	Toetsen aan beroepsnormen	411
	Vragen en opdrachten	414
	Literatuur over journalistiek	417
	Verantwoording	425
	Illustratieverantwoording	429
	Register	431

Inleiding

Journalistiek, dat is van alles. Deze ‘definitie’ is ooit geformuleerd door Piet Heil, een van de eerste docenten aan de School voor Journalistiek in Utrecht. Inderdaad bestrijkt de journalistiek een breed terrein: van gemeenteraad tot Parlement, van speeltuinen tot de Miss Universe-verkiezing, van conflicten in het Midden-Oosten tot staatsgrepen in Zuid-Amerika.

Dit boek is geen allesomvattende inleiding in de journalistiek. Bij het bepalen van de onderwerpen die aan de orde moesten komen, is steeds het uitgangspunt geweest: welke kennis en vaardigheden zijn relevant voor de beginnende student journalistiek?

We hebben gekozen voor een indeling in genres. Hoewel deze niet altijd in zuivere vorm in de media voorkomen, is onze ervaring dat dit de beste manier is het journalistiek onderwijs in te richten. *Zo moet het, maar het mag ook anders*, is een regel die je alleen kunt toepassen, als je begrijpt in welk geval ‘anders’ beter is.

Na een algemene inleiding over de krant (de hoofdstukken 1 en 2) en een hoofdstuk over online journalistiek volgen drie hoofdstukken over journalistiek denken, werken en schrijven. In de hoofdstukken 7 en 8 gaan we nader in op nieuws, nieuwsbronnen en het proces van nieuwsgaren. In de hoofdstukken 9 tot en met 14 komen alle journalistieke genres aan bod: van klein naar groot, van min of meer objectief naar subjectief. De afsluitende hoofdstukken 15 en 16 hebben op alle genres betrekking.

Na elk hoofdstuk zijn vragen en opdrachten opgenomen. Deze bieden de student de gelegenheid met de aangeboden leerstof aan de slag te gaan. De meeste antwoorden zijn te vinden in de tekst en een aantal op de website www.basisboekjournalistiek.noordhoff.nl. De site bevat tevens aanvullingen op de vragen en opdrachten alsmede praktijkvoorbeelden. Bij de opdrachten speelt de docent een belangrijke rol. In de docentenhandleiding op dezelfde website geven we tips hoe deze opdrachten in de klas te verwerken. We hebben daarbij gestreefd naar een variatie in werkvormen: van de traditionele doceervorm, waarbij de docent centraal staat, tot de groepsdiscussie.

Ten slotte hopen we dat dit boek ook kan dienen als naslagwerk, niet alleen voor de gevorderde student maar ook voor de door de wol geveerde journalist. Het kan geen kwaad om regelmatig te reflecteren over het eigen gedrag, vooral wanneer je je vak na jaren op de automatische piloot uitoefent.



Kranten

1

- 1.1 Het lezen van de krant
- 1.2 Wat is een krant?
- 1.3 De eerste kranten
- 1.4 Kranten in Nederland
- 1.5 De krant en de lezer

In dit hoofdstuk bespreken we de krant in al zijn facetten. In paragraaf 1.1 gaan we na wie welke krant leest en waarom. In paragraaf 1.2 kijken we eerst wat een krant is en bespreken vervolgens we de belangrijkste kenmerken ervan. Daarna gaan we in op de vrijheid van meningsuiting en de vrijheid van drukpers. We sluiten de paragraaf af met een overzicht van de kenmerken waarmee een krant zich kan onderscheiden van andere kranten. In paragraaf 1.3 gaan we terug in de tijd. We behandelen de geschiedenis van de krant in de afgelopen eeuwen. De oudste kranten die zijn teruggevonden dateren van het jaar 1600. De oudste bekende Nederlandse krant, die in deze paragraaf is opgenomen (illustratie 1.1), dateert uit 1618 en verscheen in Amsterdam als de *Courante uyt Italien, Duytslandt, &c.* In paragraaf 1.4 komt het krantenlandschap als geheel aan bod. Hierbij gaan we in op de verzuiling en ontzuiling, belangrijke kenmerken van de Nederlandse samenleving in de twintigste eeuw, die grote invloed hadden op de oplageontwikkeling van de verschillende kranten. De laatste paragraaf handelt over de lezers, die we kunnen indelen in groepen aan de hand van specifieke kenmerken, bijvoorbeeld religie, inkomen, opleidingsniveau en politieke overtuiging. In deze paragraaf bekijken we de verbanden tussen de kenmerken van lezersgroepen en de kenmerken van dagbladen (paragraaf 1.5).

1.1 Het lezen van de krant

Nederlanders zijn de afgelopen jaren steeds minder gaan lezen. Werd in de jaren vijftig van de vorige eeuw nog zo'n twintig procent van de tijd aan lezen besteed, tegenwoordig is dat minder dan tien procent. Jongeren lezen (nog) minder dan ouderen. Vooral boeken en kranten hadden onder die 'ontlezing' te lijden. De aandacht voor tijdschriften nam toe (opkomst van roddelbladen, specialinterest- en glossymagazines).

Een oorzaak van 'ontlezing' is televisie. Maar ook andere bezigheden in de vrije tijd (uitgaan, sporten, internetten), zwaardere en drukker banen, en emancipatie (mannen en vrouwen – zeker bij tweeverdieners met kinderen – kregen het drukker) spelen een rol.

Optimisten verwachten dat het met het lezen van kranten wel weer goed komt. De huidige jongeren worden ooit eens veertig en de vergrijzing wordt steeds sterker. Pessimisten wijzen erop dat iemand die niet al jong is gaan lezen, dat ook niet op latere leeftijd zal gaan doen. Waren hun ouders nog 'lid' van een krant, veel jongeren nemen geen abonnement, kijken nieuws en achtergronden op internet (nu.nl, gestijl.nl), kopen in het beste geval een krant los en doen het verder met treinbladen als *Spits* en *Metro* en al het andere gratis verspreide drukwerk. Je kunt somber doen over die kranten zonder franje, met alleen korte berichten, nauwelijks eigen nieuwsgaring, geen diepgaande achtergronden en doorwrochte analyses, ze worden wel gelezen. Een krant die tegen de trend in jongeren wist te trekken is *nrc.next*.

In de onderwerpen waarvoor lezers zich interesseren, is de laatste jaren weinig verandering gekomen. Jongeren tot twintig jaar zijn over het algemeen weinig geïnteresseerd in binnen- en buitenlandse politiek, in economische onderwerpen en consumentennieuws. Hun belangstelling gaat sterk uit naar sport, show en misdaad. Welke pagina's dan worden gelezen, hangt uiteraard af van de rubriek (is het buitenland of is het kunst?) maar ook van de ligging van de pagina in de krant (pagina's voor in de krant worden beter gelezen dan achterin, rechterpagina's beter dan linkerpagina's). Ook de vormgeving beïnvloedt het wel of niet lezen van een pagina: is de pagina strak opgemaakt, met een herkenbare indeling of is er sprake van een bonte vormgeving met schreeuwende koppen en sensationele foto's?

1.2 Wat is een krant?

De *Dikke Van Dale* geeft als omschrijving van een krant:

‘Een bepaald, op geregelde tijden, meest dagelijks verschijnend drukwerk ter verspreiding van nieuws en wetenswaardigheden en tot voorlichting van het publiek.’

Maar deze definitie is een momentopname. Als we stellen dat een krant een gedrukt product is, vergeten we de kabel-, de digitale en faxkranten. Als we zeggen dat een krant zes keer per week verschijnt, valt het *Agrarisch Dagblad* buiten de boot. Als we eisen dat een krant een veelheid aan nieuws bevat, horen het dagblad *CoBouw* (voor de bouwwereld) en de *Financial Times* er misschien niet meer bij. Een definitie zou dan kunnen luiden:

Kranten zijn (meestal) gedrukte, regelmatig verschijnende bladen met een herkenbare titel. Ze bevatten (meestal) een veelheid aan nieuws en achtergronden die op een herkenbare wijze worden behandeld en gepresenteerd; ze zijn bedoeld voor een breed publiek.

In deze paragraaf bespreken we eerst de gemeenschappelijke kenmerken, vervolgens de vrijheid van meningsuiting en vrijheid van drukpers en ten slotte de eigenschappen waarmee kranten zich onderscheiden van hun concurrenten.

Kenmerken van kranten

Kenmerken van kranten zijn de volgende:

- 1 *Kranten zijn gedrukt.* Ze zijn immers niet bedoeld voor één of een paar personen, die aan een handgeschreven brief of getypt verslag voldoende hebben, of die je in een koffiehuis of café mondeling kunt inlichten. Hoewel de elektronische media ook oprukken in de wereld van het geschreven woord (de internetkranten bijvoorbeeld), hebben de dagbladbedrijven nog alle vertrouwen in het drukken van kranten. De afgelopen jaren is er in Nederland bijna een half miljard euro geïnvesteerd in nieuwe, grotere, betere en snellere drukpersen.
- 2 *Kranten verschijnen regelmatig.* Een eenmalige uitgave noemen we geen krant, althans niet in dit boek. Het woord 'krant' mag natuurlijk door iedereen voor elk doel worden gebruikt, maar wij verstaan onder kranten uitgaven die minstens wekelijks verschijnen en wier voornaamste taak het verschaffen van nieuws is. De krant is immers een product dat de lezers voortdurend van het laatste nieuws blijft voorzien. Dat lukt niet met een maandelijks uitgave.
- 3 *Kranten zijn voorzien van een nummer en een datum.* Op de voorpagina van *Trouw* op woensdag 15 april 1992: '50ste jaargang nr. 14566'. *Het Haarlems Dagblad* op dezelfde dag: 'Jaargang no. 149'. *NRC Handelsblad*: '22e jaargang, no. 167'.
- 4 *Kranten hebben een naam.* Een van de oudste kranten heette *Aviso, Relation oder Zeitung*. In 1618 verscheen in Amsterdam de *Courante uyt Italien, Duytslandt, &c.*, die vanaf 1624 elke zaterdag werd gedrukt. In de namen van kranten vinden we in de hele wereld bepaalde woorden steeds terug:
 - de tijd: *De Tijd, Die Zeit, Le Temps, The Times, The New York Times, The Nepal Times*;
 - de post: *De Avondpost, De Morgenpost, Stichtsche Post, Washington Post*;
 - de gazet: *La Gazzetta dello Sport, de Gazet van Antwerpen, De Gazet van Limburg*;
 - de krant: *de Volkskrant, Barneveldse Krant*;
 - de courant: *Haagsche, Leidse, Zwolse en Arnhemse Courant*;
 - het nieuws: *Utrechts Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws*;
 - de telegraaf: *Daily Telegraph, De Telegraaf*;
 - de observator: *Nouvelle Observateur, the Observer, L'Osservatore Romano*;
 - de spiegel: *Der Spiegel, Daily Mirror*.Nog meer voorbeelden: de koerier, de heraut (herald), de 'enquirer', het journaal (journal), de monitor (moniteur), de zon (*the Sun*), de sterren (*the Daily Star, Der Stern*), de stem (*De Stem, Village Voice*), de dag (*Tagesblatt, Nieuws van de Dag, De Dag*), de bode (*de Graafschap*

bode), de kroniek (*the Boston Chronicle*), echo (*De Echo*), (dag)blad (*Rotterdams Dagblad*).

