

Publisher: Igitur, Utrecht Publishing & Archiving Services. Website: [www.tijdschriftstudies.nl](http://www.tijdschriftstudies.nl)

Content is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 License

URN:NBN:NL:UI:10-1-114169. TS ·> # 35, juli 2014, p. 95-98.

## *ESPRit congres 'Backroom business - the production of periodicals'*

MAAIKE KOFFEMAN

[m.koffeman@let.ru.nl](mailto:m.koffeman@let.ru.nl)

De European Society for Periodical Research (ESPRit) organiseerde op 10 en 11 april 2014 haar derde [congres](#). Na Manchester en Gent was Nijmegen aan de beurt om de conferentie, die werd bezocht door tientallen onderzoekers uit heel Europa, te hosten. Het thema 'Backroom business - the Production of Periodicals' gaf aanleiding tot interessante bijdragen over de figuren achter de schermen van het tijdschriftbedrijf, de ambachtelijke kant van tijdschriftproductie en de materiële aspecten van het medium. De gepresenteerde casussen besloegen de periode sinds de achttiende eeuw tot heden en er was veel aandacht voor de grensoverschrijdende interactie tussen Europese tijdschriften.

Dat het begrip 'backroom' soms heel letterlijk genomen kan worden, bleek uit de lezing van Louise Kane (De Montfort University) over *The Acorn* (1905-1906). Het Londense echtpaar Webb produceerde dit tijdschrift letterlijk in hun eigen achterkamer, op een kleine drukpers. De Webbs deden werkelijk alles zelf, van het uitkiezen van het papier tot werven van adverteerders; ze maakten zelfs houtgravures, ontwierpen lettertypen en bonden het tijdschrift met de hand. Wyndham Lewis (*BLAST*) liet zich erdoor inspireren, evenals John Middleton Murry en D.H. Lawrence (*The Signature*).

In de meeste besproken casussen was er echter wel degelijk een hiërarchisch onderscheid tussen de 'frontroom', verantwoordelijk voor de inhoudelijke redactie, en de ambachtlieden die achter de schermen voor de materiële productie zorgden. Dat het de moeite loont om die laatste, vaak onderbelichte, figuren te bestuderen bleek uit verschillende boeiende lezingen over graveurs, lithografen en illustratoren. Lucy Warwick (Oxford Brookes University) toonde bijvoorbeeld overtuigend aan dat de houtgravures de sleutel vormden tot het succes van het didactische tijdschrift *Penny Magazine* (1832-1845). Hoofdredacteur Charles Knight erkende dat ook expliciet door in een aantal maandelijkse [supplementen](#) onder de titel 'The Commercial History of a Penny Magazine' het productieproces van het tijdschrift te beschrijven in de context van de geschiedenis van de boekdrukkunst; een gedroomde bron voor iedere onderzoeker die zich interesseert voor negentiende-eeuwse tijdschriften.

Marysa Demoor (Universiteit Gent) belichtte de *trench journals*, een vrij onbekend en fragiel genre dat nauwelijks bewaard is gebleven. In de loopgraven van de Eerste Wereldoorlog werden wel 1500 tijdschriften geproduceerd, maar deze kenden zeer kleine oplagen en eindigden meestal als toiletpapier. De dubbelzinnige titel van de *Wipers Times*, gemaakt in Ieper (Ypres) verwijst daarnaar. Dit blad vormde vorig jaar de aanleiding tot een [BBC-miniserie](#) over het leven in de loopgraven. Demoor ambieert tegenover het romantiserende beeld van de TV-serie een meer realistische beschrijving te stellen van de omstandigheden waarin de *trench journals* werden gemaakt. Ze gaf een kijkje in de keuken van haar lopende onderzoek en liet zien hoe moeilijk het is om betrouwbare informatie te vergaren. Titels veranderen vaak met de verplaatsingen van het leger: de *Wipers Times* heet dan onder andere *Somme Times* en transformeert na de wapenstilstand tot *The Better Times*. Wat de loopgravenblaadjes gemeen hebben is hun satirische insteek; galgenhumor was een belangrijke overlevingsstrategie voor de frontsoldaten. Het gebruik van omkeringen en humoristische pseudoniemen als Herlock Sholmes was bovendien een manier om de censuur te omzeilen. Het is duidelijk dat Demoor nog veel pionierswerk moet verrichten om een completer beeld van dit boeiende genre te kunnen schetsen, maar haar presentatie smaakte naar meer.

