



mededelingen opbouwwerk

de buurt-, wijk- en dorpskrant in Nederland

stand van zaken

opinie van "de" Nederlander

uitgave van vakblad voor redacties

themanummer

april '88
7e jaargang
nummer 64

Inhoud

- Ten geleide 3
- Dorps-, buurt- en wijkkrant in Nederland; een inventariserend onderzoek naar het "gebruik" ervan door de lezer/es 5
- Enquêteverslag 1; rapportage van de enquête onder redacties in gemeenten met minder dan 25.000 inwoners 10
- De dorpskrant in Haarlemmerliede en Spaarnwoude; interview 17
- Interview wijkkrant Waterkwartier 19
- De dorps-, buurt- of wijkkrant en de leefbaarheid 22
- Enquêteverslag 2; rapportage van de enquête onder redacties in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners 25
- Inhoud en vormgeving van wijk-, buurt- en dorpskranten; analyse 30
- Wetenschapswinkel maakt handleiding voor lezersonderzoek 37
- Uit een wijkkrantenonderzoek in 1975 38
- "Nijs oet 't ol Loug" 39



is een mededelingenblad van, voor en over de lokale opbouwwerkpraktijk.

Samenstelling: Charlotte Krop, Luc Boss.

M.O. verschijnt ten minste 10 maal per jaar, zes gewone en vier themanummers. Een jaarabonnement kost f 38,-. Bij méér abonnementen reductie op aanvraag. Losse nummers kosten f 5,25, themanummers f 6,-, excl. porto.

Redactie en administratie:
Pr. Mauritslaan 26, 2582 LS Den Haag,
tel. 070-521354.
ISSN: 0168-065X.

N.B. De in deze M.O. opgenomen onderzoeks-verslagen zijn desgewenst ook afzonderlijk verkrijgbaar bij het secretariaat van het Landelijk Platform Opbouwwerk, tel. 070-521354.

MeMo

In dit themanummer van Mededelingen Opbouwwerk wordt verslag gedaan van een aantal onderzoeken en voornemens, die tot doel hebben de redacties van buurt-, wijk- en dorpskranten een steun in de rug te geven bij hun werk aan deze voor grote groepen mensen zo belangrijke en laagdrempelige informatiebron.

De initiatiefnemers beogen de positie van de kleine pers te versterken door hen:

- ondersteuning te bieden bij het redactionele werk
- mogelijkheden te bieden voor onderlinge uitwisseling van expertise en kopij
- eenvoudige toegang te geven tot maatschappelijk relevante informatie op terreinen als wonen, woonomgeving, milieu, sociale veiligheid, enz.

Kern van deze aanpak is de uitgave van een vakblad voor de redacties, genaamd "Bladspiegel", waarvan het eerste nummer in september a.s. zal verschijnen.

Een innovatie, geboren uit de vaststelling dat de steeds verder teruggelopen beroepsmatige steun, ook aan de redacties van de kleine pers om nieuwe vormen vraagt.

In het Ten geleide in het themanummer worden achtergrond en doel nader uitgelegd. Voorts bevat dit nummer o.a. het verslag van een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking naar het "gebruik" van de dorps-, buurt- of wijkkrant in Nederland, de resultaten van twee enquêtes onder de redacties in gemeenten met minder, resp. meer dan 25.000 inwoners, alsmede een analyse naar vorm en inhoud van enkele honderden kranten. In het blauwe katern zijn twee interviews opgenomen met redacties van een dorps- en wijkkrant en een artikel waar op de inhoud van enkele kranten wordt ingegaan.

Behalve onder de abonnees van M.O., waar de redactie veel belangstelling voor dit initiatief veronderstelt, wordt dit themanummer verspreid onder de geënquêteerde redacties en andere belangstellenden. ■

Ten geleide

Ze werden en worden zwaar onderschat die vele, vele honderden dorps-, buurt- en wijkbladen, die (meestal) maandelijks door vrijwilligers in de brievenbussen van dorp, buurt of wijk gestopt worden.

Toch vormt de "kleine pers" als geheel een indrukwekkende prestatie. Veel dorps-, buurt- en wijkbladen bestaan al tientallen jaren, bepalen mee de identiteit van het woongebied dat ze bestrijken, annunceren wat voor activiteiten er in de betreffende gemeenschap geprogrammeerd staan, geven verslag van acties en activiteiten rond de "kwaliteit van het bestaan" in de eigen woonomgeving, bieden verstrooiing en vormen zodoende een betrouwbare gids en metgezel voor alle dorps-, buurt- of wijkgenoten.

Dominant een vrijwilligers-produkt met beperkte (en teruglopende) beroepsmatige ondersteuning en werkend met bescheiden middelen zijn ze "niet kapot te krijgen".

De variaties in kwaliteit, inhoud, vormgeving, oplage enz. zijn bijzonder groot, deels vanwege de reden van ontstaan, deels vanwege de koppeling aan andere onderdelen van het gemeenschapsleven ter plaatse.

Vanwege de (zeker opgeteld) bijzonder grote dekking die deze bladen en blaadjes hebben, maar ook vanwege het feit dat ze kennelijk (meer dan allerlei ander drukwerk) de belangstelling van de bewoners hebben, is de onderschatting van de dorps-, buurt- en wijkbladen merkwaardig te noemen.

Toch zijn zij af en toe wel voorwerp van meer serieuze aandacht. Zo besteedde de liedjesschrijver en zanger Jaap Fischer in de tijd dat hij als opbouw-consulent werkzaam was in Groningen een heus profeschrift aan de functie van een aantal dorpsbladen in die regio.

En in 1976 maakte het toen zeer journalistiek-actuele JN (Jeugdwerk Nu) een thema-nummer over wijkbladen, daar ook een "waardering" aan verbindend. Ten slotte moet gezegd dat zeer veel gemeente-archivarissen de "kleine pers" zeer zorgvuldig als belangrijke informatiebron voor de lokale sociale geschiedenis koesteren.

Maar in het algemeen is de onderwaardering gebleven. Een onderwaardering die overigens overeenkomt met alle systematische miskennis van alles wat niet in de "wet van de grote getallen" valt te vangen. Het gehouden opinie-onderzoek, zowel als de andere onderzoeken in deze M.O. beschreven, wijzen evenwel uit dat de "kleine pers" een eminent belangrijke en betrouw-

bare "knooppunt-positie" inneemt in de informatie-voorziening.

Het belang daarvan is alleen maar groter geworden nu in de afgelopen jaren grote groepen mensen toenemend "afgesneden" zijn van allerlei "dure" informatie-voorziening, terwijl tegelijkertijd (ondanks alle intenties in die richting) de "vereenvoudiging" van overheid en samenleving op geen enkele manier vorm gekregen heeft.

Die redenen, in samenhang met de teruggelopen beroepsmatige assistentie en financiële mogelijkheden, vormen op zich al voldoende aanleiding om de redacties van de dorps-, buurt- en wijkbladpers een steuntje in de rug te gaan geven. Maar daarnaast lijkt het ook van belang af te gaan rekenen met de systematische onderwaardering van de kleine pers en de dorps-, buurt- en wijkbladen betere en ruimere aansluitingsmogelijkheden te bieden op het maatschappelijke berichten-verkeer; en hen tenslotte ook de mogelijkheid te bieden "aan elkaar" wat te hebben.

Het is dat geheel van overwegingen en onderzoeken geweest, dat uiteindelijk geleid heeft tot het besluit "Bladspiegel", vakblad voor de dorps-, buurt- en wijkbladenpers, het licht te doen zien.

Bladspiegel, dat met ingang van september a.s. als maandblad zal verschijnen, zal een belangrijke functie gaan vervullen voor de dorps-, buurt- en wijkbladen pers en die door dik en dun gaan steunen.

Dat gebeurt langs drie invalshoeken, die ook als zodanig herkenbaar zullen zijn in Bladspiegel.

Die invalshoeken zijn:

- actuele en vakmatige ondersteuning van de redacties met reportages, interviews, artikelen en tips voor het redactionele werk;
- het plaatsen van gehele en gedeeltelijke overdrukken van artikelen uit de dorps-, buurt- en wijkbladenpers ter onderlinge uitwisseling en lering;
- het opnemen van heldere artikelen en beschouwingen van mens-, burger- en consument-vriendelijke organisaties en instanties, die de redacties vrijelijk in hun bladen kunnen overnemen.

Daarnaast ligt het in het voornemen dat Bladspiegel ook andere initiatieven zal ondernemen, die elk dorps-, buurt- of wijkblad alleen moeilijk of niet van de grond kan krijgen.

De strikte invalshoek bij dit alles is en blijft versterking van de dorps-, buurt- en wijkbladen. Afgezien nog van de onmogelijkheid, zou het natuurlijk uiterst ongewenst zijn wanneer Bladspiegel er naar zou streven iets anders dan een ondersteunend medium te zijn.

Wat wel een reële verwachting van de initi-

atiefnemers is, is dat er een essentiële kwaliteits-bevorderende en dynamiserende werking uitgaat van Bladspiegel.

Aangezien het vakblad als essentieel onderdeel heeft het naar thema of anderszins opnemen van artikelen uit de dorps-, buurt- en wijkbladenpers zelf, is er voor gekozen om een behoorlijke reductie op de abonnementsprijs vast te stellen voor de abonneesredacties die bereid zijn hun krant of blad aan Bladspiegel in te zenden. Dat vormt immers de enige garantie om de beoogde uitwisseling, het kennis nemen van elkaars prestaties, ook feitelijk mogelijk te maken.

Een andere constructie is ontwikkeld m.b.t. een tweede onderdeel van Bladspiegel, t.w. de door mens-, burger- en consument-vriendelijke organisaties en instanties aan te leveren artikelen van voorlichtende aard (te denken valt bijv aan energie-besparing, woonlasten enz.)

Deze organisaties kunnen in Bladspiegel tegen bescheiden betaling hun "verhaal"

publiceren. Het is echter aan de redacties van de buurt-, dorps- en wijkbladen om te bepalen of zij zo'n artikel overnemen voor publicatie in hun blad. In dit opzicht vervult Bladspiegel dan ook een soort markt-functie. Een onder potentieel gegadigde "aanbieders" van artikelen gehouden onderzoek wijst uit dat deze de bereidheid hebben om volgens deze formule aan de slag te gaan.

Bladspiegel is zonder meer een intrigerend initiatief in een tijdvak waarin een zo grote verschraling is opgetreden in stimulerende impulsen in het kleinschalige samen leven en werken.

Bladspiegel kan wat dat betreft flitsend en inspirerend "spiegels" voorhouden en het werk van die talloos vele redacties van de kleine pers versterken en in die zin ook bijdragen leveren aan de informatie kwaliteit van de kleine pers.

De verschijning van het eerste nummer van Bladspiegel in september is dan ook op voorhand een mijlpaal.

Wil van de Leur. ■

Dorps-, Buurt- en Wijkkrant in Nederland

Een inventariserend onderzoek naar het "gebruik" ervan door de lezer/es

1. Inleiding

De snelle ontwikkeling, die onze samenleving in het tijdperk van communicatie op alle terreinen tekent, houdt een groot gevaar in zich.

De enorme kloof tussen rijk en arm, die de mensheid verdeelt en niet of nauwelijks te overbruggen lijkt, begint zich ook in onze maatschappij af te tekenen.

Alle inspanningen ten spijt wordt de groep "kansarmen" niet kleiner en dreigt alleen kansarmer te worden in vergelijking met de groep, die kansen ziet en weet te benutten.

De gevolgen van deze ontwikkeling zijn niet te overzien. Op vele fronten wordt er dan ook gewerkt aan verbetering van de levensomstandigheden van de groep kansarmen door middel van voorlichting en ontwikkeling.

Echter, het is een bekend gegeven dat de groep kansarmen moeilijk bereikbaar is voor voorlichting.

Voorlichters wringen zich in allerlei bochten om hen te bereiken, doch worden in hun pogingen om kennis aan de man te brengen vaak teleurgesteld. De kennistoename bij deze groep staat meestal niet in verhouding tot de hoge kosten die de grote voorlichtingscampagnes met zich brengen.

Zo wordt bijvoorbeeld voorlichting via de televisie doorkruist door de mogelijkheden, die de te bereiken personen ter beschikking staan: bij een saai programma wordt overgeschakeld op een ander net. Voorlichting via de radio geeft dezelfde problemen. Moeilijke artikelen in de dagbladen kunnen gemakkelijk worden overgeslagen en tentoonstellingen worden alleen bezocht als zij een sterk recreatief karakter hebben.

Alleen scholen hebben de mogelijkheid de groep kansarmen te bereiken. Het leerpakket is echter vaak zwaar beladen, zodat geen ruimte overblijft (zowel in termen van tijd als van leerkrachten-capaciteit) om ad hoc onderwerpen van voorlichting op te nemen.

Bovendien worden via de school veelal alleen de kinderen van de groep kansarmen bereikt en niet de ouders.

Een ander gegeven, dat het overbruggen van de kloof tussen kansarmen en -rijken op dit moment geen goed doet, is de noodzaak tot bezuinigen.

Een optimalisering van het gebruik van de

bestaande mogelijkheden bij dit werk is dan ook dringend gewenst.

Een beroepsgroep, die werkzaam is ten dienste van de mensen die kansarmen moeten worden genoemd, wordt gevormd door het opbouwwerk in Nederland.

De opbouwwerkers zijn actief op vele terreinen. Hun werk kan misschien het best worden omschreven als "het weerbaar maken van mensen, die zichzelf niet (helemaal) weerbaar kunnen maken."

De leefbaarheid van de (woon-)omgeving heeft daarbij steeds centraal gestaan, omdat bij de uitbreiding van de steden de belangen van veel oude stadswijken sterk zijn verwaarloosd en er thans forse inhaalmanoeuvres dienen te worden gepleegd om die wijken weer leefbaar te maken.

Met een verbetering van de (woon-)omstandigheden alleen wordt de kloof tussen kansarmen en -rijken niet overbrugd; een comfortabele woning en een prettig straatbeeld brengen de ontwikkeling van de mens, die er woont, niet alleen op gang. Daarom vinden er binnen het opbouwwerk tal van nevenactiviteiten plaats: er worden cursussen gegeven, festiviteiten georganiseerd zoals buurtfeesten en voorlichtingsavonden.

Binnen het scala van activiteiten waaraan de opbouwwerkers steun bieden, is er echter een medium, dat misschien meer en beter kan worden benut: de wijkkrant. Dat geldt overigens ook in de (vele) situaties waarin géén opbouwwerk-ondersteuning van zelfwerkzame bewonersverbanden aanwezig is.

2. Probleemstelling

Wat is de wijkkrant?

Op dit moment lijkt de wijkkrant weinig anders te zijn dan een krantje, dat huis-aan-huis wordt verspreid en waarin de wijk-nieuwtjes staan, die door vrijwilligers en opbouwwerkers worden vergaard. Deze nieuwtjes betreffen de algemene wijkbelangen (b.v. stadsvernieuwing en gezamenlijke activiteiten) aangevuld met een persoonlijke noot in de vorm van o.m. interviews met (nieuwe) bewoners en kindertekeningen om de leesbaarheid van het blad te verhogen.

Een gratis blad, dat in een aantal gevallen door de (gemeentelijke) overheid wordt gesubsidieerd in het kader van het opbouwwerk of anderszins.

Meer is er over het fenomeen wijkkrant eigenlijk niet bekend, omdat er nauwelijks onderzoek naar is verricht.

Wie lezen de wijkkrant en hoe is de waardering ervoor?

Hoeveel wijkkranten zijn er in Nederland en in welke gebieden?

Voor welke informatie leent de wijkkrant zich; en geeft zij die informatie ook? Kortom: over de mogelijkheden van dit medi-

um en over de wijze waarop die mogelijkheden worden benut, is nauwelijks iets bekend.

Het Landelijke Platform Opbouwwerk is zich bewust van deze leemte in kennis van het fenomeen wijkkrant en heeft een eerste inventariserend onderzoek er naar laten verrichten.

3. Doel van het onderzoek

Het doel van het onderzoek was een eerste inzicht te verkrijgen in:

- het bereik van de wijkkrant
- de waardering voor de wijkkrant
- de mogelijkheden, die de wijkkrant biedt met betrekking tot voorlichting.

Voor wat betreft het bereik van en de waardering voor de wijkkrant werd het accent gelegd op de groep mensen, die de wijkkrant daadwerkelijk lezen.

Daarbij werden vragen opgenomen met betrekking tot andere (voorlichtings-)media teneinde een eerste indicatie te krijgen of de groep mensen, die met voorlichting via de andere media moeilijk te bereiken is, via de wijkkrant wel bereikbaar is.

4. Methode van onderzoek

Om budgettaire redenen werd gekozen voor een representatieve steekproef onder 600 personen.

Het veldwerk werd gehouden in april 1987. De vraaggesprekken werden gehouden aan de hand van een vragenlijst, die in nauw overleg met het Landelijk Platform Opbouwwerk werd opgesteld en in een proefenquête werd getoetst op juistheid en duidelijkheid van de vraagstelling. Op grond van de gegevens uit deze proefenquête werd een enkele vraag gewijzigd. De enquêteurs/-trices kregen mondelinge instructie. Eén op de tien binnengekomen vragenlijsten werd gecontroleerd om te zien of de enquêteur/-trice zijn/haar werk naar behoren had gedaan. Uit deze controle kwamen geen vermeldenswaardige feiten naar voren.

Voorts werden de vragenlijsten gecontroleerd op juiste en volledige invulling. Uiteindelijk werden 532 vragenlijsten verwerkt. De verwerking geschiedde geautomatiseerd, met behulp van een computer en het THIS-programma van Buro Inter/View.

5. Samenvatting van de belangrijkste uitkomsten

Het bereik van de wijkkrant. Ruim de helft van de respondenten zegt een wijk- of dorpskrantje in de bus te krijgen (63 %). De navolgende gegevens hebben alleen betrekking op de respondenten die een wijkkrant krijgen (n=338). In meer dan de helft van de gevallen verschijnt het krantje wekelijks (zie tabel 1).

Tabel 1 (N = 338)

- eenmaal per week	57%
- eenmaal per 14 dagen	9%
- eenmaal per maand	20%
- eenmaal per 2 maanden	7%
- anders	4%
- weet niet	3%
totaal	100%

Tabel 2 (N = 318)

- bladert 'm alleen door	32%
- besteedt er minder dan 5 minuten aan	40%
- besteedt er 5 tot 15 minuten aan	35%
- besteedt er 16 tot 30 minuten aan	22%
- besteedt er meer dan 30 minuten aan	14%
- weet niet	3%
totaal	100%

Volgens 13 % van deze respondenten staan er in hun wijkkrant geen advertenties.

Ruim de helft van de respondenten zegt de wijkkrant te lezen (63 %); 30 % bladert deze alleen door en in 6 % van de gevallen belandt het krantje direct in de prullenmand. Een derde van de respondenten besteedt een kwartier of langer aan het lezen van de wijkkrant. Zie tabel 2.

Een analyse van de kwantitatieve gegevens met betrekking tot de verschillende media (t.v., radio, dagbladen, tijdschriften) naar wijkkrant-lezers en niet-lezers brengt nauwelijks verschillen aan het licht: beide groepen kijken nagenoeg evenveel t.v., luisteren evenveel naar de radio en lezen evenveel dagbladen en tijdschriften.

Uit de antwoorden op de vraag "Ik ga nu enkele televisieprogramma's opnoemen. Wilt U voor elk programma zeggen of U daar altijd, vaak, soms of nooit naar kijkt?" blijkt echter wel een verschil.

Om een eventueel verschil te kunnen constateren werden de antwoorden op deze vraag als volgt bewerkt.

De televisieprogramma's werden in twee groepen ondergebracht: actualiteit (Tros Aktua, Tijdsein, Veronica's Nieuwslijn, Avro's Televizier, Van gewest tot gewest) en amusement (Sonja, Bill Cosbyshow, Moordspel, TV-show).

De antwoordmogelijkheden: altijd, vaak, soms of nooit kregen een puntenaantal toegerekend van resp. 3, 2, 1 en 0.

Voorts werd voor elke respondent het aantal punten geteld, dat hij/zij per groep televisieprogramma's scoorde.

Deze scores werden tenslotte omgerekend in een schaal van 0 (voor het laagst mogelijk

Tabel 3

scores	gemiddelde scores	
	aktualiteit	amusement
- lezers	45	46
- niet-lezers	38	40

ke aantal punten) tot 100 (voor het hoogst mogelijke aantal punten) per groep televisieprogramma's.

Deze bewerking werd uitgevoerd voor enkele groepen respondenten, nl. lezers en niet-lezers, respondenten met een lagere, middelbare en hogere opleiding en voor de respondenten uit gemeenten met minder dan 20.000 inwoners, meer dan 20.000 inwoners en de drie grote steden.

De analyse-ingang lezers versus niet-lezers laat daarbij wel degelijk een verschil zien in mate van kijken (zie tabel 3).

De lezers van de wijkkrant kijken dus vaker naar de genoemde televisieprogramma's dan de niet-lezers.