De namen zeggen soms iets over het karakter van de krant. *Het Volk* is bijna overal een sociaaldemocratische krant. *De Waarheid* (*Pravda*, *La Vérité*) was in veel landen de naam van de communistische krant.

- 5 *Kranten hebben een beginselverklaring en vaak ook een lijfspreuk of vignet. De Telegraaf citeert boven het hoofdredactioneel commentaar: 'Het dagblad De Telegraaf geeft onpartijdig nieuws, zonder gebonden te zijn aan enige staatkundige partij, kerkelijke richting of belangengemeenschap, uitsluitend in dienst van 's lands belang. (Artikel 3 der Statuten)'. NRC Handelsblad publiceert de hoofdartikelen onder de leuze 'Lux et Libertas', het opgeheven dagblad De Tijd voerde de spreuk 'Dieu et mon Droit', The New York Times zegt: 'All the News that's fit to print', The Times (Groot-Brittannië) heeft een logo waarin naast het 'Dieu et mon Droit' de spreuk 'Honi soit qui mal y pense' voorkomt. Het Parool heeft de spreuk: 'Vrij, onverveerd'.*
- 6 *Kranten bevatten een veelheid aan nieuws. De belangrijkste eis die we aan kranten stellen is dat ze nieuws bevatten: een dagelijkse uitgave over doe-het-zelven valt daarbuiten. De banenkrant, de wijnkrant, de Sinterklaaskrant: het zijn goedbedoelde imitaties, maar ze voldoen niet aan de eisen die wij aan een krant stellen.*
- 7 *Kranten zijn gericht op een breed publiek. Het nieuws in de krant mag niet al te zeer gericht zijn op een beperkte groep specialisten. Een dagelijkse uitgave van een bank voor beleggers in aandelen noemen we geen krant. Het Financieele Dagblad, de Financial Times en het dagblad CoBouw wel, omdat ze een veel breder scala aan onderwerpen behandelen.*
- 8 *Kranten presenteren het nieuws op een herkenbare manier. Door de keuze voor het formaat, het lettertype, het aantal kolommen dat op een pagina staat, het gebruik van foto's, kleur en koppen krijgt de krant een herkenbaar gezicht.*
- 9 *Kranten vertegenwoordigen een maatschappelijke stroming, een mening, een standpunt, een politieke partij of maatschappelijk ideaal. Zeker in roerige tijden zijn ze voor of tegen het Koningshuis, zijn ze conservatief of revolutionair, socialistisch of liberaal, katholiek of protestant.*

Vrijheid van meningsuiting

De vrijheid van meningsuiting en de vrijheid van drukpers zijn de grondrechten die het mogelijk maken dat kranten zich in ideologisch opzicht van elkaar onderscheiden. Dergelijke vrijheden zijn overigens typisch moderne, westerse zaken. Tot het midden van de negentiende eeuw was de vrijheid van drukpers zeer beperkt: je mocht alles drukken wat je wilde, behalve als het de machthebbers niet goed uitkwam. Er zijn heel wat krantenuitgevers opgesloten, gemarteld, onthoofd, opgehangen en/of in mootjes gehakt. Ook in Europa.

In veel landen gebeurt dat nog steeds. Journalistiek is soms een riskant beroep.

Jaarlijks vinden tientallen journalisten tijdens hun werk de dood. Hoeveel precies is niet bekend en sterk afhankelijk van de organisatie die de cijfers verstrekt. Moeten journalisten die bij ongelukken omkomen, ook worden meegeteld? Soms kan het overlijden van een journalist niet worden bevestigd en blijft hij buiten de officiële cijfers. Is het slacht-

offer een cameraman of een stringer, die slechts incidenteel voor de nieuwsmedia werkt, journalist of niet? Sommige organisaties rekenen cameramensen niet tot de journalisten, andere wel. En het zijn juist vaak cameramensen die het slachtoffer worden, omdat zij een vuurgevecht filmen en per ongeluk of met opzet worden geraakt.

In 1988 kwam op die manier de Nederlandse cameraman Cornel Lagrouw in El Salvador om. In 1982 werd in hetzelfde land een complete ploeg van de IKON-televisie vermoord, waarschijnlijk door een van de vele, door de regering beschermde, rechtse doodseskaders. In 2000 werd de Nederlandse journalist Sander Thoenes neergeschoten op Oost-Timor. De dood van deze journalisten was mede aanleiding voor de oprichting van organisaties die zich om het lot van journalisten bekommeren.

In de voormalige Sovjetunie zijn journalisten (en vele anderen) die een te kritisch geluid lieten horen, als handlangers van het kapitalistische imperialisme in strafkampen of psychiatrische inrichtingen verdwenen. Er zijn talloze voorbeelden van landen waar een militaire (Irak), religieuze (Iran) of politieke (China) censuur bestaat. In Israël is de militaire censuur (na vijftienvier jaar) pas in februari 1992 afgeschaft. Ook de buitenlandse correspondenten van de Nederlandse kranten waren aan die censuur onderworpen.

In Nederland heeft de bezetter tijdens de Tweede Wereldoorlog censuur toegepast. Enkele tientallen journalisten, drukkers en verspreiders van illegale bladen zijn tussen 1940 en 1945 geëxecuteerd. Op 16 maart 1946 werd de enige Nederlandse journalist die wegens collaboratie tijdens de Duitse bezetting ter dood werd veroordeeld, geëxecuteerd.

Het is een betrekkelijk nieuw verschijnsel dat juist de *neutraliteit* tot het leidende principe van de krant wordt verheven. Tot voor kort kozen de meeste kranten en journalisten partij. Op 14 februari 1967 kwamen de grote landelijke dagbladen voor het laatst met een stemadvies voor de parlementsverkiezingen. *Algemeen Handelsblad*: 'Wat ons betreft, het is de VVD die wij onze lezers aanbevelen.' *Nieuw Rotterdamse Courant*: 'Het is verstandig morgen te stemmen op de VVD.' *Het Vrije Volk*: 'Den Uyl.' *Trouw*: 'De drie grote christelijke partijen.' *Het Parool*: 'Een progressief beleid.' *Algemeen Dagblad*: 'Onze voorkeur zou uitgaan naar een kabinet van KVP, CHU, ARP en VVD.'

In de Verenigde Staten kiezen veel kranten tijdens presidentsverkiezingen voor één kandidaat. In Engeland maken kranten in hun hoofdartikelen bekend welke partij ze steunen: Labour of de Conservatieven. In België zijn veel journalisten lid van een politieke partij: anders krijgen ze geen nieuws, geen interviews, geen informatie. Sommige journalisten zijn daarom lid geworden van meer dan één partij. Het enige wat ze hoeven te onthouden is in welke zak van hun colbertje welke lidmaatschapskaart zit, en die op het juiste ogenblik even discreet te tonen.

Persvrijheid niet vanzelfsprekend

Volgens een onderzoek van de Amerikaanse organisatie Freedom House leeft 43 procent van de wereldbevolking in landen waar journalisten niet mogen zeggen of schrijven wat ze zouden willen. Geen of beperkte persvrijheid is niet alleen het geval in landen met een dictatoriaal bewind, aldus

Freedom House (www.freedomhouse.org): slechts 17 procent van de wereldbevolking leeft in landen waar media zonder bemoeienis hun werk kunnen doen.

Zelfs in de Verenigde Staten, het land dat zichzelf graag ziet als bakermat voor de vrijheid van meningsuiting, kan de persvrijheid in het geding

komen: journaliste Judith Miller van de *New York Times* zat vorig jaar 85 dagen gevangen omdat ze weigerde de identiteit van een beschermde bron vrij te geven. Noord-Korea, Myanmar (Birma) en Turkmenistan staan boven aan de lijst van landen met strenge censuur, zegt het Amerikaanse Committee to Protect Journalists (www.cpj.org). Reporters Sans Frontières (www.rcf.fr), een internationale organisatie voor persvrijheid, maakt zich met name ongerust over Nepal, waar bij relletjes 117 journalisten zijn gearresteerd. Het gevaarlijkste land voor verslaggevers, fotografen en cameramensen blijft Irak: daar kwamen sinds het begin van de oorlog in 2003 88 journalisten om het leven. Twee worden er nog steeds vermist.

Bron: *NRC Handelsblad*, 3 mei 2006 (Reuters, AP)

Gevaarlijk beroep

Elke maand komen meer dan drie journalisten om tijdens de uitoefening van hun beroep. Het jaar 2005 was het dodelijkste jaar voor journalisten in tien jaar: 63 journalisten verloren hun leven tijdens hun werk, meer dan 1 300 werden bedreigd of aangevallen. Irak, Colombia en de Filipijnen scoren hoog op de lijst van gevaarlijke landen; Irak is de meest dodelijke plek. Uit een in september 2006 gepubliceerd rapport van het Committee to Protect Journalists (CPJ) blijkt dat de afgelopen vijftien jaar wereldwijd 580 journalisten de dood vonden tijdens hun werk. Volgens het CPJ zijn sinds de Amerikaanse invasie in Irak 80 journalisten omgekomen, onder wie 59 Irakese verslaggevers. In meer dan de helft van de gevallen ging het om moord, drie journalisten overleden door oorlogsgeweld.

Meer gegevens over bedreigde journalisten op www.cpj.org.

Bron: *NRC Handelsblad*, 23-24 september 2006

Nederland grootste persvrijheid

Irak is weliswaar het land waar de meeste journalisten omkomen, maar Noord-Korea, Eritrea en Turkmenistan zijn de landen waar het het slechtst gesteld is met de vrijheid. Ze staan opnieuw onderaan de jaarlijkse landenranglijst over de staat van de persvrijheid die Reporters Sans Frontières in oktober 2006 publiceerde. Wereldwijd wint de persvrijheid volgens RSF nog altijd terrein. Uitzondering is Rusland, waar begin van die maand Anna Politkovskaja werd vermoord. Volgens de RSF-lijst loopt in Rusland de persvrijheid terug. Nederland staat opnieuw op een gedeelde eerste plaats met vijf andere Noord-Europese landen.

Bron: *NRC Handelsblad*, 21-22 oktober 2006

Bij de les

'Ik ben van mening dat een volstrekt vrije, volstrekt onafhankelijke professionele pers een wezensvoorwaarde is voor de democratie. En dat je op geen enkele wijze die pers aan banden moet gaan leggen of moet gaan controleren. Dat wil niet zeggen dat er niet het een en ander over het functioneren van de pers valt op te merken. [...] Zonder vrije onafhankelijke pers – vrij en onafhankelijk zowel van de overheid als van commerciële belangen – kan de democratie niet goed functioneren. De media zijn essentieel voor de informatie, ze zijn essentieel voor de becommentariëring. Als het goed is, houden ze het publiek en het bestuur bij de les.'

Bron: Jos van Kemenade, onder andere oud-minister, *Avonturen in besturen*

Kenmerken waarmee kranten zich onderscheiden

We hebben in het voorgaande al enkele mogelijke uitzonderingen op de regels aangeduid. Sommige kranten richten zich op een bepaalde sector, zoals *CoBouw*, *Het Financieele Dagblad* en het *Agrarisch Dagblad*. In het buitenland kennen we *Wall Street Journal* en *Financial Times*. In Zuid-Europese landen verschijnen dagbladen die alleen sportnieuws bevatten, bijvoorbeeld *La Gazzetta dello Sport*. De *Staatscourant* brengt voornamelijk officieel nieuws van de overheid. Er is hier sprake van gespecialiseerde dagbladen die, behalve *Het Financieele Dagblad*, in Nederland slechts vijf keer per week verschijnen.

