

Literaire strategieën: de drie satellieten van *La Nouvelle Revue Française* (1910-1914)

MAAIKE KOFFEMAN

▼
La Nouvelle Revue Française, opgericht in 1908 door een groep schrijvers rond André Gide, is het belangrijkste Franse literaire maandblad van het interbellum geweest. In de jaren voorafgaand aan de Eerste Wereldoorlog is de reputatie van het tijdschrift nog relatief bescheiden, maar is er al wel een duidelijke progressie te constateren. Deze is niet alleen toe te schrijven aan de inhoudelijke kwaliteit van de bijdragen, maar vooral ook aan de manier waarop de redactie het tijdschrift promoot. De oprichters bedienen zich van een ‘multimedia-strategie’: zij ontwikkelen rond de NRF verschillende nevenactiviteiten om de naamsbekendheid van het tijdschrift te vergroten en zijn literaturopvattingen onder een breder publiek te verspreiden.¹

Bij de oprichting in 1908 onderscheidt *La Nouvelle Revue Française* (*revue de littérature et de critique*) zich nauwelijks van andere Parijse *petites revues*. In de geest van de avant-garde presenteert het blad zich als een podium voor een nieuwe literaire generatie: ‘Si cette revue [...] n’est pas précisément une “revue de jeunes”, elle n’en est pas moins une jeune revue dès à présent ouverte à la génération qui s’élève.’² De redactievoering heeft een amateuristisch karakter en de oplage bedraagt zo’n 500 exemplaren. De eerste nummers worden voornamelijk verspreid in de kennissenkring van de redactie. Toch slaagt de NRF er binnen enkele jaren in een aanzienlijke lezerskring te verwerven en veelbelovende jonge schrijvers aan zich te binden. In 1912 betreft het tijdschrift een eigen pand en krijgt het een professionele redactie met Jacques Copeau als directeur en Jacques Rivière als redactiesecretaris. Bij het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog heeft de NRF een oplage van ongeveer 3000 exemplaren; het grote publiek is nog ver weg, maar in intellectuele kringen is de naam van het tijdschrift gevestigd.

De NRF fungeert in eerste instantie vooral als spreekbuis voor André Gide en zijn vrienden. In de jaren voorafgaand aan de oprichting hebben zij als medewerkers van verschillende literaire tijdschriften een gemeenschappelijk artistiek ideaal gevormd dat zich het best laat omschrijven met de term *classicisme moderne*. De NRF-oprichters willen de literatuur – met name het romangenre – vernieuwen door zich te laten inspireren door de Europese literaire traditie. Hun poëtica kenmerkt zich verder door een autonomistische kunstvisie en een zeer serieuze opvatting van het literaire *métier*. De literaire kritiek speelt in hun streven naar artistieke vernieuwing een vooraanstaande rol. Sleutelbegrippen in het vocabulaire van de NRF zijn discipline, harmonie (eenheid van vorm en inhoud) en onpersoonlijkheid.³

Door zijn afwijzing van politiek of religieus engagement en zijn openheid van geest onderscheidt het tijdschrift zich van de nationalistisch-classicistische stroming die in de jaren voor het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog in Frankrijk dominant is. De NRF wil zich niet binden aan een bepaalde literaire of ideologische beweging,

maar een ontmoetingsplaats vormen voor de beste schrijvers van zijn tijd. Artistieke kwaliteit is voor de redactie het enig geldige selectiecriteria.

Het is interessant om te zien hoe de NRF in de cruciale beginjaren (1908-1914) de basis legt voor zijn latere hegemonie. Om het voortbestaan van een tijdschrift te verzekeren moet eerst aan een aantal materiële voorwaarden worden voldaan. In tegenstelling tot veel van zijn concurrenten wordt de NRF niet geplaagd door financiële problemen, want het tijdschrift heeft in André Gide en Jean Schlumberger twee toegewijde mecenasen die steeds bereid zijn het kastekort aan te vullen. Bovendien beschikt de redactie dankzij de medewerking van Gide over een enorm netwerk aan contacten. Gide is sinds de jaren 1890 een (onregelmatig) bezoeker van literaire salons, hij publiceert in verschillende avant-gardetijdschriften en correspondeert met een groot aantal schrijvers en critici. Zijn reputatie als auteur blijft vóór de oprichting van de NRF beperkt tot een kleine literaire elite, maar de roman *La Porte étroite*, die verschijnt in de eerste afleveringen van het tijdschrift, markeert zijn doorbraak naar een groter publiek. Dit succes is een belangrijke impuls voor het beginnende tijdschrift.