Van de socio-economische achtergrond van de respondenten is slechts één gegeven bekend, nl. de opleiding van de respondent. (Zulks houdt verband met de onderzoeksmethode: telefonisch onderzoek leent zich niet voor het stellen van vragen met betrekking tot de sociale achtergrond.)

Een analyse van dit gegeven naar wijkkrantlezers en niet-lezers laat wel een verschil zien: de wijkkrantlezer heeft gemiddeld een lagere opleiding genoten dan de niet-lezer (zie tabel 4).

De analyse-ingang naar opleiding toont ook een verschil in het soort programma, dat men bekijkt (tabel 5).

Respondenten met een lagere opleiding kijken dus meer naar de genoemde programma's dan de andere respondenten; bovendien kijken zij meer naar amusement dan naar aktualiteit.

Voorts is van de wijkkrantlezers een hoger percentage in de 3 grote steden en in de kleine gemeenten woonachtig dan van de niet-lezers (tabel 6).

Ook deze analyse-ingang laat een verschil zien m.b.t. het soort televisieprogramma, dat men bekijkt (zie tabel 7).

De inwoners van de 3 grote steden kijken dus minder naar de genoemde aktualiteitenprogramma's; dan de overige respondenten.

In grafiek 1 staat weergegeven welke informatie hun wijkkrant volgens de respondenten zoal geeft en wat hen daarvan het meeste aanspreekt.

Tabel 4

	leest de wijkkrant	leest de wijkkrant niet
- t/m voortgezette vakonderwijs	56%	33%
- t/m algemeen voortgezet en voortgezet middelbaar onderwijs	22%	30%
- hoger	16%	28%
- wil niet zeggen	6%	9%
totaal	100%	100%
n =	115	417

Tabel 5

opleiding:	gemiddelde scores	
	aktualiteiten	amusement
- hoog	35	31
- midden	36	34
- laag	42	51

Tabel 6

	leest wijkkrant	leest wijkkrant niet of nauwelijks
- gemeenten tot 20.000 inwoners	35%	26%
- gemeenten met 20.000 - 150.000 inwoners	44%	60%
- 3 grote steden	21%	14%
totaal	100%	100%

Tabel 7

aantal inwoners:	gemiddelde scores	
	aktualiteit	amusement
- minder dan 20.000	41	42
- meer als 20.000	40	41
- 3 grote steden	36	43

Grafiek 1



activiteiten, evenementen,
buurtwerk, loterijen, V.V.V.



dokters-, apotheek-
en kerkdiensten



gemeentelijke informatie aankondigingen
politieberichten e.d.



kleine advertenties (tweede hands e.d.)



plaatselijk nieuws/wijknieuws



politiek, actualiteiten algemeen



sport, clubs



winkeladvertenties



informatie die erin staat



informatie die het meest aanspreekt

De respondenten, die het krantje alleen doorbladeren (n=102), kijken daarbij vooral naar:

- lokale gebeurtenissen, evenementen, activiteiten 30 %
- advertenties, aanbiedingen, reclames 26 %
- "of er iets bijzonders in staat" 17 %
- actuele zaken/nieuws 11 %

Driekwart van de respondenten vindt dat hun wijkkrant voldoende informatie geeft over wat er in de wijk speelt.

Volgens 14 % van de respondenten geeft de wijkkrant niet voldoende informatie. Zij lichten dat als volgt toe:

- geen informatie over clubs en verenigingen
- altijd dezelfde mensen, die erin schrijven, eenzijdig
- alleen wijkhuisgebeuren
- te veel advertenties, te weinig informatie
- nemen vaak dingen niet op
- teveel sport, te weinig nieuws
- weinig actuele gebeurtenissen
- te weinig over nieuwbouw
- te oppervlakkig
- zou niet wijk-/dorpsgericht moeten zijn.

De vraag: "Kunt U de info, die de wijkkrant geeft, ook op een andere manier krijgen?" wordt door bijna de helft van de respondenten met neen beantwoord (48 %); 9 % antwoordt op deze vraag "weet niet".

Volgens 33 % is die informatie ook op een andere manier te krijgen. De meest genoemde alternatieve bronnen zijn: andere krant, nationale krant, wijkvereniging, gemeentehuis, burens. Van de respondenten zegt 41 % wel eens met anderen te praten over wat er in de wijkkrant staat. Dat gebeurt dan meestal met iemand buiten het gezin.

De resultaten ter discussie

Uit de onderzoeksgegevens blijkt dat de wijkkrant een duidelijke functie heeft in het leven van alledag: ruim de helft van de Nederlandse bevolking krijgt een krantje in de brievenbus. Bij slechts 6 % van hen verdwijnt het ongelezen.

Voor het plaatselijke en wijknieuws, de gemeentelijke informatie, de buurtactiviteiten en de winkeladvertenties worden gelezen. Driekwart van de respondenten vindt, dat de wijkkrant voldoende informatie biedt en bijna de helft zegt die informatie alleen uit de wijkkrant te kunnen halen.

Opvallend is dat de opleiding van de echte wijkkrantlezers (respondenten, die tenminste een kwartier besteden aan het lezen ervan) gemiddeld lager is dan die van de respondenten, die minder aandacht aan het krantje besteden of er geen krijgen. Eveneens is het opvallend dat van de echte

wijkkrantlezers een lager percentage in de kleine gemeenten (tot 20.000 inwoners) één in de 3 grote steden woont dan van de niet-lezers.

Welke conclusies hieraan verbonden moeten worden zou kunnen blijken uit een kwalitatief vervolgonderzoek.

Uit de gegevens van dit onderzoek blijkt slechts een klein verschil in de mate, waarin de wijkkrantlezers en niet-lezers televisie kijken: de wijkkrantlezers blijken meer te kijken dan de andere respondenten. Met betrekking tot de andere voorlichtings- en nieuwsmedia (radio, dagbladen, tijdschriften) doen zich geen verschillen voor. Of er

verschil is in kwaliteit van het contact met de verschillende media dient in een ander soortig onderzoek te worden gemeten.

In datzelfde onderzoek kan worden bepaald of en in hoeverre de wijkkrant een meer officiële voorlichtingsrol zou kunnen vervullen.

Aan één belangrijke randvoorwaarde daarvoor voldoet de wijkkrant in elk geval wel: zij wordt gelezen door mensen met een lagere opleiding.

Onderzoek verricht door Tym's Onderzoek Service, Poeldijk ■

Enquêteverslag 1

Rapportage van de enquête onder redacties in gemeenten met minder dan 25.000 inwoners

1. Inleiding

In Nederland bestaan vele honderden buurt-, wijk- en dorpskranten (1). Vrijwel ieder dorp kent zijn "Rondom de Toren". Iedere wijk haar "Contact". Iedere buurt haar "Schakel". Afgaande op verschillende media-onderzoeken lijkt de conclusie gerechtvaardigd dat deze 'kleine pers' naast de verschillende andere media geen rol van betekenis speelt. Echter, nadere beschouwing wijst al snel uit dat de buurt-, wijk- en dorpskranten in deze onderzoeken volledig ontbreken zodat hun informatieve en communicatieve waarde niet gemeten kan worden. En dus kan ook niet bepaald worden welke plaats zij innemen naast de andere media. Zowel voor de Nederlandse Organisatie van Tijdschrift Uitgevers (NOTU) als het Centraal Bureau voor Courantenpubliciteit (Cebuco) vormen de buurt-, wijk- en dorpskranten een ongrijpbare groep (2).

Medio 1987 is vanuit het Landelijk Platform Opbouwwerk een project gestart dat is gebaseerd op de veronderstelling dat buurt-, wijk- en dorpskranten voor een belangrijk deel van de bevolking een informatiebron van belang vormen en dat deze bron nog lang niet ten volle benut wordt. Het gegeven dat deze krantjes, een enkele uitgezonderd, gratis en huis-aan-huis verspreid worden maken ze tot een bij uitstek fijnmazig en laagdrempelig medium. Fijnmazig omdat bijna geen enkel huishouden wordt overgeslagen en laagdrempelig omdat de lezer het zonder daarvoor in actie te hoeven komen ontvangt. Met andere woorden: in potentie krachtige en mogelijk belangrijke informatiedragers. Het activeren van deze potentie is doel van het project. Daartoe is momenteel in voorbereiding het starten van een samenwerkingsverband van en serviceorganisatie voor de redacties van deze kranten. Deze rapportage maakt daar deel van uit.

Andere belangrijke onderdelen daarvan zijn:

Een soortgelijk onderzoek onder redacties in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners. Een enquête onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking.

Een analyse op vorm- en inhoudskenmerken van honderden kranten. (De verslagen van die drie onderzoeken zijn elders in deze M.O. gepubliceerd.)

Tevens is in voorbereiding de uitgave van een maandkrant ten behoeve van de redacties die als informatiebron en communicatiemedium moet gaan functioneren en als

zodanig de kern van het project zal uitmaken.

De voorbereidingen voor dit deel, de enquête onder redacties in gemeenten met minder dan 25.000 inwoners zijn in juni 1987 gestart. Met onderbrekingen (3) is tot eind november geëncuëteerd. De uitwerking en analyse van de onderzoeksgegevens vond plaats in januari en februari 1988 en de definitieve tekst van het onderzoeksverslag was medio maart gereed.

2. Doelstellingen en methode

2.1. Doelstellingen

Het eerste dat opvalt bij het bekijken van enkele buurt-, wijk- De delen dorpskranten is de enorme verscheidenheid. De verschillen zijn aanmerkelijk groter en opvallender dan de overeenkomsten. Die verschillen openbaren zich op ieder denkbaar terrein: inhoud, vormgeving, redactiesamenstelling, oplage, drukvorm, financiering, enzovoorts. Iedere krant is uniek, heeft een duidelijk herkenbare eigen identiteit. Dat lijkt het opzetten van een gecentraliseerde organisatie te blokkeren, tenzij zou blijken dat het idee bij een meerderheid van de redacties aanslaat of beter: dat de redacties zelf een behoefte daartoe ventileren. Zoals eerder vermeld wordt uitgegaan van de veronderstelling dat deze kranten, in potentie, een krachtig en belangrijk medium vormen. Om die veronderstelling te schragen zoekt deze enquête antwoorden op onder andere de volgende vragen: Welke werkwijzen volgen de redacties? Geven zij behoefte tot ondersteuning aan en zo ja welke vormen van ondersteuning (copij, adviezen op het vakgebied, contactbevordering)? Is er in principe bereidheid tot het participeren in een samenwerkingsverband; niet in de laatste plaats ook in financiële zin. Bovendien werd getracht een eerste inzicht te verkrijgen in de probleemgebieden die de redacties zelf aangeven.

2.2. Methodiek

Omdat gegeven de te verwachten verscheidenheid in krantjes het selecteren van een representatieve steekproef daaruit als een onmogelijkheid moest worden beschouwd, werd gekozen voor het enquëteren van in principe alle, in ieder geval zoveel mogelijk redacties. Bijkomend voordeel hiervan was dat alvast een begin kon worden gemaakt met het opzetten van een adressenbestand. Voor adressen van steeds een contactpersoon of een verantwoordelijke redacteur van een krant werd informatie ingewonnen bij de afdelingen voorlichting van alle Nederlandse gemeenten. In plaatsen met minder dan 25.000 inwoners gebeurde dit telefonisch, in plaatsen met meer dan 25.000 inwoners schriftelijk. Deze scheiding naar inwonertal is gedeeltelijk

een bewuste, gedeeltelijk een arbitraire. De aanname dat op deze wijze een onderscheid kan worden gemaakt tussen plattelandsgemeenten en verstedelijkte gebieden blijkt goeddeels juist (4). Echter iedere scheiding naar absoluut inwonertal is in zekere zin willekeurig.

De aldus verkregen personen werden stuk voor stuk telefonisch benaderd. Meestal bleken de persoonsgegevens juist te zijn zodat meteen een interview kon worden afgenomen. In ongeveer een vijfde van de gevallen werd de enquêteur doorverwezen naar een volgend persoon. Op deze wijze konden 367 redacteuren geënquêteerd worden. Zestien krantjes bleken inmiddels niet meer te bestaan of te zijn opgegaan in een andere krant. Deze 'afvallers' zijn niet in de enquêtegegevens verwerkt. Slechts 22 keer werd iedere medewerking geweigerd om vaak onduidelijke redenen. Ook deze pogingen zijn niet in de enquêtegegevens, zoals hier gepresenteerd, verwerkt. Uit de door het Landelijk Platform Opbouwwerk bijgehouden administratie kan worden afgeleid dat de afdelingen voorlichting van twaalf gemeenten niet weten of er in de betreffende gemeenten ja dan nee buurt-, wijk-, of dorpskranten verschijnen. Uitgaande van de ondervraagde 367, vermeerderd met 22 weigerachtigen en rekening houdend met naar schatting 25 tot 40 redacties die niet konden worden benaderd, is het verantwoord te stellen dat in deze enquête circa 85 % van alle in Nederland verschijnende buurt-, wijk- en dorpskranten in gemeenten met minder dan 25.000 inwoners zijn verwerkt. (Bovenstaande schatting is gebaseerd op het totale inwonertal van de gemeenten die de gevraagde informatie niet konden geven; 25 is laag geschat en 40 hoog.)

2.3. De vragenlijst

De vragenlijst is opgesteld door de staf-functionarissen van het Landelijk Platform Opbouwwerk. Het afnemen van de vragen geschiedde telefonisch. Het totale aantal vragen is 61. De eerste 44 informeren naar de opzet, verspreiding en financiële structuur van de krant. Dit deel van de vragenlijst wordt afgesloten met vraag 44: "Wanneer er een landelijke organisatie zou zijn waar alle redacties van buurt-, wijk- en dorpskranten zich kunnen aansluiten voor onderlinge informatie-uitwisseling, extra redactiemateriaal, tips en adviezen, zou de redactie van Uw blad daar dan aan deelnemen?". Vervolgens worden op bijna interactieve wijze belangrijke aspecten en mogelijkheden van zo'n serviceinstituut doorgenomen. Dit deel wordt afgesloten met vraag 57: "Bestaat bij U in principe belangstelling tot deelname aan zo'n landelijke serviceorganisatie?". Het moge duidelijk zijn dat de vragen 44 en 57 de kern van de

enquête uitmaken. In het derde deel wordt gevraagd of de redactie bereid is financieel bij te dragen aan het serviceinstituut en tot slot (vraag 61) wordt verzocht een recent nummer van het blad in te sturen in verband met de analyse op vorm- en inhoudskenmerken waarover in de inleiding al werd gesproken. Een gemiddeld vraaggesprek nam zo'n twintig minuten in beslag.

2.4. De verwerking

De ingevulde enquêteformulieren werden op het bureau van het Landelijk Platform Opbouwwerk automatisch verwerkt, dat wil zeggen ingevoerd in het THIS-computerprogramma dat is ontworpen door het onderzoeksbureau Inter/View te Amsterdam. Met behulp van dit programma werden alle statistische en andere berekeningen uitgevoerd.

3. Selectie uit de resultaten

3.1. Oplage en verspreiding

De eerder opgemerkte verscheidenheid in de kranten blijkt ook uit de verschillende oplagecijfers. Die lopen ruwweg uiteen van 250 tot 6.000. Alle oplages bij elkaar opgeteld leveren een totaal van 431.004 op. Deze vraag is door 361 respondenten beantwoord zodat de gemiddelde oplage op 1194 per krant gesteld kan worden. Omdat de verschijningsfrequentie van de krantjes variabel is (zie tabel 1; in de tekst worden de resultaten kort en beschrijvend samengevat, de tabellen geven de exacte cijfers) kan niet worden gesproken over x exemplaren per week, maand of welke tijdseenheid dan ook. Ruim de helft van de kranten verschijnt maandelijks of vaker. Ongeveer tweederde van de kranten wordt in het gehele woongebied huis-aan-huis verspreid (zie tabel 2).

Tabel 1: Verschijningsfrequentie: (N = 367)

wekelijks	twee-wekelijks	maandelijks
66 18%	55 15%	108 29,4%
twee-maandelijks	anders	totaal
44 12%	89 24,3%	362 98,6%

Tabel 2: Wordt het blad in het hele woongebied huis-aan-huis verspreid? (N = 367)

ja	nee	totaal
273 64,6%	123 33,5%	360 98,1%

De andere worden bezorgd bij abonnees of leden c.q. donateurs. De niet huis-aan-huis bezorgde kranten worden voornamelijk uitgegeven door dorpsverenigingen en dergelijke.

In totaal wonen in de gemeenten waaruit de in dit onderzoek ondervraagde redacties afkomstig zijn circa 3,5 miljoen personen. Uitgaande van een totale oplage van 431.000 en een gemiddelde huishoudensgrootte van 2,7 (5) personen kan gesteld worden dat in deze gemeenten circa 90 % van de ingezetenen een buurt- wijk- of dorpskrant ontvangt. Op basis van inwoneraantallen zoals gegeven in de "Gids Gemeentebesturen 86/90" (uitgegeven door de Vereniging Nederlandse Gemeenten) wonen in gemeenten met minder dan 25.000 inwoners circa 5,2 miljoen mensen. Een en ander combinerend leidt tot de conclusie dat daarvan 60 % een krant ontvangt. Echter in de inleiding werd reeds gesteld dat mag worden aangenomen dat circa 85 % van de buurt-, wijk- en dorpskranten in gemeenten met minder dan 25.000 kon worden bereikt. Als dat wordt verdisconteerd in de cijfers loopt het percentage op tot 70 %. Deze resultaten kunnen worden vergeleken met twee onderzoeken. Om te beginnen het bevolkingsonderzoek waarover in de inleiding al sprake was; daar wordt gesproken over 63 % van de ondervraagden die een wijkkrant zegt te ontvangen (zie elders in deze M.O.). Het tweede onderzoek betreft een in 1986 door de afdeling voorlichting van de gemeente Amsterdam gehouden enquête onder alle Amsterdamse wijkkranten; daaruit kan een totale oplage van 300.000 op zo'n 356.000 huishoudens worden afgeleid, waarbij moet worden opgemerkt dat is gerekend met oplagecijfers van 35 van de 46 kranten (6). Met andere woorden: in een woongebied waar een krant als bedoeld in dit onderzoek wordt uitgegeven is de verspreiding vrijwel dekkend.

3.2. Vorm en organisatie

Een grondige analyse van de verschillende verschijningsvormen van de kranten (gebaseerd op enkele honderden verschillende edities) wordt gegeven in het rapport: "Inhoud en Vormgeving Buurt-, Wijk- en Dorpskranten in Nederland". (Tevens als artikel gepubliceerd in deze M.O.) Zoals eerder opgemerkt is de verscheidenheid groot. Voor wat betreft de verschijningsvorm valt dat al op bij een eerste, vluchtige aanblik. Maatvoering, druktechniek, lay-out; een wezenlijk gemeenschappelijk kenmerk valt niet te ontdekken. Voor een uitputtende analyse wordt verwezen naar het rapport. Op deze plaats over de vormkenmerken alleen het volgende. Uit de antwoorden op de vraag: "Welk formaat heeft het blad?" kan worden afgelezen dat ongeveer driekwart van de redacties heeft ge-

Tabel 3: Welk formaat heeft het blad?
(N = 367)

A4	half A4	folio
172	103	42
46,9%	28,1%	11,4%
anders	totaal	
45	362	
12,3%	98,6%	

Tabel 4: Is er beroepsmatige ondersteuning voor de redactie? (N = 367)

ja	nee	totaal
45	316	361
12,3%	86,1%	98,4%

Tabel 5: Soort beroepsmatige ondersteuning

club/buurt-huiswerker	opbouw-werker	sociaal werker
5	1	4
journalist	ambtenaar	anders
7	16	10

Tabel 6: Hoe valt de verdeling van het redactiewerk te typeren? (N = 367)

mijn schouders	altijd dezelfde	loopt als een trein
67	101	200
18,3%	27,5%	54,5%
totaal		
367		
100%		

kozen voor het meest gebruikelijke papierformaat: A4, ja dan nee gevouwen (zie tabel 3). Zelden wordt professioneel gedrukt, de meeste kranten worden gestencild waarbij getracht wordt variatie aan te brengen door gebruik van gekleurd papier of een opvallend formaat; A4 overlans gevouwen of aan de korte kant gehecht. Een amateuristische of weinig aantrekkelijke en professionele opmaak en druk is dan ook een van de meest genoemde zwakke punten van de kranten (naar aanleiding van vraag 42: "Kunt U enkele, naar Uw idee, zwakke punten van het blad aangeven). Eén van de respondenten verwoordde dat aldus: "Professionalisme is ver te zoeken en technisch rammelt het nogal."

