Op weg na ’n sensasionele populistiese gemeenskapspers?

Towards a sensational populist community press?

Johannes D. Froneman
Skool vir Kommunikasiestudies, Noordwes-Universiteit, Potchefstroom
jd.froneman@nwu.ac.za

Johannes Froneman

Johannes Froneman is professor in kommunikasie aan die Noordwes-Universiteit (Potchefstroomkampus) waar hy mediaverwante modules aanbied. Hy stel veral belang in die waardedimensie van die joernalistiek, asook Afrikaanse mediageskiedenis. Laasgenoemde belangstelling vind onder meer neerslag op die webblad mediamense.co.za, waarvan hy die uitgewer-redakteur is. Voor sy akademiese loopbaan was hy ’n joernalis, onder andere as redakteur van die *Paarl Post* en van *Beeld* se gemeenskapskoerante in Pretoria.	**Johannes Froneman** is professor of Communication at the North-West University (Potchefstroom Campus) where he teaches media related modules. He is particularly interested in the value dimension of journalism, as well as Afrikaans media history. The latter finds expression on the web page mediamense.co.za, which he publishes and edits. Before becoming a lecturer, he was a journalist, editing amongst others the *Paarl Post* and *Beeld*’s community newspapers in Pretoria.

ABSTRACT

Towards a sensational populism in the community press?

This article examines recent changes made to the front-page of the 104 year old Potchefstroom Herald *(the* Herald*) as these represented a significant break from the conservative typography and news agendas of the past. The* Herald *has seemingly shifted towards a tabloid style or sensational journalism (which includes strong typography and an emphasis on the dramatic and emotional).*

In order to contextualise the Herald*’s changes and ascertain whether the said more sensational style has become a general trend amongst South Africa’s community newspapers, a number of leading community newspapers are also briefly examined.*

This is done against the backdrop of the success achieved by daily and Sunday tabloids, for example the Daily Sun *and* Son*. The question is posed whether the once conservative community press is headed in the same direction.*

A qualitative analysis is made of the size and prominence of headings and photographs, the news agenda and other front-page style elements of the Herald *and other community newspapers, such as the populist* Vaal Weekly, Vaalweekblad *and* Western Sun*; the semi-populist* Polokwane Observer *and* Northern Review*; the more traditional papers with some populist elements, such as the* Lowvelder, Tygerburger, Eikestadnuus, Paarl Post *and* Worcester Standard*; and the more traditional* Sandton Chronicle *and* Roodepoort Record.

Based on this analysis, it is concluded that the 2010 Herald *was quite unique with regard to its tabloid-style, stacked headlines punting stories of crime, accidents and the bizarre.*

As the sensational populist style of the Herald*'s front-page was not continued on the inside pages, the newspaper had a dualistic character. The newspaper could, therefore, not be described as a true tabloid. However, it is argued that the* Herald *made a fundamental shift away from a more sober approach to community journalism. (Subsequently, the* Herald *has reverted back to a more eclectic approach, which utilises all the recent styles.)*

While the Herald *has gradually shifted to a sensational populism, its circulation figures grew markedly – from just above 7 000 in 2007 to 9 000 in 2010. However, the editor denies that the editorial changes were due to managerial pressure. He also emphasises that the newspaper was sensitive to readers' preferences.*

Although the study shows that a number of other community newspapers had become populist to some extent, most newspapers did not follow the Herald*'s combination of typography and populist news agenda in 2010. It was notable, though, that many of the leading community newspapers incorporated populist elements on their front-pages.*

It is argued that while commercial and other pressures are real, community newspapers should carefully distinguish between blatant sensationalism on the one hand and lively populism on the other. Should they ignore this distinction, they run the risk of losing their traditional readers. Furthermore, questions could be raised regarding the tabloidisation of the community press, as it could put the newspapers' trustworthiness at risk.

KEY WORDS: *Potchefstroom Herald*; community newspapers; tabloidisation; sensational populism; qualitative analysis of front-pages; break with conservatism; trustworthiness

TREFWOORDE: *Potchefstroom Herald*; gemeenskapskoerante; sensasionele populisme; kwalitatiewe analise van voorblaaie; wegbreek van konserwatisme; geloofwaardigheid

OPSOMMING

Die 104-jaaroue *Potchefstroom Herald* (die *Herald*) se verandering in voorbladstyl word hier ondersoek omdat dit tekens toon van sensasionele populisme (wat visueel sterk tipografie en 'n swaar klem op die dramatiese en emosionele insluit).

Om die *Herald* in breër konteks te plaas, word ander toonaangewende gemeenskapskoerante ook ondersoek om vas te stel of genoemde populisme 'n algemene neiging by Suid-Afrikaanse gemeenskapskoerante is.

Uit die kwalitatiewe analise van die *Herald* se voorblaaie blyk dit dat die blad in sy 2010-gedaante besonder was: die voorbladontwerp en agenda het wesenlike ooreenkomste met dié van die sensasionele poniepers getoon, maar die binneblaaie het die styl van 'n konvensionele gemeenskapskoerant gehad. In die lig van dié dubbelslagtige benadering, kan die koerant in sy 2010-gedaante nie voorkomsgewys as 'n volwaardige sensasieponie bestempel word nie.

Die impak van koerantvoorblaaie kan egter nie onderskat word nie. Daarom kan die neiging tot al sterker tipografie en die vestiging oor baie jare van 'n emosioneel gelaaide voorbladagenda nie gering geskat word nie. Dit verteenwoordig 'n fundamentele verskuiwing weg van 'n meer besadigde joernalistiek.

Hoewel ander gemeenskapskoerante in mindere of meerdere mate populistiese kenmerke toon, is daar tog steeds 'n beduidende aantal gemeenskapskoerante wat 'n geheel en al ander styl as die *Herald* van 2010 navolg.

Daar word hier geargumenteer dat gemeenskapskoerante fyn moet onderskei tussen ’n blatante sensasionalisme en ’n lewendige populisme ten einde hul bestaande lesers nie te verloor nie. Boonop bring dit vrae na vore oor die geloofwaardigheid van sulke koerante.

INLEIDING

Die *Potchefstroom Herald* (die *Herald*) het op 1 Mei 2008 ’n besondere mylpaal bereik toe die blad presies een honderd jaar oud geword het (Gouws 2010:1). In hierdie eeu was die *Herald* meestal ’n konserwatiewe, nuusgedrewe dorpskoerant, soos wat plattelandse koerante geneig was/ is om te wees (De Jager 1979:160-185). In haar studie oor die *Herald* se eerste eeu, merk H.S. (Lennie) Gouws egter op dat na soveel dekades waarin werklik treffende voorblaaie met prominente opskrifte en groot foto’s eerder die uitsondering op die reël was (Gouws 2010:155-158), het die *Herald* “algaande meer sensasionele berigte met groot sensasionele foto’s begin gebruik” (Gouws 2010:213). Die gebruik van “grufoto’s” (soos van lyke en bebloede ongelukslagoffers) is in 2008 deur die *Herald* self geopper toe daar oor ’n meningspeiling onder lesers berig is (Gouws 2010:212).

Intussen is weggedoen met die gebruik van volbladfoto’s en is dit in 2010 deur multi-opskrifvoorblaaie vervang. Prominente wit-op-swart opskrifte (dus wit letters teen ’n geblokte swart agtergrond) was meer dikwels oorheersend, wat die *Herald* se voorblaaie opmerklik baie na sommige sensasionele poniekoerante[1] laat lyk het (Smith 2012:addendum B; Froneman 2006; Froneman 2010a). Die groot foto’s het die konserwatiewe koerant van ouds meer lewe gegee. Dit is opvallend dat dié en die daaropvolgende veranderinge plaasgevind het sonder dat daar die afgelope dekade ’n verwisseling van eienaar was. Die koerant is sedert 1999 deel van Mooivaal Media, wat deur Media24 en Caxton besit word, nadat die koerant in 1980 deur Naspers gekoop is. Boonop is die *Herald* se redakteur, Hennie Stander, reeds sedert 1987 aan die stuur van die blad (Gouws 2010:vii, 207).