Dankzij hun feeling voor literaire strategieën slagen de oprichters van de NRF erin deze positieve randvoorwaarden optimaal te benutten. Zo creëren zij tussen 1910 en 1913 een aantal afgeleide ondernemingen, waarmee ze de actieradius van hun tijdschrift vergroten: de NRF-groep organiseert literaire symposia en exploiteert een eigen uitgeverij en een theater. Deze satelliet-projecten hebben een directe weerslag op de ontwikkeling van het tijdschrift en vertonen onderling interessante parallellen.

Décades de Pontigny

Hoewel in de eerste jaren de reputatie van de NRF nog heel bescheiden is, beginnen de inspanningen van de redactie al in 1910 vruchten af te werpen. Dit blijkt wanneer de NRF wordt uitgenodigd om mee te werken aan de *Décades de Pontigny*. Het gaat om een serie zomercongressen, opgezet door Paul Desjardins, de voorman van de humanistische Union pour la Vérité. Desjardins wil de voormalige abdij van Pontigny omvormen tot een ontmoetingscentrum voor intellectuelen en kunstenaars. Vanaf 1910 organiseert hij iedere



zomer verschillende sessies van elk tien dagen (de zogenaamde *décades*) rond literaire, religieuze, juridische, educatieve en sociale thema's. Door mensen uit verschillende disciplines in een ongedwongen sfeer bijeen te brengen, hoopt Desjardins de onderlinge contacten, ook op internationaal niveau, te bevorderen. Hij combineert elementen uit de wereld van de saloncultuur, wetenschappelijke congressen en de spirituele retraite en creëert zo een nieuwe vorm van intellectuele sociabiliteit.

Pontigny is in eerste instantie een kleinschalig en besloten evenement: voor elke *décade* worden ongeveer 25 personen uitgenodigd, vooral uit de kring van de Union pour la Vérité. De literaire *décade* is in dit opzicht een uitzondering; omdat Desjardins zelf geen literator is, geeft hij de organisatie van dit onderdeel uit handen. Zijn keuze valt op de oprichters van de NRF, met wier artistieke idealen hij zich verbonden voelt. Waarschijnlijk hoopt hij te profiteren van de contacten en de literaire reputatie van Gide en zijn mederedacteuren om belangrijke schrijvers aan te trekken. De redacteuren van de NRF grijpen de uitnodiging met beide handen aan, omdat zij beseffen welke

voordelen deze samenwerking kan hebben voor de reputatie van hun tijdschrift in Frankrijk en daarbuiten.⁴

Van 1910 tot 1913 organiseert de NRF symposia rond de volgende thema's: 'La Poésie contemporaine', 'Art et poésie; libres conversations sur le "Tragique"', 'Art et poésie: du roman' en 'Le métier des lettres'. In 1914 worden de décades afgelast vanwege het uitbreken van de oorlog; pas in 1922 worden de jaarlijkse bijeenkomsten hervat. De rol van de NRF-redacteuren behelst naast de inhoudelijke voorbereiding het verlenen van financiële steun en de selectie van de deelnemers. Dit laatste geeft geregeld aanleiding tot discussies: moet de literaire décade een exclusieve aangelegenheid zijn of bieden de bijeenkomsten juist een gelegenheid om contacten aan te knopen met andere groepen? Vooral Gide toont zich bezorgd over het toelaten van buitenstaanders:

Vous avouerez que je ne songe pas à Pontigny sans frémir; nous nous devons ou plutôt nous devons à Desjardins de le décharger d'une part du ridicule, mais la partie me paraît mal engagée. Il faut enlever à cela tout caractère de congrès. [...] Considérons cela comme une amicale villégiature... mais ce que je crains, c'est qu'un élément inconnu ne s'introduise [...] qui ne compromette la simple cordialité de cette réunion.⁵