Een van de uitgangspunten van het project is dat de redacties behoefte hebben aan ondersteuning op het gebied van wat gemakshalve "vakkennis" genoemd kan worden. In verband daarmee is inzicht in orga-

nisatievormen en eventuele al bestaande vakmatige ondersteuning van de redacties van wezenlijk belang. Uit de onderzoeksgegevens kan wat dat betreft het volgende gedestilleerd worden. Om te beginnen de gemiddelde grootte van de redacties; die is 3,8. Het overgrote deel van deze, kleine redacties werkt zonder beroepsmatige ondersteuning (zie tabel 4). Waarmee overigens niets ten nadele van de kwaliteit van de redacteuren gezegd wil worden. In een derde van de 45 geregistreerde gevallen waar wel beroepsmatige ondersteuning bestaat betreft het een gemeenteambtenaar. Voor de volledigheid geeft tabel 5 de gevonden ondersteuning weer. Nochtans kan niet gesteld worden dat géén professionele steun een aanwijzing is dat daaraan behoefte bestaat. Een eerste aanduiding in die richting geven de antwoorden op vraag 37, waar gevraagd wordt het redactiewerk te typeren aan de hand van drie mogelijkheden, te weten: "het komt allemaal op mijn schouders neer", "het komt allemaal op dezelfde aan" en "we hebben een prima werkverdeling; dat loopt als een trein". Tabel 6 geeft de uitkomst weer. Iets meer dan de helft van de redacties zegt een werkverdeling te kennen die "loopt als een trein". De overige geven aan dat het werk hoofdzakelijk gedaan wordt door enkele personen; 67 keer zelfs door één persoon. Uit de door een aantal respondenten genoemde zwakke punten van het blad wordt gebrek aan medewerkenden en copij het vaakst gemeld.

Een enkel voorbeeld kan dat illustreren. Zo wordt gezegd: "Altijd hetzelfde, weinig verscheidenheid in de inhoud." en: "Het is moeilijk om goede stukken te schrijven." en: "We willen meer op de gemeentepolitiek inhaken, maar daar hebben we geen persoon voor." en: "Redactie nogal zwak (te weinig tijd), daadwerkelijke hulp is moeilijk te krijgen."

Een volgend belangrijk onderdeel van de organisatie van een buurt-, wijk- of dorpsblad vormt de financiering. De voor de hand liggende notie dat advertenties een belangrijke inkomstenbron vormen wordt bevestigd door de cijfers. Tabel 7 geeft weer dat in bijna viervijfde van de kranten advertenties worden opgenomen. Het betreft meestal berichten van de plaatselijke middenstand. De tabellen 8 tot en met 14 tonen het belang van zes verschillende inkomstenbronnen uitgedrukt in percentages van de exploitatie van alle ondervraagde kranten. Advertenties dekken iets meer dan 45 % van de kosten en zijn dus van groot belang. Advertentieacquisitie vormt voor veel redacties een probleem blijkens de geuite behoefte aan ondersteuning daarbij (naar aanleiding van vraag 56: "Heeft U zelf voorstellen voor zaken die volgens U zeker in het 'service-pakket' van

Tabel 8: Percentage bron: sociaal-cultureel werk, opbouwwerk en buurthuiswerk

N	totaal	gemiddelde
361	282	0,8%

Tabel 9: Percentage bron: gemeentelijke subsidie

N	totaal	gemiddelde
359	4891	13,6%

Tabel 10: Percentage bron: contributies

N	totaal	gemiddelde
359	3638	10,1%

Tabel 11: Percentage bron: abonnementsgeld

N	totaal	gemiddelde
356	4333	12,2%

Tabel 12: Percentage bron: advertenties

N	totaal	gemiddelde
352	15997	45,4%

Tabel 13: Percentage bron: sponsor

N	totaal	gemiddelde
360	373	1%

Tabel 14: Percentage bron: anders

N	totaal	gemiddelde
358	3052	8,5%

zo'n organisatie zouden moeten zitten?"). In het eerste deel van de enquête is gevraagd naar allerlei concrete vorm- en organisatieaspecten van de kranten. De afsluitende vraag van dit deel luidt: "Wanneer er een landelijke organisatie zou zijn waar alle redacties van buurt-, wijk- en dorpskranten zich kunnen aansluiten voor onderlinge informatie-uitwisseling, extra redactiemateriaal, tips en adviezen, zou de redactie van Uw blad daar dan aan deelnemen?" In het vraaggesprek was tot dan zo'n organisatie niet ter sprake gekomen. De antwoorden van de 367 respondenten staan weergegeven in tabel 15; tweederde antwoordt bevestigend.

3.3. Wat kan de betekenis van een service-organisatie zijn?

Een van de uitgangspunten van het project is dat, naast het geven van informatie en voorlichting op redactioneel gebied, het

aanbieden van kwalitatief goede copij deel van de op te zetten organisatie moet zijn. Daarbij valt te denken aan in buurt-, wijk- of dorpskranten verschenen artikelen die belangrijk of interessant zijn voor andere. Ook het aanbieden van artikelen en informatie afkomstig van landelijk werkende organisaties en instellingen op het gebied van, ruim geformuleerd, belangenbehartiging van en informatieverstrekking aan burgers ten aanzien van allerlei maatschappelijke vraagstukken, lijkt zinvol en wenselijk. Buitendien kan dit van waarde zijn voor de betreffende organisaties, mits overtuigend kan worden aangetoond dat buurt-, wijk- en dorpskranten grondig gelezen worden.

Om te beginnen geven de redacties zelf gebrek aan copij aan (vraag 43, waar gevraagd wordt enkele zwakke punten te noemen). Hoe wordt gereageerd als gesteld wordt dat die copij aangeboden kan worden? Desgevraagd stelt driekwart van de redacties meer of minder belang te hechten aan artikelen van collega-redacties. Een nog iets groter deel zegt het van belang te vinden te kunnen beschikken over speciaal voor hen geschreven artikelen afkomstig van landelijke organisaties. De tabellen 16 en 17 zetten de cijfers op een rijtje. De logische vervolgvraag is of de redacties die artikelen ook daadwerkelijk zouden plaatsen. Uit tabel 18 blijkt een zeer grote bereidheid daartoe; 85 % zou tot plaatsing overgaan.

Behalve directe ondersteuning van de redacties door het aanleveren van kennis en copij zou de serviceorganisatie ook kunnen functioneren als samenwerkingsverband. Daarmee wordt bedoeld: het bevorderen van de onderlinge communicatie en informatieuitwisseling. Het beter bereikbaar maken van elkaars artikelen is daar een eerste onderdeel van. Het daadwerkelijk in contact brengen van de redacties is een volgende mogelijkheid. In de enquête worden de redacties gevraagd te reageren op het idee van een jaarlijkse ontmoetingsdag. De vraagstelling luidt als volgt: "Zou U het van belang vinden wanneer een maal per jaar een landelijke bijeenkomst wordt gehouden voor alle redacties van buurt-, wijk- en dorpskranten met onder meer: ontmoetingsmogelijkheden, inleidingen en discussie, tentoonstelling van producten, demonstratie van druktechnieken enzovoorts?" Tweederde onderkent daarvan het belang (tabel 19). De helft van de redacties zou zeker proberen te komen, een kwart laat dat vooralsnog in het midden en de overige hebben geen mening (tabel 20).

In dit tweede deel van de enquête zijn een aantal aspecten die deel zouden kunnen uitmaken van de op te zetten organisatie de revue gepasseerd. De vragenlijst is zo-

Tabel 15: Zou de redactie deelnemen aan een serviceorganisatie? (N = 367)

ja	nee	totaal
245	92	337
66,8%	25,1%	91,8%

Tabel 16: Zou het voor de redactie van belang zijn regelmatig overdrukken te ontvangen van artikelen uit andere bladen? (N = 367)

zeer belangrijk	belangrijk	enigszins belangrijk	totaal
41	127	103	348
11,2%	34,6%	28,1%	94,8%
onbelangrijk	waardeloos		
72	5		348
19,6%	1,4%		94,8%

Tabel 17: Zou het voor de redactie van belang zijn te kunnen beschikken over speciaal geschreven stukken? (N = 367)

ja	nee	totaal
291	54	345
79,3%	14,7%	94%

Tabel 18: Zou U interessante stukken uit een overdrukkenblad plaatsen? (N = 367)

ja	nee	totaal
313	34	347
85,3%	9,3%	94,6%

Tabel 19: Zou U het van belang vinden wanneer er een maal per jaar een landelijke bijeenkomst wordt gehouden? (N = 367)

ja	nee	totaal
253	95	348
68,9%	25,9%	94,8%

Tabel 20: Zou de redactie die landelijke bijeenkomst bezoeken? (N = 367)

zeker	als het enigszins kan	hangt ervan af	totaal
98	89	93	280
26,7%	24,3%	25,3%	76,3%

Tabel 21: Bestaat er in principe belangstelling voor deelname aan zo'n landelijke serviceorganisatie? (N = 367)

ja	nee	totaal
278	58	336
75,7%	15,8%	91,6%

danig opgesteld dat naast antwoorden op concrete, gesloten vragen tevens suggesties en ideeën van de respondenten konden worden geregistreerd. Enquêteur en redacteur zijn als het ware in samenspraak door de lijst gegaan. Dit deel wordt besloten met vrijwel dezelfde vraag als de afsluitende vraag van het eerste deel, maar nu als volgt geformuleerd: "Bestaat bij U in principe belangstelling tot deelneming aan zo'n landelijke service-organisatie?" Uit de antwoorden blijkt dat de animo duidelijk groter geworden is. Stelde eerder tweederde van de ondervraagde redacties dat ze geïnteresseerd zijn in de organisatie, nu geven drie van de vier dat aan. Klaarblijkelijk heeft doorvragen, aanbieden van meer informatie en inventarisatie van de mogelijke betekenis van de serviceorganisatie geleid tot verhoogde belangstelling. Waarbij dient te worden opgemerkt dat vraag 57 ("in principe belangstelling") explicieter geformuleerd is dan vraag 44 ("zou Uw blad daar aan deelnemen").

Tevens is gevraagd of de redacties eventueel bereid zijn mee te dragen in de kosten van de op te zetten organisatie. Op dat moment was nog onduidelijk waarvoor kosten doorberekend zouden worden. Daardoor zijn de resultaten nauwelijks relevant te noemen. Een kleine minderheid van de redacties (zo'n 10 %) reageerde vooralsnog afwijzend op mogelijke financiële participatie.

4. Samenvatting en discussie

4.1. Samenvatting

De opzet van dit onderzoek, uitgaande van het project, is te komen tot een inventarisatie van de interesse van buurt-, wijk- en dorpskranten voor de door een landelijke serviceorganisatie aan te bieden diensten op het gebied van redactionele vak kennis, kwalitatief goede copij en onderlinge contactbevordering. Daarnaast werd de enquête gebruikt voor een eerste aanzet tot de bouw van een adressenbestand. Hoewel niet als vaststaand kan worden aangenomen dat de opgaven van de diverse afdelingen voorlichting van gemeenten met minder dan 25.000 inwoners uitputtend is geweest kan gesteld worden dat circa 85 % van de buurt-, wijk- en dorpskranten in die gemeenten in dit onderzoek zijn verdisconteerd. De betreffende kranten bereiken circa 70 % van het totaal aantal inwoners. Als alleen wordt gekeken naar het bereik van de kranten in de diverse verspreidingsgebieden kan dat percentage op circa 90 gesteld worden. De redacties reageren overwegend positief op de aangeboden diensten en de op te zetten serviceorganisatie; 75 % geeft "in principe belangstelling" aan. Tevens geven de redacties behoefte aan ondersteuning op met name het ge-

bied van verkrijgen van copij en vakmatige kennis aan. Slechts een kleine minderheid is vooralsnog niet bereid mee te dragen in de kosten.

4.2. Discussie

Dit onderzoek maakt feitelijk deel uit van een groter geheel. Een soortgelijk onderzoek is verricht onder redacties van vergelijkbare kranten in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners. Dit laatste onderzoek bevestigt grote lijnen het beeld zoals dat in het onderhavige onderzoek naar voren komt.

De hier gepresenteerde onderzoeksresultaten bevestigen enkele premissen. Zo is gebleken dat buurt-, wijk- en dorpskranten inderdaad een fijnmazige en dekkende verspreiding kennen. Ook komt naar voren dat een afgetekende meerderheid van de redacties behoefte aan meer onderling contact, vakmatige informatie en goede copij aangeeft. Daarbij dient nadrukkelijk worden opgemerkt dat dit resultaat wordt verkregen zonder dat vooraf een scherpomlijnd beeld van inhoud en opzet van de serviceorganisatie bestaat of kan worden gegeven. Uit het onderzoek: "Dorps-, Buurt en Wijkkrant in Nederland, een inventariserend Onderzoek naar het 'gebruik' ervan door de Lezer" komt duidelijk naar voren dat de krantjes in kwestie door een belangrijk deel van de Nederlandse bevolking aandachtig worden gelezen en een belangrijke informatiebron vormen. Eén van de in dat onderzoek getrokken conclusies ten aanzien van dit medium luidt: "(...) zij wordt gelezen door mensen met een lagere opleiding". Dit gegeven kan worden gecombineerd met wat Jansen zegt over het lezen van dagbladen. (Zie ook: Carel H. Jansen, *Politiek en Dagbladjournalistiek*, Muiderberg, Coutinho, 1987.) Hij citeert een onderzoek van Scholten (O. Scholten, *Krant en Democratie*, Amsterdam 1982) waaruit blijkt dat dagbladen en tijdschriften minder gelezen worden naarmate het opleidings- en welstandsniveau lager is. Het onderzoek van Scholten toont aan dat het toegankelijkheidsniveau van de dagbladen voor grote groepen een onneembare drempel vormt (Jansen, pagina 57). Uit het "Tijdbestedingsonderzoek 1985" van Cebuco komt naar voren dat vooral in de lagere welstandsklassen steeds minder kranten worden gelezen en ook steeds minder abonnementen worden genomen (7). Jansen bespreekt bovendien nog enkele voor dit onderzoek relevante ontwikkelingen. Hij haalt de onderzoeken van Cebuco aan waaruit blijkt dat de regionale dagbladpers in absolute getallen uitgedrukt een grotere factor vormt dan de landelijke. Bovendien staat regionaal nieuws aanzienlijk sterker in de belangstelling dan nationaal of internationaal (Jansen, pagina 31 en 134). Uit de ver-

schillende onderzoeken blijkt tevens dat de geschreven media steeds meer en meer terrein verliezen aan radio en TV (Jansen, pagina 67 e.v.).

Voor de buurt-, wijk- en dorpskranten geldt dat zij bij uitstek berichten over regionaal en plaatselijk nieuws, een laag toegankelijkheidsniveau kennen en zoals uit het bevolkingsonderzoek blijkt, goed gelezen worden door mensen met een laag opleidings- respectievelijk welstandsniveau. Dat betekent dat het mogelijk moet zijn via deze kranten juist voor deze groep mensen, maar natuurlijk ook andere, informatie bereikbaar te maken die via de overige media haar doel voorbij schiet; dagbladen en tijdschriften zijn te moeilijk toegankelijk en radio en TV te vluchtig van karakter. Uit een veel kleinschaliger onderzoek bij een zeventigtal landelijk werkende instellingen op vooral het gebied van consumentenbelangen c.q. belangenbehartiging (en dat moeten belangrijke artikelenleveranciers voor de maandkrant worden) blijkt ook daar veel interesse te bestaan. Het gegeven dat velen via de geijkte kanalen voor voorlichting en informatie onbereikbaar blijven zal daar niet vreemd aan zijn.

Noten

1. Onder buurt-, wijk en dorpskranten worden in dit onderzoek verstaan: ieder in een afgebakend woongebied verschijnende publicatie die geheel of hoofdzakelijk door vrijwilligers wordt geredigeerd en idealiter huis-aan-huis verspreid. Het uitgeven is niet gericht op het verkrijgen van commercieel gewin, wel gericht op het doorgeven van informatie en mededelingen die voornamelijk het verspreidingsgebied betreffen. Mededelingenblaadjes van sport- of gezelligheidsverenigingen zijn nadrukkelijk uitgesloten.
2. Het Cebuco publiceert geregeld een "Tijdsbestedingsonderzoek", de laatste dateert van 1985. De NOTU richt zich op de tijdschriften en publiceert regelmatig "NOTUMedelingen". Zie ook: G. Werkman: "Kioskografie of beschrijvende tijdschriftkunde", gepubliceerd door de Nederlandse Vereniging van Journalisten, 1970.
3. Doordat de financiering en uitwerking van de verschillende onderzoeken in eerste instantie volledig afhankelijk was van de organisatie en mankracht van het Landelijk Platform Opbouwwerk was een voorspoedige voortgang niet altijd gewaarborgd. In december 1987 kende het ministerie van WVC alsnog een eenmalige subsidie (groot f 24.000,-) voor het verrichten van onderzoekswerk toe.
4. Centraal Bureau voor de Statistiek: "Statistisch Zakboek '87", pagina 54, 55 en 62. Het CBS onderscheidt, naar urbanisa-

tiegraad, in: plattelandsgemeenten, verstedelijkte plattelandsgemeenten, forensengemeenten, plattelandstadjes en overige stedelijke gemeenten. In dit onderzoek gaat het hoofdzakelijk over de eerste 4. Echter, enkele forensengemeenten vallen op grond van inwonertal buiten dit onderzoek, terwijl om dezelfde reden enkele stedelijke gemeenten wel zijn opgenomen.

5. Bij deze berekening is uitgegaan van twee bronnen. Het "Statistisch Zakboek '87 van het CBS en van dezelfde instelling de uitgave: "Huishoudends 1985; sociaal demografische cijfers". In de laatste wordt het gemiddeld aantal personen per huishouden over de gehele Nederlandse bevolking gesteld op 2,55. Idem per bewoonde woning op 2,70. Het CBS geeft niet de gemiddelde grootte per huishouden naar urbanisatiegraad of gemeentegrootte, echter wel naar provincie. Daarbij is de laagst gevonden waarde 2,33 (Noord-Holland), de hoogste waarde 2,88 (Flevoland). Omdat in dit enquêteverslag alleen kleinere en plattelandsgemeenten een rol spelen, waarvoor geldt dat het gemiddelde huishouden groter is dan in steden, lijkt het alleszins verantwoord uit te gaan van gemiddeld 2,7 persoon per huishouden.
6. In dat onderzoek werd vooral onderzocht wat voor de kranten de waarde is van door de gemeente verstrekte informatie en voorlichting, maar tevens werd gevraagd naar oplage, beroepsmatige ondersteuning, opnemen advertenties et cetera.
7. Cebuco-onderzoek geciteerd in Jansen, pagina 78. Van de "minder welstandigen" heeft bijna de helft geen abonnement, een kwart leest nooit een krant. Zie ook: Cebuco, *Tijdsbestedingsonderzoek*, Amsterdam, 1980 en 1985. ■

Noot van de redactie:

Zij die niet geïnteresseerd zijn in het volledige verslag van de enquête onder redacties in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners, maar wel in overeenkomsten en verschillen, kunnen kennis nemen van het laatste deel van enquêteverslag 2, hoofdstuk 3. samenvatting.

De dorpskrant in Haarlemmerliede en Spaarnwoude

De kern Haarlemmerliede kent zo'n honderd huizen, die van Spaarnwoude enkele tientallen. De rest van de huizen en boerderijen staat verspreid in de polder. Bijna elk gezin is lid van de dorpsvereniging en krijgt daarmee vier maal per jaar De Dorpskrant in de bus, een goed ogend blad op A4-formaat met allerlei informatie over het hier nog redelijk bloeiende dorpsleven. We spraken met twee van de vijf redactieleden over het wel en wee van de krant.

Ans Revier-Van der Aar is net niet geboren, maar wel getogen in Haarlemmerliede. Sinds haar huwelijk woont ze in Hoofddorp. De nieuwbouw die werd gerealiseerd en waarvoor jarenlang door het dorp is geijverd, kwam voor haar en enkele andere autochtonen te laat. Toen de huizen klaar waren, waren er geen gegadigden uit het dorp meer en zijn er mensen van buiten ingetrokken. Ans zou nu niet meer terug willen; ze is gewend aan de grotere schaal van Hoofddorp, de nabijheid van winkels, de bushalte, scholen voor de kinderen. Maar dat vormt geen beletsel om zich vol enthousiasme in te zetten voor het dorp, waar een groot deel van haar familie nog woonachtig is. Het secretariaat van de dorpsvereniging heeft ze inmiddels overgedragen aan iemand in het dorp zelf (waarschijnlijk tot genoegen van de burgemeester die al eens bezorgd had geïnformeerd waarom dat in Hoofddorp was gevestigd). Aan het redactiewerk voor de Dorpskrant – ze verzorgt ook het typewerk en de vormgeving – heeft ze nog haar handen vol.

Rob de Vries is ook opgegroeid in het dorp Haarlemmerliede. Hij woont momenteel in het nabijgelegen Spaarnwoude, dat deel uitmaakt van dezelfde gemeente. Hij zat vanaf de oprichting van de dorpsvereniging in 1976 in het bestuur. Toen De Dorpskrant in 1980 voor de eerste maal uitkwam ging hij er artikelen voor schrijven. Zo is hij naderhand in de redactie van De Dorpskrant gerold. Zijn motivatie hiervoor ligt in de betrokkenheid met het dorp. Al wordt die motivatie voor het reactiewerk wat minder ("Nu mag een ander het wel eens doen"), hij heeft er nog steeds plezier in. Ook al vanwege de contacten met de dorpsgenoten en met de nieuwe mensen die in het dorp komen wonen.