Uit ’n mediahistoriese hoek kom die volgende vrae onder meer na vore: Wat sou aanleiding kon gegee het tot die veranderinge? Hoe suksesvol was die veranderinge? En sou die *Herald* nou as ’n sensasionele gemeenskapskoerant in die styl van die *Son* en *Daily Sun* beskou kon word?

Die taamlik drastiese veranderinge aan die voorbladuitleg is binne ’n breër konteks noemenswaardig, aangesien die suksesse van die *Daily Sun* en *Son* (eers weekliks en toe ook op daaglikse basis) die perslandskap van Suid-Afrika die afgelope dekade merkbaar verander het (Smith 2012:1-3; Wasserman 2010:1, 24, 27).

Hoewel sensasionele poniejoernalistiek reeds vroeër in enkele Suid-Afrikaanse gemeenskapskoerante bespeur kon word (byvoorbeeld die *Herald* se susterkoerant die *Vaal Weekly*), was die *Herald* se skuif in dié rigting opvallender omdat dit ’n ou, gevestigde en gerespekteerde gemeenskapskoerant is (vergelyk Vosloo, soos aangehaal deur Gouws 2010:261-262). Dit laat die verdere vraag ontstaan of die *Herald* se tydgenote ook besig is om hierdie tipe populisme na te volg. Anders gestel: is daar ’n algemene neiging tot sensasionele populisme by Suid-Afrika se (weeklikse) gemeenskapskoerante te bespeur?

In die lig van bogenoemde word in hierdie artikel gepoog om die tendense in die *Herald* se tipografie en voorbladnuusagenda sedert 2007 na te speur, die redes vir hierdie veranderinge te probeer peil, en die sirkulasiesukses, al dan nie, van hierdie veranderinge vas te stel. Verder word ’n omvangryker doelwit gestel, naamlik om vas te stel of en in watter mate die Suid-Afrikaanse gemeenskapspers kenmerke van ’n sensasionele poniepers begin toon.

---

1 Die Afrikaanse woord poniekoerant word meer dikwels as sinoniem vir die Engelse *tabloid* gebruik. Hier gebruik ek liewer die term sensasionele poniekoerant as ekwivalent van *tabloid* aangesien poniekoerant eintlik net die formaat (omtrent A3) aandui. Meer oor die terme verder aan.

OMVANG EN METODE

Die veranderinge wat hier veral aandag kry, is dié wat sedert 2007 op die *Herald* se voorblad afspeel. Hoewel volbladfoto's sedert September 2007 gebruik is, word die voorblaaie sedert begin 2007 ondersoek omdat dit 'n aanloop verskaf tot die latere veranderinge. Wat die *Herald* betref, strek die studie primêr tot en met die einde van Junie 2010, terwyl gemeenskapskoerante wat ook later in 2010 verskyn het, ondersoek is ten einde die laaste van die navorsingsvrae te beantwoord.

Die *Herald* se tipografie (insluitend die gebruik van foto's) word beskryf en ontleed ten opsigte van grootte, prominensie en styl, terwyl die nuusagenda ondersoek word deur die aard en prominensie van berigte en foto's te beskryf en te ontleed. Daar word dus ondersoek ingestel na die wyse waarop die *Herald* se redaksie die belangrikste voorbladelemente in die jongste jare aangepas het om 'n groter leserskorps te probeer lok.

Wat die empiriese ondersoek betref, word in die besonder gefokus op die *Herald*-voorbladstyl van 2010: een wat meer aan 'n sensasionele poniekoerant of *tabloid* herinner as aan 'n tradisionele gemeenskapskoerant wat aanstoot liefs sou vermy het ten einde aanvaarbaar te wees vir die grootste aantal lesers (Lauterer 2006:332,333; Bradley 1997:30,32). In die lig hiervan word ook gelet op die voorbladtipografie en -nuusagendas van die koerante wat hulle vir 2010 se Sanlam/MDDA-toekennings vir die Plaaslike Media ingeskryf het. Daardeur word gepoog om vas te stel of die neiging tot 'n meer populistiese joernalistiek met sterk sensasionele trekke wydverspreid voorkom.

Die bevindinge van die empiriese ondersoek van die *Herald* se voorblaaie is met die redakteur van die *Herald* bespreek om afleidings te kontroleer en insig te verkry in redaksionele besluite.

KENMERKE VAN DIE SENSASIONELE PONIEPERS

Internasionaal het die sensasiepers 'n geskiedenis wat ver terugstrek (Smith 2012:17-23; Wasserman 2010:17-20; Botha 2009:4-12). Die term geelpers ("yellow press") word reeds lank vir die sensasiepers gebruik, maar in die jongste jare word na *poniepers* verwys wanneer *tabloids* of die sensasiepers bedoel word. In Engels is die term *tabloid* meer bekend, maar is streng gesproke ook 'n aanduiding van grootte en gekompakteerdheid. Dit het egter ingeburger geraak as term vir die sensasiepers (Froneman 2010b; Wasserman 2010:15; Botha 2009:2-4).

Die formaat van die *Herald* het in die eerste paar dekades van sy bestaan gewissel na gelang van die beskikbare drukpers, maar is, met die uitsondering van 'n jaar se uitgawes in 1975/76, sedert 1957 net in ponieformaat gedruk (Gouws 2010:89-100;126-129;165). Daar moet dus gewaak word teen 'n ongekwalifiseerde gelykstelling van poniekoerante, A3-formaat en sensasiepers met mekaar. Die ernstige weekblad *Mail & Guardian* verskyn byvoorbeeld sedert sy ontstaan as die *Weekly Mail* in ponieformaat. Aan die ander kant het sensasiekoerante in Suid-Afrika en elders ook al in groter formate verskyn, soos die Afrikaanse *Landstem* (1950–1968) van vroeër. Daarom word die woorde "sensasie-" of "sensasionele" telkens hier gebruik wanneer verwys word na die verskynsel wat in hierdie artikel ondersoek word. Daarom: sensasiepers, sensasionele koerante, sensasionele poniekoerante of sensasiejoernalistiek.

Sensasionele joernalistiek is noodwendig populisties van aard; dit is gemik op die breë, minder intellektueel ingestelde leser wat vermaak wil word (McQuail 1989:12,13). Dit moet duidelik van 'n (etiese) populisme onderskei word wat toeganklik, leesbaar, verstaanbaar, tydig en interessant is, maar *sonder* die aanvegbare eienskappe van die sensasionele poniepers (Snyman 1994:61; Froneman 2010b). Kortom kom dit daarop neer dat sensasionele joernalistiek veral dui op berigte, foto's en opskrifte waarin groot (mens sou kon sê buitensporige) prominensie gegee word aan die triviale of nietighede, emosionele en sentimentele, asook growwe sosiale afwyking – telkens ten

koste van gebalanseerde dekking van minder en meer ernstige temas (Smith 2012:25-33; Wasserman 2010:21-24; Barnard 2010).