Een aantal lezingen was meer expliciet gericht op het internationale karakter van sommige tijdschriften. Zo bespraken Celia Aijmer-Rydsjö (Universiteit van Gothenburg) en AnnKatrin Jonsson (University College of Telemark) de bladen van de Britse en Amerikaanse *expats* op het Europese continent tijdens het interbellum. Ze gingen uitgebreid in op de materiële condities waaronder tijdschriften als *Broom* en *The Transatlantic Review* werden gemaakt. Interessant is vooral de financiële kant van het verhaal: gunstige wisselkoersen stellen de middenklasse in staat om te gaan reizen; veel tijdschriften worden gefinancierd door mecenaat of erfenissen en spelen in op de behoefte aan luxe-producten door zichzelf in de markt te zetten als zeldzame *collector's items*. Dit proces van 'commodification' van de modernistische tijdschriftcultuur is in recente literatuur vaker aan de orde gesteld, maar het is boeiend om het zo in detail beschreven te zien. Wie had gedacht dat *The Transatlantic Review* zijn lezers, naast *Finnegans Wake* en poëzie van Gertrude Stein, ook hotel- en shoppingadvies voor Parijs bood?

Geldkwesties stonden ook centraal in de bijdrage van Helleke van den Braber (Radboud Universiteit Nijmegen) over *De Nieuwe Gids*. Hoewel er al veel over dit tijdschrift is geschreven, is er nog nooit aandacht besteed aan de financiering ervan, wat een indirect gevolg is van de ongemakkelijke relatie die de Tachtigers zelf hadden met geld. Als *bohémiens* stelden ze zich welbewust buiten de burgerlijke maatschappij en het commerciële tijdschriftbedrijf. Zij bedachten daarom een systeem van informele giften en wederzijds mecenaat dat meestal naar tevredenheid werkte, maar soms ook spanningen veroorzaakte. Ook gaven zij aandelen uit, die een aanzienlijke opbrengst opleverden; de investeerders zagen nooit iets van hun geld terug. *De Nieuwe Gids* werd ondersteund door een groep van elf kleurrijke mecenasen die Van den Braber als eerste goed in kaart heeft gebracht. Zij liet overtuigend zien hoe de onconventionele manier waarop de Tachtigers hun tijdschrift runden hun positie in het culturele veld heeft versterkt.

De verhouding tussen avant-gardetijdschriften en de economie liep ook als een rode draad door de vier bijdragen van de leden van de Franse T.I.G.R.E.-groep. Philipp Leu (Université de Versailles) liet zien hoe het *fin-de-siècle* tijdschrift *La Plume* zich steeds bewuster richtte op het verwerven van een groot leespubliek, bijvoorbeeld door het opzetten van een postercampagne, een intensieve samenwerking met een kunstgalerie (Salon des Cent), het organiseren van prestigieuze banketten ter ere van beroemde schrijvers, en het uitgeven van luxe-edities. De redactie ontwikkelde een serieus doelgroepenbeleid, gericht op het vergroten van het aantal vrouwelijke abonnees. Langzamerhand ontpopte *La Plume* zich tot een commercieel bedrijf, wat tot uiting kwam in de oprichting van een besloten vennootschap. Leu besprak ook de keerzijde van dit verhaal: de positie van het tijdschrift in het literaire veld verschoof naarmate het zich commerciëler opstelde; uiteindelijk ging het aan zijn eigen succes ten onder. Evangelia Stead (Université de Versailles) en Hélène Védrine (Université Paris IV-Sorbonne) bespraken soortgelijke kwesties als de nauwe relatie tussen tijdschriften en luxe-edities rond 1900, tijdschriften als lifestyle item voor modieuze vrouwen, en vooral de (tot nu toe vaak onderbelichte) rol van advertenties, design en illustraties.