De Dorpskrant verschijnt viermaal per jaar, in elk seizoen één. De oplage is 325 ex. Alle leden van de dorpsvereniging ontvan-

gen een krant. Dat zijn niet alleen inwoners uit Haarlemmerliede en Spaarnwoude, maar ook mensen uit omliggende dorpen of mensen die van oudsher geïnteresseerd zijn, of ze nu inmiddels in Haarlem, Brabant, Amerika of Australië wonen.

De eerste krant bestond uit niet meer dan enkele getikte velletjes. Al snel kwam er een harde kaft om. Inmiddels beslaat de gemiddelde krant zo'n 40 pagina's A4. Er staan geen advertenties in. De krant staat apart vermeld op de begroting van de dorpsvereniging, die contributie van de leden (fl. 15,- per jaar) en subsidie van de gemeente (fl. 1,- per inwoner per jaar) ontvangt. De grootste kostenpost van de krant is het drukwerk, dat door een bevriende relatie wordt gedaan.

De redactie bestaat uit vijf leden. Behalve Rob en Ans zijn dat twee mensen die al langer op een andere wijze actief waren in het dorp en iemand die pas in het dorp is komen wonen, maar al goed is ingeburgerd. Ze vergaderen eenmaal per kwartaal, een maand voordat de krant uitkomt, en hebben dan de meeste kopij al voorbereid. Op de redactievergadering wordt bepaald wat er nog gedaan moet worden en hoe de krant eruit komt te zien. Vervolgens gaat Ans aan de slag met het zoeken van illustraties en het typewerk, waarbij ze er ook op let dat in gewoon, begrijpelijk Nederlands wordt geschreven.

Aan het 4 x per jaar uitbrengen van de krant hebben de redactieleden hun handen vol. Vaker uitkomen is niet te doen volgens Rob, bovendien is daar niet voldoende nieuws voor. In de krant wordt alleen informatie opgenomen m.b.t. het bewuste gebied; andere zaken verschijnen wel in het Haarlems Dagblad.

Een vaste rubriek is "Wat gebeurde er?", een greep uit de gebeurtenissen van de laatste maanden, uiteenlopend van weersomstandigheden, provincie- en raadsbesluiten, geboortes en sterfgevallen, het dieren- en plantenleven in de polder, stankoverlast, sloop en nieuwbouw tot en met de disco-avond en het parochiefeest. Een ex-redactielid gaat met de fiets op stap om de nieuwtjes te vergaren en bewoners geven zelf nieuwtjes aan haar door. De rubriek spreekt zeer aan, vooral bij "de import" die zo goed op de hoogte raakt van wat er in het dorp gebeurt.

Veel aandacht wordt besteed aan de geschiedenis van het gebied, zoals aan het dijkonderhoud in de 14e eeuw, waar de boeren en ambachtslieden verantwoordelijk voor waren wiens land aan de dijk grensde. Of aan de 3 verdedigingsforten in het gebied, aan het eind van de 19e eeuw gebouwd en deel uitmakend van de Stelling van Amsterdam. Men beijvert zich er

nu voor om de (restanten van de) forten te behouden.

Verder zijn in de Dorpskrant de gebruikelijke aankondigingen en verslagen van activiteiten te vinden, nieuws van de parochie, de plattelandsvrouwen, de apotheek, enz.

De gemeente levert geen kopij aan voor De Dorpskrant, wel worden de raadsstukken toegestuurd. "Men gaat er vanuit dat we zelf de informatie vergaren en verleent daar alle medewerking bij", aldus Rob, die vertelt dat het gemeentebestuur de krant trouw leest en er enthousiast over is, maar wel "als de kippen erbij" als de berichtgeving te negatief wordt gevonden.

In de krant werd in het verleden regelmatig kritisch geschreven over de stankoverlast die recyclingfabriek Rutte bij een bepaalde windrichting oplevert voor de bewoners. Eenmaal is een erg negatief artikel geplaatst, waarin de burgemeester persoonlijk werd aangevallen. Het gemeentebestuur heeft toen direct huis-aan-huis bij alle bewoners een brief bezorgd (de redactie weigerde het adressenbestand van De Dorpskrant ter beschikking te stellen), waarin heel persoonlijk stelling werd genomen tegen de schrijvers van het artikel. Rob: "Er kwamen ook klachten van de bewoners dat ze dit niet meer wilden lezen. Sindsdien hebben we geen aparte artikelen meer over deze zaak geplaatst, wel korte stukjes in het overzicht van gebeurtenissen."

Rob noemt de houding naar de gemeente gematigd kritisch: "We willen de verhoudingen graag goed laten, ook al omdat onze krant verbonden is aan de dorpsvereniging en deze de gemeente nodig heeft." Een punt van kritiek is o.a. dat de ten lange leste aangelegde riolering niet is aangesloten op een rioolwaterzuiveringsinstallatie (Rijnland gaf daar geen subsidie voor), maar loost op het oppervlaktewater. Maar er wordt, volgens Rob, ook veel met de gemeente samengewerkt. Voor het nu gerealiseerde woningbouwplan in Haarlemmerliede is door gemeente en bewoners samen jarenlang gestreden; dat ging tot aan de minister toe. Ook is de gemeente, na een aanvankelijke weigering, akkoord gegaan met de aanleg van aardgas. Rob: "In veel zaken waar je voor pleit, krijg je de gemeente wel over de streep."

Op onze vraag of De Dorpskrant ook een functie heeft in het activeren van de bevolking, antwoordt Rob dat de bevolking tamelijk passief is. Wel kan je merken dat de mensen beter geïnformeerd zijn door de artikelen in de krant en dat bijvoorbeeld op een hoorzitting meer vragen worden gesteld.

Rob: "We proberen ook om nieuwe bewoners bij het dorpsgebeuren te betrekken.

We hebben de gewoonte (al is daar de laatste tijd wat de klad in gekomen) om alle nieuwkomers op de hoogte te stellen van de activiteiten van de dorpsvereniging en hen een interview af te nemen. Toen het nieuwe wijkje klaar was, hebben we bij ieder huis persoonlijk een exemplaar van De Dorpskrant afgeleverd en de mensen vervolgens voor een ledenvergadering van de dorpsvereniging uitgenodigd."

Een lezersonderzoek naar wat de dorpingen van de krant vinden en verwachten is nooit overwogen. Ans en Rob vinden het wel een goed idee om nog eens zo'n onderzoek te houden. Veel reacties op de inhoud krijgen ze niet. Ans: "Als je niets hoort, dan zit het wel goed." Ook het spontaan inleveren van artikelen komt zelden voor. Rob: "Mensen hebben vaak drempelvrees, ze willen liever niet in de belangstelling staan, maar als je hen vraagt om iets te schrijven, komt daar vaak best iets goeds uit." Ans: "Belangrijk is hoe je het aanpakt: je moet de mensen hier hun gang laten gaan, ze niet te veel achter hun vossen zitten, dan komt het vanzelf."

Die mentaliteit spreekt ook uit de betrokkenheid bij andere activiteiten. Een paar weken voordat vorig jaar het 150-jarig bestaan van de parochiekerk met een feestweek zou worden gevierd, zag het er naar uit dat er niets van terecht zou komen. Maar uiteindelijk hielp iedereen een handje mee om het feest tot een succes te maken. Een grote trekpleister was de fototentoonstelling over het verleden, waar mensen van heinde en ver naar kwamen kijken. Rob: "De organisatie en de viering van zo'n feest is echt een dorpsgebeuren. Iedereen kent iedereen, al merk je ook hier dat mensen meer op zichzelf gericht zijn dan vroeger." Ans: "Veel jongelui zijn weggetrokken, omdat er geen huizen waren. Ook de rol van de kerk wordt minder belangrijk. Vroeger werd je door de dorpingen in de gaten gehouden; je haalde het niet in je hoofd om niet in de kerk te verschijnen. Nu gaan mensen niet meer naar de kerk of naar andere kerken." Maar ook al is het gebied inmiddels verstedelijkt, beiden zijn het er over eens dat het een leuke gemeente is.

Tot slot gaan we met Ans en Rob nog wat nader in op het redactiewerk. Ze blijken wel geïnteresseerd in het functioneren van andere dorps-, wijk- en buurtkranten. Wat betreft het plaatsen van algemene informatie in De Dorpskrant hebben ze zo hun twijfels. Tot nu toe schrijven ze alleen over zaken die direct betrekking hebben op het dorp. Rob: "Algemene informatie over bijvoorbeeld het renoveren van huizen, milieu, sociale veiligheid kunnen mensen ook in andere kranten lezen of in voorlichtings-

folders." Bij de mogelijkheid dat hun krant wel eens een belangrijker informatiebron zou kunnen zijn, omdat mensen geen krant hebben of hun Dorpskrant gewoon beter lezen, hebben ze nooit zo stilgestaan. Rob: "Te hooi en te gras nemen we wel dergelijke berichten op. Onlangs hebben we wat milieutips geplaatst. Bij een interview met de adjudant van politie, hebben we meer in het algemeen geschreven over inbraakpreventie. Wellicht gaan we dat in de toekomst nog wat vaker doen."

Charlotte Krop, Luc Boss

Interview Wijkkrant Waterkwartier

De Nijmeegse wijk 'Waterkwartier' ligt ongeveer tussen het centrum van de stad en het westelijk industriegebied, parallel aan de Waal. Het is een van de oudere Nijmeegse wijken. Veel van de vaak kleine woningen werden indertijd gebouwd voor de werknemers van de nabijgelegen industrieën. Inmiddels wordt de wijk bevolkt door mensen van allerlei slag. De oudere, vooroorlogse, woningen zijn vaak slecht onderhouden. Maar op verschillende lokaties vindt renovatie en nieuwbouw plaats. Een groot deel van de bewoners is werkloos en veel jongeren bevinden zich in een uitzichtloze maatschappelijke positie.

De verschillende problemen die in de wijk spelen komen in de wijkkrant tot uiting. Zo wordt bijvoorbeeld aandacht besteed aan een werkervaringsproject voor werkloze jongeren. De krant ziet er verzorgd uit; layout en druk zijn uitbesteed aan een professionele drukker. Het formaat is A-5, dat wil zeggen: A-4 een maal gevouwen. Het omslag is van een betere papiersoort en op voor- en achterkant wordt gebruik gemaakt van een steunkleur (blauw, van het water). Veel aandacht wordt besteed aan de verschillende wijkactiviteiten. En in ieder nummer staan twee pagina's dicht bedrukt met belangrijke adressen en telefoonnummers.

Behalve de wijkgerichte artikelen worden ook artikelen opgenomen die over andere zaken gaan. Voorbeelden zijn: Het 'Stedelijk Woonlastencomitee Nijmegen' en de 'Stichting Nijmeegse Instelling voor Basiseducatie'. Eén van de redacteuren van de krant is tevens secretaris van de wijkvereniging. Overigens is het formeel zo dat de redactie verantwoording schuldig is aan de vereniging, maar er is hooguit sprake van controle achteraf. Een andere redacteur is beroepsmatig betrokken bij de krant. Naast het peuterwerk verzorgt zij de organisatorische kant van het redactiewerk.

Met deze twee mensen vond het gesprek

plaats. *Marijke Swinkels* is de beroepskracht en *Gerrit Posma* de secretaris van de wijkvereniging. (Marijke Swinkels kon helaas niet het hele gesprek bijwonen, daardoor is het aandeel van Gerrit Posma groter.)

De Wijkkrant Waterkwartier bestaat al ongeveer 15 jaar. Is er in de loop der jaren veel veranderd?

Swinkels: "Sinds een jaar of acht is er echt een ontwikkeling gekomen. Daarvoor was er een blaadje, maar dat was in feite meer een parochieblaadje. De pastoor en verschillende instanties, zoals het maatschappelijk werk schreven het blad vol en het zag er elke maand hetzelfde uit. Het bevatte alleen copij die binnen kwam en had geen nieuwsaarde. De copij werd gewoon verzameld en gedrukt.

Het buurthuiswerk hier is altijd een zelfstandige stichting geweest, de Stichting Buurthuiswerk Waterkwartier, de SBW. De krant werd altijd gefinancierd uit de eigen middelen van de SBW. In januari 1986 heeft een fusie plaatsgevonden tussen drie instellingen in Nijmegen; de RMO, de Raad voor Maatschappelijke Opbouw, de Nijmeegse Stichting Clubhuiswerk en de SBW. Dacapo, de nieuwe stichting, financierde het blad, maar het bleek dat de andere wijkbladen betaald werden door de gemeente. Dus Dacapo heeft op een gegeven moment gezegd dat we ook subsidie moesten gaan aanvragen en dat is in december 1987 gebeurd. We verwachten binnenkort daar van te horen. Maar het is zeker dat die subsidie komt.

Ik geef de redactie beroepsmatige ondersteuning. In eerste instantie werden er geen vergaderingen belegd, geen notulen e.d. gemaakt. Het was mijn opdracht om te zorgen dat er een maandelijks vergadering kwam. Daarvoor was er meer een hap-snapbeleid en vandaar de ondersteuning. We draaien nu al bijna twee jaar zo en de redactie bestaat uit drie man. Er zijn wel meer redactieleden geweest en dat was ook wel plezierig moet ik zeggen. Posma: Als er nou één ziek uitvalt sta je mooi te kijken.

Swinkels: Maar het is ook wel makkelijk zo met zijn drieën, het werkt wat sneller.

Posma: Ik maak de foto's, houd wel eens interviews, schrijf een stukje over bijvoorbeeld renovatie. Een bladvullende taak, laten we het zo maar zeggen. Nummer drie, die er nu niet is, doet het tikwerk.

Swinkels: En die doet het advertentiebeleid. Tenminste die schrijft adverteerders aan, zorgt voor de financiën. Ik schrijf vergaderingen uit, notuleer en zorg ervoor dat er copij is. Ik hou dat in de gaten. Het is zo dat we in het team van het buurthuis altijd van tevoren zeggen dat we copij willen hebben. In het team zitten opbouwwerkers,

buurtwerkers, volwassenenwerkers, kinderkamer, jongerenwerk en dat zijn ook degenen die de informatie geven, die leveren de copij aan.

Posma: Toch moet je vaak harken, krabben, ze beloven dan wat...

Swinkels: En je moet ze in de gaten houden. Als er een renovatieproject wordt afgesloten, kan daar wel een artikel over geschreven worden. Maar denk maar niet dat ze het uit zichzelf aanbieden... Daar moet je inderdaad achterheenen.

Posma: organisaties sturen soms zelf ook wel wat op. En dan bepalen wij of het belangrijk is voor de wijk, dat is punt één. En dan kijken wij of het stuk te lang is, dat is punt twee. Wanneer dat het geval is korten we het artikel in.

Swinkels: stedelijk nieuws wordt niet geplaatst. Maar als er ontwikkelingen zijn die belangrijk zijn voor de mensen, bij bijv. de rechtswinkel, dan wordt dat natuurlijk geplaatst. Ook al komt dat ook in andere kranten. Wij maken in feite vaak uit wat voor de wijk belangrijk is.

Posma: Er zijn ook bepaalde dingen waarvan je zegt, dat mogen ze rustig twee keer lezen. Wij werken onder verantwoordelijkheid van de wijkvereniging. Ze bemoeien zich niet met de opzet, maar ze kunnen ons ter verantwoording roepen als wij stukken schrijven of plaatsen die het bestuur niet zint. En daar houden wij rekening mee. De lay-out hebben we eerst zelf gedaan, maar dat gebeurt nu bij de drukker en daar zijn we tevreden mee. Het blad is kleiner geworden, maar dat is een financiële noodzaak geweest; het kon zo goedkoper.

De wijkkrant geeft niet de indruk dat er problemen zijn met het verkrijgen van copij. Een groot gedeelte van de krant wordt besteed aan allerlei activiteiten die in de wijk plaats vinden. In vergelijking met veel andere kranten staan er weinig zogenaamde recreatieve rubrieken in zoals puzzels en breipatronen.

Posma: Het klinkt misschien een beetje raar, maar je moet ook de soort wijk in de gaten houden. Dat het hier nou zo'n puzzelwijk is, geloof ik niet. Hier woont het gewone volk, zal ik maar zeggen.

Swinkels: Ja, maar toch ook veel variatie hoor.

Posma: Toch niet zoveel. We hebben er wel eens een puzzel in en dat is dan op een moment dat het met de lay-out niet goed uitkomt. Maar daar krijg je bijna geen reacties op.

Swinkels: We hebben altijd gezegd dat we het meeste van wat er binnen komt plaatsen. Maar nu wordt dat wel een probleem want we zijn een paar pagina's terug gegaan, naar 21 redactiepagina's.

Posma: We krijgen ook wel ingezonden brieven, soms wel over stukken die in de

krant gestaan hebben, maar meestal duidelijk wijkgericht, bijvoorbeeld over klachten in de wijk, onder andere vernielingen. Bejaarden die via ons klagen over vernielingen aangericht in de verzorgingsflats. Brieven die geplaatst worden mogen niet anoniem zijn. De wijkvereniging krijgt ook wel brieven, maar die behandelt ze zelf.

De mensen hopen natuurlijk dat geplaatste brieven effect hebben. Stel nou dat er een bepaalde brief binnenkomt uit de wijk, dan worden eventuele tegenreacties van andere bewoners maar één keer geplaatst. We gaan dus niet ellenlang door. Maar dat is wel een teken dat de krant gelezen wordt. En die wordt ook wel gelezen, daar ben ik niet bang voor. Ik kreeg toch gisteren van een paar ouders een behoorlijke opmerking over dat laatste stuk. Dat ging over vernielingen met de carnaval. De mensen geven altijd de schuld aan jongeren van veertien jaar en ouder, maar op dit moment zijn het vooral de apen tussen acht en twaalf jaar die het meest vernielen.

Posma: Een paar jaar geleden hebben we een steekproef gehouden in de wijk. Wij wilden ook wel eens een keer weten: hoe wordt het gelezen, maar buiten dat: wordt het ontvangen? Want daar hebben we ook een hoop moeite mee gehad. We hebben het namelijk jaren laten bezorgen door vrijwilligers uit de wijk en dat ging zo verschrikkelijk slecht... en toen hebben we gezegd, we moeten eens gaan kijken waar komt het blad nou binnen in de bus en waar komt het niet in de bus. En daar hebben we het lezen bij aangeknoopt. Hoe wordt het gelezen? Wat vinden de mensen belangrijk? We hebben de wijk verdeeld in vier stukken en we hebben er overal zo'n tien gepakt. Precies de percentages weet ik niet meer, maar er waren er maar heel weinig bij die zeiden: dat ding lees ik nooit. Daar waren we dus ook vrij vlot klaar. En we kregen ook reacties zo van kunt U daar niet eens over schrijven. En als je dan zei, maar als U dat zo graag wilt kunt U daar zelf dan niet over schrijven dan was het gauw gebeurd.

Swinkels: Het is sowieso moeilijk om mensen te krijgen. Ik probeer wel eens ouders in te schakelen om een artikelletje te schrijven over de crèche, maar het komt er niet uit.

Posma: Maar de reacties waren wel bemoeigend en dat is ook de reden geweest dat we er toen wat meer van gemaakt hebben. We hebben gezegd: we moeten het blad wat aantrekkelijker maken, ander hoofd erop, wat kleur en het loopt prima zo.

In Nijmegen wordt door een aantal kranten geprobeerd een wijkkrantenoverleg op poten te zetten. Bij de wijkkrant Waterkwartier is dat initiatief wel bekend, maar wat nou eigenlijk de bedoeling is, is niet bekend. Er is wel contact met de redacties van de

wijkkranten in de aangrenzende wijken Wolfskuil en Titus Brandsma (centrum). Men houdt elkaar op de hoogte van op stapel staande activiteiten en gebeurtenissen en schrijft daar dan ook over. Behalve informatie uit het eigen team of van collega-redacties blijkt het soms moeilijk aan relevante gegevens te komen. Vooral over de houding van de gemeente bestaat onvrede.

Posma: We hebben er twee keer om gevraagd, om informatie, dat is al acht jaar geleden. We zouden het wel willen. We zitten nou te melken namelijk... Hier achter is een school afgebroken... We weten dat dit hele stuk wordt afgebroken... En wij willen weten: Waarom? Wat gaat daar gebeuren? Wat wordt daar gebouwd? Dat is duidelijk wijkgericht... Maar je krijgt niks! Nu zijn we met het schoolbestuur, van de school die er nog staat, bezig, want die krijgen daar een nieuwe school en die weten ook wat daar staat te gebeuren. Maar dat schoolbestuur verrekt het ook. En toen hebben we via de wijkvereniging een brief gestuurd dat het toch wel belangrijk voor de wijk is om te weten wat er gaat gebeuren... en verdomd daar hebben ze van de week op gereageerd. En nou komen ze een dezer dagen met de redactie praten, met plattegronden, plannen en zo. Maar dat doet de directie van de school, niet de gemeente. Dus we krijgen het met een omweg. En ook alleen maar omdat de wijkvereniging er achter heen gaat. Nou en dat zijn voor mij gegevens die horen hier, in de krant. Want er wordt zo vaak gevraagd: wat gebeurt er nou daar, verrek ligt die school tegen de grond?