Uiteraard verg dit ’n waarde-oordeel. Wanneer die woord *sensasioneel* so gebruik word, sluit dit nie die prominente dekking van gebeure in soos die uitslag van ’n nasionale verkiesing, die dood van ’n land se president of die val van ’n reuse-vliegtuig nie. Hierdie gebeure sal bo-aan die “intensiteitsdimensie”-skaal geplaas word, sodat dagblaaie byna outomaties daaraan groot prominensie sou gee indien dit daardie land se verkiesing, president of vliegtuig was (De Beer 1982:4-6). In uiterste gevalle, soos byvoorbeeld die 9/11-aanvalle op die World Trade Centre in New York, kan dit egter gebeur dat dié nuus internasionaal alle plaaslike nuus oorskadu.

Die sensasiepers is visueel sterk, in die sin dat groot opskrifte saam met groot foto’s gebruik word (Garcia 1993:206-217). Berigte en sinne is gewoonlik korter en eenvoudiger woorde word gebruik om lesers met ’n kleiner woordeskat nie uit te sluit nie (Wasserman 2010:23; Froneman 2006). By sommige sensasiekoerante word van sleng of groeptaal gebruik gemaak, of tale word vermeng, soos in die geval van die *Son* en *Daily Voice*, waar Afrikaans en Engels vermeng word in ooreenstemming met die taalgebruik van die koerante se lesers op die Kaapse Vlakte (Smith 2012:178; Wasserman 2010:129; Giles & Hodgson 1990:149). Kras of platvloerse woorde is nie vreemd in opskrifte nie (vergelyk *Sondag,* 4.3.2012).

Koerante kan oornag van styl verander, maar evolusionêre vernuwing en opfrissing is veiliger en word gewoonlik verkies. Daarin kan nuwe druk- en reproduksiegeriewe, nuwe redakteurs met nuwe idees en veranderende marktoestande ’n rol speel (Gouws 2010:162-166; Giles & Hodgson 1990:149; Smith, Froneman & Fourie 2009). Veral suksesvolle, gevestigde koerante verander nie sommer aan ’n wenresep nie, maar goed deurdagte veranderinge in tipografie is nie ongewoon by selfs suksesvolle koerante nie. Soos Viljoen (2011) *Volksblad* se jongste tipografiese veranderinge verduidelik: “’n Geslaagde koerant kan nooit selftevrede terugsit en op sy louere rus nie” (vergelyk ook Prinsloo 2011 en Gouws 2011). Die koerant moet voortdurend aanpas by die beste en nuutste praktyke in ’n blitsig veranderende bedryf. Vroeër het Albrecht (2009) *Rapport* se herontwerp in verband gebring met die internet en sosiale media wat ook nuus dra. Daarom die noodsaak om steeds te vernuwe. Dit geld ook die gemeenskapspers.

Buiten vir die *Herald*-redaksie se insig dat vernuwing noodsaaklik is, was bestuursdruk ook ’n moontlike rede vir die veranderinge wat by die *Herald* plaasgevind het, maar die redakteur ontken dit:

> Bestuurders kry sirkulasiedoelwitte (op grond van die begroting) wat hulle deurgee aan redakteurs, maar daar was nie regtig “druk” ... vir groei ten alle koste nie, veral nie met hoe die ekonomie die afgelope paar jaar was nie. Min koerante kon groei toon. Ons redaksie self het eerder gevoel ons wil kyk wat werk! (Stander 2010a)

Wanneer ’n koerant soos die *Herald* ’n taamlik opvallende stylverandering maak, is dit raadsaam om dit te kontekstualiseer en te let op die aanloop. Daarom word hier ondersoek gedoen na die maande wat die groot stylverandering in September 2007 voorafgegaan het.

Potchefstroom Herald
WANT THEM DEAD...? JUST CALL FRED!! CELL: 083-626-2522
PEST CONTROL
Polisieman moker 15 rowers uitmekaar
Leefruimte • Mej. Junior SA deel modewenke
HARRY'S TYRES
DIE BANDE OUENS!
STAALBEER

Potchefstroom Herald
PEST CONTROL
N12-TRAGEDIE
Ma en kleuter sterf
HARRY'S TYRES
The Garage
Bring u motor in vir ons Groot Diens
R595

Potchefstroom Herald
PEST CONTROL
Hond met kook-water verbrand 3
Verfbesmeerde vroue uit wrak gesny 3
Nuwe president vir die Luiperds 31
Mooiriver bursts its banks
HARRY'S TYRES
205/40 X 17 NEW TYRES FROM R495
225/45 X 17 NEW TYRES FROM R615
STAALBEER STEEL MERCHANTS

Die voorbladstyle van die Potchefstroom Herald *sedert 2007: rooi opskrifte (in teenstelling met die konvensionele swart), die grootfotovoorblaaie en die sensasionele poniepersvoorblaaie wat die sirkulasie verder opgestoot het* (Stander 2010a; 2010b).

DIE AANLOOP (JANUARIE 2007–SEPT 2007)

Reeds ’n geruime tyd voor die skuif na dramatiese volbladfoto’s en later na sensasionele wit-op-swart banieropskrifte het die *Herald* ’n voorbladnuusagenda (met gepaardgaande opskrifte) gehad wat kon skok. Opskrifte soos **Broers hang hul in polisiesel** (2.2.2007), **Rowers verkrag 86-jarige vrou** (23.3.2007), **Tiener skiet stiefma** (30.3.2007), **Ma (23) hang kind (3) en haarself** (27.4.2007), **Grusaam vermoor** (18.5.2007) en **Man adverteer 15-jarige vir seks** (3.8.2007) kom in die eerste maande van 2007 op die voorblad van die *Herald* voor. Hierdie en soortgelyke opskrifte verteenwoordig ’n sterk klem op misdaad, ongelukke en seks. Daarmee sluit die *Herald* aan by kenmerke van die Amerikaanse (Garcia 1993:217), Britse (Chippendale & Horie 2005: 26-32, 43,44, 83, 271,272) en Suid-Afrikaanse weergawes van dié genre (Wasserman 2010:21-23), maar dit impliseer nog glad nie dat die *Herald* in hierdie stadium as ’n volwaardige sensasieblad of *tabloid* beskou kon word nie.

Wat die aanbieding betref, het die koerant wel toe reeds wegbeweeg van ’n meestal konserwatiewe uitleg. ’n Sterk opskrif, soms in rooi (met of sonder skaduwee), ’n sterk foto en teks plus ’n tweede berig kom wel nou op die voorblad voor (vergelyk onder meer 16.2.2007; 2.3.2007; 13.7.2007; 3.8.2007). Wanneer van rooi gebruik gemaak is om opskrifte soos **Oupa verkrag 11-jarige** (17.8.2007) selfs opvallender te maak, beweeg die koerant wel na ’n styl wat aan die sensasionele poniepers herinner. In hierdie tyd verkoop die *Herald* weekliks sowat 7 500 eksemplare per week (Stander 2010b).

Stander (2010a) verduidelik sy koerant se voorbladnuusagenda soos volg:

> Misdaad verkoop (mense praat daaroor en daar is dikwels ’n sterk menslike [emosionele] sy betrokke). Dit geld ook by ongelukke en veral waar kinders/jongmense betrokke is. Dit gee ook meestal jou hardenuusfoto’s. Mense gril partykeer daarvoor, maar kyk kyk hulle. Kyk maar hoe mense by ongelukstonele stilhou.

