

Gerry van der List

Meer dan een weekblad. De geschiedenis van Elsevier

Amsterdam (Bert Bakker) 2005, 292 p.,
€ 18,95, ISBN 90 3512 874 5

Elsevier en het verbond met de middenklasse

Het was een talentvol gezelschap dat begin 1942 aanschoof in café Bosvijver te Soestduinen. Elsevier-directeur Teddy Klautz en *Telegraaf*-redacteur H.A. Lunshof hadden het plan opgevat om na de oorlog een nieuw weekblad te beginnen. Het zou naar het voorbeeld van het Amerikaanse tijdschrift *Time* 'the news behind the news' moeten brengen: alle ontwikkelingen en nieuwsfeiten netjes geordend en handzaam samengevat. Bovendien moest het nieuws worden geduid en helder commentariseerd.

De redactie zou de verzuilde kaders moeten doorbreken. Lunshof meende dat lezers behoefte hadden aan een blad dat niet gebonden was aan een ideologische stroming, maar dat louter nationaal redeneerde. 'Het nieuwe orgaan moet fris zijn, moed aan den dag leggen, want in het nieuwe Nederland zal moed nodig zijn, om de waan van de dag het hoofd te bieden.'

En zo verzamelden zich aan één tafeltje (toevallig naast dat van Florrie Rost van Tonningen – wat leidde tot enige voorzichtigheid) de katholiek Anton van Duinkerken, de socialist Piet Bakker en de protestants-christelijke Johan Winkler (beiden van *Het Volk*). Later werd het gezelschap aangevuld met *Telegraaf*-redacteur mr. G.B.J. Hiltermann. Toen *Elseviers Weekblad* na enige problemen met de papiertoewijzing op 27 oktober 1945 voor de eerste maal verscheen, traden ook gerenommeerde namen als Godfried Bomans, mr. E. Elias, Maurice Roelants en tekenaar Jo Spier tot de redactie toe.

Dit 'gouden knapenkoor', met Ina van der Beugel als enige dame, stuwde de oplage van het weekblad in twee jaar tijd op tot 97.500 exemplaren. Dat had veel te maken met de uitgebalancheerde verhouding tussen ernst en luim. Zwaardere stukken werden afgewisseld met luchtige bijdragen zoals de lange reportages van Bakker, de cursiefjes van quasi-lanterfanter Elias, de gedachtecronkels van Bomans en de milde spot-

prenten van Spier. De notaris in Zutphen, die ter redactie als stereotype lezer werd gezien, moest niet voor het hoofd worden gestoten. Met vaderlandslievende betogen richtte de 'spreekbuis voor het Nederlandse volk' zich op de zwijgende meerderheid. Pas toen die vanaf de polarisatie in de jaren 1970 haar stem verhoef, werd ook de koers van *Elsevier* geprononceerder.

De oriëntatie op de markt loopt als een rode draad door de geschiedenis van *Elsevier*. Tot op de dag van vandaag wordt deze strategie uitgevoerd. Redacteur Gerry van der List boekstaafde ter gelegenheid van het zestigjarig bestaan de historie van het weekblad. Hierin doet hij geen enkele moeite zijn eigen betrokkenheid te maskeren. Hij schrijft in de geest van voormalig hoofdredacteur Hendrik Jan Schoo, die hem van het wetenschappelijk bureau van de Volkspartij voor Vrijheid en Democratie naar het blad haalde. Om een onderwerp goed te kunnen beschrijven moet je een visie hebben, meende Schoo.

Elseviers geschiedschrijver is duidelijk over zijn afkeer van 'links Nederland'. Dat heeft volgens hem weinig op met het weekblad 'met het grootste bereik onder decision makers (namelijk 232.000)'. Zo schrijft hij: 'de regeerperiode van Joop den Uyl (1973-1977) is een ramp voor het land, maar een zegen voor EM.' En als hij wat verongelijkt opmerkt dat iemand die van *de Volkskrant* overstapt naar *Elsevier* licht de indruk krijgt dat hij 'in de ogen van intellectueel Nederland in een zwart gat is verdwenen', dan is in die 'iemand' met weinig moeite Van der List zelf te herkennen.

Storend is deze betrokkenheid niet. Maar weinig historici kiezen zo duidelijk positie en uiten dat zo scherp. Van der List heeft daarbij het vermogen dit bijna achteloos te doen waardoor het zijn verhaal niet overheerst. Zijn engagement maakt de tekst leesbaar en amuseert – als men tenminste niet tot de 'linkse kerk' behoort.

Toch zijn tegen de aanpak van de auteur twee bezwaren aan te voeren. Het is steeds duidelijk waarvan Van der List een afkeer heeft, maar vaak niet waarom. Het was interessant geweest wanneer hij het had aangedurfd ook zijn eigen positie binnen het redactionele krachtenveld én zijn *bias* als geschiedschrijver te expliciteren. Het ontbreken van noten, 'ter wille van de leesbaarheid',

legitimeert Van der List, door badinerend op te merken dat deze ‘een studie al snel een aura van betrouwbaarheid verlenen’. Dat mag zo zijn, maar de afwegingen die de auteur heeft gemaakt zijn nu oncontroleerbaar. Dat wringt des te meer daar het verhaal is geschreven door een *insider*.