De belangrijkste functie van de definitie van een krant is niet het vooreens en voor altijd vastleggen van de werkelijkheid, maar het aanreiken van een instrument om kranten grofweg van andere gedrukte mededelingen te kunnen onderscheiden en om kranten van elkaar te on-

derscheiden. Merk op dat tot nu toe de redacties en de journalisten enigszins op de achtergrond zijn gebleven. Dat kan niet anders als we alle kranten van de wereld vanaf het begin van de zeventiende eeuw onder één noemer willen brengen. In hoofdstuk 2 gaan we nader in op de organisatie van de dagbladwereld in onze tijd.

Kenmerken waarmee kranten zich van elkaar onderscheiden zijn:

- 1 verschijningsfrequentie
- 2 verspreidingsgebied: regionaal of landelijk
- 3 tijdstip van verschijnen
- 4 inhoud en kwaliteit
- 5 functie
- 6 doelgroep: algemeen of gespecialiseerd
- 7 formaat.

1 Verschijningsfrequentie

Als een krant vijf of zes keer per week verschijnt, spreken we van een dagblad. Bij twee tot vier edities per week spreken we over een nieuwsblad, niet te verwarren met de dagbladen die zo heten (*AD / Utrechts Nieuwsblad*). Een krant die één keer per week verschijnt, noemen we een weekblad (*Vrij Nederland*). Dag-, nieuws- en weekbladen onderscheiden zich van de (gratis) huis aan huis verspreide kranten omdat ze betalende abonnees hebben. In kleinere gemeenten fungeren huis-aan-huisbladen soms als nieuwsblad.

De eerste krant in Nederland die dagelijks verscheen was het *Algemeen Handelsblad*, in 1830. Die krant was twee jaar daarvoor opgericht. Voor wie zich wel eens verbaast over het enorme aantal supplementen en extra bijlagen bij de huidige kranten: in het eerste nummer van het *Algemeen Handelsblad* werd meteen het eerste 'bijvoegsel' aangekondigd. De meeste andere kranten verschenen in de negentiende eeuw twee à drie keer per week. De *Arnhemse Courant*, in de negentiende eeuw een van de belangrijkste kranten van het land in verband met haar liberale koers, verscheen tot 1854 vijf keer per week (wel op zondag, niet op maandag en vrijdag). Overigens werd de krant van zondag, in verband met het christelijke gebod die dag als rustdag in ere te houden, pas op maandag verspreid.

2 Verspreidingsgebied: regionaal of landelijk

Regionale kranten hebben het extra moeilijk. Veel regionale dagbladen verdwenen of gingen als 'kopblad' op in een grote broer. Waar vroeger voor een religieuze of politieke groepering een aparte regionale krant verscheen, is er nu nog maar één over. Steden waar nog maar één regionale krant verschijnt, worden 'one-paper cities' genoemd. De enige gemeente in Nederland waar nog twee regionale kranten verschijnen, is Leeuwarden met de *Leeuwarder Courant* en het *Friesch Dagblad*.

Wat zijn de oorzaken van die achteruitgang? Voor een deel van de lezers is de krant simpelweg te duur geworden. Bovendien hebben ze andere mogelijkheden gekregen om zich te informeren over de regio: huis-aan-huisbladen, nieuwsbladen en lokale kabelkranten. Voor andere informatie kunnen ze terecht bij de landelijke kranten, die naar verhouding veel nieuws brengen over de Randstad. Bovendien veranderden de grote steden van karakter. Oorspronkelijke bewoners maakten plaats

voor allochtonen die geen Nederlandse krant lezen of nieuwkomers die weinig binding hebben met de regio.

Veel lezers hebben ook niet zo'n hoge pet op van hun regionale krant. Saai, afstandelijk, niet betrokken, oppervlakkig en ongeïnteresseerd, is hun oordeel. Regionale kranten bieden te weinig over de streek en proberen te veel landelijke kranten te imiteren. Regionale bladen besteden bijvoorbeeld geen aandacht meer aan vergaderingen van raadscommissies in kleine gemeenten, terwijl juist daar zaken op de agenda staan die voor de lezer belangrijk zijn.

Er is kennelijk meer aandacht voor regionaal nieuws nodig. Een nieuw wijkcentrum kan voor de buurtbewoners belangrijker zijn dan de Democratische Conventie. Een correspondent in Amsterdam-Noord is dan van groter belang dan een correspondent in New York. Het streven van regionale kranten zou moeten zijn: niet alleen méér maar ook béter regionaal nieuws.

Het negatieve imago van de regionale krant heeft ook gevolgen voor de journalisten die er werken. Vaak willen ze niets liever dan een baan bij een landelijke krant. Zo gaat veel kwaliteit voor de regio verloren.

3 Tijdstip van verschijning

De ochtendbladen kunnen tot middernacht nieuws opnemen. Op dat moment zijn de nieuwsstromen uit het binnenland meestal opgedroogd. De avondkranten kunnen vaak het buitenlandse nieuws completer brengen, zeker als het uit streken komt waar het vroeger is dan in Nederland (Verenigde Staten). De ochtendbladen worden aan de ontbijttafel en in de trein gelezen. In de losse verkoop kunnen ze de hele dag mee. De avondkranten verschijnen rond drie uur 's middags en hebben minder kansen in de losse verkoop. Bovendien ondervinden ze meer concurrentie van de televisie.

Steeds méér kranten verschijnen 's ochtends in plaats van 's avonds. Een dergelijke omschakeling is niet zonder risico. De 'ochtendmarkt' is al verdeeld en een krant moet maar afwachten of de lezers blijven.

Oud-hoofdredacteur Frans Hulskorte van *De Gelderlander* verdedigde de overstap van zijn krant van de avond naar de ochtend met de woorden: 'Het enige moment waarop mensen in de toekomst niet naar de televisie willen kijken, is als ze net zijn opgestaan. En dat is dus het beste moment om met een krant te komen.'

In zijn algemeenheid is niet te zeggen of een krant beter 's ochtends of 's avonds kan verschijnen. Het beste tijdstip van verschijning hangt samen met het soort lezer. Wellicht dat een krant die veel achtergronden biedt, er goed aan doet om 's middags uit te komen. Haar lezers nemen de moeite zich 's avonds in de krant te verdiepen. Kranten die zich toeleggen op het 'snelle' nieuws kunnen beter 's morgens verschijnen. De lezer grijpt een aantal keren overdag, vaak 'even' tussendoor, naar de krant om iets te lezen.

4 Inhoud en kwaliteit

Sommige kranten streven ernaar hun lezers zo goed mogelijk te informeren over de gebeurtenissen in de wereld en besteden daar al hun menskracht en ruimte aan. Ze willen de lezer inzicht geven in de processen die de wereld werkelijk veranderen. Andere kranten brengen naast informatie ook amusement en ontspanning. Het dagblad *Trouw*

is een kwaliteitskrant. Het zal nimmer een smeug paginagroot verhaal brengen over de slaapkamerruzies van een bekend artiestenechtpaar. Het dagblad *De Telegraaf* is een populaire krant, die naast nieuws uit binnen- en buitenland veel verhalen brengt over mode, interieurs, auto's, showbizz en vakanties.

De kwaliteitskranten nemen in het algemeen wat meer afstand tot het nieuws. Ze schrijven: 'Nederland zendt schepen naar Golf'. De populaire kranten zouden de voorpagina kunnen openen met de mededeling: 'Onze Jannen op mijnenjacht'.

In het boek *The World's Great Daily's* van John Merrill en Harold Fisher wordt een vijftigtal kranten genoemd die aan de volgende 'kwaliteitsnormen' voldoen:

- a een compleet verslag van nationaal en internationaal nieuws, zowel politiek, economisch en cultureel als wetenschappelijk;
- b een uitstekende opiniepagina met commentaren, analyses en achtergrondartikelen;
- c een gedegen en onpartijdige behandeling van het nieuws zonder 'provincialisme', sensatiezucht, hysterie of modegevoeligheid;
- d onafhankelijkheid en integriteit;
- e een grote, goedopgeleide en intelligente redactie die vastbesloten is lezers aan te spreken, te dienen en te beïnvloeden.

De verschillen zijn overigens relatief. Voor de Nederlandse lezer gaapt er misschien een diepe kloof tussen het intellectuele, informatieve en serieuze *NRC Handelsblad* en de populaire en sensationele *De Telegraaf*. Maar in vergelijking met veel kranten in het buitenland is *De Telegraaf* een bedaagde kwaliteitskrant.

Voorals in Engeland is de sensatiepers berucht. Serieus nieuws vinden we er zelden in terug. De voorpagina bestaat vrijwel geheel uit koppen en advertenties.

5 Functie

De krant heeft een aantal *functies*. In de eerste plaats het geven van informatie. Als je wilt weten wat er in de wereld (of in je streek) aan de hand is, is de krant een nuttig product.

Verder dient de krant – om het mooi te zeggen – als aanjager van het publieke debat. Halverwege de jaren negentig van de twintigste eeuw speelde de discussie over het tracé van de hogesnelheidslijn (HSL): wel of niet door het Groene Hart en hoe dan, boven of onder de grond? De media speelden een grote rol in de discussie over de spoorweg. Ook de vuurwerkramp in Enschede en de cafébrand in Volendam leidden tot discussies, in deze gevallen over respectievelijk de toelaatbaarheid van gevaarlijke bedrijven in woonwijken en de brandveiligheid van openbare gelegenheden.

Daarnaast hebben kranten 'amusementswaarde'; je leest ze ook voor je plezier. Dat geldt voor de populaire kranten maar ook voor serieuze bladen met bijlagen over lifestyle en toerisme, of bladen met prikkelende columns.

Bovendien is de servicefunctie van de krant evident: bioscoopagenda's, predikbeurten, theaterrecensies, boek aankondigingen en huisartsendiensten.

Tot slot is er de educatieve rol van de media. In ontwikkelingslanden is die veel sterker dan bij ons. Daar besteden kranten, maar zeker ook de radio, uitgebreid aandacht aan nieuwe zaaimethoden, het gebruik van kunstmest of de verzorging van kinderen. Maar ook bij ons gebeurt het nog wel: als tijdens strenge winters waterleidingen dreigen te bevriezen, staan kranten vol met tips hoe dat voorkomen kan worden. En tegen de jaarwisseling geven de kranten voorlichting over het afsteken van vuurwerk: vuurwerk, houd je hoofd erbij.

6 Doelgroep: algemeen of gespecialiseerd?

De meeste kranten richten zich op een algemeen lezerspubliek. Sommige kranten specialiseren zich op een bepaald segment van de nieuwsstroom. In Nederland kennen we bijvoorbeeld *Schuttevaer* (voor de scheepvaart), *CoBouw*, *Het Financieele Dagblad* en het *Agrarisch Dagblad*. We noemen deze uitgaven kranten, omdat ze voornamelijk nieuws brengen en omdat de kring waarbinnen ze verspreid worden, nogal wijd is.

7 Formaat

Nederland kent steeds meer dagbladen op tabloidformaat. Tabloid wil zeggen halfformaat: half zo groot als het formaat van de 'normale' Nederlandse krant, dat broadsheet wordt genoemd. Tabloid vergt een andere manier van schrijven: korter, pregnanter, volgens sommigen sensationeler.