Oor die pogings om die koerant, veral die voorblad, visueel sterker te maak, noem Stander dat hy reeds in die voorafgaande jare kennis geneem het van veranderinge elders en die noodsaak om

by te bly. Hy sê byvoorbeeld reeds in 2003 op ’n geslote byeenkoms van Naspersredakteurs: “Om met die elektroniese media te kompeteer, moet die gedrukte media groter en kleurvoller uitgelê word” (Stander 2003). Tog, erken Stander, het hy “taamlik lank ... vasgehaak by die konserwatiewe styl” (Stander 2010a). Twee faktore het veral ’n rol gespeel om “die skroewe los te maak”, naamlik ’n besoek aan Engeland (waar Stander allerlei populistiese koerante te siene gekry het) en advies van nieredaksielede, in die besonder dié van Dolf Els (in daardie stadium betrokke by redaksionele opleiding by Naspers). Els het ’n hele paar voorstelle kom implementeer by die ingebruikneming van die Pagemaker-uitlegprogram in 2004.

Stander verduidelik dat hy en ander reeds voor die verskyning van die *Son* besef het dat koerante meer visueel en berigte korter moet word as gevolg van die invloed van televisie en die internet. Hy wys ook daarop dat die *Herald* reeds voor 2007 groter foto’s begin gebruik het – partykeer selfs die hele voorblad vol:

> Ons het ’n hele paar pryse met ons voorblaaie in die Sanlam-kompetisie [vir gemeenskaps-koerante] gewen. En mens kon toe al die verkoopsyfers sien reageer. Ons kon egter nie heeltemal daarmee volhou nie, want nie alle foto’s was geskik [ten opsigte van kwaliteit en inhoud] om so groot te gebruik nie en [daarom] het ons maar bietjie teruggeval na ’n effens meer konserwatiewe styl. (Stander 2010a)

DIE GROOTFOTOVOORBLAAIE (SEPTEMBER 2007–OKTOBER 2009)

Die uitgawe van 28.9.2007 verteenwoordig ’n wesenlike verandering, aangesien die *Herald* vanaf daardie datum (tot einde 2009) byna sonder uitsondering op die voorblad ’n volbladfoto met ’n sterk opskrif publiseer, maar geen teks nie. Die voorblad word sodoende as ’n plakkaat gebruik wat die koerant adverteer – ’n erkende gebruik by poniekoerante (Moen 1989:105). “Prikkels” word tipies op so ’n voorblad gebruik om lesers na binne te lok. Afhangende van die agtergrondkleur op die foto’s is wit, rooi of swart opskrifletters gebruik, wat die dramatiese impak van die opskrifte versterk het.

’n Opvallende verandering in die opskrifstyl was die gebruik van dramatiese eenwoordop-skrifte soos **Waterdood** (26.10.2007), **Nagdrama** (25.1.2008), **Noodvlug** (30.5.2008), **Wonderwerk** (27.6.2008), **Grot-tragedie** (20.6.2008), **Polisie-moord** (19.9.2008), **Fratsdood** (26.9.2008), **Sekspark** (28.11.2008) of baie kort opskrifte soos **Sinnelose aanval** (23.10.2009). In sommige gevalle is uitroeptekens by die voorbladhoofopskrif gebruik, weer eens om die dramatiese impak te verhoog, byvoorbeeld **Nog een!** (6.6.2008), **Vasgetrek!** (5.9.2008), **‘Weg met hom!’** (31.10.2008), **Gevang!** (23.1.2009) en **Skande!** (3.7.2009).

Die aard van die voorbladnuusagenda is egter nie wesenlik anders as dit wat in die onmiddellike aanloop tot September 2007 gestel is nie. So lê die *Herald* steeds swaar klem op *misdaad,* byvoorbeeld **Skote klap** (4.7.2008), **Moord skok jeug** (22.8.2008) (al het dit op ’n buurdorp plaasgevind), **Gru-kaping** (26.9.2008), **Wreed aangeval** (30.1.2009) en **Rooftog-drama** (20.2.2009); op *ongelukke*, byvoorbeeld **Vier tragedies vir Potch** (17.4.2009); en op *gruvondste,* byvoorbeeld **Gru-vonds in kanaal** (23.5.2008). Berigte oor ’n *bonatuurlike dimensie* kom ook af en toe voor, soos **Spook laat hare rys** (16.11.2007), **Onheil in begraafplaas** (16.5.2008) en **‘Ek het geweet’** (14.11.2008), wat sterk aan die sensasiepers herinner (Wasserman 2010: 122,123,142-148).

Enkele goeienuusvoorblaaie wissel die slegte nuus soms af: **Beijing toe!** (oor die atleet Sunet Viljoen wat wel Olimpiese Spele toe gaan, 8.8.2008); **Dapper stapper** (oor ’n man wat die land plat stap vir liefdadigheid, 15.8.2008); **Eloff spring terreur vry** (oor die Noordwes-Universiteit

se visekanselier wat ’n terreuraanval in Mumbai, Indië, vrygespring het, 5.12.2008); **Potch se trots** (oor die Straatligkinders, ’n Potchefstroomse rockgroep, 20.3.2009); en **‘Ek leef weer’** (een van ’n aantal berigte waar berig is oor ongelukslagoffers met wie dit beter gaan, 19.6.2009).

Oor goeienuusstories meld Stander (2010a):

> Dit lyk of lesers self soms dink goeie nuus is nie nuus nie. Ons is baie afhanklik van lesers om goeie nuus vir ons deur te gee. Hardenuus kry ons by die polisie en ander nooddienste. Ons moet letterlik soek en vra vir goeie nuus.

’n Voorbladberig wat by laasgenoemde aansluit, verskyn op 29.8.2008 onder die opskrif **Kaalvoet na veiligheid**. Op die meegaande foto verskyn ’n 25-jarige vrou met ’n beker koffie in die een hand en met die ander hand onder haar ken. Sy kyk weg van die kamera (en maak dus nie “oogkontak” met die kamera en leser nie), wat die erge aard van ontbering versterk. Sy is deur haar “vriend” aangerand en uit die motor gegooi, waarna sy 14 km kaalvoet gestap het voordat “drie barmhartige samaritane” haar opgelaai het.

Hierdie aanbieding illustreer die sterk menslike dimensie van die *Herald* uitstekend. Die emosionele word gebalanseer deur die moed van die vrou en die goeie nuus, naamlik dat sy wel gehelp is: ’n slegtenuusberig word sodoende omskep in ’n goeienuusberig.

Ander foto’s trek die aandag vanweë die fotograaf (meestal Herman Eloff) se vernuf, die voorbladsubredakteur se deurdagte gebruik daarvan en veral die geheelindruk van die foto saam met die opskrif. So word ’n taamlik prosaïese foto van ’n misdaadtoneel binne ’n winkelsentrum ’n sterk komponent van die voorblad omdat die opskrif in rooi letters (**Skote klap**) versterk word deur die sperlint (met die woorde “SA Police Service” daarop) wat onderaan die foto behou is, al was die woorde uit fokus (4.7.2008). Die gebruik by die *Herald* dat die verslaggewer/fotograaf die uitleg met die bladsubredakteur bespreek, het wesenlik bygedra tot die goeie gebruik van die foto’s en gepaardgaande opskrifte, meen Stander (2010a). Dit klop met Garcia (1993:21-26) se sogenaamde WED-benadering, wat behels dat skryf, redigering en ontwerp op ’n geïntegreerde wyse uitgevoer word.

In sommige gevalle het die koerant op die randjie beweeg van wat aanvaarbaar sal wees vir sy sensitiewer lesers, soos met ’n foto van ’n lyk wat uit ’n kanaal verwyder word. Die opskrif **Gru-vonds in kanaal** se geldigheid is bevestig deurdat die lyk se hande duidelik sigbaar is (23.5.2008). ’n Soortgelyke foto is dié van ’n familielid wat onder ’n bedekking na die lyk van ’n vrou loer (**Fratsdood**, 26.9.2008). Hierdie soort voorblaaie het negatiewe reaksie ontlok. Volgens Stander (2010a) het lesers se besware teen “harde foto’s” meestal daaroor gegaan dat hulle nie graag wil hê hulle kinders moet dit sien nie en dat die *Herald* moet onthou dat hy ’n “gesinskoerant” is: “Ons moes daarvan kennis neem!”