Zo is de burgemeester nou bezig om alle wijken te bezoeken, en dat wisten we. Maar dat hoorden we weer van buitenaf. En ze zou beginnen met oud-bouwwijken; dit soort wijken. Nou, ook weer geschreven naar de gemeente... wanneer?.. hoe?.. en wat is de bedoeling? Want dat willen we voorbereiden, zeker als wijkvereniging, maar ook als redactie. Nou kregen we vorige week pas bericht wanneer ze komt en wat de bedoeling is. Ik zeg, dat moet eerder doorgesluisd worden! Dat soort dingen wil ik graag in de krant hebben! En dan rechtstreeks van de gemeente af. Ik zou graag toch wel een lijn van de gemeente naar de wijkbladen toe hebben. Maar dat zal heel moeilijk gaan denk ik. En nou zeker, omdat de Dacapo er tussen gekomen is. Kijk, de gemeente sluisd alle gegevens door naar Dacapo. En Dacapo is een hele moeilijke stichting voor ons; die sluisd niks door naar ons, die houdt alles vast. Dus als je naar de gemeente gaat dan zegt-ie, U kunt informatie krijgen bij Dacapo. En Dacapo zegt, dat is nog niet aan de orde, te zijner tijd zult U nog wel bericht ontvangen.

Gerrit Posma heeft een ruime dagtaak aan zijn vrijwilligerswerk. Behalve redacteur van de wijkkrant is hij beheerder van het jongerencentrum en sinds twee maanden draait hij ook het jeugd en jongerenwerk. Hij schat toch zeker vijftig uur per week in touw te zijn. Vooral aan de jongeren waarmee hij werkt, de moeilijke groep vanaf veertien jaar, lijkt hij zijn hart vepand te hebben. Hij kan daar lang en enthousiast over praten. Gevraagd waarom hij dit alles doet, met name het werk voor de krant zegt Gerrit Posma:

Punt één vind ik het hartstikke mooi werk; ik vind het schitterend. Punt twee: ik ben strontnieuwsgierig, als er iets is ben ik er graag bij. En ik mag graag schrijven en fotograferen. En het is ook dankbaar werk. Ik merk altijd voor mezelf, nou heb ik het niet voor niks gedaan. Je moet zo nu en dan een keer horen: leuk! Want als je helemaal geen respons zou krijgen geloof ik ook niet dat er veel aardigheid aan zou zijn. Laten we nou maar heel eerlijk zijn, als iemand nooit eens een aai over zijn bol krijgt, gaat de aardigheid van het werk eraf. Ik heb altijd gezegd, ik heb veertig jaar bij Philips gewerkt, potverdorie, geef de mensen meer een aai over de bol. Dat is vaak meer waard dan een loonsverhoging. Nou en dat heeft iedereen, denk ik. Dat vrijwilligerswerk... het is ook wel een stukje ondankbaarheid. Want veel mensen begrijpen niet dat jij in staat bent om vrijwillig, voor noppes zeggen ze dan, veertig uur in de week te draaien. Bij mij in de straat denken ze gewoon dat ik betaald wordt. Nou ja, ze moeten het zelf weten. Maar dat is ook de reden dat je weinig vrijwilligers krijgt. Bij de meesten krijg je te horen: hé joh, wat levert het op?

Luc Boss

De dorps-, buurt- of wijkkrant en de leefbaarheid

Een bijdrage leveren aan de leefbaarheid van dorp, buurt of wijk, dat is waar het in feite om draait bij het uitgeven van een dorps-, buurt- of wijkkrant. Of het nu gaat om het aanbieden van 'gezellige' of 'nuttige' informatie: een leuke kinderpagina, de aankondiging van een buurtfeest, het verslag van een sportevenement, de openingstijden van de apotheek, een advertentie van de buurtwinkel, informatie over het gemeentelijk milieubeleid of over een actie ter verbetering van de woonomgeving, de gemiddelde krant draagt, alleen al door zijn bestaan, op bescheiden wijze bij aan het sociaal welbevinden van de bewoners en de leefbaarheid van het gebied als geheel.

De ene krant doet dat beter dan de ander. Soms is de berichtgeving nogal eenzijdig, op maar een enkel onderwerp gericht en door de rommelige of slechte schrijfstijl weinig uitnodigend. Andere kranten spreken aan door hun gevarieerdheid, brede oriëntatie en duidelijke schrijfstijl. Wie geïnteresseerd is in de verdeling van onderwerpen en rubrieken in de 'gemiddelde' krant en een globaal 'kwaliteitsoordeel', wordt verwezen naar een analyse van de inhoud (en vorm) van zo'n 400 kranten (zie het verslag elders in deze M.O.).

In onderstaand artikel wordt meer specifiek ingegaan op welke wijze een viertal kranten aandacht besteedt en bijdraagt aan de oplossing van leefbaarheidsvraagstukken in hun dorp, wijk of buurt, waarbij 'leefbaarheid' is vertaald in activiteiten van groepen bewoners om de kwaliteit van hun dagelijkse woon-, werk- en leefomgeving in stand te houden of te verbeteren. De beschrijving is slechts bedoeld om een indruk te geven. In hoeverre deze redacties hier structureel aandacht aan besteden, is niet onderzocht. Zowel de selectie van de kranten, als van de onderwerpen is willekeurig tot stand gekomen. Het gaat zowel om een vrij recent exemplaar, als om kranten die vorig jaar zijn verschenen. Van elk blad wordt een korte introductie gegeven en vervolgens wordt één onderwerp uitgelicht. (Naar de afloop van bepaalde voorstellen of acties is niet geïnformeerd...)

Cliëntenparticipatie in Gemert

De Streek is een uitgave van de Stichting De Nieuwe Krant, die wekelijks uitkomt in Gemert, Handel, Mortel, Elsendorp, Esdonk en Vossenbergh. Het blad bevat twee rubrieken die voor de verantwoordelijkheid komen van resp. de gezamenlijke ker-

ken (rubriek 'Kerk, Evangelie en Samenleving') en de gemeente ('Mededelingen van de gemeente Gemert'). De nummers die we in handen kregen, hadden een omvang van 8 à 10 pagina's, waarvan gemiddeld 20% advertenties (inclusief een gratis advertentierubriek voor particulieren). De hoofdmoot van het blad wordt gevormd door journalistieke bijdragen van de (zo te lezen onafhankelijke) redactie. Verder is een agendarubriek opgenomen.

Onder de kop *Uitkeringsgerechtigde mag meepraten over sollicitatieplicht en sancties* wordt in *De Streek* van 27 mei 1987 redactionele aandacht besteed aan het voeren van B&W om een cliëntenraad van uitkeringsgerechtigden in te stellen, die gevraagd en ongevraagd mag adviseren over de gang van zaken bij de gemeentelijke sociale dienst. De adviezen kunnen o.a. betrekking hebben op sollicitatieplicht, vrijwilligerswerk, bijstand en studie, sanctie-richtlijnen, de manier waarop uitkeringsgerechtigden door de sociale dienst tegemoet worden getreden, contacten met de sociale recherche en de mate waarin de sociale dienst 'dienstbetoon levert' aan uitkeringsgerechtigden. Volgens het voorstel van B&W zou, aldus *De Streek*, de raad gevormd kunnen worden door vier (individuele) uitkeringsgerechtigden, een vertegenwoordiger van een cliëntenorganisatie en drie vertegenwoordigers uit algemene instellingen als het algemeen maatschappelijk werk, de Wetswinkel, het Sociaal Advies Centrum of het Jongeren Adviescentrum. Als voorzitter zou de wethouder Sociale Zaken kunnen fungeren en als adviseur het hoofd van de afdeling Sociale Zaken. In het daarop volgende nummer van *De Streek* plaatst de gemeente in de rubriek Mededelingen een oproep aan uitkeringsgerechtigden om een informatie-bijeenkomst bij te wonen of cliëntenparticipatie en zich eventueel kandidaat te stellen als lid van de cliëntenraad. Voor alle duidelijkheid merkt de gemeente op dat alleen valt "in te spreken" in die zaken waar de gemeente beleidsruimte heeft en niet in de wettelijke regels die worden opgesteld door regering en parlement.

In hetzelfde nummer wordt een kritische kanttekening bij "de overigens beste bedoelingen" van B&W geplaatst door de vertegenwoordiger van de Steunbond, een cliëntenorganisatie. Deze wijst erop dat voorkomen moet worden dat een cliëntenraad een adviesclub van de GSD wordt, een leverancier van ideeën van een tekortschietend sociaal beleid. Volgens de Steunbond dreigt er nrichtingsverkeer te ontstaan, zo van "geven jullie de ingrediënten maar, dan maken wij de taart verder af". De Steunbond zou liever zien dat er een medezeggenschapsraad komt, die met een gezamenlijk advies komt, maar ingeval geen

overeenstemming wordt bereikt, ook meerdere adviezen kan uitbrengen. Wat telt is dat de belangen van zowel uitkeringsgerechtigden als de GSD én de politiek duidelijk op tafel komen. Die zijn immers niet gelijk. "Een feit is dat uitkeringsgerechtigden nu eenmaal benadeeld worden door het overheidsbeleid, zoals kortingen op de uitkeringen, mensonwaardige controles en onduidelijkheid over wat je wel en niet mag", aldus de Steunbond. "Daartegenover staat het belang van bijv. de GSD die vervelende maatregelen moet uitvoeren en zo zitten we dan dadelijk in de cliëntenraad tegenover elkaar. Hopelijk niet als de zieke patiënt die enkel nog gebaat is bij een andere drankje om de pijn te vergeten." "Gelukkig", zo wordt besloten, "geeft B&W zelf al aan dat juist een cliëntenraad gebruik maakt van de beleidsruimte van de gemeente om het leven van uitkeringsgerechtigden in Gemert wel leefbaar te maken."

Naar een veiliger buurt in Boskoop

De Buurtkrant verschijnt tweemaandelijks in de buurt, die omvat de Voorkade, begin Ridderbuurt, einde Ridderbuurt en Nieuwstraat. De redactie is verbonden aan de buurtvereniging. De *Buurtkrant* is een simpele uitgave op A5-formaat, waarin o.a. een kinder- en puzzelpagina, enkele advertenties, een agenda van activiteiten en informatie van de buurtvereniging.

Met als motto "Naar een veiliger buurt" worden de bewoners in het nummer van 11 juni 1987 uitgenodigd voor een voorlichtingsavond over de verkeerssituatie. De bewoners worden hierop voorbereid door een zeer informatief, goed leesbaar en van tekeningen voorzien artikel van de Werkgroep Verkeer van de buurtvereniging. De buurt is een woonerf, maar wordt desalniettemin geplaagd door snelrijdend autoverkeer, wielrenners, knetterende brommers en "als droevige climax" zwaar verkeer. Maatregelen die in het verleden werden genomen, zijn in de loop der jaren stelselmatig ontkracht: verkeersdrempels werden geslecht of afgevlakt, 'Amsterdammertjes' werden zodanig teruggeplaatst (om ruimer baan te verlenen aan de Gemeentereiniging en de SRV-wagen) dat de verkeersremmende functie vrijwel verdween. In de *Buurtkrant* draagt de Werkgroep Verkeer een aantal suggesties aan om van de buurt weer daadwerkelijk een woonerf te maken. Enkele van die suggesties zijn: het plaatsen van klappaaltjes om doorgaand verkeer op enkele plekken onmogelijk te maken, verkeersremmende maatregelen door wegversmallingen en verkeersdrempels, het weren van fietsers en bromfietsers met name in de voetgangerstunnel door de plaatsing van sluishekken. Ook worden enkele flankerende maatregelen voorgesteld, zoals

omleiding van de officiële fietsroute Alphen/Boskoop/Gouda, aanpassing van de verkeersborden in de wijk en een beter politietoezicht met name in de beginfase.

Servicekosten in De Jordaan

De Jordaan wordt uitgegeven door het Wijkcentrum Jordaan te Amsterdam, verschijnt één- à tweemaandelijks, oogt zeer goed en bevat vooral kritisch-informatieve artikelen m.b.t. de leefbaarheid in de wijk.

In het november/decembernummer van 1987 een interview over servicekosten met mevrouw S., een van de 46 bewoners van een nieuwbouwcomplex in de Jordaan. Mevrouw S. hield een individuele actie om de door haar te veel betaalde servicekosten over 1984 terug te vorderen. Ze rekent de redactie van de *Jordaan* voor: "onderhoud c.v. f 6,75, plus rioolfonds f 1,25 is 8 gulden per maand, dat is 96 gulden per jaar. Daar kan ik een paar goeie nieuwe schoenen voor kopen. Bovendien rekent de woningbouwvereniging f 1,75 per maand voor elektriciteitsverbruik van de trapverlichting en een buitenlamp, terwijl ik niet aan de trap woon en die buitenlamp op mijn eigen GEB-meter brandt." Ze schakelde de Huurcommissie in en kreeg gelijk. Maar vervolgens was er nog de hulp van een advocaat nodig om haar 'sociale verhuurder' de teveel betaalde servicekosten over 1984, zijnde f 76,25 terug te doen storten. Toen was het al augustus 1987. De woningbouwvereniging weigert om de onterecht gebleken servicekosten over de daarop volgende jaren van de rekening af te voeren. Ze dwingt mevrouw S. ertoe om voor elk jaar opnieuw een servicekostenprocedure bij de Huurcommissie aan te spannen (kosten f 25,-) en vervolgens een vorderingsprocedure te starten met behulp van een advocaat (kosten nihil tot f 50,-, afhankelijk van de advocaat). Daar gaan de schoenen. Mevrouw S. pakt het nu anders aan. Samen met het informatiecentrum Jordaan en gewapend met nog veel gunstiger servicekostenuitspraken van de Amsterdamse kantontrechter heeft zij haar individuele actie uitgebreid tot het hele woningcomplex. Die paar centen – "waar maakt u zich druk om" – betekenen dan opeens een bedrag van ruim 17.000 gulden over vier jaar. "Terugbetaling van de servicekosten over 1987 betekent een miljoenenstrop, zegt de Federatie van Woningbouwverenigingen, alsof zij het zijn die bestolen worden", aldus de *Jordaan*. Mevrouw S. tot slot: "Als ik bij de bakker voor 65 cent een paar sneetjes brood koop – ik ben maar alleen – en met drie kwartjes betaal, dan krijg ik een dubbeltje terug. Netzogoed bij groente- en andere winkels. En zo hoort het toch ook? Waarom dan niet

bij zo'n groot bedrijf als de woningbouwvereniging?

Particuliere woningverbetering in de Noorderplantsoenbuurt

De Buurtkrant voor de Noorderplantsoenbuurt verschijnt onder verantwoordelijkheid van het bestuur van de gelijknamige bewonersvereniging in Groningen. De krant verschijnt maandelijks, is simpel maar goed verzorgd, bevat advertenties, informatie van de bewonersvereniging en artikelen over onderwerpen als woningverbetering, wijkpolitie, verkeersoverlast, de geschiedenis van de buurt.

Artikelen over particuliere woningverbetering vormen de hoofdmoot van het nummer van februari 1988. In de buurt zal een bouwbuero worden geïnstalleerd, dat gaat ressorteren onder een stichtingsbestuur waarin ook het bestuur van de bewonersvereniging vertegenwoordigd is. Het is de bedoeling dat in iedere straat één bewoner contactpersoon wordt, zodat tijdens het woningverbeteringsproces alle wensen, vragen en klachten bij dat stichtingsbestuur terecht kunnen komen. In een vorig nummer van de Buurtkrant heeft de bewonersvereniging een oproep gedaan aan de bewoners om contactpersoon te worden. Tot nu toe heeft dat slechts één contactpersoon opgeleverd. De redactie probeert in een voorwoord van de krant nogmaals de bewoners te overtuigen: "Zoals u uit de vorige Buurtkrant hebt kunnen vernemen, brengt de functie van contactpersoon weinig werk met zich mee, maar levert een hoop informatie op. Voor een dubbeltje op de eerste rij, dus daarom hoeft niemand het te laten."

Verderop in de Buurtkrant een discussiestuk over de particuliere woningverbetering, waarin een bestuurslid van de bewonersvereniging ingaat op de precieze taak van het bouwbuero, aspecten op het gebied van financiering en voorlichting en op de fasering rond de aanpak van het eerste buurtje in de wijk. Heel concreet wordt ingegaan op wat de bewoners van het wijkje kunnen verwachten, hoe de aanvragen in de praktijk zullen worden behandeld en wat de opknappkosten zullen bedragen. Er wordt niet onder stoelen of banken gestoken dat de particuliere woningverbetering niet altijd van een leien dakje gaat. Met name op de financiële afwikkeling lopen prachtige plannen nog wel eens mis. De Buurtkrant geeft een voorbeeld. Drie eigenaren in de Baanstraat zijn het eens geworden over de gezamenlijk aan te brengen verbeteringen aan hun woningen. De kozijnen zullen worden vernieuwd, de muren aan de achterzijde worden aangepakt en er komen geheel nieuwe daken op. De totale kosten hiervan voor de drie huizen bedragen f 81.000,-. De subsidie wordt vast-

gesteld op maximaal 20.000 gulden per woning, totaal f 60.000,-. Blijft over 7000 gulden per eigenaar om de verbeteringen te kunnen uitvoeren. Eigenaar A werkt, heeft wat gespaard en kan zonder problemen zijn eigen bijdrage betalen. Eigenaar B heeft een werkloosheidsuitkering, wil wel graag op vakantie met zijn gezin en zal het geld voor de woningverbetering moeten lenen. Eigenaar C is verhuurder van het pand en woont er niet zelf. Hij acht het redelijk dat zijn huurders het betalen, maar deze hebben met moeite een studiebeurs kunnen bemachtigen. Wat dan?

De schrijver van het artikel vindt dat er in ieder geval de mogelijkheid dient te komen dat eventueel noodzakelijk af te sluiten leningen gesloten kunnen worden met gemeentegarantie via een garantstelling van de gemeentelijke Volkskredietbank. De looptijd van deze leningen zou 10 tot maximaal 30 jaar moeten kunnen zijn. Voor het geval van een verhuizing of de verkoop van een dergelijk opgeknapt pand dient er een anti-speculatiebeding te worden opgenomen in de subsidietoekenning. Een andere suggestie is het inschakelen van de Noordelijke Bewoners Associatie, die panden van eigenaren koopt en deze vervolgens opkoopt. De eigenaar huurt dan het pand ná de verbetering. Dit kan een uitkomst zijn voor eigenaren die nog maar kort in de stad Groningen zullen blijven wonen én voor mensen met een smalle beurs. "Voorkomen moet worden dat alleen welgestelde wijkbewoners in de gelegenheid zijn om te verbeteren", aldus het artikel in de Buurtkrant.

Charlotte Krop



Enquêteverslag 2

Rapportage van de enquête onder redacties in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners

1. Inleiding

Dit deel van de enquête onder redacties van buurt-, wijk-, en dorpskranten is nagevoeg gelijk opgezet als enquêteverslag 1. Degene die het verslag van dat deel niet gelezen heeft wordt aangeraden daarvan de hoofdstukken '1. Inleiding' en '2. Doelstellingen en Methode' door te nemen. Zij zijn tevens relevant voor dit deel. In deze inleiding op de onderzoeksresultaten zullen alleen verschillen signaleerd worden.

Opnieuw is geprobeerd alle adressen van de redacties te achterhalen. Dit maal door alle afdelingen voorlichting in de betreffende gemeenten aan te schrijven en te verzoeken een schriftelijke opgave te doen. Geconstateerd moet worden dat nogal wat gemeenten óf de gevraagde informatie niet in huis hebben of alleen over adressen van buurt-, wijk- of dorpsverenigingen beschikken. Nu is het inderdaad nogal eens zo dat zulke verenigingen een krant uitgeven, maar vaker is dat niet het geval. Al met al werd van 86 van de 131 gemeenten een opgave ontvangen. De overige gemeenten reageerden niet of gaven adressen van verenigingen. Na schifting van de gegevens bleven 638 volledige adressen over. Daarvan kon bij 398 met succes een enquête worden afgenomen. 47 kranten bleken niet meer te bestaan. 19 Kranten waren gefuseerd met, of opgegaan in een andere krant. En 174 redacties konden niet bereikt worden.

Uitgaande van het aantal gemeenten dat geen of een onvolledige opgave verstrekte en het aantal redacties dat kon worden bereikt, kan worden geraamd dat 398 kranten circa 55 % van alle kranten in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners uitmaakt. Dit gegeven, gecombineerd met de veronderstelling dat bij de enquête in gemeenten met minder dan 25.000 inwoners ongeveer 85 % (367 stuks) van de kranten kon worden bereikt, leidt tot een voorlopige schatting van tussen de 1200 en 1300 in Nederland verschijnende buurt-, wijk- en dorpskranten. Dat zou betekenen dat in beide delen van de enquête daarvan circa 60 % is verwerkt.

Het ligt in de bedoeling van het project besloten ook de nog niet benaderde redacties en de redacties die nog niet konden worden bereikt zo spoedig mogelijk aan te schrijven. Zodoende zal te zijner tijd een gepreciseerd aantal kranten gegeven kunnen worden.