Een tabloid heeft diverse voordelen: het nieuws kan beknopter gebracht worden, het formaat noodt tot lezen en het biedt meer mogelijkheden voor afwisseling, bijvoorbeeld met verschillende stukken over één thema, met minder tekst en meer beeld. En niet onbelangrijk voor treinreizigers: de pagina's kunnen gemakkelijk worden omgeslagen, zonder de medepassagiers te hinderen.

Straalt broadsheet evenwicht uit, tabloid heeft een zekere onrust die de huidige zappinggeneratie wellicht aanspreekt. Dit zal een reden zijn waarom *Metro* en *Spits* het bij de jonge treinreizigers zo goed doen.

Mogen in Groot-Brittannië sommige tabloidkranten vaak sensationeel zijn, er zijn in het buitenland ook voorbeelden van kwaliteitskranten op tabloidformaat: *The Guardian*, *El Pais*, *La Libération* en *La Repubblica*. In Nederland houden de kwaliteitskranten het vooralsnog op broadsheet, met uitzondering van het dagblad *Trouw*.

1.3 De eerste kranten

De vergankelijkheid van het nieuws en van kranten is er waarschijnlijk de oorzaak van dat we niet precies weten wanneer de eerste kranten zijn gemaakt. De oudste kranten die zijn teruggevonden, dateren van even na het jaar 1600 en we weten eigenlijk niet of dat ook werkelijk de oudste kranten zijn.

Voordat er kranten waren, verspreidde het nieuws zich door mondelinge overlevering in de koffiehuisen van haven- en handelssteden of bijvoorbeeld door brieven die kooplieden en diplomaten aan hun superieuren schreven. In de Romeinse tijd werden besluiten van de keizers bekendgemaakt op grote, met gips bestreken borden, die op belangrijke

plaatsen in Rome werden opgehangen: de 'acta diurna'. In de middeleeuwen verschenen er in China 'tipao's': handgeschreven rapporten met boodschappen en mededelingen voor de lokale machthebbers in alle uithoeken van het enorme rijk. In Europa zijn er in de vijftiende eeuw pamfletten (vlugschriften) te koop, waarin, meestal op rijm, wordt verhaald over een gebeurtenis, bij voorkeur een 'sappige' moord, een grote brand of bloedige veldslag.

In Venetië circuleren in de zestiende eeuw de 'Gazettes', handgeschreven verslagen van het nieuws dat kooplieden uit alle windstreken meebrachten. De nieuwsschrijvers hadden een eigen gilde en verhandelden hun waar op en nabij de Rialto, de beroemde brug over het Canal Grande dat door de waterstad heen loopt. Aan het eind van de zestiende eeuw werden in Duitsland jaarlijkse overzichten uitgegeven van het wereldnieuws.

De eerste 'moderne' kranten kwamen dus niet uit het niets te voorschijn. En toen ze er eenmaal waren, betekende dat allerm minst dat het geklets in koffiehuisen verstomde. Mensen zijn waarschijnlijk van nature nieuwsgierig en in de politiek, handel en wetenschap is informatie over de stand van zaken in de wereld altijd al onmisbaar geweest. Kranten onderscheiden zich echter op een aantal punten van hun voorlopers. Kranten worden gedrukt, zijn bestemd voor een algemeen publiek (ook al zou dat publiek de eerste eeuwen uit koopkrachtige en geletterde burgers bestaan), verschijnen regelmatig en bevatten een veelheid aan nieuwsfeiten. Dat zijn de elementen waarmee kranten zich ook honderden jaren geleden al onderscheidden van nieuwsbrieven, vlugschriften, jaaroverzichten en dergelijke.

Alle 'eerste' kranten die zijn teruggevonden, dateren uit het begin van de zeventiende eeuw. De opkomst van het verschijnsel krant viel samen met de periode die in Nederland de Gouden Eeuw wordt genoemd en waarin Amsterdam het belangrijkste handelscentrum van de wereld was. Het is dan ook niet verwonderlijk dat er juist in Amsterdam vele kranten verschenen. Sommige zelfs in vreemde talen, bestemd voor de Engelse of Franse markt.

De oudste bekende krant ter wereld stamt uit 1609: de Duitse, wekelijks verschijnende krant *Aviso* met als ondertitel 'Relation oder Zeitung', te Wolffenbütel. In datzelfde jaar verscheen in het Duitse Rijnland de wekelijkse krant *Relation*.

Tussen 1610 en 1620 verschenen in de meeste Europese landen de eerste kranten. De oudste bekende Nederlandse krant dateert van 14 juni 1618. Het is de *Courante uyt Italien, Duytslandt, &c.*, vermoedelijk gemaakt door de Amsterdammer Caspar van Hilten (zie illustratie 1.1). Deze krant berichtte onder andere over een protestantse opstand in Praag waarmee de Dertigjarige Oorlog begon, en over de reactie van de Habsburgers in Wenen.

Anderen volgden al snel dit voorbeeld. De concurrentie leidde toen al tot het streven het allerlaatste nieuws te melden. Zo zijn er bijvoorbeeld kranten gevonden van Van Hilten uit 1632 waaruit blijkt dat hij tijdens het drukken van de krant het nieuws nog ververst. Het commando 'Stop de persen!' of een zeventiende-eeuwse variant daarop is wellicht in de drukkerij van Van Hilten voor het eerst gebruikt.

Courante uyt Italien, Duytslandt, &c.

VVt Venetien den 1. Junij, Anno 1618.

Den 25. Passato is geadviseert worden/van het geyot tractat alhi. 2. / welck ontdeckt is / sijnde vele der selver geuiseert daer onder eenighe Francosen die sich met de Spanschen ende eenighen deser Eedellipden verbonden dese Stadt aen 50 plaetsen ende meer in brant te stellen / ende te plondren / gheschietten van aen seker plaetsen by de 50. porten met vier werck heeft ghebonden/het welke ene hunner mede gesellen a-n deser Seign. ontdeckt heeft / den welcken ip 25. duysent ducaten hebben bereert: Als sulck die andere hebben vernomen / sijnde by 700. wech ghesloopen. Doch 20. daer van gebranghen / ende dese daghen 40. van Padua al-hier ghebracht/ooch noch dagelijck van daer ende Verona / Vicenza/ Bergamo / en andere plaetsen ghebrantelijck ghebracht werden: dese ontfersarien alhier die daer toe gheholpen / sijn des nachts van wegen haer groeter vzienden verbronden worden/ende komen dagelijck noch wonderlijcke saken aen den dach / sonderlijcken dat de Spansche dese Stadt also innemē wilde.

De meuwē Hertogh Pzulu is met 12. schepen/ende van den 4. Heeren/ op den Puzentoro/welcke 4. andere Galpen die gestadich haer gheschut los gheschoten / gheconvoeert / ende zeklijcken inne ghehaelt / groote bzeuchen-seeke tot inden nacht gehouden. Woch by de crooninghe vele ghehets opt gheschouwen.

VVt Prage, den 2. dito.

Die Staten sijn eensdeels van hier betredcken/van weghen het Pinxtreest/ op hare goederen/ fullen haer weder comen / onderwusschen Gouverneren die Heeren defensoren alhier.

Dese moegen is den Jesuypen/van 3. Heeren/3. Ridders perouwen/ende 3. vander Chrempite een decreet/van den Staten obergegeven/ dat sy hui metten eersten opt Prage / ende andere Steden / want geheele Coniuckelijc Wehemē begheben souden/ is ooch terstont een garde vooz hun Collegie alhier bestelt worden. Die Staten laten ooch te Peerde ende te voete vele volck aenemen/ende vermanen die gheincorpozeerde Landen den ghemachten acooyt/ende om assistentie aenhouden. Laten ooch die Croone tot Karlsken sterck bewaren.

Pole Kaef. herrn ende andere/die het met de Officiers ghehouden hebben etelijcke duysent Flozpen / ooch by opperste Bezgh. Gzade 100. duysent Flozpen te leeren/aen ghepresentert/om tot aeneminghe des volck te gebuycken. Die Catholijcke Staten hebben sich ooch met de Euangelische verbonden / nu booztaen met en ander vzedelijck te leuen / ende den Majesteits vries te helpen mainteniruen. Daer op sy int gheheele Coniuckelijck den 5. Maan op gheboden/soo 150. duysent Mannen beloopē. Begeeren ooch van den Slefsen binnen 4. weerken 1000. Peerden/ende een regiment voer-volck te sependen.

Onderwusschen is Doctoor Danzon ghebranghen/die soude ooch alle aensaghen teghen die Staten gegreben hebben. Dergeijck heestmen den Secretaris Michna/derwelcke oor dat werctoren die Staten ten hoochsten heest gezeben/alle sijne goederen ende schuldt-zieben ingetrocken/ende welke op 130. duysent Flozpen bedzagen/maer sy selve ist ontcomen/ met Pater Colozat Jesuwit. Ooch heestmen onder sijne saken 100. witte bladeren ghehouden/ die alle met des Keisers secretē versigelt waren. De Heere Slabat a/die genade heest becomen/ heest be-

kent/ dat sy hier toe sy ghepersubert/ begheert geen offite meer/ met vermelden dat alles van den Jesuypen come. De Heere Snyfauhsj die teghenwoodich tot Wenen is / heest aende Staten ooch gheschreven/ ende genade aenfoerken laten.

De Cheurbozst van Saren / heest reien yost aen dese Heeren Defensozen ghesonden/ de welke 2. Wplen van hier is afghewozen / ende die zbieben ghescheurt worden.

VVt Ceulen, den 11. Dito.

Wy hebben van Pzefburg / dat alsoo die tpinghe aldaer van het tumult van Prage aenquam/ dat alles in stille was/ ende die Hongerliche krooninghe tot op Bartholomei is upt gheset worden.

De Wenen heestmen / dat den Prager yozes/aldaer velen selsaem is booz comen/willen niet datmen daer van spzeken soude / soo is den Secretaris Michna/van Prage oncloopen sijnde/aldaer ooch aencomen. Onderwusschen wert daer ooch stercke pparatie vande Heeren Defensozen vooz ghenomen/die van Saren Tuling soude bestellinge op een regiment doertvolck ende 2000. Peerden hebben/ende wert die Crommel aldaer omgheslagen.

De Duytslant wert geadviseert/dat den Geunierden Dozsten-dach tot Kapibzon/ alsoo ooch den Gzaben-dach tot Frjzbuzgh/ wel bergaen sijn/ende wat tot vrede ende eenicheyt biekt/ gtracteert hebben.

Wy verhaen ooch dat in Duytslandt ober al Crjchvolck soude aenghenomen werden/ gheslijck van alreede renighe Bewelsheters alhier gheueest sijn/die welke volck aenemen wilde/maer niet toeghelaten / daarom sy ooch van hier wijcken moesten/ de wylt de gheslijcke Cheurdozsten ende Bisshoppen ooch volck aenemen wilden.

VVt sGraven-haghe den 13. Dito.

Booz woepnich daghen arriveerde alhier een Ghesanten van den Goot-Dozst van Moscobien/met rene famelijcke groote zupte. Sjnide des anderen daerchs van de Gherdeputeerde der Generalitept/ende vande Heere Prince/nessens sijnen Heere Zoeder ende andere Heeren beslegt ende willeccon ghesceeten. Sijn boozleden Saterdach met eenighe Carotfen inde Generalitept ter audientie ghesdacht worden. Wat hare aenzengē is / salmen ispner tijt vernemen. Boozleden Saterdach suozgens is sijn Gzade Wilhelm Todewijck upt Dyrslant ooch hier gearriveert. Ende sijn nu de Gherdeputeerde van de Pzobincien hier teghenwoodich / comen daghelijck te samen / hebben en beginnel van hare Generale vergaderinghe ghemaecht/ende tracteren van hare saken.