In ander gevalle is gewoon van ’n baie groot gesigfoto gebruik gemaak wat die menslike dimensie beklemtoon het, byvoorbeeld dié van ’n vrou wat vermoedelik weens ’n gaslek gesterf het (**Ma sterf gasdood**, 20.6.2008), en dié van ’n glimlaggende polisievrou in uniform wat klaarblyklik deur haar man vermoor is (19.9.2008).

Soms het die koerant nie oor ’n sterk genoeg nuusfoto beskik om te gebruik nie, wat aanleiding gee tot ligte misleiding. ’n Dramatiese foto van aspirantbrandweermanne wat ’n onskadelike brand blus (as deel van hul opleiding) is by geleentheid groot op die voorblad gebruik (13.6.2008). Die koerantkoper sou waarskynlik gedink het die dramatiese foto is van ’n werklike brand.

Die sirkulasie van die *Herald* met groot voorbladfoto’s het, ondanks die besware teen die eksplisiete aard van sommige foto’s, in 2009 tot rondom 8 500 gegroei (Stander 2010b).

DIE PONIEPERSVOORBLAAIE (OKTOBER 2009–2011)

Nog ’n opmerklike stylverandering het met die uitgawe van 30 Oktober 2009 in werking getree. Die volbladfoto’s wat tot in daardie stadium op die voorblad gebruik is, het plek gemaak vir verskeie sterk opskrifte en ’n kleiner foto. Oor waarom daar weggedoen is met die sirkulasiegewys suksesvolle grootfotovoorblaaie, sê Stander (2010a):

> Die nuwe idees het voortgespruit uit klagtes toe ons die foto’s op die voorblad baie groot gebruik het – natuurlik nie as dit “sagte” foto’s was nie, maar veral die ongeluksfoto’s is partykeer maar erg. Ons moes toe soek vir ’n oplossing om steeds die hardenuusfoto’s op die voorblad te gebruik, maar dit effe te versag deur kleiner te gaan. Die ekstra ruimte wat ons só op die voorblad bekom het, het plek gegee vir óf nog ’n foto óf *teasers*.

Stander sê hy het voorstelle van die bladopmakers gevra en daar het baie goeie idees na vore gekom – “vandaar die huidige resep”. Hy voeg nog ’n praktiese rede by waarom afgesien is van die grootfotovoorblaaie, naamlik dat die druk om elke week ’n gehalte-foto te neem wat bruikbaar was, op die (klein) redaksie baie groot was (Stander 2010a).

Daarom is in die plek van die groot foto’s opvallende wit-op-swart opskrifte vir die hoofberigte gebruik. Lesers is nou gelok om die koerant te koop met ’n groep opskrifte soos **Vuiste klap oor rusie**; **Seun (14) verkrag in Trimpark**; **Op die toneel met Dana**; **Civil claims against car dealers** (almal 27.11.2009), en **Student ry hom dood teen muur**; **Boer oorleef aanval**; **Kapers doen hul voor as polisie**; **Klagte oor swak diens by hospitaal** (almal 23.4 2010). In sommige gevalle leen die veelvoudige opskrifstyl hom daartoe om ’n sterk slegtenuusopskrif met ’n goeienuusopskrif te paar, soos **Man gooi hond se oog uit** en **Nuwe hoop vir Hoëveldpark** (19.2.2010).

Die prominensie wat aan dieremishandeling en -ellendes gegee is, blyk sirkulasiegewys suksesvol te wees. Opskrifte soos **Hond met kookwater verbrand** (7.5.2010); **Koei en kalf val in graf** (14.5.2010); en **Man slaan hond dood** (18.6.2010) wissel die klem op menslike ellendes van tyd tot tyd af. Die redakteur is ondubbelsinnig hieroor: “Mense lees dit. Hulle reageer [daarop] en my mening is dat dit beslis mense trek. Dis emosie. Emosie werk altyd!” (Stander 2010a). Sy opmerking verteenwoordig ’n duidelike keuse vir ’n tipiese kenmerk van ’n sensasiekoerant.

Opskrifte wat sosiale afkeer verwoord, soos **Vuil hof walg** (5.2.2010), kan gelees word in die lig van die mening dat die sensasiepers juis dominante waardes ondersteun deur die verbreking daarvan aan die groot klok te hang (vergelyk Grabe, Zhou & Barnett, soos aangehaal deur Wasserman 2010:35). Die meer subjektiewe aard van joernalistiek wat na die sensasiestyl oorhel, kan hier bespeur word: die woord *walg* word sonder aanhalingstekens gebruik en verteenwoordig daarom eintlik ’n waarde-oordeel deur die koerant self.

Plaaslike politiek is selde op die voorblad, maar wanneer die polisie by ’n stadsraadsvergadering moet ingeryp, haal dit wel die voorblad (22.1.2010). Oor politiek op die voorblad, sê die redakteur:

> Politiek het toegeneem vanaf die nuwe bedeling omdat stadsrade toenemend polities bedryf word, maar ons is steeds versigtig daarvoor. Ons wil nie lyk of ons polities kant kies nie. (Stander 2010a)

Gemeenskapskoerante was in die verlede bekend vir hul versigtige hantering van politiek, aangesien dit ’n verdelende faktor in enige gemeenskap kan wees en dié koerante juis by uitstek samebindende faktore ondersteun het (vergelyk De Jager 1979:206-208). Die plaas van politieke berigte (sy dit oor die nasionale of meer plaaslike politiek) is juis ook een van die punte wat in die debatte oor die nuwe sensasiepers in Suid-Afrika geopper is (vergelyk Wasserman 2010:28-30).

Die nuusagenda van die *Herald* blyk dus baie dieselfde te wees as die voorafgaande twee jaar of langer, maar nou hoef die redaksie nie net een sterk berig en/of foto vir die voorblad te kies nie. Die verskeidenheid tref dan ook inderdaad 'n groter leserspubliek: die sirkulasie het sedert die gebruik van multi-opskrifvoorblaaie toegeneem van rondom 8 500 tot 9 000 plus (Stander 2010b). Stander het geen twyfel dat die voorbladontwerp " 'n baie groot (belangrikste) rol die afgelope tyd gespeel het" in die sirkulasiegroei nie. Hy meen nie dat hulle lesers verloor as gevolg van die nuwe voorbladstyl nie: "Inteendeel – ons kry nogal komplimente uit verrassende oorde" (Stander 2010a).

Terwyl die voorblad van die *Herald* ingrypende veranderinge ondergaan het, het die binneblaaie bykans onveranderd gebly. Die sterker voorblaaie is gevolglik nie met sterker binneblaaie aangevul nie. Die agterblad (wat die sterkste sportblad is) is wel met groter foto's nader aan die voorbladstyl gebring. Stander (2010a) verduidelik dit soos volg:

> Ruimte is een van ons beperkende faktore op die binneblaaie. Ons het soort van begin om dit op die binneblaaie te doen, maar dan is die druk van soveel nuus en so min plek dat ons telkens ingee en weer inprop. Dit is nie die ideaal nie, ek weet. Dit is egter nie 'n besluit om binne noodwendig konserwatief te bly nie.