Tabel 1: Verschijningsfrequentie: (N = 398)

wekelijks	twee- wekelijks	maandelijks
17 4,3%	18 4,5%	125 31,4%
twee- maandelijks	anders	totaal
110 27,6%	127 31,9%	397 99,7%

Tabel 2: Wordt het blad in het hele woongebied huis-aan-huis verspreid? (N = 398)

ja	nee	totaal
345 86,7%	52 13,1%	397 99,7%

In verband met financiële en personele obstakels kon opnieuw niet altijd op volle kracht doorgewerkt worden. De laatste vraaggesprekken vonden nog in de tweede week van april plaats. Verwerking van de gegevens en opstellen van de voorliggende tekst vonden tussen half maart en half april plaats.

De in dit deel gebruikte vragenlijst is identiek aan de in het eerste deel gebruikte. Daardoor zijn de uitkomsten simpel en direct vergelijkbaar. Bij de tabellen passen drie opmerkingen. Op de eerste plaats konden, na een kleine aanpassing in het verwerkingsprogramma, voor dit deel ook zogenaamde kruistabellen opgeleverd worden. Dit bleek vooral interessant voor de twee cruciale vragen 44 en 57. Op de tweede plaats zijn verschillende vergelijkbare onderzoeksuitkomsten uit de beide delen gecombineerd. Dit is opnieuw vooral interessant voor de vragen 44 en 57. En tenslotte is, bij de tabellen, dezelfde nummering aangehouden als in het eerste deel, dit kan van pas komen bij vergelijking van gegevens.

2. Selectie uit de resultaten

2.1. Oplage en verspreiding

De verschillen in oplage zijn groter dan bij de kleinere gemeenten. Opnieuw ligt de ondergrens rond de 250, maar de bovengrens ligt bij de 60.000. Maar dat is wel een uitzondering. Een reëlere bovengrens is 15.000; verschillende kranten hebben zo'n hoge oplage. De totale oplage bedraagt 1.932.414. Hieruit volgt een gemiddelde oplage van 4.867,5 (van één krant is de oplage niet bekend).

Ongeveer een kwart verschijnt tweemaandelijks, 40 procent maandelijks of vaker en bijna eenderde 'anders' (zie tabel 1). Dit 'anders' blijkt vaak acht keer te zijn; veel kranten verschijnen in principe maandelijks, behalve in de drie zomermaanden.

Slechts 52 kranten worden niet huis-aan-huis verspreid, de overige 86,7 % bestrijken het hele woongebied. In gemeenten met meer dan 25.000 inwoners wonen in totaal ongeveer 9,4 miljoen personen. Uitgaande van 2,6 personen gemiddeld per huishouden (zie noot 5, eerste deel), iets minder dan in de kleinere gemeenten omdat met name in de grotere steden huishoudens vaak kleiner zijn, ontvangt ongeveer de helft (53,5 %) een buurt-, wijk- of dorpskrant. Als er van uit wordt gegaan dat 55 % van alle bestaande buurt-, wijk- en dorpskranten in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners kon worden bereikt, betekent dat dat ongeveer 97 % van de bewoners in deze gemeenten een krant ontvangt. En worden deze cijfers gecombineerd met de uitkomsten uit het eerste deel, dan kan nu worden geraamd dat minstens 80 % van de Nederlanders een krant ontvangt.

2.2. Vorm en organisatie

In het elders in deze M.O. gepubliceerde rapport: "Inhoud en Vormgeving van Buurt-, Wijk- en Dorpskranten in Nederland" worden ruim 400 kranten geanalyseerd. Voor meer gedetailleerde gegevens betreffende de vorm en vormgeving van de kranten wordt daarnaar verwezen. Van de de in dit onderzoek verwerkte kranten verschijnt driekwart op A4-formaat, of een afgeleide daarvan. Achttien kranten verschijnen in folio-formaat. En bijna een kwart in een andere maat (zie tabel 3). Bij de kranten in dit deel van de enquête komt relatief vaak een grote maat voor: A3 of nog groter. Veel kranten worden gedrukt; het aloude stencilwerk heeft hier duidelijk afgedaan.

De bedoeling van het project is onder andere het aanbieden van kennis en informatie betreffende het journalistieke vak. Daarom is het van belang te weten in hoeverre de redacties beroepsmatig ondersteund worden en welke soort ondersteuning dat is. Ook inzicht in de organisatie van de redacties is relevant. De gemiddelde redactie telt 4,3 personen. Dat is nauwelijks groter dan in de kleinere gemeenten (daar 3,8). Als deze gegevens worden samengevoegd komt de gemiddelde redactiegrootte van alle kranten uit op 3,9 personen. Ongeveer eenderde van de redacties wordt beroepsmatig ondersteund (zie tabel 4). Het betreft daarbij meestal een medewerker van club- of buurthuis, of van een wijkvereniging. Tabel 5 geeft weer hoe vaak welke vorm van ondersteuning genoemd werd.

Tevens werd gevraagd de organisatie en dan met name de verdeling van het werk te typeren aan aan de hand van drie uitspraken: "het komt allemaal op mijn schou-

Tabel 3: Welk formaat heeft het blad?

A4	half A4	folio
163	127	18
41%	31,9%	4,5%
anders	totaal	
89	397	
22,4%	99,7%	

Tabel 4: Is er beroepsmatige ondersteuning voor de redactie? (N = 398)

ja	nee	totaal
136	260	396
34,2%	65,3%	99,5%

Tabel 5: Soort beroepsmatige ondersteuning

club/buurt-huiswerker	opbouw-werker	sociaal werker
26	75	18
journalist	ambtenaar	anders
4	1	21

Tabel 6: Hoe valt de verdeling van het redactiewerk te typeren? (N = 398)

mijn schouders	altijd dezelfde	loopt als een trein
70	123	200
17,6%	30,9%	50,3%
weet niet	totaal	
5	398	
1,3%	100%	

Tabel 7: Zijn er in het blad ook advertenties opgenomen? (N = 398)

ja	nee	totaal
271	126	397
68,1%	31,7%	99,7%

ders neer" of: "het komt allemaal op dezelfde aan" of: "we hebben een prima werkverdeling; dat loopt als een trein" (zie tabel 6). Bij de helft van de redacties loopt de organisatie, volgens eigen zeggen 'als een trein'. De overige zijn aangewezen op de inzet van slechts enkele personen, 170 keer zelfs één persoon. Tabel 5 en tabel 6 kunnen gekruist worden. (Door het kruisen van tabellen is het mogelijk te achterhalen wat, bijvoorbeeld, de ja-zeggings op vraag x geantwoord hebben bij vraag y; en zo verder voor elke antwoordcategorie.) Dan blijkt dat bij eenderde van de gevallen waar de organisatie goed loopt beroepsmatige ondersteuning present is (64 keer).

Tabel 7: Zijn er in het blad ook advertenties opgenomen? (N = 398)

ja	nee	totaal
271	126	397
68,1%	31,7%	99,7%

Tabel 8: Percentage bron: sociaal-cultureel werk, opbouwwerk en buurthuiswerk

N	totaal	gemiddelde
397	5443	13,7%

Tabel 9: Percentage bron: gemeentelijke subsidie

N	totaal	gemiddelde
397	8512	21,4%

Tabel 10: Percentage bron: contributies

N	totaal	gemiddelde
397	2385	6,0%

Tabel 11: Percentage bron: abonnementsgeld

N	totaal	gemiddelde
397	611	1,5%

Tabel 12: Percentage bron: advertenties

N	totaal	gemiddelde
397	12901	32,5%

Tabel 13: Percentage bron: sponsor

N	totaal	gemiddelde
397	270	0,7%

Tabel 14: Percentage bron: anders

N	totaal	gemiddelde
397	1690	4,3%

Maar het is zeker niet zo dat een beroepskracht een soepel lopende organisatie garandeert; 25 keer is de beroepskracht tevens de enige redacteur. Een veel gehoorde klacht betreffende de werkverdeling luidt: wanordelijk, moeilijk afspraken te maken, te weinig mensen.

Evenals bij de onderzochte kranten in gemeenten met minder dan 25.000 inwoners, blijken advertentie-inkomsten van levensbelang te zijn. Ruim tweederde van de kranten werkt met advertenties, en dat het opnemen daarvan uit noodzaak geboren is

spreekt vanzelf (tabel 7). Gevraagd naar suggesties voor diensten van de serviceorganisatie wordt ruim dertig keer ondersteuning bij advertentieacquisitie genoemd.

De tabellen 8 tot en met 14 tonen het belang van zes verschillende inkomstenbronnen uitgedrukt in percentages van de exploitatie van alle ondervraagde kranten. Advertenties komen op de eerste plaats, gevolgd door gemeentelijke subsidies en daarna bijdragen vanuit sociaal-cultureel werk, buurthuiswerk en opbouwwerk. Dit deel van de enquête, waarin is geïnformeerd naar aspecten van vorm en organisatie van krant en redactie wordt afgesloten met de vraag: "Wanneer er een landelijke organisatie zou zijn waar alle redacties van buurt-, wijk- en dorpskranten zich kunnen aansluiten voor onderlinge informatie-uitwisseling, extra redactiemateriaal, tips en adviezen, zou de redactie van Uw blad daar dan aan deelnemen?". Tabel 15 geeft de antwoorden. Vooral nog antwoordt de helft bevestigend.

2.3. Wat kan de betekenis van een serviceorganisatie zijn?

Een van de meermaals aangegeven zwakke punten van de kranten is het gebrek aan goede copij (naar aanleiding van vraag 42: "Kunt U enkele, naar Uw idee, zwakke punten van het blad aangeven?"). Het aanbieden van kwalitatief goede copij, hetzij afkomstig uit de buurtbladenpers zelf, of van landelijk werkende organisaties of instellingen is mede daarom een belangrijk deel van het project. (En zal, naar inmiddels duidelijk geworden is, ongeveer eenderde van het maandblad 'Bladspiegel' gaan uitmaken.)

Driekwart van de ondervraagde redacties vindt het ontvangen van publicaties van collega-redacties méér of minder belangrijk (zie tabel 16).

Tabel 15: Zou de redactie deelnemen aan een serviceorganisatie? (N = 398)

ja	nee	weet niet
196	90	111
49,2%	22,6%	27,9%
totaal		
397		
99,7%		

Tabel 16: Zou het voor de redactie van belang zijn regelmatig overdrukken te ontvangen van artikelen uit andere bladen? (N = 398)

zeer belangrijk	belangrijk	enigzins belangrijk
33	165	108
8,3%	41,5%	27,1%
onbelangrijk	waardeloos	totaal
81	9	396
20,4%	2,3%	99,5%

Tabel 17: Zou het voor de redactie van belang zijn te kunnen beschikken over speciaal geschreven stukken? (N = 398)

ja	nee	totaal
297	72	28
74,6%	18,1%	7,0%

Tabel 18: Zou U interessante stukken uit een overdrukkenblad plaatsen? (N = 398)

ja	nee	weet niet
339	49	9
85,2%	12,3%	2,3%
totaal		
397		
99,7%		

Tabel 19: Zou U het van belang vinden wanneer er een maal per jaar een landelijke bijeenkomst wordt gehouden? (N = 398)

ja	nee	totaal
254	104	39
63,8%	26,1%	9,8%
totaal		
397		
99,7%		

Tabel 20: Zou de redactie die landelijke bijeenkomst bezoeken? (N = 398)

zeker	als het enigzins kan	hangt ervan af	totaal
135	64	198	397
33,9%	16,1%	49,7%	99,7%

Tabel 21: Bestaat er in principe belangstelling voor deelname aan zo'n landelijke serviceorganisatie? (N = 398)

ja	nee	totaal
249	76	72
62,6%	19,1%	18,1%
totaal		
397		
99,7%		

Evenveel redacties zou het op prijs stellen artikelen van instellingen te ontvangen (zie tabel 17). En 85 % zou belangwekkende artikelen uit een 'overdrukkenblad' plaatsen (zie tabel 18). Gevraagd naar mogelijke terreinen of onderwerpen van artikelen wordt tamelijk vaak wonen, werkloosheid, allerlei juridische aangelegenheden en criminaliteit genoemd.

Behalve ondersteuning op vakgebieden en bereikbaar maken van verschillende soorten copij, is een doelstelling van het project de verbetering en verdieping van onderlinge contacten. Zo wordt bijvoorbeeld gedacht aan een jaarlijks weerkerende, landelijke ontmoetingsdag. Tweederde van de redacteuren onderkent daarvan het belang (zie tabel 19). Uit tabel 20 komt naar voren dat de helft voorlopig niet kan toezeggen zo'n bijeenkomst te zullen bezoeken, maar eenderde wil zeker komen.

In dit deel van de enquête zijn verschillende mogelijke onderdelen van de serviceorganisatie aan bod gekomen. De geënquêteerde redacteuren werd gevraagd te reageren op suggesties van de zijde van de enquêteur/trice, maar kon ook zelf voorstellen aandragen. Dit deel wordt afgesloten met een vrijwel gelijklopende vraag als de afsluitende vraag van het eerste deel, namelijk: "Bestaat bij U in principe belangstelling tot deelneming aan zo'n landelijke service-organisatie?". Nu antwoordt tweederde met ja, eerder was dat de helft. Evenals bij de redacties in de kleinere gemeenten heeft doorvragen en het geven van nadere informatie geleid tot een grotere belangstelling. Uit kruising van de tabellen 15 en 21 kan bovendien worden afgeleid dat, vrijwel, geen enkele redacteur die eerder belangstellend reageerde op deze vraag 'nee' antwoordt. En bovendien dat bijna de helft van de 'weetnieters', na verduidelijking van wat de service-organisatie kan betekenen, geïnteresseerd is geraakt. En ook is opnieuw gebleken dat slechts een kleine minderheid volstrekt afwijzend reageert op eventueel financieel bijdragen.

3. Samenvatting

De poging zoveel mogelijk redacties van buurt-, wijk en dorpskranten in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners in dit deel van de enquête te bereiken is gedeeltelijk gestrand op het in gebreke blijven van verschillende afdelingen voorlichting bij de gemeenten. Vaak konden de gevraagde adressen van redacties niet gegeven worden of werd niet op schriftelijke verzoeken geantwoord. Desalniettemin kon ruim de helft van de redacties ondervraagd worden.

Het is nu mogelijk de resultaten van beide delen van de enquête samen te voegen en zodoende gegevens te verzamelen en conclusies te trekken die relevant zijn voor alle buurt-, wijk- en dorpskranten in Nederland. In de rapportage van de enquête in gemeenten met minder dan 25.000 inwoners wordt voorzichtig gesteld dat de resultaten van beide delen niet significant afwijken (4. Samenvatting en Discussie). Nu het cijfermateriaal compleet is behoeft dat standpunt enige nuancering. Het is zonder meer zo dat de overeenkomsten in beide enquêtedelen opvallender zijn dan de verschillen. Het betreft daarbij vooral formele kenmerken zoals: formaat en verschijningsfrequentie. Maar ook interesse voor artikelen van andere bladen en organisaties en belangstelling voor een landelijke bijeenkomst.

Desalniettemin zijn er afwijkingen aanwijsbaar die wel degelijk belangwekkend zijn.

Het meest in het oog springend is het grote verschil in gemiddelde oplage: in kleinere gemeenten bijna 1200, in grotere gemeenten iets meer dan 5.000. Dat betekent hoe dan ook dat er bij de kranten uit de laatste groep méér geld omgaat, de exploitatierekening is hoger. Dat gegeven gerelateerd aan de vaak betere financiering van die kranten (méér vanuit gemeente en opbouwwerkinstelling, minder abonnementen en advertenties) en gerelateerd aan de vaker voorkomende beroepsmatige ondersteuning betekent het volgende: Algemeen gesproken werken de kranten in de grotere gemeenten vanuit een zekerder basis. De randvoorwaarden continuïteit van organisatie en financiering zijn beter gewaarborgd.

De vraag of dat een kwalitatief beter product oplevert wordt gedeeltelijk beantwoordt in het rapport: "Inhoud en Vormgeving Buurt-, Wijk- en Dorpskranten", elders in deze M.O. De kranten uit de grotere gemeenten boeken daarin inderdaad betere resultaten.

Ondanks dat nu voorzichtig gesteld kan worden dat de kranten in de grotere gemeenten over het algemeen beter (kunnen) functioneren, is de belangstelling voor de vanuit het project aan te bieden diensten over de hele linie groot. Kennelijk zijn veel redacties van mening dat, ook al gaat het goed, het altijd beter kan: bijna driekwart van alle redacties heeft in principe belangstelling voor deelname in de serviceorganisatie. ■

Inhoud en vormgeving van wijk-, buurt- en dorpskranten

1. Inleiding

De doelstelling van dit onderzoek is het opstellen van algemeen geldende karakteristieken, ten aanzien van inhoud, vorm en vormgeving, van buurt-, wijk- en dorpskranten. Daartoe zijn ruim 400 kranten uitgebreid geanalyseerd, dat wil zeggen: bekeken, gelezen en beschreven. Dit is, voor zover bekend, de eerste keer dat een dergelijk onderzoek, op landelijke schaal, plaats vindt. Het formuleren van algemene karakteristieken biedt de mogelijkheid afzonderlijke kranten daarmee te vergelijken. Uit zo'n vergelijking kan mogelijk worden afgeleid op welke punten de krant boven het 'landelijk gemiddelde' uitsteekt en op welke juist niet. Overigens past hier meteen al de opmerking dat het, uitdrukkelijk, nooit de bedoeling is geweest kwaliteitscriteria te ontwikkelen. Juist de grote verscheidenheid vormt de geheel eigen charme en kracht van het medium dat gevormd wordt door de buurt-, wijk- en dorpskranten. In andere woorden: het onderzoek wil geen keurmerk genereren, maar een keur aan kenmerken beschrijven en samenvatten. Uiteraard is het onderzoek tevens gericht op precies dat wat onderzocht wordt: het reilen en zeilen, vorm en inhoud van de onderzochte groep kranten. Inzicht dat nuttig zal zijn bij het bepalen van soort en aard van de aan te bieden vormen van ondersteuning.

2. Methode

De laatste vraag van de enquête onder de redacties luidde: "Bent U bereid, ten behoeve van ons onderzoek, één exemplaar van het laatst verschenen nummer van Uw blad op te sturen naar ons bureau?". Negen van de tien redacties reageerden hierop welwillend en minstens de helft stuurde daadwerkelijk één of meer nummers van hun krant in. (Op het moment van schrijven worden nog dagelijks kranten ontvangen, voornamelijk uit gemeenten met meer dan 25.000 inwoners. Deze zijn om praktische redenen niet in de hiernavolgende gegevens verwerkt.) Op deze wijze werd het materiaal, 429 edities, van waaruit de analyse werd opgesteld, verzameld.

Dat de afhankelijkheid van de goede wil van de ondervraagde redacteuren tot vertekening van de resultaten zou kunnen leiden, kan uitgesloten worden geacht. Drie redenen schragen deze bewering. Ten eerste betekent 429 geanalyseerde kranten, dat ongeveer de helft van de ondervraagde en ongeveer eenderde van alle buurt-, wijk- en dorpskranten in dit onderzoek is verwerkt; hoe groot de variëteitenrijkdom ook

moge zijn, iedere soort zal zeker opgenomen zijn. Ten tweede komt een aantal uitkomsten tamelijk nauwkeurig overeen met resultaten verkregen uit de enquête onder de redacties, waar aanzienlijk meer kranten in verwerkt zijn. Met andere woorden: de ingezonden kranten blijken representatief voor de hele groep. (Bij de presentatie van de resultaten wordt hierop teruggekomen.) En ten derde: het is denkbaar dat een bepaalde groep redacties, bij voorbeeld die waar alles op rolletjes loopt, nauwelijks medewerking aan de enquête zal willen verlenen en nauwelijks genegen zal zijn een krant in te sturen. Zo'n groep kranten zou een ontbrekende factor kunnen vormen. Echter, uit enkele steekproeven is gebleken dat de wijze van reageren op de enquête geen invloed heeft op het wel of niet insturen van een krant.

Evenals bij de enquête onder de redacties is een scheiding naar gemeentegrootte aangehouden. Hoewel zo'n scheiding onmogelijk anders dan willekeurig kan zijn wordt de veronderstelling dat op deze wijze kan worden onderscheiden in plattelandsgemeenten en verstedelijkte gebieden grotendeels bevestigd (zie ook enquêteverslag 1, paragraaf 2.2 Methodiek). Van iedere krant werd één nummer genomen. Gezien de looptijd van het project was het niet mogelijk alleen kranten uit, bij voorbeeld, een en dezelfde maand te nemen. Bij de geanalyseerde kranten zijn er die dateren van september 1987, maar ook van april 1988.

Aan de daadwerkelijke analyse is door niet meer dan, achtereenvolgens, twee mensen gewerkt, waarbij de tweede zoveel mogelijk in de voetsporen van de eerste is getreden. Hierdoor kan de invloed van persoonlijke voorkeuren en beoordelingen zo goed als uitgesloten worden geacht. Iedere krant is uitgebreid onder handen genomen; grotendeels gelezen en gedetailleerd beschreven. Gemiddeld werd per krant 15 tot 20 minuten uitgetrokken.