In het onderzoek van Laurel Brake (Birkbeck, University of London) naar de Europese verspreiding van tijdschriften staat de collectie van de Taylorian Institute Library in Oxford centraal. Deze bibliotheek werd in 1849 speciaal opgericht voor het onderwijs in de moderne talen en haar collecties kunnen iets zeggen over de manier waarop de Britse academische gemeenschap zich verhiel tot andere culturen. Brakes hypothese is dat de omgang met buitenlandse tijdschriften de weg heeft geplaveid voor de institutionalisering van academische opleidingen in met name Frans en Duits. Brake stipte in haar lezing belangwekkende vraagstukken aan als de rol van *gender* en censuur in de omgang met vreemde talen en de omstreden reputatie van de Franse literatuur. Haar presentatie vormde een boeiende opmaat tot verder onderzoek naar het functioneren van de tijdschriftcollectie van de Taylorian Library als venster op de Europese literatuur.

Zoals de ESPRit-leden inmiddels van hem gewend zijn, bracht Matthew Philpotts (University of Manchester) prikkelende ideeën te berde op het gebied van onderzoeksmethodologie. In zijn project ‘Mapping the Magazine’ ontwikkelt hij een manier om de inhoud van Duitse tijdschriften rond 1930 systematisch in kaart te brengen. Met kleuren worden verschillende typen content gecodeerd, zodat je bijvoorbeeld in één oogopslag de plaats van de advertenties kunt bepalen. Vervolgens helpt de software om voor elk teksttype zowel de kwantiteit als de localisatie van deze teksttypen te analyseren en te vergelijken. Deze data moeten de empirische basis vormen voor een nadere analyse van de rol van advertenties in de tijdschriften, een element dat volgens Philpotts bepalend is voor de *journal identity*. Het lijkt een veelbelovende techniek te zijn, die hopelijk op termijn breder beschikbaar zal worden.

Waar de andere lezingen – die ik lang niet allemaal heb kunnen bespreken – een historische insteek hadden, behandelde keynote spreker David Abrahamson (Northwestern University) de onzekere toekomst van het tijdschrift in een tijd van voortschrijdende digitalisering. Abrahamson begon zijn betoog met een uitgebreide positiebepaling van het tijdschriftgenre in het culturele veld. Zijn uitgangspunt was dat tijd-

schriften een kunstvorm zijn, en geen platform. Ze bekleeden een intermediaire positie in het veld, tussen boeken en dagbladen in, en hun relatieve vluchtigheid, periodiciteit en vaste structuur oefenen een sterke aantrekkingskracht uit op lezers. Volgens Abrahamson zijn tijdschriften de afgelopen eeuwen een belangrijke katalysator voor sociale verandering gebleken, omdat ze op een laagdrempelige manier toegang gaven tot kennis. De grote vraag is natuurlijk of dat in de toekomst zo zal blijven. Abrahamson, die bezig is aan een boek over dit onderwerp, belichtte deze vraag van verschillende kanten, zonder definitieve antwoorden te geven. Ten eerste stelde hij dat digitale publiekstijdschriften vooralsnog geen groot succes zijn, maar dat de introductie van buigzame schermen de verhoudingen mogelijk zal doen kantelen. Voorts zijn er nog allerlei technische en economische vraagstukken op te lossen; een uniforme standaard en een rendabel business model voor digitale tijdschriften lijken nog ver weg. Abrahamson stelt dat er veel optimisme en *wishful thinking* heerst in het veld, maar dat niemand weet wat werkt. Ook wetenschappers slagen er volgens hem niet in de situatie te begrijpen. Die laatste opmerking sloeg indirect ook op zijn eigen betoog, in die zin dat hij een zeer informatief en genuanceerd beeld gaf van de huidige situatie, maar ook niet in staat is de verdere ontwikkeling van het tijdschriftgenre te overzien. Dat is meer iets voor een toekomstige ESPRit-conferentie. Reden te meer om te hopen dat dit Europese netwerk van tijdschriftonderzoekers nog lang blijft bestaan.