Oor die gebrek aan 'n algehele herontwerp van die binneblaaie, sê Stander dit is nie uitgesluit vir die toekoms nie. Die redakteur sal egter dan moet besluit watter berigte uitgelaat moet word om plek te maak vir groter visuele elemente; of die meer prosaïese gemeenskapskoeranteberigte die gewig van sterk opskrifte sal kan dra; en of die berigte in 'n meer populistiese, selfs sensasionele, styl geskryf sal moet word om die visuele styl te regverdig. Daarmee saam kom die vraag of joernaliste daarvoor opgelei is. In die laaste instansie is daar ook die moontlikheid dat lesers wat dalk die sensasionele voorblaaie verduur ter wille van die meer sobere binneblaaie, afgeskrik sal word deur die navolg van 'n meer konsekwente sensasionele styl. 'n Antwoord daarop sou kon wees om wel meer populisties te raak (derhalwe die gebruik van al die bogenoemde stylelemente wat die lees van 'n koerant makliker en meer prikkelend maak) sonder om in 'n blatant sensasionele joernalistiek te verval of net 'n twyfelagtige klem op die bisarre en skokkende te plaas, ten koste van dit wat lesers tradisioneel in 'n gemeenskapskoerant verwag.

In hul voortdurende aanpassing by markverwagtinge en ander eise worstel die *Herald*, soos baie ander gemeenskapskoerante, om die "gemeenskap" te herdefinieer van 'n oorwegend blanke gemeenskap na een wat die politieke werklikhede van die post-1994-era weerspieël. Waar swart en wit steeds in Potchefstroom grootliks (maar beslis nie eksklusief nie) in aparte buurte woon en in vele opsigte aparte gemeenskapslewens het, is dit moeilik vir 'n koerant om hierdie werklikheid te ignoreer. Die groei in sirkulasie laat wel die vraag ontstaan of dit ten minste deels te wyte is aan 'n groter aanvaarding van die koerant by swart inwoners. Hierop antwoord die redakteur:

> Ek dink ons trek beslis meer lesers uit ons tradisionele teikenmark [wit Afrikaans- en Engels-sprekendes], maar dat meer swart mense ook die koerant koop is waar – ek weet net nie hoeveel en waarom nie. Ek vermoed dit gaan hoofsaaklik oor die advertensie-inhoud, soos bv. poste wat geadverteer word. Navorsing hieroor is nogal dringend nodig. (Stander 2010a)

GEVOLGTREKKINGS OOR DIE HERALD

Op 'n makrovlak is Wasserman (2010:47) se waarneming oor die groei in die sensasiepers belangwekkend. Hy skryf:

> The new openness towards global trends and influences after years of isolation, the influx of foreign capital into the local media market, business-friendly government policies, and the "end of ideology" created a climate in post-apartheid South Africa where commercialized media could thrive.

Belangrik is ook sy kwalifisering, naamlik dat "tabloidisation" verskillende dinge in verskillende lande kan beteken (Wasserman 2010:47). Daarby kan gevoeg word dat die onderskeid tussen 'n ongebreidelde populisme en 'n versigtiger (eties sensitiewe) populisme dit gevaarlik maak om 'n blad soos die *Herald* summier as 'n sensasiekoerant te tipeer.

In die lig van die dubbelslagtige benadering van die *Herald* (waar net die voorblad in 'n styl opgemaak word wat aan dié van sensasiekoerante herinner), kan die koerant as geheel sekerlik nie as 'n sensasieponie bestempel word nie. Dié koerant se binneblaaie volg 'n konvensionele gemeenskapskoerantstyl. Selfs al sou die binneblaaie meer populisties ontwerp word, sou ook dit nog nie van die *Herald* 'n volwaardige sensasiekoerant maak nie.

Die *Herald* se voorblaaie het wel in 2010 dikwels 'n emosionele inslag. Dit geld veral berigte oor mishandelde diere, misdaad en ongelukke (Stander 2010a). Hoewel die swaarder klem op die emosionele 'n kenmerk van die sensasiepers is, is dit ook so dat breëspektrumkoerante (soos *Beeld* en *Rapport*) hul sirkulasie met emosionele voorblaaie in stand hou, al is die hele koerant nie in daardie styl nie (vergelyk Froneman 2010b). Die impak van die voorblad kan egter nie onderskat word nie, omdat dit die koerant tog op 'n heel spesifieke (en doelbewuste) wyse posisioneer. Daarom kan die neiging tot al sterker tipografie en die vestiging oor baie jare van 'n emosioneel gelaaide voorbladagenda nie geringgeskat word nie. Dit verteenwoordig 'n fundamentele verskuiwing weg van 'n meer besadigde joernalistiek. Tog moet die emosionele nie *per se* as sensasioneel getipeer word nie. Menslike nuus kan emosioneel wees en ook (doelbewus) emosie ontlok sonder om noodwendig sensasioneel in 'n negatiewe sin te wees.

Die laaste belangrike vraag is of die *Herald* 'n uitsondering op die reël was en of soortgelyke tendense by ander gemeenskapskoerante aangetref is.

TENDENSE BY ANDER GEMEENSKAPSKOERANTE

Ten einde die *Herald* se styl in perspektief te plaas, is die voorblaaie van die gemeenskapskoerante ondersoek wat ingeskryf het vir 2010 se Sanlam/MDDA-kompetisie vir die plaaslike media. Anders as met die ondersoek na die *Herald* oor 'n tydperk van drie en 'n half jaar, is daar ten opsigte van hierdie ander koerante net kennis geneem van die voorblaaie van die koerante wat vir die tipografie-afdeling van die wedstryd ingeskryf het, dus minstens drie eksemplare, maar in sommige gevalle meer. Daardeur is 'n goeie oorsigtelike beeld verkry van die styl waarin die land se gemeenskapskoerante aangebied word en hoe dit met dié van die *Herald* vergelyk. Die ondersoek het egter nie probeer kwantifiseer hoeveel koerante naastenby soos die *Herald* lyk nie, maar bloot insig probeer verkry in 'n algemene tendens. Daarom word nie hier verwys na elke koerant wat vir die wedstryd ingeskryf het nie. Soos met die ondersoek na die *Herald*, word net op die voorblaaie gefokus en nie op die binneblaaie nie. Telkens word gekyk na 'n kombinasie van tipografie (foto's en opskrifte) en nuusagenda.

Die sleutelvraag is of die *Herald* se veel meer populistiese styl ook by ander gemeenskapskoerante aangetref is. Breedweg is drie style op die voorblaaie waargeneem: populisties; konserwatief-tradisioneel; en dié met 'n tydskrifinslag. Hier word net op die eerste twee kategorieë gefokus omdat die tydskrifagtige koerante die ondersoek te wyd sal rek.

Populistiese en semi-populistiese voorblaaie

’n Beduidende aantal koerante toon kenmerke van wat hierbo as die sensasionele poniepers getipeer is. *Vaal Weekly* se een susterkoerant, *Vaalweekblad*, plaas sterk foto’s op sy voorblad, soos die gesig van ’n dogtertjie wat deur ’n hond verskeur is (12-14.8.2010), terwyl die *Klerksdorp Rekord* op 27 November 2009 ’n voorblad het met die groot opskrif **“MY BABA SE KOP IS AF”** en ’n foto van die ma. Die subopskrif lui: **Ma vertel hoe verpleërs reuse baba uit haar trek**. *Die Weslander* van 6 Mei 2010 lei met die rooi opskrif **Huisrower kap man met panga**, geplaas bo-oor ’n groot foto van die erg beseerde slagoffer. Die *Swartland Monitor* se aanbieding op 23 Junie 2010 was **Vrae oor gru-ongeluk**, wat as ’n effe bedeesde swart opskrif bo-oor ’n prominente foto van die ongelukstoneel gedruk is. Die *Standerton Advertiser* se uitgawe van 26 Junie 2009 bied ’n grootfotovoorblad van ’n brand, met die groot opskrif **600 bale vat vlam** bo-oor gedruk. Op 2 Julie wyk die blad af van hierdie grootfotostyl en lei met die emosionele opskrif **“Mamma, jy moenie doodgaan”** plus teks.