Ook de participatie van vrouwen (afgezien van de echtgenotes van de deelnemers) lijkt Gide overigens niet gewenst. Hoewel de NRF-redactie de eerste jaren terughoudend is in het benaderen van Franse auteurs van buiten de eigen kring, probeert zij wel buitenlandse schrijvers naar Pontigny te lokken; kennelijk spreekt Desjardins' streven naar internationale uitwisselingen hen bijzonder aan. André Gide schrijft na de eerste literaire décade een optimistisch verslag aan de Duitse mecenas graaf Harry Kessler, waarin hij de nadruk legt op de internationale ambities van de onderneming:

Les entretiens de Pontigny, dont je vous avais parlé, ont été plus intéressants que je n'avais osé l'espérer. Nous y avons pris, à l'égard des traductions et des relations de pays à pays, dans le but de renseigner l'homme désireux de culture sur ce qui se produit d'important à l'étranger, en littérature et en art, - d'importantes résolutions; tout un programme que *La Nouvelle Revue Française* va s'efforcer de remplir. Il faudra qu'elle se sente approuvée et encouragée aussi bien en France qu'à l'étranger.⁶

Dit ideaal zal pas later ten volle worden gerealiseerd; in de vooroorlogse jaren geven slechts enkele Engelse schrijvers (onder wie H.G. Wells en Arnold Bennett) aan de uitnodiging gehoor. Blijkbaar is de NRF nog niet bekend genoeg om gerenommeerde buitenlandse auteurs aan te trekken. De eerste literaire décades blijven daardoor een onderonsje van NRF-medewerkers. Na de Eerste Wereldoorlog wordt Pontigny echter een verzamelpunt van vooraanstaande schrijvers en intellectuelen uit heel Europa. De grote aantrekkingskracht van de literaire décades van het interbellum is vooral te danken aan de aanwezigheid van Gide, die zich dan op het toppunt van zijn roem bevindt. Bovendien straalt het prestige van de NRF, inmiddels een dominant literair instituut, af op de bijeenkomsten. We kunnen stellen dat de belangrijkste aanzetten voor dit

succes in de vooroorlogse jaren worden gegeven; het wachten is op de juiste omstandigheden om Desjardins' ideaal van internationale culturele uitwisselingen ten volle te realiseren.

Editions de la NRF

Al spoedig na de oprichting van de NRF ontwikkelt de redactie het plan om een eigen uitgeverij te starten. Dit is in de context van het literaire veld van de Belle Époque een logische stap: sinds het Franse uitgeverijwezen aan het eind van de negentiende eeuw in een crisis is geraakt, hebben literaire tijdschriften de taak op zich genomen beginnende schrijvers een mogelijkheid tot publicatie te bieden. Wat vaak begint als een incidentele overdruk, kan uitgroeien tot een serieuze literaire uitgeverij, die – in tegenstelling tot de grote commerciële concerns – artistieke idealen stelt boven winst oogmerk. Voor de symbolistische periode zijn *La Revue blanche* (1889-1903) en de *Mercure de France* (1890-1965) de meest geslaagde voorbeelden van zo'n combinatie van tijdschrift en uitgeverij.⁷

Gide en zijn vrienden raken rond 1900 betrokken bij beide ondernemingen en worden zich daardoor bewust van de voordelen die de samenwerking kan hebben voor beide partijen. De connectie met een gerenommeerd literair tijdschrift verleent aan de uitgeverij en de werken die zij publiceert bij voorbaat een zekere artistieke status. Andersom verhoogt de uitgeverij de aantrekkingskracht van het tijdschrift voor potentiële medewerkers. In economisch opzicht hebben auteurs overigens weinig profijt van deze publicatievorm te verwachten; het is zelfs gebruikelijk dat zij bijdragen in de kosten. Voor een auteur als Gide is de uitgave in eigen beheer een bewuste keuze die nauw samenhangt met zijn visie op het schrijverschap: door zijn eerste boeken uit te geven bij de *Mercure de France* richt hij zich tot de literaire avant-garde en distantieert hij zich van de smaak van het grote publiek.