Zoals eerder opgemerkt is het zeker niet de bedoeling criteria op te stellen waaraan, naar onze mening, buurt-, wijk- of dorpskranten zouden moeten voldoen. Echter, wie analyseert op vorm- en inhoudskenmerken ontkomt er niet aan meetbare en telbare waardeoordelen toe te kennen. Wellicht zijn appels en peren in hun soort onvergelijkbaar, toch kan het suikergehalte, of de zuurgraad, gemeten en vergeleken worden. In dit onderzoek is zoveel mogelijk geprobeerd iedere krant in haar waarde te laten.

Ter verduidelijking van wat daarmee wordt bedoeld dient het volgende voorbeeld: De redactie van "De Schakel" heeft de financiële middelen om haar krant technisch

perfect te laten drukken. De redactie van "Het Contact" heeft, wellicht noodgedwongen, gekozen voor het in eigen beheer stencillen. Dat is een vormverschil. Dat "De Schakel" een betere en strakkere, want gezette en gedrukte letter kan gebruiken, spreekt voor zich. Wordt echter naar de vormgeving, de lay-out, gekeken dan spelen andere criteria een rol. Namelijk wat, gegeven het technisch stramien, mogelijk is. Het is nu denkbaar dat "Het Contact" meer zorg en aandacht besteedt aan de vormgeving dan "De Schakel". En dus is het mogelijk dat "Het Contact", ondanks een kwalitatief mindere drukvorm, voor de vormgeving een hogere waardering krijgt toegekend. Alleen op deze wijze, door gelijkgeschakelen van de verschillende uitgangspunten, kunnen zinvolle en werkbare kwaliteitsvergelijkingen worden opgesteld.

Voor wat betreft de vorm-kenmerken is gekeken naar zowel soort en maat van de vorm als soort en kwaliteit van de vormgeving. Dit levert deels droog cijfermateriaal op, maar ook veel beschrijvende opmerkingen. Uit de laatste kunnen enkele opvallende karakteristieken worden afgeleid. De kwaliteit is beoordeeld als "sterk" of "zwak". "Sterk" staat voor: verzorgd, uitgebalanceerd, doordacht, goed leesbaar, consistent en functioneel. "Zwak" staat voor: slordig, fantasieloos, matig of slecht gebruik makend van de mogelijkheden en saai.

Bij de analyse van de inhoud zijn onderscheiden: categorale artikelen of rubrieken (vrouwen, kinderen, buitenlanders enzovoorts), thematische artikelen of rubrieken (onderwijs, woonomgeving, juridische vraagstukken enzovoorts) en recreatieve artikelen of rubrieken (sport, puzzels, humor enzovoorts). Ook over de inhoud is het Salomonsoordeel "sterk" of "zwak" geveld. In dit opzicht staat "zwak" voor: eenzijdige of op één onderwerp gerichte berichtgeving, rommelig, slecht geschreven, veel advertenties. En "sterk" staat voor: gevarieerd, aansprekend geschreven, breed georiënteerd.

De presentatie van de onderzoeksresultaten is eerst gesplitst naar gemeentegrootte en vervolgens naar vorm en inhoud. Na de gegevens van kranten in gemeenten met minder en met méér dan 25.000 inwoners, wordt kort en zonder verdere toelichting het gecombineerde cijfermateriaal gegeven, dat wil zeggen zonder scheiding naar gemeentegrootte. In het hoofdstuk "Algemene karakteristieken" wordt het materiaal geïnterpreteerd en wordt aan de doelstelling voldaan, dus de grote gemene deler geformuleerd. Tot slot wordt in het hoofdstuk "Ten Voorbeeld" besproken volgens welke methode een en ander vergeleken

kan worden met één enkel blad en wordt, als voorbeeld, zo'n vergelijking gemaakt. Het is de bedoeling dat zo'n vergelijking, zij het uitgebreider, op verzoek uitgevoerd zal kunnen worden.

2. Gegevens van kranten uit gemeenten met minder dan 25.000 inwoners

Van alle kranten uit relevante gemeenten zijn 220 exemplaren onderzocht. In het enquêteverslag 1 wordt gesteld dat de onderzochte 367 redacties ongeveer 85 % van alle kranten bestrijken. Dat betekent dat de 220, die voor dit onderzoek geanalyseerd zijn, vrijwel de helft van alle bestaande kranten uitmaken. (En dat 60 % van de onderzochte redacties haar krant heeft ingestuurd.)

2.1. Vorm

Allereerst is de verschijningsvorm bekeken. 117 Bladen hebben het formaat A4 (53,2 %), 81 bladen A5 (36,8 %, waaronder begrepen A4 gevouwen) en 22 bladen zijn groter dan A4, meestal folio (10 %). Deze gegevens kunnen niet helemaal zuiver vergeleken worden met de cijfers verkregen uit de enquête, omdat daar een andere indeling naar formaat is gehanteerd. (Vergelijk enquêteverslag 1, tabel 3.) Bovendien bleek bij het stellen van de vraag "Welk formaat heeft het blad?" dat niet iedere redacteur op de hoogte is van de standaardbenamingen van papiermaten. Vrijwel gelijk is het percentage voor 'folio' (10 % en 11,4 %). Verschillend zijn de resultaten voor A4 (53,2 % en 46,9 %) en half A4 of A5 (36,8 % en 28,1 %). Een onduidelijk of geen antwoord is in de enquête gevangen onder het kopje 'anders' en dat is 12,3 %. Zeer waarschijnlijk zijn daar ook A4 en A5 formaten bij en dat betekent dat de percentages dichter naar elkaar schuiven.

Van de onderzochte bladen worden 124 stuks (56,4 %) gedrukt via de off-set methode, 94 (42,7 %) worden gestencild en maar 2 gecopieerd. 19 Bladen (8,6 %) nemen geen foto's of tekeningen op; 188 (85,4 %) plaatsen tekeningen, 84 (38,2 %) foto's en 73 bladen beide (33,2 %).

Hoewel dit geen vormkenmerk betreft, is in deze fase van het onderzoek tevens gekeken naar verspreiding. 155 Van de 220 kranten (70,5 %) worden gratis en huis-aan-huis verspreid bij 44 (20 %) vindt de verspreiding plaats op basis van een of andere selectie, bijvoorbeeld lidmaatschap van dorps- of wijkvereniging. Van de overige 21 kranten (90 %) kan uit het colofon, indien aanwezig, niet geconcludeerd worden op welke wijze de verspreiding plaats vindt. Deze waarden wijken iets af van de enquêtegegevens waar 64,6 % van de redacteurs antwoordt het blad huis-aan-huis te verspreiden (vergelijk enquêteverslag 1, tabel 2).

De vormgeving van de kranten is zodanig verschillend van uitvoering en kwaliteit dat een onderverdeling in categorieën moeilijk op te stellen is. Wel is duidelijk geworden dat de overgrote meerderheid van de kranten in eigen beheer opgemaakt wordt, ook als de druk professioneel verzorgd wordt. Van minder dan een kwart van de kranten kan de opmaak professioneel of semi-professioneel genoemd worden.

Van de overige wordt de lay-out in eigen beheer uitgevoerd en meestal ook de druk. Desalniettemin geven de meeste kranten een verzorgde indruk. Overigens wordt druk gezondigd tegen allerlei grafische grondbeginselen, maar ook dat kan verfrissend werken.

Vrijwel alle kranten gebruiken de voorpagina als beeldmerk.

Door gebruik te maken van een gekleurde kaft, tekening of foto en de naam in karakteristieke fantasieletters weer te geven, wordt vaak een typisch en opvallende herkenbaarheid (logo) gecreëerd. Meestal beginnen de artikelen pas vanaf de tweede pagina.

Het gezwoeg met minimale middelen kan ook afgelezen worden aan de vorm waarin de tekst gegoten wordt. Bij hoge uitzondering en alleen bij hogere oplages, wordt de tekst door een drukker gezet. Meestal wordt het origineel op de typemachine vervaardigd. In één bepaald blad werd gelezen dat de redactie met ingang van het nieuwe jaar 1988 voldoende geld had weten vrij te maken voor de aanschaf van een elektronische schrijfmachine, waardoor de krant er nog verzorgder zou kunnen uitzien. Dit illustreert de moeilijke positie waarin veel redacties zich bevinden.

Met simpele grafische hulpmiddelen, zoals wrijffletters, kopteksten, kaders en zo meer, wordt geprobeerd zowel eenheid als aantrekkelijkheid van het blad te verhogen. Alleen bij de, zeldzame, professioneel opgemaakte en gedrukte bladen was de weergave van foto's van goede kwaliteit. Het is nu eenmaal zo dat fotografisch materiaal nauwelijks behoorlijk gestencild of gecopieerd kan worden. De reproductie van tekeningen is veel beter mogelijk. Dat verklaart mede waarom van de 220 onderzochte kranten 188 tekeningen opnemen en slechts 84 foto's. Meestal zijn de tekeningen origineel, dat wil zeggen zelf gemaakt. Een enkele keer worden tekeningen of cartoons overgenomen uit professionele of commerciële bladen. Opvallend is zeker dat bij de in eigen beheer vervaardigde kranten de grafische kwaliteit van de opgenomen advertenties vrijwel altijd beter is dan van het redactionele gedeelte.

Samenvattend kan geconcludeerd worden dat zes van de tien kranten een redelijk tot zeer goede vormgeving hebben. Van de overige ziet een enkele er werkelijk be-

roerd verzorgd uit, maar veel vaker wordt geconstateerd dat over de lay-out niet voldoende is nagedacht of dat er te weinig of verkeerd gerichte aandacht aan besteed wordt.

En voor alle kranten, sterk en zwak, geldt dat middels enkele simpele verbeteringen de kwaliteit van de vormgeving aanmerkelijk verhoogd zou kunnen worden.

2.2. Inhoud

In eerste instantie is gekeken naar de verhouding tussen advertentie- en redactiepagina's, ofwel: hoeveel staat erin. Vervolgens is gekeken naar aard en soort van de artikelen, ofwel: wat staat erin. Tot slot is de krant deels gelezen en is de kwaliteit van de aangeboden informatie en de gebruikte taal beoordeeld, ofwel: hoe staat het erin.

Eerst is geteld hoeveel kranten advertenties opnemen; dat zijn er 169 van de 220, dat is 76 % (vergelijk enquêteverslag 1, tabel 7: 77,1 %). De verhouding redactie- en advertentiepagina's kan gesteld worden op 64 redactiepagina's tegen 36 advertentiepagina's, ofwel per redactiepagina 0,6 advertentiepagina.

De tabellen 1, 2 en 3 geven weer in hoeveel procent van de kranten een of meer artikelen van de aangegeven soort voorkomen.

Opvallend zijn zeker de hoge percentages voor de diverse agenda's van activiteiten (tabel 2). En in tabel 3 valt op dat de helft van de kranten sportuitslagen publiceert. Opvallend weinig aandacht krijgen buitenlanders en uitkeringsgerechtigden (tabel 1) en ook aan juridische, sociale en allerlei consumentenzaken wordt weinig aandacht besteed (tabel 2). Tabel 3 geeft weer hoeveel kranten zogenoemde recreatieve rubrieken opnemen. Het valt op dat ruim de helft sportuitslagen publiceert.

Welgeteld 2 kranten plaatsen artikelen in het Turks en maar 1 artikelen in het Marokkaans. Andere talen komen helemaal niet voor. Ook dialect wordt weinig gepubliceerd, slechts 12 kranten (5,5 %) hebben daar belangstelling voor.

De beoordeling van de juistheid en volledigheid van de geboden informatie bleek problematisch, waar die informatie alleen betrekking had op het verspreidingsgebied. De diverse agenda's, reportages van gebeurtenissen en activiteiten en de sportuitslagen geven, voor zover een buitenstaander daar zicht op heeft, een zeer volledige indruk. Dat wijst erop dat de kranten een vooraanstaande positie innemen als het gaat om dit soort informatieverstrekking. Informatie die niet alleen het verspreidingsgebied betreft is meestal summier gehouden; kort en kernachtig. Van 12 bladen kan gezegd worden dat zij

TABEL 1: inhoud categoriale rubrieken

kinderen 0 -12	28,2 %
jeugd 12 - 18	15,0 %
vrouwen	14,1 %
mannen	3,2 %
buitenlanders	0,9 %
uitkeringsgerechtigden	5,9 %
bejaarden	18,2 %
diversen	50,0 %

TABEL 2: inhoud thematische rubrieken

huurdersaangelegenheden	4,1 %
woningverbetering	7,3 %
woonomgeving	25,0 %
verkeer	10,0 %
onderwijs	14,5 %
juridische en soc. zekerheid	8,2 %
consumenten informatie	8,6 %
gezondheidszorg	12,3 %
agenda sociaal cultureel	74,1 %
agenda sport en spel	71,4 %
informatie overheid	49,5 %
informatie agenda overigen	61,0 %
column	20,5 %
poëzie/literatuur	25,0 %
koken	9,5 %

TABEL 3: inhoud recreatieve rubrieken

1 puzzel	13,6 %
meerdere puzzels	14,1 %
speltips recreatief	26,4 %
speltips educatief	10,5 %
uitslagen kaarten	10,9 %
uitslagen sport	52,3 %
patronen	0,0 %
humor	14,1 %

een duidelijke politieke identiteit hebben. 45 Bladen zijn vooral een geestelijke of kerkelijke stroming toegedaan. Aan dit laatste cijfer kan niet al te veel gewicht toegekend worden. Bij de selectie van buurt-, wijk- en dorpskranten zijn de pure parochieblaadjes in eerste instantie uitgesloten.

In een dissertatie uit 1973, handelend over vijf dorpskranten in het Oldambt, wordt over de schrijfstijl van één krant gezegd: "(...) zakelijk en vaak ambtelijk waar het de informatie betreft en overdreven en oubolig waar het gaat om de meer onderhoudende kopij". En in het artikel over wijkkranten in 'Jeugdwerk Nu' van 14 april 1975 verzuchten de schrijvers: "(...) het is geen pretje geweest om zo'n 75 van die kranten door te worstelen. Er was weinig bij dat je geestdriftig door en verder liet lezen. In het merendeel stijgt een verstikkende walm van kneuterigheid op." In deze analyse wordt niet gepretendeerd zinvolle uit-

spraken te kunnen doen over de kwaliteit van andermans proza. Tenslotte formuleert iedereen op eigen wijze en dat moet zo blijven. Wat betreft aantoonbare spel- en taalfouten valt op dat deze niet méér of minder voorkomen dan in andere geschreven media.

Samenvattend kan van vijf van de tien kranten gezegd worden dat het een inhoudelijk redelijk tot zeer goede krant is. Trefwoorden daarbij zijn: voorziet in een behoefte, veelzijdige verslaglegging, vrolijk, aansprekend geschreven. De overige stellen inhoudelijk minder voor, vaak kan geen structuur aangewezen worden, is de informatie zeer summier en zijn de redactionele bijdragen rommelig of ronduit slecht geschreven.

De kranten van deze kleinere gemeenschappen lopen voorop in informatieverstrekking aangaande activiteiten en gebeurtenissen. Het is alleszins denkbaar dat de krant wat dat betreft in een leemte voorziet. Een regionaal dagblad, commercieel huis-aan-huis blad of een regionale radiozender vindt het niet de moeite waard plaats en tijd in te ruimen voor, om maar wat te noemen, het dorp Dwarstraat.

3. Gegevens van de kranten uit gemeenten met meer dan 25.000 inwoners

Van de redacties in gemeenten met meer dan 25.000 inwoners zijn 209 kranten ontvangen. In totaal zijn 398 redacties geënuquêteerd, hieruit volgt dat 52,5 % daarvan haar krant heeft ingestuurd. In het enquêteverslag 2 wordt geraamd dat circa 55 % van alle bestaande kranten is ondervraagd. Daaruit volgt dat in deze analyse bijna een derde van alle kranten is verwerkt.

3.1. Vorm

Opnieuw is eerst de kale verschijningsvorm bekeken. 87 Kranten hebben formaat A4 (41,6 %), 72 A5 (34,5 %, inclusief A4 gevouwen) en 50 stuks (23,9 %) een ander formaat. Op de enquêtevraag naar het formaat antwoordde 41 %: A4, 31,9 %: A5, 4,5 %: folio en 22,4 %: anders. De laatste groep bestaat grotendeels uit kranten die, qua grootte, veel op een dagblad lijken. Vooral in de grote steden is dit veelvuldig het geval.

Bij 148 bladen (70,8 %) is sprake van off-set, 35 keer stencillen (16,7 %) en 26 keer copieren (12,5 %). Slechts 6,7 % van de kranten wordt niet huis-aan-huis verspreid, 93,3 % dus wel. De bij de enquête gevonden waarde voor huis-aan-huis verspreiding is 86,7 % (zie enquête 2, tabel 2). Bij deze groep kranten zijn vormgeving en vooral druk vaker in handen van vakmensen gelegd. En dat is ook zichtbaar. Vrijwel alle kranten hebben een verzorgde en degelijke lay-out.

In 45,5 % worden foto's geplaatst, 85,2 % tekeningen en in 38,3 % beide.

De bij de analyse van kranten uit gemeenten met minder dan 25.000 inwoners geplaatste kanttekeningen ten aanzien van foto's en tekeningen kunnen hier onverkort worden overgenomen. Opvallend is dat in deze groep veel meer kranten proberen te lijken op een dagblad. Dus een groot formaat, opmaak in kolommen, koppen van kranteletters enzovoorts. Dit komt vooral voor in de grote steden.

Samenvattend kan geconcludeerd worden dat negen van de tien kranten een redelijk tot zeer goede vormgeving hebben. En van de overige is de lay-out eigenlijk alleen slordig en rommelig. Ook hier geldt weer dat met weinig middelen veel verbetering mogelijk kan zijn. Te denken valt aan scheidinglijnen tussen de kolommen, betere in-

TABEL 4: inhoud categoriale rubrieken

kinderen 0 -12	66 %
jeugd 12 - 18	56,9 %
vrouwen	45,5 %
mannen	28,7 %
buitenlanders	15,8 %
uitkeringsgerechtigden	13,4 %
bejaarden	42,3 %
diversen	73,2 %

TABEL 5: inhoud thematische rubrieken

huurdersaangelegenheden	19,6 %
woningverbetering	27,3 %
woonomgeving	53,6 %
verkeer	26,3 %
onderwijs	19,1 %
juridische en soc. zekerheid	11,5 %
consumenten informatie	26,3 %
gezondheidszorg	20,1 %
agenda sociaal cultureel	62,7 %
agenda sport en spel	48,8 %
informatie overheid	12,4 %
informatie agenda overigen	38,8 %
column	53,6 %
poëzie/literatuur	11,5 %
koken	19,6 %

TABEL 6: inhoud recreatieve rubrieken

1 puzzel	15,8 %
meerdere puzzels	5,7 %
speltips recreatief	68,4 %
speltips educatief	35,4 %
uitslagen kaarten	5,3 %
uitslagen sport	7,7 %
patronen	0,5 %
humor	34,9 %

deling, beter letten op contrast van foto's en tekeningen.

3.2. Inhoud

Ook hier de driedeling: hoeveel staat erin, wat staat erin en hoe staat het erin. In 137 van de kranten (65,6 %) worden advertenties gesignaleerd. Leggen we dit gegeven naast een soortgelijke uit de enquête, waar 68,1 % van de ondervraagde redacteurs zegt advertenties op te nemen, dan kan opnieuw geconstateerd worden dat de hier geanalyseerde kranten representatief genoemd mogen worden. De verhouding redactie- en advertentiepagina's is gelijk: 77 - 23. Met andere woorden op 1 redactiepagina 0,3 advertentiepagina.

De tabellen 4, 5 en 6 zijn rechtstreeks vergelijkbaar met de tabellen 1, 2 en 3. Opnieuw wordt aangegeven in hoeveel procent van de geanalyseerde kranten een of meerdere artikelen van de aangegeven soort voorkomen.

In tabel 4 valt de grote aandacht voor kinderen en vrouwen op. Het is een ervaringsgegeven dat de 15,8 % van de bladen die over of voor buitenlanders publiceren voornamelijk in de grotere steden gezocht moeten worden.

Uit tabel 5 blijkt dat wonen in al zijn aspecten, een belangrijk onderwerp voor een groot deel van de kranten is. Er wordt minder nieuws over activiteiten en allerlei gebeurtenissen opgenomen dan in de andere groep kranten. Kennelijk kan deze informatie ook via andere media, regionale bladen of omroepen verkregen worden. Tabel 6 geeft de verstrooiende elementen weer: veel tips, weinig sportuitslagen.

Uit de inhoud van 66 (31,6 %) van de kranten spreekt een politieke identiteit. En in 31 kranten (14,8 %) is een kerkelijke identiteit aanwijsbaar; het betreft meestal gecombineerde wijk- en parochieblaadjes.

De meeste kranten berichten zowel over gebeurtenissen in het verspreidingsgebied als over allerlei zaken die daarbuiten spelen. Deels is die informatie oppervlakkig, maar vrijwel altijd begrijpelijk geschreven en relevant.