Tot Delft heest de Chemerite haren Misgistraet ooch doen aensgeen/datse verhaen dat sy lipden hun tot de andere Steden/Dozst/Amsterkam/Enchupfen/etc.souden boegen/en mede de poincten by de selve werke / als de Generalitept vooz goet gebonden / als het houden vande Synode Batsonal / afsnackinge der Wartgelders/ende so booztaen appzoberen. Waer op sy haer beraet noch eenighe daghen ghenomen hadden. Doch souden hun dese werke / als de omzaginghe by de Generalitept geschieden sal/ ooch sijnelijck berelaren. Ende soo boozts by de andere Steden ooch gheschieden / om te weten / wassē epudelijck te doen bedacht sijn.

In de loop van de zeventiende eeuw verschenen kranten in alle belangrijke steden in Europa, ook in Nederland. In Delft verscheen een krant in 1619, de eerste krant in Arnhem werd gedrukt in 1621. In Haarlem begon Abraham Casteleyn in 1656 met de *Weeckelycke Courante van Europa*, een zaterdagkrant. In hetzelfde jaar verscheen de eerste Haagse krant. Utrecht had in 1675 een krant, Rotterdam in 1666, Leiden in 1686.

Gemiddeld was het nieuws dat in de kranten van de zeventiende eeuw werd gepubliceerd twee tot drie weken oud. Maar binnenlands nieuws kon vaak al na een dag worden gepubliceerd. Op dat gebied is er de laatste vierhonderd jaar niet eens zoveel veranderd. Het buitenlandse nieuws ging vaak over veranderende machtsverhoudingen in voor de handelsstad Amsterdam belangrijke landen. Er waren berichten uit Amerika, Azië en Afrika over zeeroverij en schipbreuken, nieuws dat handelaars rechtstreeks aanging.

Van de binnenlandse nieuwsvoorziening is uit 1619 een interessant voorbeeld bewaard gebleven: een ooggetuigenverslag van de onthoofding van Johan van Oldebarneveldt op het Binnenhof in Den Haag. Het stond op 13 mei 1619 in een extra editie van *de Tydinghen uyt verscheyde Quartieren* van Broer Janszoon. Dat roept de vraag op hoe de machthebbers zouden reageren op kritische publicaties over de onthoofding. Kon je in Nederland drukken wat je wilde? Kon je lezen wat je wilde? Het antwoord is, typisch Nederlands, heel genuanceerd.

In de zeventiende en achttiende eeuw was er censuur. Wie iets publiceerde wat de regenten in het verkeerde keelgat schoot, riskeerde forse geldboetes en langdurige gevangenisstraffen. Maar als het bijvoorbeeld om berichtgeving uit of over het buitenland ging, lagen de grenzen veel verder. De uit Frankrijk gevluchte Hugenenotenv gaven in Nederland eigen kranten uit, waarin ongezoeten kritiek werd geleverd op de Franse vorsten. Die protesteerden overigens bij de Nederlandse regenten – zonder succes – tegen de vrijheden die hun opposanten in Holland genoten.

Pas rond 1800, ten tijde van de Franse Revolutie, werd in Nederland, Frankrijk en de Verenigde Staten formele vrijheid van drukpers ingesteld. Op donderdag 5 februari 1795 drukt de *Haarlemse Courant*, die zich ooit met het motto 'Vrijheid, Gelijkheid, Broederschap', de proclamatie van de Revolutie af. Daarin staat onder meer de bepaling 'dat het ieder dus geoorloofd is zyne gedachten en gevoelens aan anderen te openbaren, het zy door de Drukpers of op eenige andere wyze'. In de op 18 maart 1798 uitgevaardigde Staatsregeling van de Bataafsche Republiek wordt in artikel 16 de vrijheid van drukpers vastgelegd.

Onder het bewind van Napoleon kwam weer snel een einde aan de vrijheid van drukpers. Pas in 1848 werd die in de Nederlandse Grondwet verankerd. Toch kan men niet zeggen dat daarmee de bloeitijd van de vrije dagbladders werd ingeluid. In de eerste helft van de negentiende eeuw kampten de kranten met grote economische problemen, vooral ten gevolge van het 'dagbladzegel', een belasting op advertenties en op papier. Het dagbladzegel werd in 1812 ingevoerd. De kranten reageerden erop door bijzonder klein en zeer dichtbedrukt te verschijnen. Zelfs de randen aan de zijkant werden gebruikt.

Pas in 1869 werd het dagbladzegel afgeschaft. Prompt gingen de meeste

kranten over op enorme papierformaten. Mede daardoor is het formaat van de Nederlandse kranten ook nu nog groot in vergelijking met veel kranten in het buitenland die op tabloidformaat (ook wel weekendformaat genoemd) verschijnen. Dat heeft te maken met de plaats waar de kranten gelezen worden. In Nederland worden de meeste kranten thuis bezorgd en thuis gelezen. In een stad als Londen worden de meeste kranten los verkocht in 'news stands' en veelal gelezen in de bus of metro. Het tabloidformaat leest tenslotte stukken makkelijker in het openbaar vervoer!

1.4 Kranten in Nederland

In het midden van de negentiende eeuw begon de bloeitijd van de dagbladpers. Toen de belasting op papier en advertenties was afgeschaft (1869), de vrijheid van meningsuiting en drukpers in de Grondwet verankerd lag (1848), de bevolking in aantal toenam, een steeds groter deel van het volk kon lezen en schrijven en geld had om een krant te kopen, de druktechnieken door toenemende mechanisatie (stoommachine, dieselmotor, elektromotor) sterk waren verbeterd, steeg het aantal kranten snel.

Van de kranten die nu nog verschijnen, zijn er vier opgericht vóór het jaar 1800: *Leeuwarder Courant* (1752), *Provinciale Zeeuwse Courant* (1758, onder de titel *Middelburgsche Courant*), *Zwolsche Courant* (1790, *De Provinciale Zwolsche en Overijsselsche Courant*) en de *Alkmaarsche Courant* (1799, tegenwoordig een editie van het *Noordhollands Dagblad*). Tussen 1800 en 1850 zijn er vijf opgericht, tussen 1850 en 1900 maar liefst vijftientig, tussen 1900 en 1940 twaalf en in en na de Tweede Wereldoorlog achttien. We tellen hier alleen de kranten mee die nu nog onder dezelfde titel verschijnen. Tientallen, zo niet honderden kranten hebben een kort leven geleid, zijn opgenomen in andere bladen of zijn gefuseerd met andere in een nieuw dagblad.

Hierna gaan we eerst in op de verzuiling en ontzuiling in Nederland in de vorige eeuw en de gevolgen daarvan voor de kranten. Vervolgens bespreken we de oplageontwikkeling in de krantenwereld.

Verzuiling en ontzuiling

In de twintigste eeuw is de verzuiling het belangrijkste kenmerk van de Nederlandse samenleving. Zuilen zijn samenlevingen binnen de samenleving. We kennen bijvoorbeeld de sociaaldemocratische, de liberale, de katholieke en de protestants-christelijke zuil.

Het principe van de zuil betekent dat bijvoorbeeld katholieken geheel in eigen kring konden leven. Ze bezochten een katholieke school en universiteit, ze lazen een katholieke krant (*de Volkskrant*, *De Tijd*, *De Maasbode*), luisterden naar de katholieke radio-omroep (KRO), voetballden bij een katholieke sportclub (RKC) en stemden op een katholieke partij (RKSP, KVP).

Door het zuilenstelsel was de sociale afstand tussen de mensen uit verschillende zuilen enorm. Op 2 mei 1930 stond in *de* (rooms-katholieke) *Volkskrant* een verslag van de Nederlandse 1 mei-vieringen. De kop luidde dreigend: 'UIT HET ROODE KAMP', de viering van het 1 mei-

feest'. Het verslag: 'De sociaal-democraten en de communisten hebben gisteren op de gebruikelijke wijze, met optochten, feestvergaderingen en toespraken, den 1-sten Meidag gevierd. Er is daarbij niets bijzonders gebeurd en incidenten hebben zich niet voorgedaan.' De sociaaldemocratische krant *Het Volk* bracht op die dag een groot, in juichtonen gezet verslag van hetzelfde gebeurtenis.

Toen in augustus 1968 de troepen van het Warschaupact een einde maakten aan de liberale koers van de Tsjecho-Slowaakse communistische partij, schreef *de Nieuwe Rotterdamse Courant*: 'Aan het liberale regime in Tsjecho-Slowakije is rauw een einde gemaakt.' De grote kop op de voorpagina luidde: 'Tsjecho-Slowakije overweldigd.' De communistische krant *De Waarheid* wist niet goed wat ze aan moest met de strijd tussen communisten onderling en hield het op 'een verwarde toestand', waarvan 'kwistig gebruik wordt gemaakt door uiterst reactionaire kringen in ons land die proberen een soort hysterie te kweken'. In tegenstelling tot wat velen in 1945 hoopten en verwachtten, vormde de oorlog geen breukvlak in de Nederlandse historie. In de tweede helft van de jaren veertig keerden de verzuiling en de verzuilde pers terug alsof er niets was gebeurd. De saamhorigheid uit de oorlogsjaren verdween weer, de oude politieke partijen keerden terug en de oude kranten pakten de verzuilde draad weer op.

De leider van de Katholieke Volkspartij, C. Romme, was tot 1952 'staatkundig hoofdredacteur' van *de Volkskrant* en tot 1960 'staatkundig medewerker'. *De Volkskrant* is begonnen als bondsorgaan van de Federatie van Rooms Katholieke Volks- en Werkliedenbond en heeft diverse ondertitels gehad, waarvan 'Katholiek Dagblad voor Nederland' de langst gebruikte is. *De Volkskrant*-lezer stemde op de Katholieke Volkspartij en haar voorlopers. In 1965 verdween de ondertitel en maakte de krant definitief de progressieve ommezwaai. In 1966 zei een rooms-katholieke bisschop in een interview dat de katholieken wat hem betreft zelf mochten uitmaken op welke partij ze stemden.

Pas in de jaren zestig kwam de vernieuwing van de samenleving op gang. De ontzuiling heeft in de dagbladwereld voor een geweldige aardverschuiving gezorgd. De kranten waren niet meer bij voorbaat verzekerd van een vast en nauwkeurig afgebakend lezerspubliek. In de jaren zeventig was de pers tamelijk gepolariseerd en was er een sterk verband tussen de politieke kleur van een krant en het lezerspubliek. In de jaren tachtig zijn die verschillen veel kleiner geworden en profileren kranten zich vooral met bijlagen. Kwantiteit en kwaliteit zijn de belangrijkste punten waarop kranten zich van hun concurrenten proberen te onderscheiden.

De veranderingen in de vorige eeuw betekenen overigens niet dat er momenteel helemaal niets meer is overgebleven van de verzuiling van weleer. *Trouw* is een krant van het christelijke verzet in de Tweede Wereldoorlog. De lezers stemden meestal ARP, soms CHU. De krant voert momenteel een progressief-confessionele koers, waarin protestants-christelijke elementen onmiskenbaar aanwezig zijn.