Vanaf 1900 verandert de situatie in de kleinere uitgeverijen door de groei van het potentiële lezerspubliek en een daling van de productiekosten. Het principe van de uitgave in eigen beheer maakt geleidelijk plaats voor een systeem van interne subsidiëring: de winst van succes-uitgaven wordt gebruikt om minder lucratieve maar literair waardevolle werken uit te geven. Een uitgever als Bernard Grasset, die zijn debuut maakt in 1907, combineert deze aanpak op succesvolle wijze met het gebruik van moderne reclamemethoden. Dankzij deze ontwikkelingen wordt het voor schrijvers die geen eigen vermogen hebben makkelijker om hun boeken te laten uitgeven. Het is in deze context dat de NRF, geïnspireerd door zijn illustere voorgangers, in 1911 de stap zet naar het oprichten van de Editions de la NRF.⁸

Gide en zijn collega's streven ernaar hun boeken uit te geven in een optimale combinatie van perfecte vormgeving en literaire kwaliteit. De samenwerking met bestaande uitgevers ervaren zij als beperkend: 'Depuis longtemps déjà j'hésite à quitter le *Mercure* où l'atmosphère devient irrespirable, et me retirer avec Claudel et quelques autres, fondant une maison d'éditions qui reprendrait tous nos ouvrages et en dehors de laquelle on ne pourrait trouver à nous lire.'⁹

Verder willen zij de uitgeverij inzetten om bevriende schrijvers te ondersteunen en meer prestigieuze auteurs bij de NRF te betrekken. Gide ontpopt zich als een handig strateeg wanneer hij zich, in zijn poging werk van Paul Claudel te bemachtigen voor de uitgeverij, beroept op de verdiensten van het tijdschrift:

De son côté, Fasquelle fait de l'œil à mon Isabelle; mais je me cramponne à notre projet, estimant que nous allons enfin pouvoir mettre en vigueur, tant au point de vue de la matière que de la présentation typographique, quelques-unes de ces réformes que vous souhaitez autant que moi. Naturellement je ne puis fonder cette bibliothèque à moi tout seul; je ne m'engage dans cette aventure que parce que vous êtes avec nous; en commençant avec votre *Otage* et les deux autres livres que j'ai dits, j'ai pleine confiance et même j'attends de cette entreprise un extraordinaire assainissement de la littérature (et de la typographie). Les résultats obtenus par la N.R.F. sont des plus encourageants.¹⁰

Gaston Gallimard wordt aangetrokken als bedrijfsleider van de Editions de la NRF. Het blijkt een uitstekende keuze te zijn: als zoon van een rijke kunsthandelaar en bibliotheekbesitter beschikt Gallimard over geld, zakelijk inzicht en contacten. Bovendien heeft hij een goede intuïtie voor literaire kwaliteit, een eigenschap die hem in staat stelt in korte tijd een mooi fonds op te bouwen. In materieel opzicht leven tijdschrift en uitgeverij in symbiose: ze delen hun kantoor en werknemers en worden beide gefinancierd door Gide, Schlumberger en Gallimard.

Net als het tijdschrift kenmerkt de uitgeverij zich door een serieuze aanpak. In de eerste catalogus worden de doelstellingen als volgt geformuleerd: 'La Nouvelle Revue Française ne publiera pas un grand nombre de volumes; elle se propose seulement de former une collection d'ouvrages choisis et édités avec le plus grand soin.'¹¹

De uitgeverij publiceert zowel betaalbare edities (voor de standaard-boekenprijs van 3,50 franc) als luxe *limited editions*, maar in alle gevallen wordt veel zorg besteed aan de vormgeving. Uitgangspunt daarbij is dat de typografie in dienst moet staan van de tekst; het resultaat is daarom altijd sober en functioneel. Omdat de productiekosten relatief hoog zijn en de oplagen de 1500 exemplaren niet overschrijden, blijft de onderneming vooralsnog verliesgevend.