Samenvattend kan van acht van de tien kranten gezegd worden dat het een inhoudelijk redelijk tot zeer goede krant is. Waarbij de trefwoorden zijn: afwisselend, voor iedereen wat, uitgediepte en nuttige informatie, belangwekkende onderwerpen. De overige stellen inhoudelijk minder voor; soms wordt vrijwel alleen kerkelijk nieuws opgenomen, of alleen advertenties, enkele bladen worden volgeschreven met uiterst oppervlakkige onderwerpen.

4. Samengevoegde gegevens

In de hierna volgende tabellen is het cijfermateriaal van de beide delen van de analyse gecombineerd. De tabellen worden zonder nadere toelichting gepresenteerd. Alleen deze opmerking: de nummers 6 t/m 9 zijn direct vergelijkbaar met de tabellen 1 t/m 3 uit het eerste deel en 4 t/m 6 uit het tweede deel.

5. Algemene karakteristieken

Er bestaat geen ideale dorpskrant, geen voorbeeldige wijkkrant en geen volkomen buurtblad. De eerste die dat kunnen beamen zijn de redacteuren. Het maken van zo'n krant is een aaneenschakeling van geslaagde en mislukte pogingen tot verbetering en verdieping van vorm en inhoud. En dat meestal met minimale middelen. Dat is dan ook het eerste en wellicht belangrijkste gemeenschappelijke kenmerk. De beperkte financiële ruimte reduceert de mogelijkheden. Zo wordt gekozen voor een goedkope papiersoort van een gangbaar formaat, komen alleen de goedkopere drukvormen in aanmerking en moet het kleurgebruik beperkt blijven tot één steunkleur, eventueel alleen op de omslag. Het opnemen van advertenties is evenzeer financieel noodzakelijk, het betreft daarbij in het woongebied gevestigde kleine en middelgrote bedrijven.

De redactionele belangstelling gaat op de eerste plaats uit naar gebeurtenissen in het verspreidingsgebied van de krant of de gemeente waar het deel van uitmaakt. Een zo volledig mogelijke activiteitenagenda vormt de spil daarvan. Allerlei informatieve artikelen op consumentengebieden, deels korte mededelingen, komen getalsmatig op de tweede plaats. Puzzels, tips, tekeningen, kinderpagina's worden gebruikt als opvulsel en om de krant voor zoveel mogelijk mensen en leeftijdsgroepen aantrekkelijk te maken.

Veel van de in de krant aangeboden informatie kan moeilijk verkregen worden via andere kanalen. De gerichtheid op een belangstelling voor het eigen verspreidingsgebied betekent een mate van volledigheid in berichtgeving die door andere media niet overtroffen kan worden.

6. Ten voorbeeld

Het is nu mogelijk iedere willekeurige buurt-, wijk- of dorpskrant te vergelijken met de algemene karakteristieken zoals hierboven geformuleerd. Dat die karakteristieken niet bedoeld zijn als kwaliteitscriterium is reeds opgemerkt.

Als voorbeeld is voor de Wijkkrant Waterkwartier uit Nijmegen zo'n vergelijking gemaakt. Elders in deze M.O. staat een interview met twee leden van de redactie van die krant. In dat interview wordt de krant tevens kort beschreven.

TABEL 7: inhoud categoriale rubrieken

kinderen 0 - 12	46,6 %
kinderen 12 -18	35,4 %
vrouwen	29,4 %
mannen	15,6 %
buitenlanders	8,2 %
uitkeringsgerechtigden	9,6 %
bejaarden	30,1 %
diversen	61,3 %

TABEL 8: inhoud thematische rubrieken

huurdersaangelegenheden	13,8 %
woningverbetering	17,0 %
woonomgeving	38,9 %
verkeer	17,9 %
onderwijs	16,8 %
juridische en soc. zekerheid	9,8 %
consumenten informatie	17,2 %
gezondheid	16,1 %
agenda sociaal cultureel	68,5 %
agenda sport en spel	60,4 %
informatie agenda overige	50,1 %
column	36,6 %
poëzie/literatuur	18,4 %
koken	14,6 %

TABEL 9: inhoud recreatieve rubrieken

1 puzzel	14,7 %
meer puzzels	10,0 %
speltips recreatief	46,8 %
speltips educatief	22,6 %
uitslagen kaarten	5,8 %
uitslagen sport	30,5 %
patronen	0,2 %
humor	24,2 %

De Wijkkrant Waterkwartier wordt professioneel gedrukt (off-set), maar niet gezet. Het formaat is A4 gevouwen, dus één pagina is even groot als A5. De lay-out is verzorgd, maar niet altijd consequent. Zo wordt niet op alle pagina's gelijk aangelijnd. Er worden zowel foto's als tekeningen opgenomen. De kwaliteit van de foto's zou beter kunnen; het zijn nu tamelijk donkere afdrukken. Beter rasteren kan dat verhelpen. Op voor- en achterpagina wordt een steunkleur gebruikt.

Inclusief omslag telt de krant 32 pagina's, waarvan 5 gevuld zijn met advertenties, 2 blanco (de binnenkant van de omslag), 1 het colofon bevat en 2 gevuld zijn met belangrijke adressen en telefoonnummers; blijven 22 redactiepagina's over. Daarvan zijn 12 pagina's wijkgericht en 10 niet specifiek wijkgericht. In de onderzochte editie komen vrijwel alle categorieën bevolkingsgroepen aan bod, behalve buitenlanders. Veel van de wijkgerichte informatie betreft activiteiten van het buurthuis. De niet-

wijkgerichte informatie betreft onder andere: woonlasten, belangenvereniging WAO/AAW, voorlichtingscampagne over veiligheid.

Recreatieve rubrieken worden vrijwel niet opgenomen. Het taalgebruik is zonder meer goed te noemen en de tekst is vrijwel foutloos.

De Wijkkrant Waterkwartier is zowel vorm-

technisch als inhoudelijk goed. De krant wordt op verzorgde wijze uitgegeven en is inhoudelijk gevarieerd; vooral compleet voor wat betreft de wijkgerichte informatie. De krant is degelijk zonder in saaiheid te vervallen. De aantrekkelijkheid zou ver-groot kunnen worden door meer rubrieken met 'humor', 'tips', eventueel puzzels enzo-voorts op te nemen. ■

Wetenschapswinkel maakt handleiding voor lezersonderzoek

Er verschijnen in Nederland talloze kleinschalige bladen. Daaronder zijn meer dan duizend wijk- of buurtbladen. Er is vrijwel geen enkele gemeente waar bij de bewoners niet een of ander wijk- of buurtblad door de bus glijdt.

Een van de belangrijkste kenmerken van deze bladen is dat zij voornamelijk gemaakt worden door vrijwilligers. Het maken van een blad is niet altijd zonder problemen. Een redactie van een kleinschalig blad beschikt echter niet, zoals dat bij grote media het geval is, over een professionele onderzoeksafdeling. De redactie moet alles zelf doen. Zijn er problemen, dan moet zij zelf proberen deze op te lossen. Dit lukt niet altijd.

Wetenschapswinkels

Het komt regelmatig voor dat een redactie naar een wetenschapswinkel stapt voor hulp bij de aanpak van een probleem. Zij wil een onderzoek. Verspreid over het land zijn er momenteel 15 wetenschapswinkels. Dit zijn universitaire instellingen die op allerlei gebieden onderzoek doen voor maatschappelijke groeperingen. Een van de voorwaarden is dat deze groepen niet over voldoende geld beschikken om betaald onderzoek te laten verrichten. Onderzoek wordt dan ook door wetenschapswinkels gratis of tegen een kleine vergoeding voor hen uitgevoerd.

Wetenschapswinkels doen bijvoorbeeld onderzoek voor milieugroeperingen, werknemersorganisaties, patiëntenorganisaties en bewonersorganisaties.

Enkele redacties van kleinschalige bladen hebben in het verleden de wetenschapswinkel in Nijmegen gevraagd om een lezersonderzoek. Hierbij waren ook redacties van wijkbladen.

Een redactie van een wijkblad wilde weten of haar blad gelezen werd. Redactieleden vonden het frustrerend maandelijks veel tijd in het blad te steken zonder te weten of het ook gelezen wordt. Zij hoorden zelden iets van de wijkbewoners.

Uit gesprekken die de Wetenschapswinkel met de redactie had bleek er echter meer aan de hand te zijn dan alleen onbekendheid met het lezerspubliek. Er waren ook ernstige interne problemen, de redactie functioneerde slecht. Er waren nauwelijks afspraken over wie wat moest doen. Er was vaak onenigheid over wat wel en wat niet in het blad moest worden opgenomen. Bovendien was er een voortdurend tekort aan redactieleden. Oorspronkelijk klopte deze redactie aan

voor een lezersonderzoek. Het had echter weinig zin om op zo'n moment met een dergelijk onderzoek te beginnen. Eerst moesten de interne problemen aangepakt worden.

Handleiding

De Nijmeegse wetenschapswinkel heeft naar aanleiding van de vragen van de verschillende redacties een handleiding gemaakt, waarin wordt beschreven hoe redacties van kleinschalige bladen zelf hun problemen systematisch kunnen analyseren en aanpakken. Daardoor hoeven zij niet afhankelijk te zijn van deskundigheid van buitenaf.

Deze handleiding geeft een aantal stappen die een redactie moet zetten om te kunnen beslissen of een lezersonderzoek een goede aanpak is, dan wel of er iets anders moet worden gedaan.

In het kort zal een overzicht gegeven worden van wat dit stappenplan inhoudt.

Redactioneel beleidsplan

De bron van veel problemen bij een wijkblad is het ontbreken van een duidelijk redactioneel beleidsplan. Vaak is slechts vaag geformuleerd welke kant de redactie met haar blad uit wil. Vooral als een redactie bestaat uit een sterk wisselende groep vrijwilligers, die steeds iets anders met het blad voor ogen hebben, zorgt een beleidsplan voor continuïteit.

Een beleidsplan moet voorkomen dat het blad richtingloos gaat rondrijven. Het biedt de uitgangspunten voor hoe het blad gemaakt wordt en kan als toetssteen dienen als er zich problemen voordoen.

In het beleidsplan moet de redactie duidelijk formuleren wat haar doel met het blad is. Als zij bijvoorbeeld met het blad de wijkbewoners wil activeren, wat bedoelt zij dan precies. Wil zij een verhoging van de organisatiegraad binnen de wijk, wil zij een grotere deelname aan wijkactiviteiten of wil zij dat er meer gebruik wordt gemaakt van wijkvoorzieningen?

De redactie moet in haar beleidsplan ook formuleren voor wie zij het blad maakt.

Voor alle wijkbewoners of stelt zij prioriteiten? Geeft zij voorrang aan een bepaalde groep in de wijk of niet?

Als zij de doelstellingen en de doelgroep heeft geformuleerd moet de redactie aangeven met welk soort artikelen zij het blad wil vullen. En: hoe is de organisatie van de redactie? Wat is de gewenste samenstelling en hoe gaat zij te werk?

De antwoorden op deze vragen moeten worden vastgelegd in het beleidsplan. Staat het plan op papier dan heeft de redactie een goede leidraad waarmee zij het blad kan maken en waaraan het functioneren van de redactie getoetst kan worden. Vaak blijkt dat het duidelijk formuleren van een beleidsplan al probleemoplossend kan

werken omdat het de redactieleden dwingt heel nauwkeurig alles op een rijtje te zetten.

Probleemanalyse

Blijft het probleem bestaan, dan moet de redactie zich er op bezinnen wat het probleem precies is. Vaak komen problemen voort uit vage ongenoegens en is het moeilijk om de vinger op de werkelijk zere plek te leggen. Voordat de redactie besluit om met een onderzoek te beginnen moet zij een probleemanalyse maken. Hierbij wordt het beleidsplan als uitgangspunt genomen. De probleemanalyse moet een aantal vragen beantwoorden: wat is er werkelijk aan de hand? Hoe komt dat? Wat kan er aan gedaan worden?

Op grond van de beantwoording van deze vragen kan de redactie bepalen of zij er nu toe kan overgaan het probleem aan te pakken, of dat daar nog meer informatie voor nodig is.

Is dat laatste het geval dan moet er onderzoek gedaan worden. Maar wat voor soort onderzoek?

Als er sprake is van interne problemen die bijvoorbeeld te maken hebben met de organisatie van de redactie, dan heeft het weinig zin om informatie in te winnen bij het publiek. Lezersonderzoek heeft alleen zin als uit de probleemanalyse duidelijk is gebleken dat het probleem direct te maken heeft met de onbekendheid met het publiek.

Lezersonderzoek

De redactie moet nu bepalen op welke manier zij bij het lezerspubliek informatie wil inwinnen en welke vragen zij wil stellen. Hierbij moet zij afwegen wat wel en niet tot de mogelijkheden behoort.

Een uitgebreid lezersonderzoek kost veel tijd. Je moet er mensen voor kunnen vrijmaken. Wil men aan veel lezers een groot aantal vragen voorleggen, dan moet men waarschijnlijk interviewers aantrekken. Ook zal een lezersonderzoek geld kosten. Hoeveel kan de redactie daarvoor uittrekken?

Voordat de redactie besluit om een lezersonderzoek uit te gaan voeren moet zij dus een aantal stappen zetten. Zij moet een beleidsplan formuleren, een probleemanalyse maken, waaruit moet blijken dat het probleem direct te maken heeft met onbekendheid met het lezerspubliek en zij moet afwegen wat haar mogelijkheden zijn om een onderzoek uit te voeren.

De laatste stap tot het uiteindelijk doen van een lezersonderzoek is het maken van een uitgebreide onderzoeksopzet. Het grootste deel van de handleiding is hieraan gewijd. Puntsgewijs wordt ingegaan op wat een goede onderzoeksopzet moet bevatten. Er wordt onder andere beschreven hoe de re-

dactie de mensen kan kiezen bij wie zij informatie wil verzamelen (het trekken van een steekproef), welke manieren er zijn om vragen te stellen en wat de voor- en nadelen ervan zijn (schriftelijk, telefonisch en mondeling), hoe zij een goede vragenlijst kan maken en hoe zij de gegeven antwoorden op de vragen kan verwerken.

De handleiding zal in mei verschijnen onder de titel: "De redactie op de lichtbak, een handleiding voor lezersonderzoek". In de handleiding zijn reacties verwerkt die verschillende redacties hebben gegeven op het concept ervan. De prijs is nog niet bekend, maar zal waarschijnlijk tussen de 15 en 20 gulden komen te liggen.

Harry van den Bergh

De handleiding kan, liefst schriftelijk, besteld worden bij de Wetenschapswinkel Nijmegen, Bijleveldsingel 70, 6501 BM Nijmegen, tel. 080-515450. ■

Uit een wijkkrantenonderzoek in 1975

Hoewel de landelijke aandacht voor de dorps-, buurt- en wijkbladpers nogal tegenvalt, vallen er op gezette tijden wel initiatieven waar te nemen om deze beter in het vizier te krijgen. Soms – zoals in Amsterdam – blijft dat beperkt tot een inventarisatie van deze bladen, mede met het oog op mogelijkheden voor de Gemeentelijke voorlichting stukken geplaatst te krijgen. In een ander geval – Nijmegen – wordt een verdergaand onderzoek verricht. En bij uitzondering – in Rotterdam – heeft enkele malen een vergelijkend (waren-)onderzoek onder de grootstedelijke buurt- en wijkbladen plaatsgevonden.

Het laatste landelijke "vergelijkend warenonderzoek" vond plaats in 1975, toen het inmiddels verdwenen blad JN-Jeugdwerk Nu (14-4-1975) een uitgebreide analyse maakte en een recensie gaf van haar Top-8. Een lijst die werd aangevoerd door de Wijkkrant Klarendal uit Arnhem, gevolgd door respectievelijk: Nieuwsbrief voor de wijk Landlust – Bos en Lommer uit Amsterdam, het Nijmeegse BenedenstadsNieuws, Wijkwijzer van de Rotterdamse wijken Fijenoord en Noordereiland, de Amsterdamse Oud-West-krant, De Vrangendaeler uit het Sittardse, Nieuw Zaandam uit de stad met dezelfde naam en tot slot de Haagse Schilderswijk.

Een top-lijst die de redactie van JN selecteerde uit een analyse van 63 door hen bestudeerde wijkbladen.

In het begeleidend hoofdartikel schreven de JN-redacteuren ook nog een wat cynische brief aan de Minister van CRM, die zij hooghartige bla-bla verweten met zijn media-nota's, waarin hij met financiële injecties de dagbladers en daarmee "pluriformiteit" en "democratisch gehalte van de samenleving" wil opkrikken, onder het voorbijgaan (ook toen al) de Haagse Post f 1.800.000,- florijnen toestoppend (hetgeen naar bekend leidde tot de uitvinding van de "Nieuwe Vrijgestelden"). Wat misprijzend stelde de JN-redactie vast dat voor dit schone bedrag zo'n dikke 60 prima wijkkranten een heel jaar kunnen bestaan. Verbijsterd tonen zij zich over het feit dat de Minister inmiddels wel lokale TV zat te subsidiëren: een waanzinnig duur medium, dat volgens JN zeker minder effectief is. Er is inmiddels weinig veranderd: nog steeds regeren de "grote getallen", maar – en dat is een troost – iets anders is evenmin veranderd: het bestaan van een zeer geschakeerde dorps-, buurt- en wijkbladenpers. ■

"Nijs oet 't ol Loug"

Wie zong bij het ontstaan van het Veerse Meer: "Het gat is dicht, de haven ligt voor jo-ho-ker; voor jo-ho-ho-ker?" Wie verleidde een eendje te gaan "zwemmen in de zee"? Wie prees een vers ei aan met de woorden: "Hier heeft U een jong leven voor zestien cent of meer. En namens de ouders: smakelijk eten meneer".

En wie concludeerde ten aanzien van dorpskranten: "Deze transitieve functie, die een combinatie is van "aanpassing aan" en "integratie in" zouden wij in het geval van deze dorpskranten willen omschrijven met de intrinsieke begrippen als zelfbevestiging en identificatie of vereenzelviging, omdat het in vele gevallen gaat om aanpassing van de zender zelf."

Het is in alle gevallen Jaap Fischer. Inderdaad: de liedjeszanger. Bekend geworden met zijn – begin jaren zestig opgenomen – licht-poëtische, cynische en relativierende teksten, met onvaste stem voorgedragen onder begeleiding van de, in die dagen, verplichte akoestische gitaar. Maar ook dr. J.H.F. Fischer, die in 1973 zijn graad in de Sociale Wetenschappen verkreeg met een dissertatie getiteld: "Vijf dorpskranten in het Oldambt, Nijs oet 't ol Loug".

Fischer, indertijd werkzaam als staffunctionaris regionale samenlevingsopbouw in Oost-Groningen, stelde als doel de plaats en functie van "de dorpskrant in de samenleving" nader te bepalen en te onderzoeken of inzicht in dorpskranten inzicht in de lokale samenleving betekent.

Hij probeerde dat doel te bereiken door uiterst nauwkeurig vijf dorpskranten in het

Oldambt, een akkerbouwgebied in Noord-Oost Groningen te beschrijven. Zijn onderzoeksmethode is gebaseerd op waarnemen en het moet gezegd worden: hij heeft waargenomen! Niets ontsnapte aan de minitieuze vorsende blik van de part-time wetenschapper. Geschiedenis, oplage, de financiën, doelstellingen, verspreiding, enz. Hij heeft van iedere krant een complete jaargang beklopt, besnuffeld en berekend wat de verhouding tussen de onderwerpen "handel en nijverheid" en "feesten en plechtigheden" is. Hij heeft secuur bekeken in hoeverre redactievergaderingen eigenlijk gezellige bijeenkomsten genoemd moeten worden, want: "Op de copij-avond wordt naast koffie soms ook bier of sherry geschonken. Eten en drinken geschiedt voor rekening van de krant."

Daarenboven sleept Fischer de nodige sociologische rim-ram erbij om aan te tonen dat een "territoriale groepering" beschouwd kan worden "als te zijn opgebouwd uit een aantal onderscheiden niveaus van territoriale groeperingen, die ieder op zichzelf weer zijn opgebouwd uit sub-systemen." Dit laatste wordt verduidelijkt middels een tekening waaruit alleen maar blijkt dat hij nog beroerder tekende dan zong.

Maar wat Fischer wel heel scherp zag is dat, in zijn geval, dorpskranten een typisch en uitzonderlijk medium vormen. Op publiek gebied vanwege de vaak kosteloze huis-aan-huis verspreiding en de positionering naast de grote media-broertjes radio, tv en dag- en weekbladenpers.

En maatschappelijk als een boven de dorpsvereniging, gemeente en kerk uitstijgende, verbindende factor, die van onschatbare betekenis kan zijn voor ieder woongebied, zij het dorp, buurt of wijk. Naar verluidt is ene Joop Visser inmiddels in de muzikale voetsporen van Jaap Fischer getreden. Van de doctor in de Sociale Wetenschappen is geen opvolger bekend.

Luc Boss ■