De Telegraaf is altijd een tamelijk conservatieve krant geweest, die tot ongeveer 1980 de VVD steunde, maar sinds 1982 een opmerkelijke koerswijziging richting CDA heeft gemaakt. De *Nieuwe Rotterdamse Courant* (NRC) en het *Algemeen Handelsblad* (sinds 1970 samen als NRC

Handelsblad) richtten zich op de elite (hoogopgeleid, hoog inkomen) en waren en zijn tamelijk liberaal. Enkele kleinere kranten (*Friesch Dagblad*, *Nederlands Dagblad*, *Reformatorisch Dagblad*, *Katholiek Nieuwsblad*) zijn nog steeds sterk verbonden met nauw omschreven religieuze groepen.

Oplageontwikkeling

Nederland telde in 2004 32 dagbladen met een eigen hoofdredactie, 9 landelijke en 23 regionale dagbladen. De totale oplage bedroeg 4061 322. Dit betekende een daling van 3,4 procent ten opzichte van 2003. De ontwikkeling van de oplage loopt uit de pas met de ontwikkeling van het aantal huishoudens, want het aantal huishoudens groeide met 0,7 procent. Per 100 huishoudens werden 59 dagbladen verspreid. Omdat een kwart deel van de Nederlandse bevolking de krant dagelijks doorgeeft (samen lezen met bijvoorbeeld burens), kwam de dekking op 73 exemplaren per 100 huishoudens uit.

Dagbladlezers hebben een sterke binding met de krant: de binnenlands verspreide oplage bestaat voor 90 procent uit abonnementen en voor 8 procent uit exemplaren die via de losse verkoop worden gedistribueerd. Deze verhouding is de laatste jaren constant. Nederland heeft het hoogste percentage abonnementen ter wereld.

Met ingang van 1 oktober 1999 zijn de dagbladen toegetreden tot het HOI, Instituut voor Media Auditing. De dagbladuitgevers leveren elk kwartaal de oplagecijfers in bij HOI, dat alle gegevens controleert en vervolgens de cijfers publiceert.

Om iets te doen aan de teruglopende oplagecijfers zou een krant kunnen bezuinigen en wellicht soms een iets andere krant maken die de (jonge) lezer meer aanspreekt. Een mogelijkheid om te bezuinigen is het maken van dunnere en bondiger kranten. Dat levert geld op. Tot een paar jaar geleden werden kranten steeds dikker en kregen steeds meer bijlagen. De krant kan ook bondiger. Veel kranten overvoeren de lezer. In plaats van hem een bondige selectie aan te bieden laten ze hem verdwalen in een overvloed aan informatie. Al die columns en opinie-stukken, zijn die wel nodig? En kunnen journalisten niet eens wat korter schrijven zodat er minder pagina's hoeven te worden gemaakt?

Samenwerking tussen redacties van de kranten kan ook geld opleveren. Moet elk dagblad wel met een eigen man of vrouw naar de Tour de France? En al die verschillende parlementaire redacties, die zitten toch met z'n allen naar hetzelfde kamerdebat te luisteren, kan dat ook niet wat minder? Maar de redacties zijn mordicus tegen: het krantenland-schap is al genoeg verschaald. En de verslaggever van het *Algemeen Dagblad* heeft bij de Tour de France een andere insteek dan zijn collega van *Trouw*, de parlementair redacteur van *Het Parool* een andere nieuws-selectie dan die van *NRC Handelsblad*.

Echt bezuinigd kan er worden door het samenvoegen van kranten. Een aantal regionale kranten van uitgeverij Wegener en PCM ging op in het *Algemeen Dagblad*, een samenwerkingsverband van beide concerns. Het ging om de *Amersfoortse Courant* (1887), *Haagsche Courant* (1883), *Goudsche Courant* (1862), *Rotterdams Dagblad* (1991, ontstaan uit een fusie tussen *Het Vrije Volk* (1900) en *Rotterdams Nieuwsblad* (1878)), *Rijn*

en *Gouwe* (1945) en *Utrechts Nieuwsblad* (1893). Hierdoor ging echter een stuk geschiedenis verloren. De redacties werden verkleind en het formaat van de nieuwe randstedelijke krant gehalveerd: van broadsheet naar tabloid. Vooralsnog was de reorganisatie geen succes. Regionale lezers herkenden zich onvoldoende in de nieuwe krant en de lezersaantallen van het *Algemeen Dagblad* en de gefuseerde regionale bladen bleven teruglopen.

De fusie Wegener en PCM was wel de grootste maar zeker niet de eerste. *Arnhemse Courant* en *Gelders Dagblad* gingen eind 2001 op in het dagblad *De Gelderlander*. Door de samenvoeging ontstond de grootste regionale krant van Nederland, met een oplage van 200000 exemplaren, die 's ochtends verschijnt. *Nieuwsblad van het Noorden*, een avondkrant, fuseerde op 1 april 2002 met *Drentse Courant* en *Groninger Dagblad*. De drie gingen verder als één ochtendblad: *Dagblad van het Noorden*.

Een andere grote operatie is de samenvoeging van *Apeldoornse Courant*, *Deventer Dagblad*, *Overijssels Dagblad*, *Gelders Dagblad*, *Zwolse Courant*, *Nieuw Kamper Dagblad* en *Dagblad Flevoland* op 15 april 2002 tot één ochtendkrant: *De Stentor*. In Limburg fuseerden *Limburgs Dagblad* (Heerlen) en *Dagblad De Limburger*, zelf al het product van een fusie tussen het *Dagblad voor Noord-Limburg* en *De Limburger*.

Ook landelijk was sprake van ingrijpende veranderingen. PCM, de uitgever van *de Volkskrant*, *NRC Handelsblad* en *Trouw*, werd overgenomen door het Britse concern Apax, dat vooral eisen stelde aan het rendement van de krant en zich minder druk maakte over inhoud en kwaliteit. Tweeënhalf jaar later trok Apax zich weer terug. Naar verluidt had het een gemiddeld jaarrendement van 20 procent gerealiseerd. De kranten en het personeel waren niet rouwig om het vroegtijdige vertrek. 'We hebben nu weer een grootaandeelhouder (stichting Democratie en Media) die geïnteresseerd is in het maken van kwaliteitskranten, en daar voelen we ons bij thuis', aldus hoofdredacteur Pieter Broertjes van *de Volkskrant*, die evenals *NRC Handelsblad* abonnees verliest. *Trouw*, dat koos voor een tabloidformaat, groeit licht. Mogelijk omdat het heeft gekozen voor een nichemarkt: veel aandacht voor religie, filosofie, multiculturele samenleving, onderwijs en gezondheid maar bijvoorbeeld geen sport.

Enkele regionale kranten groeien nog wel of zijn op zijn minst stabiel. Een voorbeeld is de *Leeuwarder Courant*, die nadrukkelijk heeft gekozen voor de regio. In de woorden van hoofdredacteur Rimmer Mulder: 'De gemeenschap is versplinterd. Behalve het Nederlands elftal hebben we weinig samenbindende elementen. De regionale krant is er tenminste nog een. De *Leeuwarder Courant* bereikt dagelijks 60 procent van alle Friezen.' Bij het kleinste zelfstandige dagblad van Nederland, de *Barneveldse Krant*, schoot de oplage omhoog van 11047 in 2005 naar 14527 in 2006. Het geheim? De 135 jaar oude krant ging niet alleen over op tabloid maar verplaatste ook het nationale en internationale nieuws naar de laatste pagina's. 'We gaan ervan uit dat mensen dat soort nieuws tegenwoordig wel oppikken van internet en televisie', zegt hoofdredacteur Jur van Ginkel. 'Voel je niet te groot voor het kleine nieuws, dat is ons nieuwe motto. Het blijkt dat mensen in een wereld die almaar kleiner wordt juist behoefte hebben aan nieuws uit de buurt. Het hoeft niet altijd te gaan over Den Haag, New York of Irak.' (*NRC Handelsblad*, 18 april 2006)

In Amsterdam maakte *Het Parool* zich los van PCM, restylde, koos voor tabloid en voor Amsterdam en omgeving. De krant is weer de grootste in de hoofdstad en daarmee ook aantrekkelijk voor adverteerders.

De krantenmalaise had ook positieve gevolgen in het tot dan verdorde en verdroogde Nederlandse medialandschap. In maart 2006 lanceerde PCM *nrc.next*: 'een krant voor mensen die geen kranten lezen. Hoe maakt de redactie zo'n krant? *nrc.next* brengt het meeste nieuws heel kort of zelfs helemaal niet. We kiezen enkele onderwerpen die ertoe doen, en gaan daar dan dieper op in. Dus niet alleen: wat is er gebeurd? Maar: waarom? En: wat betekent het?' (ontleend aan de weblog van Hans Nijenhuis, de eerste hoofdredacteur van de nieuwe krant).

PCM Uitgevers en investeerder Marcel Boekhoorn kwamen met plannen voor een nieuwe gratis kwaliteitskrant. Overigens niet tot vreugde van iedereen binnen het concern. De gratis krant zou een bedreiging vormen voor de eigen, betaalde kwaliteitskranten van PCM. PCM besloot dan ook uiteindelijk niet aan het project mee te doen. Boekhoorn ging door. Op 23 januari 2007 verscheen het eerste nummer onder de titel *De Pers* en het motto 'Gratis, niet goedkoop'. De ambities zijn hoog: *De Pers* wil de grootste krant van Nederland worden.

Een maand later maakte PCM bekend samen met KPN een gratis krant te beginnen, *Dag*. Het dagblad maakt deel uit van een zogeheten crossmediaal concept. *Dag* moet verschijnen op papier, internet, digitale televisie, mobiele telefoon en beeldschermen in de trein (narrow casting). 'Wij denken dat dit product volledig anders is dan alle bestaande kranten', aldus PCM bestuursvoorzitter Ton aan de Stegge. 'Je krijgt nieuws via het medium dat je op dat moment het beste uitkomt. De krant wordt erg visueel en moet de internetgeneratie het domein van krantenlezers intrekken.' (*NRC Handelsblad*, 6 februari 2007)

Als het slecht gaat met de pers, komen ook altijd de pleidooien voor overheidssteun. Volgens de Mediawet is het de taak van de overheid om de verscheidenheid binnen de pers te bevorderen. De overheid kan de kwakkelende dagbladpers helpen door het ANP te subsidiëren, zodat de aangesloten kranten goedkoper uit zijn, of door lagere btw-tarieven te hanteren over abonnementen, papier en inkt. Ook kunnen uitgevers geholpen worden die gezamenlijk gaan bezorgen. Stadskranten kunnen steun krijgen om zich meer op allochtonen te richten.

En dan de aanbodkant. Volgens sommige mensen laten journalisten zich veel te veel leiden door wat ze zelf belangrijk vinden en te weinig

Groei van het aantal gratis kranten

- Nederland telt twee gratis dagbladen: *Metro* (oplage 500 000) en *Spits* (oplage 440 000), uitgegeven door De Telegraaf.
- *Metro* distribueert 69 edities in 21 landen in Europa, Noord- en Zuid-Amerika en Azië. Wereldwijd bereikt *Metro* dagelijks 18,5 miljoen lezers.
- Londen heeft vier gratis kranten: *London Lite*, *thelondonpaper*, *Metro* en *City AM* met financieel nieuws voor mensen in de Londense City.
- De Spaanse hoofdstad Madrid telt vijf gratis kranten.
- Oostenrijk heeft de krant *Österreich*, die bijna gratis is en €0,50 kost.