Gallimard gaat met succes de strijd aan met andere vernieuwende uitgeverijen van de Belle Époque. Zijn concurrent Bernard Grasset, van oorsprong jurist, onderscheidt zich door zijn zakelijk inzicht en moderne aanpak, maar mist het literaire prestige en het sociale netwerk van Gallimard. Auteurs beschouwen de Editions de la NRF als een schrijverscollectief en dat schept meer vertrouwen dan een commerciële onderneming. De weg die Marcel Proust ging, is exemplarisch voor de verhouding tussen beide uitgeverijen: Proust biedt het eerste deel van zijn *Recherche* in eerste instantie aan bij de NRF, omdat hij het tijdschrift bewondert en erkenning wenst van collega-schrijver André Gide. Wanneer het *comité de lecture* van de NRF het immense manuscript afwijst (zonder het echt te hebben gelezen), publiceert Proust het op eigen kosten bij Grasset. Als Gide het boek onder ogen krijgt, beseft hij onmiddellijk dat de NRF een vergissing heeft begaan. Hij schrijft een excuusbrief om Proust terug te winnen voor zijn tijdschrift en uitgeverij. Deze aarzelt niet en geeft de volgende delen van zijn roman-cyclus uit bij de NRF.¹²

Het fonds van de Editions de la NRF bevat in eerste instantie vooral werken van de oprichters en de vaste medewerkers van de NRF. Naast literaire teksten die in het tijdschrift zijn verschenen, waaronder Larbauds *Barnabooth* en *Les Caves du Vatican* van Gide, zijn dat ook bundels met geselecteerde artikelen van de belangrijkste critici. Deze keuze is een uiting van het belang dat de groep hecht aan de literaire kritiek;

bundels als *Nos Directions* (1910) van Henri Ghéon en *Études* (1911) van Jacques Rivière zijn manifesten van de NRF-poëtica. Het tijdschrift fungeert meestal als proeftuin voor de uitgeverij. Het komt ook voor dat een tekst direct wordt geaccepteerd door de Editions; de NRF verzorgt dan soms een voorpublicatie bij wijze van reclame.

We kunnen stellen dat het fonds van de uitgeverij voor 1914 globaal dezelfde samenstelling heeft als de inhoud van de NRF. Het bevat vooral werken van contemporaine beginnende auteurs, onder wie veel grote namen van het interbellum. Opvallend is het relatief grote aantal vertaalde werken, meestal uit het Engels. In zijn open houding ten opzichte van buitenlandse invloeden – hoewel nog ver verwijderd van het kosmopolitisme van het interbellum – toont de NRF zich vooruitstrevender dan veel andere tijdschriften van de Belle Époque.¹³

Een van de mooiste successen van de beginnende uitgeverij is de publicatie van *L'Offrande lyrique* van de Bengaalse dichter Rabindranath Tagore, vertaald door André Gide. Juist op het moment dat het boek verschijnt (eind 1913), ontvangt de auteur de Nobelprijs voor de literatuur. Aan deze gelukkige samenloop van omstandigheden (of is het de vooruitziende blik van Gide?) heeft de uitgeverij haar eerste bestseller te danken.

Na de Eerste Wereldoorlog wordt de uitgeverij administratief gescheiden van het tijdschrift; ze zal onder de naam Editions Gallimard uitgroeien tot de grootste literaire uitgeverij van Frankrijk. Ondertussen functioneert de strategische alliantie met het tijdschrift nog als voorheen. Na de Tweede Wereldoorlog verliest de NRF zijn toonaangevende positie, maar Gallimard is tot op heden oppermachtig in de Franse literaire wereld. Als eerbetoon aan het tijdschrift dat aan de basis stond van het concern, siera het NRF-logo alle Gallimard-uitgaven.



Repetitie voor het eerste seizoen van het Théâtre du Vieux-Colombier, in de tuin van Copeau's buitenhuis

Théâtre du Vieux-Colombier

Hoewel de NRF-redactie zich vooral interesseert voor het romangenre, gaat zij zich vanaf 1913 ook inzetten voor een vernieuwing van het theater, op initiatief van hoofdredacteur Jacques Copeau. Deze is al jaren toneelcriticus en heeft in 1911 enig succes behaald met zijn toneelbewerking van Dostojevski's *Gebroeders Karamazov*. Copeau uit in zijn NRF-artikelen scherpe kritiek op de oppervlakkigheid en de vulgariteit van het Franse boulevard-theater. Hij pleit voor een vernieuwing die gericht moet zijn op een terugkeer naar de tekst. Deze ideeën resulteren in het voornemen een eigen theater op te richten. Binnen de redactie van het tijdschrift wordt de behoefte aan