In die meeste bogenoemde gevalle word groot foto’s, ’n opskrif en prikkels oor stories op binneblaaie gebruik, maar geen teks nie. Dit sluit dus nou aan by die voorblaaie wat die *Herald* van 2007 tot einde 2009 gebruik het en wat hierbo as grootfotovoorblaaie getipeer is. Dit is egter opmerklik dat nie een van die koerante se voorblaaie ooreenstem met die multi-opskrifvoorblaaie wat van einde 2009 met sukses deur die *Herald* gebruik is nie.

Die meer ekstreme voorbeelde van populistiese voorblaaie is gevind by *Vaal Weekly*, *Leseding News* en *Western Sun*, wat almal op swart lesers gemik is en wat daarom onder mense versprei word wat heel moontlik ook die *Daily Sun* lees (of ten minste bekend is met dié koerant se sensasionele populisme). So publiseer die *Vaal Weekly* voorblaaie met ’n rooi opskrif **Muthi Horrors!** bo-oor ’n foto van opgrawings en ’n tweede opskrif, **Cop dishes out *warm klap*!** in wit-op-swart letters (20-26.1.2010). *Western Sun* het voorblaaie met baie prominente opskrifte (swart op geel) en sterk foto’s, byvoorbeeld **Unholy alliance** (23.11 2009-7.12.2009). Hoewel ook dié koerante nie die multidekopskrifte soos die *Herald* gebruik nie, is hulle toonaard baie naby aan dié van die *Herald*.

Drie koerante wat pryse by die Sanlam/MDDA-kompetisie in 2010 gewen het vir hul tipografiese voortreflikheid en wat ’n baie gedissiplineerde vorm van populisme bedryf, is die *Polokwane Observer*, *Northern Review* en *Laevelder*. Die *Observer* pak sy voorblaaie vol inligting en prikkels, sterk opskrifte en subopskrifte en kry boonop ruimte vir teks (soms wit op swart en oor ligte agtergrondfoto’s) (vergelyk *Polokwane Observer*, 4-5.2.2010; 10-11.9.1010). Die *Northern Review* gebruik sterk foto’s, sterk hoofletteropskrifte, prikkels en geen teks nie, wat netjies vertoon (vergelyk *Northern Review* van 13-14.5.2010; 24-25.6.2010). Die *Laevelder* dra ook nie gewoonlik teks op die voorblaaie nie, maar plaas groot foto’s met sterk hoofletteropskrifte wat binne die foto’s staan, saam met kleurvolle prikkels oor wat binne die koerant te lees is (vergelyk *Laevelder*, 21.8.2009; 11.6. 2010). Die koerante wat pas genoem is, kan as semi-populisties beskryf word.

Die *Tygerburger, Eikestadnuus, Paarl Post, Worcester Standard* en *Distrikspos* (almal in die Media24-groep) is almal betreklik konserwatief, maar gebruik tog nuwer tipografiese elemente soos groot foto’s, kleuropskrifte en opskrifte wat binne foto’s staan om hul voorblaaie op te helder (vergelyk *Goodwood Tygerburger*, 30.6.2010; *Eikestadnuus*, 26.3.2010; *Paarl Post* 6.5.2010, 20.5.2010; *Distrikspos*, 24.6.2010; *Worcester Standard*, 6.8.2009 en 9.7.2010). Die grootte van hierdie koerante se opskrifte en die toon daarvan is minder emosioneel as die koerante wat hierbo as populisties of semi-populisties bestempel is. Trouens, die pasgenoemde koerante sou hoogstens semi-populisties genoem kan word omdat populistiese elemente net soms voorkom.

Tradisionele, konserwatiewe voorblaaie

’n Aantal koerante in die Caxtongroep het opgeval weens hul betreklik konserwatiewe tipografie. Dit sluit in die groter Johannesburgse koerante *Northside Chronicle* (vergelyk 28.5.2010), *Sandton Chronicle* (vergelyk 11.6.2010) en *Rosebank Killarney Gazette* (kyk 19.2.2010), wat almal gratis versprei word. Ook die *Roodepoort Record* (vergelyk 28.5.2010) en die *Port Elizabeth Express* (vergelyk 12.8.2010) vermy die ekstreme tipografie en sensasionele nuusagendas van die sensasioneel-populistiese koerante wat vroeër beskryf is, waarskynlik omdat daar geen noodsaak bestaan om die koerant aan die potensiële leser te verkoop nie. Nogtans moet dit aanloklik genoeg wees om die leser te oorreed om dit inderdaad op te tel en te lees. Redakteurs is waarskynlik ook sensitief daarvoor dat ’n koerant wat gratis in ’n posbus geplaas word, ongevraagd ’n huis binnekom, terwyl die koper van ’n koerant die keuse het om ’n uitgawe met ’n potensieel aanstootlike voorblad te koop al dan nie.

SLOTGEVOLGTREKKINGS

Die sukses van die *Herald* (en moontlik ander gemeenskapskoerante) se verskuiwing na ’n meer populistiese, selfs sensasionele, styl laat noodwendig die vraag ontstaan of dit ’n aanduiding is van wat in die toekoms toenemend verwag kan word. Stander (2010a) is van mening dat dit wel die geval is:

> Ek dink beslis gemeenskapkoerante sal so ’n styl moet volg – veral in groter stede en dorpe waar daar kompetisie vanuit alle oorde is – nie net van ander koerante nie. Op klein dorpies waar geen ander koerante of ander publikasies is nie sal mens nog wegkom met ou konserwatiewe maniere van dinge doen, maar ook net omdat die leser niks anders het nie. Dit behoort egter nie te maak dat mens by ou style bly nie.

In die lig van die heel besondere faktore wat ’n rol gespeel het by die *Herald* se stylaanpassings – in die besonder die multi-opskrifvoorblaaie – is dit te bevraagteken of plattelandse koerante maklik op groot skaal hierdie styl sal navolg. Dit verg bepaalde moed om gevestigde lesers met iets heel anders te konfronteer. Dit verg ook ’n redaksie met bepaalde vernuf en ingesteldheid om so iets aan te pak. Opvallend het die *Herald* in die loop van 2011 afgesien van die aanhoudende gebruik van sensasionele poniepersvoorblaaie en ’n meer eklektiese benadering begin volg: die grootfotovoorblaaie word weer gereeld gebruik, wanneer daar ’n bruikbare foto is, terwyl wit-op-swart opskrifte afwisselend voorkom (Du Plessis 2012).

Uit die analise van die *Herald* en ander gemeenskapskoerante blyk dit dat dié blad in sy 2010-gedaante taamlik uniek in die Suid-Afrikaanse gemeenskapspers was. Hoewel ander koerante in ’n mindere of meerdere mate populistiese kenmerke getoon het (dus visueel selfs oorweldigend, sterk en met ’n klem op die dramatiese en emosionele), was daar tog steeds ’n beduidende aantal bekende koerante in groot stede en dorpe wat nie naastenby die *Herald* se styl weerspieël het nie.