Bron: *NRC Handelsblad*, 8 september 2006

Kwaliteitsjournalistiek

'De Amerikaanse uitgever McClatchy geeft onder andere *Star Tribune* in Minneapolis (oplage 637 000, de veertiende krant van de VS) en *Sacramento Bee* (332 000) uit. De totale oplage van McClatchy is de afgelopen twintig jaar voortdurend gestegen met navenante bedrijfsresultaten. Hoe kan dat? De president van het bedrijf, Gary Pruitt, in de aandeelhoudersvergadering van 2005: "De hoeksteen van onze strategie is kwaliteitsjournalistiek." Kranten van McClatchy wonnen over de jaren dertien Pulitzer-prijzen, de laatste in 2005. Pruitt: "Verwacht niet dat McClatchy de laatste mediagrill zal overnemen, wat wij wel favor-of-the-month-management noemen."

Bron: *NRC Handelsblad*, 8 mei 2006

Heimwee naar verdwenen titels

'Om mij heen wordt gewerkt aan de Krant van de Toekomst. Vanaf eind januari 2007 zal alles zich afspelen binnen het halfformaat dat men graag tabloid noemt. Ik heb al eens mogen meemaken

dat de regionale dagbladen overgingen op nationaal formaat. Nu dus een wat grotere stap terug. Ik zou daar wel een uitdaging in vinden. Niks voor u, zeker? Ik antwoord afgemeten en plichtmatig, dat het formaat er minder toe doet dan de invulling. Er zijn goede en bar slechte voorbeelden. Ik kan maar moeilijk een heel oordeel hebben over een nog niet bestaande halve krant. Zal de combinatie minder mensen en minder papier tot het gewenste soelaas voor de behoeftig geachte lezer leiden? En hoe zit dat met de stokpaarden popularisering, alles kort en krachtig, gemakkelijk en handzaam, de krantenman op de knietjes? Het moet toch mogelijk zijn een markante courant markant te houden, zonder afdanken van kwaliteit? Wat heeft de natiebrede vivisectie op de kranten nu helemaal opgeleverd? Er groeit wat heimwee naar verdwenen titels, óók in de wereld van de commercie.'

Bron: Andreas Oosthoek (oud-hoofdredacteur van *Provinciale Zeeuwse Courant*), *NRC Handelsblad*, 1 juli 2006

door wat de lezers willen. Journalisten werken voor de lof van hun collega's en houden te weinig rekening met de lezer. Verder zijn de kranten te voorspelbaar en te plichtmatig en te weinig spraakmakend of opwindend. Meer hard nieuws maar ook gedegen achtergrondverhalen over zaken die mensen bezighouden, in plaats van samenvattingen van rapporten en eindeloze berichtgeving uit 'Den Haag', zouden de krant uit het dal moeten halen. De krant moet geen dagelijks verschijnend weekblad zijn, maar weer ouderwets 'naar krant gaan ruiken'. Maar ook servicerubrieken over gezondheid en uitgaan zouden meer lezers moeten trekken.

Regionale kranten hebben veel nieuwsberichten en routineverslagen over gebeurtenissen en bijeenkomsten, maar bieden te weinig achtergronden en hebben weinig interessants voor midden- en hogere groepen. En onderzoeksjournalistiek bestaat in de regio nauwelijks. Redacteurs van regionale kranten kennen de kritiek, maar wijzen tegelijkertijd ook op onderbezetting. Vijf redacteurs die dagelijks drie pagina's moeten voltikken, houden weinig tijd over voor diepgravende journalistiek. Of dit soort redactionele ingrepen meer lezers zullen opleveren weten we niet. Maatregelen om de oplagedaling te keren hebben te maken met het karakter van de krant. *Algemeen Dagblad* zal een andere aanpak kiezen dan *Trouw*.

In Nederland wordt de markt beheerst door drie concerns, te weten De Telegraaf, PCM en Wegener, elk goed voor circa 30 procent van de totale dagbladoplage. De resterende 10 procent is in handen van de Noordelijke Dagblad Combinatie (circa 7 procent), de orthodox-protestantse uitgeverijen Reformatorisch Dagblad en Nederlands Dagblad en voorts het Friesch Dagblad en de Barneveldse Krant. Sinds 21 juni 1999 worden dan nog vijf keer per week de gratis kranten *Spits*, *Metro* en sinds 23 januari 2007 *Dagblad De Pers* verspreid.

Ten onrechte wordt wel eens gedacht dat kranten in Nederland duurder

zijn dan in andere landen vanwege prijsafspraken tussen de kranten. De uitgevers komen ieder jaar een minimumprijs voor de krant overeen en maken afspraken over de prijs voor introductieabbonementen en het geven van presentjes aan nieuwe abonnees. Nederland zit in de middenmoot. In België is de krant duurder, in Zweden goedkoper. Overigens komt er steeds meer verzet tegen het krantenkartel omdat het concurrentie (en dus meer pluriformiteit) in de weg zou staan. Uitgevers stellen daar tegenover dat in het buitenland weliswaar geen kartels bestaan maar dat kranten daar subsidies op papierprijzen en belastingen en postfaciliteiten kennen. Bovendien worden in Nederland, in tegenstelling tot in andere landen, veruit de meeste kranten per abonnement verkocht.

De uitgevers zeggen te willen concurreren op de inhoud van de kranten en niet op de prijs. Bovendien blijft het krantenbedrijf door de beperking van de prijsconcurrentie gezond, en dat komt de pluriformiteit van de dagbladers ten goede. Meer prijsconcurrentie betekent minder rendement voor de kranten en vergroot dus het risico dat kranten verdwijnen, aldus de uitgevers.

De Nederlander leest minder kranten dan een Duitser of Engelsman, maar er worden hier per inwoner nog altijd anderhalf keer zoveel kranten gelezen als in Amerika, twee keer zoveel als in Frankrijk en België en bijna drie keer zoveel als in Italië. Als we naar het Belgisch gemiddelde zouden zakken, zou de helft van de Nederlandse dagbladopleage verdwijnen.

Internet in Europa

De gemiddelde Europeaan vindt internet een belangrijkere nieuwsbron dan kranten of tijdschriften, maar televisie blijft de belangrijkste manier om van nieuws op de hoogte te blijven. Gemiddeld kijken Europeanen drie keer langer naar de televisie dan dat ze online zijn. Dit blijkt uit een onderzoek

onder 5000 Europeanen van het internationale onderzoeksbureau Jupiter Research. Europese burgers zijn gemiddeld vier uur per week online. Aan het lezen van kranten en tijdschriften wordt ongeveer drie uur per week besteed, meldt het Franse persbureau AFP.

Bron: *NRC Handelsblad*, 10 oktober 2006

1.5 De krant en de lezer

In paragraaf 1.2 kwam al aan de orde dat kranten bestemd zijn voor een algemeen publiek, maar dat ze tegelijkertijd het nieuws op een herkenbare manier behandelen. Kranten hebben een karakter dat per definitie niet alle lezers in dezelfde mate aanspreekt. Kranten maken op journalistieke, ethische, religieuze, politieke, historische, technische en commerciële gronden keuzes voor bepaalde delen van de 'lezersmarkt'. Wie bijvoorbeeld een krant wil maken voor jongeren, zal veel kleur in de krant gebruiken en eerder denken aan een aantal korte stukken dan paginagrote verhalen met veel informatie.

Er is geen krant die de belangstelling van alle lezers heeft. Daarvoor verschillen die lezers te veel van elkaar. De lezersmarkt is gesegmenteerd. Vroeger gold onder krantendirecteuren het parool: 'Wie de vrouw heeft, heeft de toekomst.' Vrouwen beheerden het huishoudbudget en namen

de besluiten over de besteding daarvan. Kranten die in trek waren bij (huis)vrouwen konden rekenen op veel advertenties. Sommige redacties hielden daar terdege rekening mee. Ook de regio waar de krant verschijnt, doet er toe. Zo werd wel gezegd dat het verschil destijds tussen het 'evenwichtige' *Dagblad voor Noord-Limburg* en het 'lawaaige' *Limburgs Dagblad* terug te voeren was op het karakter van het verschijningsgebied. Voor het 'Bourgondische' Maastricht, te midden van een rijk, vruchtbaar lössgebied met gemakkelijk te bewerken grond maak je een luchtige krant met schreeuwerige koppen. In het noorden van Limburg, met zijn onvruchtbare zandgrond rond Venlo waar het voor akkerbouwers hard werken is, geven de lezers de voorkeur aan een rustige en nuchtere krant. Overigens zijn de twee kranten inmiddels gefuseerd.

Tussen de kenmerken van lezersgroepen en de kenmerken van dagbladen bestaan verbanden. Afgestudeerden in het hoger onderwijs zullen vaker een kwaliteitskrant lezen (*NRC Handelsblad*, *de Volkskrant*, *Trouw*), Amsterdammers vaker *Het Parool*. Soms zijn er ook tegenstellingen tussen de lezers en hun krant: in de jaren zeventig van de twintigste eeuw was *De Telegraaf* een populaire, rechtse, anti-PvdA-krant, die het meest werd gelezen in de arbeidersgezinnen waarin (traditioneel) op de PvdA werd gestemd.

De 'ideale' formule voor een krant bestaat niet. Duidelijk is wel dat bijvoorbeeld laagopgeleide mensen minder snel lange en ingewikkelde achtergrondverhalen zullen lezen. De gemiddelde lengte van een zin in hun krant zal korter zijn dan in de krant die voor hoogopgeleiden wordt gemaakt. Zo zullen jongeren vaker geïnteresseerd zijn in de nieuwste popmuziek dan ouderen. Op basis daarvan zal in een krant die voornamelijk door ouderen wordt gelezen weinig aandacht worden besteed aan de nieuwste videoclip. Tenzij die krant bang is dat haar lezerspubliek uitsterft en juist aantrekkelijker wil worden voor jonge lezers.

De ideale krant: bestaat die?

We vroegen aan een aantal (minor)studenten journalistiek aan te geven hoe hun ideale krant eruitziet. We kregen de volgende reacties:

- naadloze inpassing papieren krant en internet/interactiviteit;
- kern: hard nieuws, korte achtergronden, analyse;
- nieuws: feitelijk en zakelijk;
- in (losse) bijlagen dieper ingaan op nieuws en trends (duiding);
- geen mode- of snowboardbijlage;
- podium voor debat, betrokkenheid lezer;
- keuze uit katernen ('niet betalen voor wat je niet leest');
- geen lappen tekst, maar de essentie;
- duidelijke indeling;
- veel aandacht voor media;
- veel en functioneel gebruik van beeld en

grafiek' ('Je kunt je er iets bij voorstellen', 'Het maakt het lezen leuker');

- aantrekkelijke en functionele vormgeving;
- nieuws efficiënt en helder brengen;
- tabloid: makkelijk hanteerbaar en mee te nemen;
- puntsgewijze uitleg wat er in Nederland (en de wereld) speelt;
- binnenlands nieuws gaat boven wereldnieuws;
- (juist) meer aandacht voor ontwikkelingslanden, andere culturen, levensbeschouwing en maatschappijkritiek;
- meer aandacht voor wat goed gaat, wat werkt;
- niet alleen problemen, ook oplossingen;
- entertainment ('Er staat al genoeg ellende in de krant');
- bij de ideale krant komen lezers zelf met nieuws (via *youtube* zelf filmpjes maken);
- hybride.

Er zijn geen massamedia

'Er zijn geen massamedia, er zijn alleen nog doelgroepen en nichemarkten.' En:

'Nieuws is een product geworden waarvoor je niet

hoeft te betalen.'

