

Recensie

Elske Dorgelo & Mathijs Sanders (red.), *Dezelfde hemel – andere horizon. Perspectieven voor en op het literaire tijdschrift*. Radboud Universiteit Nijmegen, 2012. 121 p. Te bestellen via m.sanders@let.ru.nl.

Sinds enkele jaren is er sprake van onrust en zelfs crisis in de wereld van het literaire tijdschrift. Aan het begin van deze onrust staat onder andere het onderzoek van een masterstudent. In zijn scriptie *Het literaire tijdschrift als kweekvijver en debatplaats. Een stand van zaken* (2009) concludeert Bart Temme op basis van onderzoek naar vier literaire tijdschriften dat ze hun traditionele functies niet langer vervullen. De tijdschriften zijn geen kweekvijver voor nieuw talent meer en ze vormen niet langer het centrum van het literaire debat. Temme laat zien dat het belang van het literaire tijdschrift niet meer vanzelf spreekt. Dit blijkt ook uit het advies dat de Raad voor Cultuur in april 2011 uitbracht: ‘Vroeger waren tijdschriften een belangrijk instrument voor talentontwikkeling van auteurs; inmiddels hebben ze sterk aan belang ingeboet.’ Dit heeft er toe geleid dat het Letterenfonds vanaf 2013 nog slechts enkele literaire tijdschriften zal subsidiëren met als voorwaarde dat ze zich ook op het internet manifesteren.

De ontwikkelingen in het literaire tijdschriftenveld vormen dus een actueel en relevant onderzoeksobject. De mastercursus ‘Infrastructuur van het literaire leven’ aan de Radboud Universiteit stond daarom in het afgelopen jaar geheel in het teken van het literaire tijdschrift. Onder leiding van Mathijs Sanders verdiepten veertien studenten zich in de problematiek van dit medium. Dit vormde het vertrekpunt voor de twaalf korte artikelen die zijn gepubliceerd in de bundel *Dezelfde hemel – andere horizon. Perspectieven voor en op het literaire tijdschrift*. Elk artikel richt zich vanuit een overkoepelende reeks vragen op een bestaand (of onlangs opgeheven) literair tijdschrift. Welke doelen stellen literaire tijdschriften zichzelf anno 2012? Met welke middelen trachten zij deze doelen te verwezenlijken? Hoe kunnen zij hun bestaansmogelijkheden optimaliseren en welke bronnen kunnen ze aanboren als subsidies worden opgeheven?

In de bundel staan twaalf zeer verschillende tijdschriften centraal: van het traditionele, vijftig jaar oude *Hollands Maandblad* tot het jonge, moderne *Das Magazin*, maar ook tijdschriften uit de marge, zoals literair kindertijdschrift *BoekieBoekie*. De studenten beschrijven en interpreteren zowel de functies als stra-

tegieën van de literaire bladen en hanteren hierbij verschillende analysemethoden. Zo gebruikt Maud van Loenen de succesformule van ‘bladendokter’ Rob van Vuure om erachter te komen waar het misging met *Hollands Diep*. Céline Bode schrijft in haar artikel over *Terras* dat de problematiek van het literaire tijdschrift als een identiteitscrisis kan worden opgevat. Ze betreft hierbij de rizomatische filosofie van Deleuze en Guatarri, die draait om het moment waarop we ontsnappen uit een systeem dat ons gevangen houdt. Volgens Bode voldoet *Terras* intuïtief aan de uitgangspunten van deze filosofie omdat het niet vasthoudt aan één verschijningsvorm, maar zowel op papier als online verschijnt. Het zijn twee voorbeelden van de invalshoeken die de studenten gebruiken om tijdschriften te analyseren.

In de artikelen worden grofweg drie soorten overlevingsstrategieën onderscheiden. Sommige tijdschriften ontwikkelen allerlei nevenactiviteiten. Elske Dorgelo onderzoekt het effect hiervan in haar artikel over het literaire voetbal-tijdschrift *Hard Gras* en ze kijkt hoe deze nevenactiviteiten zich verhouden tot het papieren medium. Dorgelo concludeert dat ‘Hard Gras’ een merknaam is geworden door televisieprogramma’s, theater-tours en een journalistieke prijs met dezelfde naam. Volgens Dorgelo is deze strategie succesvol: ‘Andere (literaire) tijdschriften zouden wellicht een voorbeeld aan *Hard Gras* kunnen nemen: nevenactiviteiten kunnen zorgen voor naamsbekendheid en wellicht een groter lezerspubliek.’

Ook het bereiken van een nichepubliek blijkt een mogelijkheid te kunnen bieden om als tijdschrift te blijven

bestaan. Dit laten artikelen over het Duitstalige *Allmende* en *Madoc* zien. Met een oplage van enkele honderden tot duizend exemplaren, zijn het tijdschriften die zich richten op een klein, specifiek publiek. *Madoc* profileert zich als toegankelijk tijdschrift voor mensen met interesse in de middeleeuwen. Linda Kooijman schrijft over de overlevingsstrategie van dit tijdschrift: ‘Dankzij de omvang van de doelgroep die *Madoc* heeft aangeboord, is het tijdschrift financieel onafhankelijk. De doelgroep van *Madoc* is niet alleen groot genoeg om het tijdschrift te kunnen bekostigen, ze is ook klein genoeg om er trouwe abonnees van te maken.’ Kortom, doordat het tijdschrift een nichemarkt bedient, profiteert het van de loyaliteit van zijn publiek, maar ook van het ontbreken van concurrerende tijdschriften.