Maar vir baie gemeenskapskoerante is daar ’n onontginde leserskorps. In die lig van die ontvolking van die platteland (Farquhar 2010) sou dit lewensnoodsaaklike groei vir die betrokke koerante kon meebring. Ten einde hul bestaande lesers nie te verloor nie, sal gemeenskapskoerante fyn tussen ’n blatante sensasionalisme en ’n prikkelende, lewendige populisme moet onderskei. In 2010 het die *Herald* met ’n bepaalde resep heel moontlik daarin geslaag om hierdie onderskeid te tref, hoewel geen navorsing gedoen is om vas te stel of die *Herald* se *netto* sirkulasiegroei nie tog ten spyte van ’n verlies aan bestaande lesers was nie. Dit is ’n riskante spel wat sirkulasiegroei ten koste van langtermynlesers (met hul koopkrag) kan meebring.

Bogenoemde bespreking lei tot vrae soos of ’n ongebreidelde populisme wel finansieel die beste roete is om te volg, en of gemeenskapskoerante uiteindelik sal vind dat nie al die lede van hul “gemeenskap” dieselfde joernalistieke voorkeur het nie en nié gemeenskapskoerante wil lees wat soos soveel tydskrifte en TV-programme oppervlakkige glans en sensasie in oormaat aanbied nie. Bowenal kan so ’n gemeenskapspers sy belangrikste bate inboet, naamlik geloofwaardigheid (Patterson 2012).

BIBLIOGRAFIE

Albrecht, L. 2009. Modern en toeganklik. Die redakteur sê. *Rapport*, 25.10.2009.

Barnard, Y. 2010. Talking tabloid *taal*. *The Media*, Junie 2010.

Botha, M. 2009. Die geelpers in Suid-Afrika: ’n analise van die *Kaapse Son, Daily Voice* en *Daily Sun*. Ongepubliseerde MA-skripsie. Noordwes-Universiteit, Potchefstroomkampus.

Bradley, E. 1997. Die vestiging van die Noord-Transvaler Metro as plaaslike koerant, 1993–1996. Ongepubliseerde MA-verhandeling. Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys.

Chippendale, P. & Horrie, C. 2005. *Stick it up your punter! The uncut story of the Sun newspaper.* London: Pocket Books.

De Beer, A.S. 1982. *Joernalistiek vandag.* Kaapstad: Tafelberg.

De Jager, J.I. 1979. Die betekenis van die Suid-Afrikaanse plaaslike pers – ’n empiriese studie. Ongepubliseerde PhD-tesis. Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys.

Die Weslander, 6.5.2010.

Distrikspos, 24.6.2010.

Du Plessis, W. 2012. Persoonlike telefoniese gesprek. Potchefstroom.

Eikestadnuus, 26.3.2010.

Farquhar, J. 2010. Reading between the Afrikaans lines. *The Media*, Junie 2010.

Froneman, J.D. 2006. In search of the Daily Sun’s recipe for success. *Communitas,* vol. 11:21-36.

Froneman, J.D. 2010a. Thoughts on the changing typography of South Africa’s community newspapers. *Sanlamgram*, 2010.

Froneman, J.D. 2010b. ’n Saak vir ’n etiese populistiese media. *Tydskrif vir Christelike Wetenskap*, 46(3&4):1-16.

Garcia, M. 1993. *Contemporary newspaper design.* Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Giles, V. & Hodgson, F.W. 1990. *Creative newspaper design.* Oxford: Heinemann.

Goodwood Tygerburger, 30.6.2010.

Gouws, A. 2011. Beeld groet vandag ’n staatmaker-lettertipe. *Beeld*, 5.12.2012. http://www.beeld.com/In-Diepte/Nuus/Vaarwel-Helvetica-20111205.

Gouws, H.S. 2010. Die Potchefstroom Herald: 1908–2008 – ’n mediahistoriese studie. Ongepubliseerde MA-verhandeling. Noordwes-Universiteit, Potchefstroomkampus.

Herald. Kyk *Potchefstroom Herald*.

Klerksdorp Rekord, 27.11.2009.

Laevelder, 21.8.2009, 11.6.2010.

Lauterer, J. 2006. *Community journalism: relentlessly local.* Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

McQuail, D. 1989. *Mass communication theory*. London: Sage.

Moen, D.R. 1989. *Newspaper layout and design.* Ames, Iowa: Iowa State University Press.

Northern Review, 13-14.5.2010, 24-25.6.2010.

Northside Cronicle, 28.5.2010.

Paarl Post, 6.5.2010, 20.5.2010.

Patterson, G. 2012. Telling the truth about newspapers. *The Media*, Maart 2012.

Polokwane Observer, 4-5.2.2010, 10-11.9.2010.

Port Elizabeth Express, 12.8.2010.

Potchefstroom Herald, 2.2.2007, 16.2.2007, 2.3.2007, 23.3.2007, 30.3.2007, 27.4.2007, 18.5.2007, 13.7.2007, 3.8.2007, 17.8.2007, 28.9.2007, 26.10.2007, 16.11.2007, 25.1.2008, 16.5.2008, 23.5.2008, 30.5.2008, 6.6.2008, 13.6.2008, 20.6.2008, 27.6.2008, 4.7.2008, 8.8.2008, 15.8.2008, 22.8.2008, 29.8.2008,

5.9.2008, 19.9.2008, 26.9.2008, 31.10.2008, 14.11.2008, 28.11.2008, 5.12.2008, 23.1.2009, 30.1.2009, 20.2.2009, 20.3.2009, 17.4.2009, 19.6.2009, 3.7.2009, 23.10.2009, 27.11.2009, 22.1.2010, 5.2.2010, 19.2.2010, 23.4.2010, 7.5.2010, 14.5.2010, 18.6.2010.

Prinsloo, A. 2011. Spieël blink gepoets vir jou, die koerantleser. *Beeld,* 5.12.2012. http://www.beeld.com/In-Diepte/Nuus/Vaarwel-Helvetica-20111205

Roodepoort Record, 28.5.2010.

Rosebank Killarney Gazette, 19.2.2010.

Sandton Cronicle, 11.6.2010.

Smith, A. 2012. Acknowledging the audience: The readers behind the success of the Afrikaans-language tabloid *Kaapse Son.* Ongepubliseerde PhD-tesis. Noordwes-Universiteit, Potchefstroomkampus.

Smith, A., Froneman, J.D. & Fourie, L.M. 2009. How Afrikaans tabloids view and serve their readers. Paper delivered at the SACOMM Conference, 16-18 September 2009 at the North-West University, Potchefstroom.

Snyman, C. 1994. Media etics: a deontological approach. *Ecquid Novi,* 15(1):43-70.

Stander, H. 2003. Ondersoek vir Naslop. Aanbieding op byeenkoms van Naspers, 19–21 Augustus 2003 in Kaapstad.

Stander, H. 2010a. Onderhoud met outeur per e-pos, 17 September 2010.

Stander, H. 2010b. Sirkulasiesyfers van die Potchefstroom *Herald*. Gestuur per e-pos aan outeur op 24 Junie 2010.

Standerton Advertiser, 26.6.2009.

Swartland Monitor, 23.6.2010.

Vaal Weekly, 20-26.1.2010.

Vaalweekblad, 12-14.8.2010.

Viljoen, C. 2011. Hiérom lyk jou *Volksblad* anders. *Volksblad*, 7.11.2011. http://www.volksblad.com/Projekte/Nuus/Hierom-lyk-jou-Volksblad-anders-20111107

Wasserman, H. 2010. *Tabloid journalism in South Africa.* Bloomington, USA: Indiana University Press.

Western Sun, 23.11-7.12.2009.

Worcester Standard, 6.8.2009, 9.7.2010.