

Sierk Ybema

De koers van de krant. Vertogen over identiteit bij Trouw en de Volkskrant

Amsterdam (Eigen beheer; sb.ybema.@mdw.vu.nl) 2003, 272 p., € 22, ISBN 90 9016 683 1

Decennialang hadden de landelijke kranten een min of meer homogeen publiek. Ten tijde van de verzuiling was *de Volkskrant* het blad voor de katholieke arbeiders- en middenklasse. *Trouw* vond haar natuurlijke achterban onder het gereformeerde bevolkingsdeel. Beide waren ze nauw verweven met hun zuil; C.P.M. Romme en J.A.H.J.S. Bruins Slot waren naast hoofdredacteur tevens actief politicus. Redacteurs waren kind aan huis bij de ‘eigen’ politieke partij en de organisaties in wat later het ‘maatschappelijk middenveld’ is gaan heten.

Tijdens de ontzuiling viel het natuurlijke publiek van beide kranten langzaam weg. Zij moesten met inhoudelijke veranderingen nieuwe lezers aan zich binden. *De Volkskrant* ruilde haar katholieke identiteit met succes in voor een algemeen progressieve. Zij werd aantrekkelijk voor een nieuw publiek doordat zij in vorm en inhoud het maatschappelijke veranderingsproces ging belichamen. Daarbij streefde zij ernaar een kwaliteitskrant te worden voor progressieve intellectuelen (of voor hen die hiervoor door wensten te gaan). De oplagecijfers van het dagblad stegen in de jaren tachtig en negentig snel.

Trouw had meer moeite met het vinden van een nieuwe weg. In de jaren zeventig trachtte de krant aan te sluiten bij de evangelisch-radicalen stroming in de Anti-Revolutionaire Partij. Zij maakte vanuit de religie het streven naar gerechtigheid en bekommernis om de minder bedeelde tot inzet. ‘Jouw krant wordt hoe langer hoe meer het doorgeefluik voor alle mogelijke

nieuwlichterij, waarbij de bijbel wordt aangepast aan de wensen van deze tijd’, schreef de conservatieve politicus Hendrik Algra (tevens hoofdredacteur van het *Friesch Dagblad*) in 1969 aan Bruins Slot. Veel gereformeerden dachten hetzelfde en zeiden hun abonnement op. Een nieuw publiek was door de ontkerkelijking moeilijk te vinden.

Over deze historische ontwikkelingen zijn we goed ingelicht, vooral door studies van Frank van Vree (*De metamorfose van een dagblad. Een journalistieke geschiedenis van de Volkskrant*, 1996) en Peter Bak (*Een ‘meneer’ van een krant. Trouw en Bruins Slot 1943-1968*, 1999). Maar sindsdien is de positie van landelijke dagbladen fundamenteel veranderd. Sinds het midden van de jaren 1990 lopen de oplagecijfers terug en dit lijkt een structureel probleem te worden. Waar de oplage van *Trouw* al sinds midden jaren tachtig afkalfde, heeft *de Volkskrant* het laatste decennium te maken met een snelle en grote daling.

Veranderde socio-demografische patronen (zoals een latere gezinsvorming, toenemende arbeidsparticipatie en de opkomst van de 24-uurs-economie) ondergraven de positie van de landelijke kranten. Hetzelfde doet de opkomst van concurrerende media: televisie, internet en de gratis huis-aan-huisbladen en treinkranten. Voor jongeren en allochtonen is een abonnement op een dagblad geen vanzelfsprekendheid meer, zoals het dat voor eerdere generaties Nederlanders nog wel was. Burgers ontpoppen zich steeds meer als calculerende consumenten die de kosten en de opbrengst van een krant kritisch tegen elkaar afwegen.

Ook *Trouw* en *de Volkskrant* zochten de afgelopen jaren naar wegen om aantrekkelijk te blijven voor hun abonnees en om nieuwe lezers te winnen. Eerstgenoemde krant zocht de oplossing vooral in ‘verdieping’. Zij concentreerde zich op het duiden van het nieuws, maar ook op een religieus-filosofische benadering van meer algemene ‘levensvragen’. *De Volkskrant* sloeg, zowel in stijl als in onderwerpskeuze, de weg van de popularisering in. ‘Minder voorspelbaar, opener, frivoler, niet meer zuur en geen onderwerp is meer taboe’, zo omschreef de nieuwe hoofdredacteur Pieter Broertjes zijn koers. De krant

moest qua inhoud en stijl ‘verleuken’, zoals een redactielid het omschreef.

Organisatiepsycholoog Sierk Ybema viel daarom met zijn neus in de boter toen hij in 1997 besloot een promotieonderzoek te verrichten naar de (veranderende) identiteit van beide kranten. Hij woonde vergaderingen bij, las beleidsstukken, hield een enquête onder redacteurs en sprak met hen. Ybema gaat uit van de vooronderstelling dat identiteit de wijze is ‘waarop mensen het collectief eigene omschrijven’. Hierdoor sluit zijn studie aan bij de traditie waarin men bijvoorbeeld de identiteit van kranten probeert te achterhalen aan de hand van hun ‘missie’, zoals die is verwoord in het redactiestatuut.