Tot slot is het gebruik van internet een terugkerend onderwerp in vrijwel alle artikelen in de bundel. *Hollands Maandblad* en *Das Magazin* staan op dit punt lijnrecht tegenover elkaar. Jeanine van Kollenburg laat zien dat Bastiaan Bommeljé, hoofdredacteur van *Hollands Maandblad*, het internet gebruikt om zijn afkeer van de digitalisering kenbaar te maken. Hij toont hiermee dat zijn voorkeur voor het oude, vertrouwde papier niet voortkomt uit onkunde of onwetendheid. Bommeljé is echter een uitzondering op de regel, want uit deze bundel blijkt dat bijna elke tijdschriftredactie bezig is met internet als opening naar een groter publiek en meer steun. Nieuwkomer *Das Magazin*, opgericht in 2010, doet dat als geen ander. De redactie betrok het publiek meteen intensief bij het tijdschrift door het nulnummer uit te geven met geld dat was verdiend

via *crowdfunding*. Met flitsende filmpjes op de website en feestjes rondom de lanceringen van nieuwe nummers profileert *Das Magazin* zich op een manier die nieuw is in het veld. Auteur Adrienne Tuk: ‘*Das Magazin* maakt een soort “happening” van het tijdschrift; het is niet iets wat je alleen leest, maar waar je bij moet zijn en wat je moet beleven.’

Er is een duidelijk verschil in opzet tussen de twaalf artikelen in *Dezelfde hemel – andere horizon*. Sommige artikelen analyseren het tijdschrift vanuit een duidelijk theoretisch kader, zoals de succesformule voor commerciële tijdschriften van Rob van Vuure of de vastgestelde functies van het literaire tijdschrift. Het maakt ze sterker en boeiender dan de artikelen die meer verkennend en constaterend van aard zijn, zoals die over literair kindertijdschrift *BoekieBoekie*. Ongeacht de opzet, verwijzen alle artikelen in de bundel naar het gebruik van internet. De onderzoekers gaan daar echter weinig inhoudelijk op in. Hoe worden een website en eventuele sociale media-accounts ingevuld door het tijdschrift? En welk effect heeft een bepaalde werkwijze? Het zou ook interessant kunnen zijn om dieper in te gaan op de wisselwerking tussen papier en internet. Dit gebeurt voorzichtig in het artikel over *Op Ruwe Planken*, waarin de relatie tussen de vernieuwing van de website en de inhoud van het papieren tijdschrift wordt onderzocht. Een meer diepgaande analyse van het internetgebruik van de besproken tijdschriften zou beter inzicht kunnen geven in hun strategieën en de effectiviteit ervan.

Tot slot zijn er, ondanks de grote variatie aan tijdschriften, toch een aantal interessante casussen onbesproken geble-

ven. De overname van *De Gids* door *De Groene Amsterdammer* per april 2012 zou perfect in deze bundel passen. Voor het oudste Nederlandse literaire tijdschrift was het de enige overlevingsmogelijkheid. Ook een poëzietijdschrift als *Awater*, met een oplage van 1500 nummers een van de grotere literaire tijdschriften in Nederland, zou een interessant onderzoeksobject geweest zijn.

Half januari 2013 maakt het Nederlands Letterenfonds bekend welke drie literaire tijdschriftredacties een subsidie van €100.000 mogen verdelen. De andere literaire tijdschriften zullen vindingrijk moeten zijn om te kunnen blijven bestaan. In de artikelenbundel *Dezelfde hemel – andere horizon* laten masterstudenten zien welke mogelijkheden er zijn en wat er valt te leren van strategieën die literaire tijdschriftredacties op dit moment gebruiken. Het zijn geen kant en klare oplossingen, maar Mathijs Sanders verwoordt in zijn inleiding wel een advies namens de cursusgroep: ‘Wil het literaire tijdschrift een rol blijven spelen in de literatuur dan zal het niet mogen zwelgen in zelfbeklag. Tijdschriften moeten zichzelf opnieuw uitvinden.’

De artikelenbundel *Dezelfde hemel – andere horizon* toont hoe masterstudenten actueel en relevant letterkundig onderzoek doen naar tijdschriften. De hieruit voortgekomen artikelen kunnen gezien worden als een eerste aanzet, een uitnodiging tot verder onderzoek naar literaire tijdschriften en hun (veranderende) positie in het huidige literaire veld.

•> NATASJA VAN SOMMEREN is masterstudente Nederlandse Letterkunde aan de Radboud Universiteit Nijmegen en redactiestagiaire bij TS.