een podium voor serieus literair drama sterk gevoeld: verschillende NRF-auteurs hebben toneelstukken geschreven die nog nooit zijn opgevoerd. Nu het tijdschrift zijn naam in literaire kringen gevestigd heeft is de tijd rijp voor een nieuwe uitbreiding: 'A mesure que l'équipe de la N.R.F. prenait conscience de ses forces, l'impatience grandissait en nous tous de nous affirmer au théâtre comme ailleurs. Avec de la ténacité, de la hardiesse et une vue claire de notre but, pourquoi ne réussirions-nous pas, là aussi, ce que les autres n'avaient pas l'idée de faire ou qu'ils faisaient mal?'¹⁴

Gesterkt door de morele, financiële en praktische steun van zijn mederedacteuren gaat Copeau aan de slag om zijn ideaal te verwezenlijken: in het najaar van 1913 opent het Théâtre du Vieux-Colombier zijn deuren.

Copeaus aanpak beantwoordt aan de ideeën die hij in zijn toneelkritieken heeft geformuleerd en aan de esthetische uitgangspunten van de NRF. Hij stelt een gezelschap samen dat niet bestaat uit vedettes, maar uit jonge acteurs die hij opleidt volgens zijn eigen inzichten. Het is veelzeggend dat Copeau de groep meeneemt naar het platteland, ver van het Parijse theaternieuw: de acteurs moeten afstand nemen van aangeleerde kunstjes en zich geheel in dienst stellen van de tekst. In reactie op het hyperrealisme van het naturalistisch theater en het effectbejag van het boulevard-theater kiest Copeau voor een zeer sobere enscenering en brengt hij de decors terug tot een minimum. Net als de NRF weigert de Vieux-Colombier concessies te doen aan de smaak van het grote publiek; Copeau wil zijn toeschouwers eerder opvoeden dan behagen.

De oprichting van het theater gaat vergezeld van een lang manifest in de NRF en een grote reclamecampagne die breekt met de ingetogen stijl van het tijdschrift: er verschijnen niet alleen aankondigingen in de pers, maar er hangen zelfs affiches in de straten van Parijs. Deze methode heeft succes, want de première-voorstelling trekt een groot en divers publiek. Copeau heeft een eclectisch programma samengesteld met zowel klassieke als moderne stukken uit binnen- en buitenland. Net als het tijdschrift en de uitgeverij functioneert het theater volgens het principe van de interne subsidiëring: inkomsten van succesvolle opvoeringen worden gebruikt om minder rendabele stukken te bekostigen. Met name de opvoeringen van klassieke stukken van Molière en Shakespeare maken indruk op het publiek dankzij de frisse, tekstgerichte aanpak van Copeau. De literaire belangstelling van de NRF-groep manifes-

teert zich verder in de *matinées poétiques*, een lezingencyclus over moderne en oudere poëzie. Het innovatieve streven van het Théâtre du Vieux-Colombier roept overwegend positieve reacties op; met name de serieuze literaire tijdschriften staan achter Copeau.

De NRF-redactie is actief betrokken bij de lancering van Copeaus onderneming, maar als de voorstellingen eenmaal lopen, neemt het tijdschrift een meer discrete positie in; het is tegen de ongeschreven wetten van de NRF om werk van eigen medewerkers te prijzen. Voor het publiek is het inmiddels duidelijk dat theater en tijdschrift bij elkaar horen. De recensies van de eerste voorstellingen laten zien dat het serieuze imago van de NRF afstraalt op het theater: 'Après le luxe et la luxure du Vaudeville, le régime de pain sec auquel nous a soumis M. Jacques Copeau, par mesure d'hygiène littéraire, m'a paru réconfortant.'¹⁵