Op zichzelf is dit een verdedigbare onderzoeksmethodiek. Een zorgvuldige analyse van de discussie op redacties over de identiteit van de krant, biedt een interessant inzicht in het zelfbeeld van de redactie. Maar daarbij moet worden aangetekend dat het weinig zegt over de inhoudelijke identiteit van de krant. Immers, een redactie kan wel beweren dat zij verdieping bij het nieuws wil bieden, maar daarmee is niet aangetoond dat zij daarin werkelijk slaagt. Daarvoor is ook onderzoek noodzakelijk naar de doorwerking in de inhoud van de krant van deze ‘vertogen van identiteit’.

Ybema negeert dit punt en dat is vanuit zijn discipline, de organisatiepsychologie, logisch en aanvaardbaar. Al lijkt mij wel dat de loop van ‘binnengroepsprocessen’ in een redactionele organisatie niet volledig los kan worden gezien van de inhoud van de krant en – in dit verband niet onbelangrijk – de mate waarin lezers dit appreciëren. In eerder onderzoek is er op gewezen dat de samenwerking met de lezers een belangrijke rol speelt in het voortdurende proces van herformulering van de identiteit van een krant.

Ybema construeert enkele globale ‘vertogen over identiteit’ zonder die met veel gedetailleerde gegevens te onderbouwen. Hierbij ging hij weinig systematisch te werk; het is bijvoorbeeld onduidelijk hoeveel vergaderingen hij bijwoonde en waarom juist deze. Hij sprak en enquêteerde enige redacteurs, maar zij waren deels lukraak gekozen en deels aanbevolen door de hoofdredacties. Zelf constateert de auteur dat de steek-

proef van zijn enquête ‘niet geheel representatief’ is en zo kan men vraagtekens zetten bij de gehele gegevensverzameling die ten grondslag ligt aan dit onderzoek.

Toen Ybema eraan begon, lijkt hij niet goed te hebben geweten wat hij precies wilde onderzoeken. Pas achteraf lijkt hij willekeurig geselecteerde puzzelstukjes te hebben samengevoegd tot een coherent geheel. Het veelvuldig citeren van Gerard van Westerloo’s artikel uit 1996 over de werkwijze van de redactie van *de Volkskrant*, wijst erop dat het hem daarbij aan de nodige informatie ontbrak. Ybema prijst in zijn inleiding de exploratieve waarde van ‘gedetailleerde gevalstudies’, waarbij de onderzoeker door inductie tot een scherpe theorie komt. Maar in dit geval lijkt de gegevensverzameling te beperkt, te globaal en te weinig representatief om op verantwoorde wijze tot scherpe en verhelderende conclusies te komen.

Bij *Trouw* gaat men uit van een geleidelijke vernieuwing met behoud van het karakter van de krant. Het verzet op de redactie richt zich tegen het behoud van de religieuze traditie; moet nieuws niet prevaleren boven de (religieuze of filosofische) beschouwing? *De Volkskrant* probeert snel en radicaal te breken met het verleden. Hierdoor zet de redactie zich stevig af tegen het verleden van de krant, maar is er ook meer weerstand tegen het vernieuwingsproces. Bovendien is er door de snelle en grondige breuk met het karakter sprake van richtingloosheid; iedereen is het erover eens dat het anders moet, maar hoe? Dat is onduidelijk.

Ybema blijft aan de oppervlakte. Maar dat neemt niet weg dat hij af en toe wel een interessant inkijkje biedt in de discussies ter redactie over de koers van beide kranten. Dit komt het beste tot uiting in een kleine casestudy naar de discussie over de berichtgeving van *Trouw* over ‘De slag bij Beverwijk’ in 1997. Supporters van Ajax en Feijenoord raakten toen massaal slaags in een weiland. Ajax-fan Carlo Picornie overleed. De volgende dag bracht *Trouw* op de voorpagina een groot artikel waarin een theoloog, een godsdienstsocioloog en een filosoof reflecteerden op het geweld. Het nieuws bracht de krant in een korte éénkolommer.

De berichtgeving leidde tot een waterscheiding op de redactie waardoor de tweespalt over het langzame vernieuwingsproces van *Trouw*, met veel oog voor de traditie van de krant, aan het licht trad. Journalisten die pleitten voor nadruk op een 'eigen' duidende en levensbeschouwelijke koers, achtten het gewaagd maar juist dat de redactie durfde kiezen voor een reflectieve aanpak van het nieuws. Een andere groep redacteurs vond echter dat de kerntaak van de krant – het brengen van nieuws – was verwaarloosd. Daarmee belichaamde dit incident het debat over de nieuwe koers van de krant.

Als lezer smacht je naar meer van dit soort gedetailleerde casestudies waarin discussies over de identiteit van de krant worden verbonden met de werkwijze van de redactie en de inhoud van de krant. Een dergelijke werkwijze zou hebben geleid tot scherpere en diepgravender conclusies dan Ybema op basis van zijn 'eclectische aanpak' kon trekken.

Marcel Broersma