Bron: Yves Desmet, hoofdredacteur *De Morgen*, tijdens VVOJ-congres Mechelen, 2006

Sommige kranten richten zich op een regionaal publiek, andere op een landelijk. In sommige delen van het land voelen mensen zich meer met 'de regio' verbonden dan in andere (in Friesland, Groningen, de Achterhoek, Brabant, Zeeland en Limburg meer dan in Haarlem, Leiden, Delft, Amsterdam en Lelystad).

Lezers kunnen op basis van specifieke kenmerken van elkaar worden onderscheiden:

- welstandsklasse (inkomen)
- opleidingsniveau
- leeftijd
- gebondenheid aan een regio
- beroepenveld (technisch/commercieel/overheid/administratief enzovoort)
- geslacht
- religieuze achtergrond
- burgerlijke status (gehuwd/ongehuwd/kinderen)
- politieke overtuiging.

Om bij te houden hoe mensen een krant lezen, houden de commerciële afdelingen van dagbladondernemingen voortdurend lezersonderzoeken. Soms nodigen ze een groepje lezers uit om een middag of een avond over de krant of bepaalde delen daarvan te komen praten, soms laten ze een extern bureau een onderzoek verrichten. De uitkomsten daarvan zijn representatief voor de lezers van de krant of voor alle krantenlezers.

Als blijkt dat de belangstelling voor een onderwerp toeneemt, kan dat reden zijn extra redacteurs aan te stellen die over dat onderwerp schrijven. Begin jaren negentig nam bijvoorbeeld de belangstelling voor het milieu toe. Sinds enkele jaren zijn thema's als misdaad en criminaliteit in trek.

Waarom lezers een krant opzeggen, is moeilijker te bepalen. Is het abonnement te duur? Zijn er voldoende huis-aan-huisbladen waaruit de lezer zijn informatie meent te kunnen halen? Krijgt hij vieze vingers van de krant? Ergert hij zich aan het lawaai van de brommer van de matineuze bezorger? Zegt hij op omdat de bezorger een aantal dagen per week liever uitslaapt dan de krant rondbrengt? Of blijft de lezer juist abonnee vanwege het houten been van de bezorger? (Ergens in het verspreidingsgebied van het dagblad *De Tijd* werkte een bezorger met een houten been. Lezers daar zegden hun abonnement niet op, omdat ze het zielig vonden voor de bezorger.)

Uit onderzoek onder de opzeggers van *de Volkskrant* kwamen als drie belangrijkste redenen naar voren: tijdgebrek, prijs en bezorgklachten.

Tijdgebrek is een nieuw fenomeen. Singles en jonge gezinnen hebben geen tijd om de krant te lezen. Pas als er oudere kinderen in huis zijn, hoort de dagelijkse krant er echt bij. Het merendeel van de abonnees is 50 tot 64 jaar.

De bezorging is al langer een probleem. Nederland telt achtduizend bezorgers, de kosten zijn behoorlijk gestegen, het verloop is groot en het vraagt grote moeite om nieuwe bezorgers te werven.

De relatie tussen lezers en krant is ingewikkeld. De lezers hebben geen directe invloed op de inhoud van hun krant. Als ze het niet met de inhoud eens zijn, kunnen ze hun abonnement opzeggen en een andere krant gaan lezen. Als ze boos worden over één artikel, kunnen ze een ingezonden brief schrijven. Vrijwel alle kranten kennen een correctie-rubriek – Rechtgezet, Per Abuis, Onder- en overbelicht – waarin de redactie zelf missers corrigeert.

Veel kranten halen ombudsmannen en lezersredacteuren binnen. Je kunt ze vinden in bijna alle delen van de wereld. Deze mensen reageren op vragen en klachten van lezers. In Amerika heten ze ‘news ombudsman’, ‘readers representative’, ‘readers advocate’ of ‘public editor’. Japan beet het spits af. In 1922 werd bij de *Asahi Shimbun* in Tokio een commissie aangesteld om lezersklachten te onderzoeken. De eerste news ombudsman in Amerika werd in 1967 aangesteld bij *The Courier-Journal* en *The Louisville Times*. Aanleiding daarvoor waren het teruglopend vertrouwen in de krant en het weglopen van lezers.

In Nederland was in 1990 *De Gelderlander* de eerste krant die een redacteur vrijmaakte voor deze functie.

Bij *de Volkskrant* komen gemiddeld per week tientallen reacties binnen (afgezien van de dertienduizend ingezonden brieven per jaar). De meeste klachten gaan over de popularisering van de krant, sensatie-zucht (vooral confronterende foto’s worden niet gewaardeerd), spel-fouten, veranderingen in de krant en partijdigheid. Het zijn vooral de oudere lezers die reageren.

De belangrijkste reden voor een krant om een ombudsman aan te stellen is het aanhalen van de band met de lezers. Sommige kranten kennen daarom ook een telefonisch spreekuur, debatavonden met discussies over bijvoorbeeld veiligheid, verkeersproblemen en verloedering, opiniepeilingen of een spreekuur in de wijk. In Amerika bestaan zelfs ‘lezersparlementen’, al dan niet gekozen vertegenwoordigingen van lezers. In Nederland kennen we die (nog) niet.

In principe is een ombudsman onafhankelijk: noch de redactie noch de lezer hebben per definitie gelijk. De ombudsman ziet erop toe dat lezers fatsoenlijk behandeld worden, geeft inzicht in de bedrijfsvoering en oordeelt over de aanpak van de redactie.

Een stapje verder gaat het Amerikaanse *civic journalism*. ‘Democratie beschermt niet alleen een vrije pers, zij vereist ook een gemeenschapsgerichte pers.’ Zo vat docent journalistiek Jay Rosen van New York University het uitgangspunt van *civic journalism* samen. Journalistiek moet volgens hem het publiek aanmoedigen tot sociale activiteiten en het openbare leven positief beïnvloeden door middel van enquêtes, discussiebijeenkomsten en acties. Critici betwijfelen of kranten die zelf tot over hun oren in acties zitten, nog onafhankelijk kunnen rapporteren. Een ander gevaar is dat deze vorm van journalistiek ontaardt in alleen maar positieve verhalen.

Al met al krijgen journalisten in de praktijk voortdurend signalen van buitenaf, niet alleen uit lezersonderzoeken en ingezonden brieven, maar ook via vrienden, familieleden, kennissen en zakelijke relaties. Maar zelfs als iedereen roept dat het zus moet, kan de redactie van een krant blijven volhouden dat het zo toch beter is.

Schrijvende lezers

Alle grote kranten maken gebruik van bijdragen van lezers, maar hoe betrouwbaar zijn die? Het volgende voorbeeld illustreert de risico's die daaraan verbonden zijn.

Op 8 mei 2006 verscheen in *NRC Handelsblad* in de rubriek ik@nrc.nl, waarin lezers persoonlijke voorvallen melden, het volgende ikje:

'Ik zit in de trein. Het is begin mei en ik ben op weg naar het oosten van het land. Tegenover mij zit een meneer. Een mager, pezig mannetje. Maar statig. In legertenuue, volgehangen met speldjes, lintjes en andere militaire onderscheidingen. Een Canadees die meer dan vijftig jaar geleden ons land heeft helpen bevrijden.

Zijn handen trillen. Zijn baret trilt mee. Heldere blauwe ogen kijken me aan – ongebroken. De conducteur komt binnen. De oud-oorlogsvrijdiger overhandigt zijn kaartje. Hij heeft in Amsterdam om een kaartje naar Arnhem gevraagd, maar een kaartje naar Haarlem gekregen. De conducteur neemt hier geen genoegen mee en vertelt onze bevrijdiger in het Nederlands dat hij een nieuw

kaartje moet kopen en €35 boete moet betalen.

Niemand grijpt in.

Nederland. NS. Buiten buitelt een kievit naar beneden.'

Dit artikel leidde tot grote verontwaardiging, zowel in binnen- als buitenland. Commentatoren zagen in de schoffering het zoveelste bewijs dat in het 'spijkerharde' Nederland van nu regels prevaleren boven rechtvaardigheid. De krant plaatste de volgende dag enkele boze ingezonden brieven, waaronder die van een 'ooggetuige'.

Maar het voorval was grotendeels verzonnen. Het had wel plaats, maar het gebeurde al een jaar eerder, toen het nieuwe boetebeleid van de NS nog niet bestond. De Canadees betaalde alleen het prijsverschil tussen de twee kaartjes. En de ooggetuige was helemaal geen ooggetuige. Waarom nam de schrijver het niet zo nauw met de feiten? 'Ik erger me regelmatig aan de service van de NS en wilde dat op deze manier van me afschrijven.'

Bron: *NRC Handelsblad*, artikelen van 8 mei, 15 juni en 4 juli 2006

Vragen en opdrachten

- 1.1 Noem de negen kenmerken van kranten.
- 1.2 In welke wet zijn de vrijheid van meningsuiting en drukpers geregeld?
- 1.3 In de dagbladwereld bestaat een trend om van een avondkrant een ochtendkrant te maken. Welke factoren hierbij spelen een rol?
- 1.4 Zijn landelijke kranten kwalitatief beter dan regionale?
- 1.5 Wat was het dagbladzegel?
- 1.6 Maakte de Tweede Wereldoorlog een eind aan de verzuilde pers?
- 1.7 Hebben lezers invloed op de inhoud van de krant?
- 1.8 Vergelijk de voorpagina's van *Trouw*, *de Volkskrant* en *De Telegraaf* van dezelfde datum. Maak duidelijk dat deze kranten zich op een verschillend publiek richten. Let op de volgende aspecten: opening krant, gebruik illustraties, aantal en lengte van de artikelen, onderwerpkeus, variatie in onderwerpkeus, relatie onderwerp en lengte, plaats op de pagina, typografische elementen, zoals kader, raster, lettertype, lettercorps.
- 1.9 Doe hetzelfde als in opdracht 1.8 met de voorpagina's van *Frankfurter Allgemeine* en *Bild Zeitung*.
- 1.10 Ontwerp een formule voor een krant die bestemd is voor de volgende lezer:
 - vrouw, 65 jaar;
 - inkomen: pensioen van €40.000 per jaar;
 - hobby's: kinderen en kleinkinderen, verre reizen, koken;
 - opleiding: universitair;
 - arbeidsverleden: advocaat;
 - woonplaats: geboren en getogen in Alkmaar;
 - overig: kijkt graag tv, vooral naar het journaal en films.
Niet geïnteresseerd in sport. Leest damesromannetjes. Gaat drie keer per jaar naar een toneel- of muziekvoorstelling. Ze is eens ondervraagd over de onderwerpen die haar interesseren. Daar kwam de volgende reeks uit: televisiekijken, reizen, internationale politiek, nationale politiek, regio kop van Noord-Holland, mode, vrouwenemancipatie, rechtspraak.
- 1.11 Welke krant lees je meestal? Beschrijf hoe je deze krant leest aan de hand van de volgende criteria:
 - Naar welke rubrieken kijk ik het eerst?
 - Welke verhalen lees ik van begin tot eind uit?
 - Welke verhalen lees ik maar half?
 - Van welke verhalen lees ik alleen de koppen?

- Welke pagina's of bijlagen sla ik bijna altijd geheel over?
- Welke advertenties lees ik bijna altijd? Welke nooit?

1.12 Omschrijf hoe jouw krant verbeterd zou kunnen worden.

1.13 Schrijf een essay over het onderwerp: 'Heeft de krant nog een toekomst?'