Er zijn ook critici die de Vieux-Colombier afkeuren vanwege het vermeende NRF-ascetisme: 'Je ne sais quelle atmosphère puritaine, germanique, munichoise règne dans ce théâtre du Vieux Colombier. Les organisateurs semblent apporter un peu d'indiscrétion à nous faire savoir que nous ne sommes pas là pour amuser.'¹⁶ In werkelijkheid markeert de oprichting van het Théâtre du Vieux-Colombier juist een mentaliteitsverandering binnen de NRF-groep, die zich hiermee gaat richten op een wat breder publiek. In tegenstelling tot het tijdschrift kan het theater zich geen extreem anti-commerciële houding permitteren, omdat er veel geld van externe sponsors mee gemoeid is. Het *classicisme moderne* van de NRF wordt dankzij Copeaus inspanningen verrijkt met een dosis humor en fantasie die door het publiek wordt gewaardeerd. Het succes van het theater heeft bovendien een positief effect op het abonneebestand van het tijdschrift: 'Vous saviez qu'on a recueilli plus de 80 abonnements en novembre et décembre? C'est à n'en pas douter l'effet du théâtre.'¹⁷

Na afloop van het eerste seizoen ziet de toekomst van het Théâtre du Vieux-Colombier er hoopvol uit. Het uitbreken van de oorlog maakt een abrupt einde aan de Parijse activiteiten: Copeau en zijn acteurs gaan op tournee in Amerika en het theater opent pas weer in 1920. Hoewel Copeau zich al in 1924 terugtrekt uit het Théâtre du Vieux-Colombier, heeft zijn vernieuwende aanpak een duurzame invloed gehad op het Franse theater van de twintigste eeuw.

De verschillende projecten die door de redactie van de NRF op touw worden gezet vertonen een aantal interessante overeenkomsten. In alle gevallen is er sprake van een vruchtbaar tweerichtingsverkeer met het tijdschrift. De literaire reputatie van het tijdschrift straalt af op Pontigny, de Editions de la NRF en het Théâtre du Vieux-Colombier; andersom verhoogt het succes van deze satelliet-ondernemingen het aanzien van de NRF. De hechte relatie met het tijdschrift heeft bovendien veel praktische voordelen. Daarnaast manifesteert zij zich op het inhoudelijke vlak: de gespreksthema's van Pontigny, het fonds van de uitgeverij en het repertoire van het theater weerspiegelen de artistieke interesses van de NRF.

De nieuwe faciliteiten komen ten goede aan de oorspronkelijke groep, maar trekken ook nieuwe medewerkers aan, en in hun kielzog nieuwe abonnees. Tussen 1909 en 1914 ontwikkelt de NRF zich geleidelijk in de richting van een gezaghebbend literair tijdschrift voor een breed publiek van cultureel geïnteresseerden, zonder zijn poëtische uitgangspunten te verloochenen. In deze beginperiode zijn alle activiteiten nog tamelijk kleinschalig en verliesgevend, maar dankzij de steun van enkele rijke redactieleden kan de NRF-groep literaire criteria laten prevaleren boven commerciële

belangen. Ondertussen is op alle gebieden een ontwikkeling waar te nemen in de richting van een meer professioneel, mogelijk rendabel bedrijf. De progressie, die in 1914 abrupt wordt onderbroken, zet zich na de oorlog voort. Pas dan zullen het tijdschrift en zijn afgeleide ondernemingen hun potentieel ten volle realiseren.

Het ontwikkelen van nieuwe activiteiten is onmiskenbaar zeer gunstig gebleken voor de NRF. Het is echter de vraag in hoeverre deze aanpak berust op een bewuste strategie. Alleen de oprichting van de uitgeverij is in een vroeg stadium gepland, geïnspireerd door het voorbeeld van andere tijdschrift-uitgeverijen. In de andere gevallen is er geen sprake van een vooropgezette strategie; Pontigny is een project van buitenaf waarop de NRF handig inspringt, terwijl de Vieux-Colombier een persoonlijk initiatief is van Copeau dat mogelijk wordt gemaakt door de inzet van zijn collega-redacteuren. Dankzij hun intuïtieve begrip van het functioneren van het literaire veld slagen de NRF-auteurs erin deze onverwachte mogelijkheden aan te grijpen om hun tijdschrift op een hoger plan te brengen. Het zou interessant zijn om te onderzoeken in hoeverre een dergelijke 'multimedia-aanpak' uniek is voor een vroeg twintigste-euws tijdschrift.