Daarnaast schiet hij wel heel snel in de verdediging. Als Martin van Amerongen het bijvoorbeeld aandurft het succesvolle *Elsevier* te bekritisseren, sneert Van der List dat zoiets ‘lichtelijk komisch’ aandoet. Waarom zou men de hoofdredacteur van ‘een marginaal opinieblad dat alleen met bedelacties en overheidssteun op de been gehouden kan worden’ serieus nemen? Onder de ‘titelgène’ die hij diagnosticeert bij zijn collega’s, die zich lichtelijk schamen voor het populistische en servicegerichte geluid van *Elsevier*, lijdt ook dit boek. Dat is jammer, want onnodig. Van der Lists boek ademt het belang van het weekblad voor de ontwikkeling van journalistieke vormen en stijlen, terwijl ook de politieke stellingname van *Elsevier* buitengewoon interessant is.

Nog steeds lijkt de slagschaduw van voormalig hoofdredacteur Ferry Hoogendijk (1971-1985) over het weekblad te vallen. Deze journalistieke ritselaar en *wannabe*-politicus leidde het weekblad op de golven van de polarisatie tot hoge oplages. Hij leidde in nauwe samenwerking met de vvd-fractie de strijd tegen Joop den Uyl en zijn rode trawanten die Nederland in de uitverkoop deden. Hoogstpersoonlijk schreef hij de tekst voor een door Heineken betaalde paginagrootte vvd-advertentie in *De Telegraaf* waarin de PvdA werd afgeserveerd. Het leverde *Elsevier* een onbetrouwbare reputatie op in journalistieke kringen – waarin overigens ter linkerzijde net zo hard partij werd gekozen.

Ook ter redactie riepen Hoogendijks geschnabbel, gekonkel, persoonlijke ambitie en banden met de vvd en het bedrijfsleven echter steeds meer weerstand op. Er werd geklaagd over ‘het ontbreken van een consistente beleidsvisie, autoritaire bluf, schaamteloosheid, zelfoverschatting, gebrek aan intellectueel gehalte, aan ernst en aan goede smaak, bothed en moreel wangedrag’. Blad en persoon werden door de buitenwereld te zeer vereenzelvigd. In 1985 viel het doek voor Hoogendijk.

In een kort intermezzo poogden André Spoor en Sytze van der Zee het in luie journalistiek en gemakzuchtige visies vervallen weekblad om te buigen van een burgerlijk bastion in een intellectuele vrijplaats. Met bijzonder weinig succes. Niet alleen de redactie was onwillig, ook de abonnees hoorden niet graag dat zij jarenlang hadden betaald voor een ‘rechts ballenblad’ dat hooguit interessant genoeg was om bij de kapper door te bladeren. ‘Waarom hebben wij het verdiend om na jarenlange trouw te horen te krijgen dat wij al die tijd een volstrekt waardeloos prul in de bus hebben gekregen?’, vroeg trouwe lezer Max Pam zich af in *NRC Handelsblad*. ‘Waar houdt men ons voor? Voor blinde ezels misschien die nog altijd te beroerd zijn om de wikkel van ons blad te verwijderen?’

Onder leiding van Johan van den Bossche, maar meer nog onder zijn veel succesvoller opvolger Hendrik Jan Schoo keerde *Elsevier* weer terug naar de koers die zij sinds haar oprichting voor: het blad richtte zich weer op de ‘ruggengraat van Nederland’. Binnenland, maar vooral economie maakte Schoo tot de belangrijkste rubrieken. Met veel service wilde hij dienstbaar zijn aan de lezer.

Lange verhalen maakten plaats voor korte stukken met veel beeld. *Elsevier* werd een blad dat je kon doorbladeren, waaruit je hier en daar een stukje kon lezen, dat je kon wegleggen en weer oppakken. Schoo wilde – met succes – ‘het organisch intellect’ zijn voor ‘het brede maatschappelijke midden, hoogopgeleid, economisch vitaal, welstandig, urbaan, pragmatisch’. Onder Arendo Joustra werd deze intelligente strategie verder geperfectioneerd.

Aan het slot van zijn boek komt Van der List in enkele alinea’s met een even voor de hand liggende als aannemelijke verklaring voor het succes van *Elsevier*. Het blad sloot zestig jaar aan bij de burgerlijke waarden en propageerde deugden waarin de meerderheid van de Nederlanders, ‘voor wie burgermansfatsoen geen oubollig begrip is,’ zich herkende. Dit roept vragen op. Zoals: wat houdt dat burgerlijk cultuurpatroon precies in volgens Van der List? Is dat statisch? En zo niet: hoe verliep de samenwerking tussen de productie en reproductie van deze culturele waarden

bij *Elsevier*? Het was uitermate interessant geweest als Van der List zijn verklaring had ondersteund met een scherpe analyse van *Elseviers* rol in de naoorlogse samenleving. Helaas komt het daar niet van.

Ook blijft grotendeels onbelicht hoe *Elsevier* zich verhield tot bredere ontwikkelingen in de journalistiek. Snerend vermeldt de achterflap: 'Persgeschiedenis blijkt zowaar een vlot leesbaar boek te kunnen opleveren'. Het getuigt van het hedendaagse zelfvertrouwen bij de *Elsevier*-

redactie, al zouden anderen het wellicht arrogantie noemen, maar ook van een gebrek aan kennis van de historiografie bij Van der List. Hij focust op het blad dat hij beschrijft en plaatst dat nauwelijks in de pershistorische context. Lichtvoetheid gaat vaak boven analyse, waardoor het boek nog al eens blijft steken in anekdotiek. Dat is een gemiste kans. Maar Van der List schreef wel een informatief en vlot leesbaar boek.

Marcel Broersma