•> MAAIKE KOFFEMAN schreef in 1996 een doctoraalscriptie over Gide en de Nouvelle Revue Française in de jaren 1930. Sinds 1997 is zij als aio verbonden aan de Universiteit Utrecht, waar zij onderzoek doet naar de beginjaren van de NRF (1908-1914), in het bijzonder de romankritiek in het tijdschrift.

Dit artikel is een bewerking van een lezing die op 19 mei 2000 werd gegeven tijdens een studiedag van de Projectgroep Tijdschriftstudies.

- 1 Het is Anna Boschetti die deze aanpak gekarakteriseerd heeft als een 'stratégie multimédia'. A. Boschetti, 'Légitimité littéraire et stratégies éditoriales', in: R. Chartier & H.J. Martin (red.), *Histoire de l'édition française IV: Le livre concurrencé, 1900-1930*, Parijs 1986, 481-527. Zie ook A. Anglès, *André Gide et le premier groupe de La Nouvelle Revue Française, 1890-1914*, Parijs 1978-1986.
- 2 'Avertissement.' NRF, november 1908. NB: de oprichters van het tijdschrift zijn in 1908 tussen de 30 en 40 jaar. Met de nieuwe generatie bedoelen zij de schrijvers van na het symbolisme.
- 3 In zijn streven naar artistieke vernieuwing door middel van een creatieve verwerking van de literaire traditie is de NRF een voorbode van het modernisme zoals dat is gedefinieerd door W. Bronzwaer, 'T.S. Eliot en Igor Stravinsky. Twee meesters van het modernisme', in: T.S. Eliot. *Een Amerikaan in Europa*, Baarn 1988, 88-110.
- 4 Zie F. Chaubet, *Paul Desjardins et les Décades de Pontigny*, Villeneuve d'Asq 2000, 64: 'Ce désir de coopération avec des écrivains, ceux de la N.R.F. plus précisément, relève chez Desjardins d'une intuition féconde qui mêle considérations esthétiques et intellectuelles communes et dispositions stratégiques convergentes avec les hommes de cette revue.'
- 5 André Gide aan Jean Schlumberger, 28 augustus 1910. In: A. Gide & J. Schlumberger, *Correspondance 1901-1950*. Paris 1993, 308-9.
- 6 André Gide aan Harry Kessler, 20 oktober 1910, in: C. Foucart (red.), *D'un monde à l'autre: la correspondance André Gide-Harry Kessler (1903-1933)*, Lyon 1985, 73.
- 7 Zie Boschetti (1986).
- 8 Zie J.-Y. Mollier, 'Les nouvelles concurrences: Vallette, Grasset, Gallimard et leurs anciens', in: *L'Argent et les Lettres*, Parijs 1988, 445-81.
- 9 André Gide aan Franz Blei, 19 augustus 1909, in: A. Gide & F. Blei, *Briefwechsel, 1904-1933*, Mainz 1997, 155.
- 10 André Gide aan Paul Claudel, 22 februari 1911, in: A. Gide & P. Claudel, *Correspondance 1899-1926*, Paris 1949, 161-4.
- 11 Catalogus van de Editions de La Nouvelle Revue Française (1911). Afgebeeld op www.gallimard.fr.
- 12 Zie P. Assouline, *Gaston Gallimard. Un demi-siècle d'édition française*, Paris 1984; J.-Y. Tadié, *Marcel Proust. Biographie*, Paris 1996.

- 13 Nationalistische tijdschriften als de *Revue critique des idées et des livres* zijn uitgesproken xenofob. Aan de andere kant van het spectrum bevindt zich de *Mercur de France*, inmiddels een wat bedaagd algemeen cultureel tijdschrift, waarvan de encyclopedische belangstelling zich uitstrekt tot heel West-Europa. De NRF heeft een meer selectieve benadering en zoekt in het buitenland vooral naar ontwikkelingen die aansluiten bij zijn eigen poëtische debatten.
- 14 J. Schlumberger, *Eueils*, in: *Œuvres VI (1940-1944)*, Paris 1960, 397.
- 15 J. de Pierrefeu in *La Liberté*, 24 oktober 1913.
- 16 P. Souday in *Le Temps*, 24 oktober 1913.
- 17 Jean Schlumberger aan Jacques Copeau, 26 december 1913. Bibliothèque Doucet, Parijs.