

[SYMPOSIUMVERSLAG]

‘Machtige manipulators, gatekeepers en agenda setters’.
Modeling American Culture: American Magazines
in the Twentieth Century

ELKE VAN CASSEL, TOM KUIPERS EN USHA WILBERS

Op 18 en 19 april 2002 vond op het Roosevelt Study Center in Middelburg de conferentie ‘Modeling American Culture: American Magazines in the Twentieth Century’ plaats. Het idee voor de conferentie kwam voort uit een interdisciplinair onderzoeksprogramma dat de Katholieke Universiteit Nijmegen in 1998 opzette in samenwerking met het Roosevelt Study Center, een onderzoeksinstituut gewijd aan de twintigste-eeuwse geschiedenis van de Verenigde Staten en Europees-Amerikaanse verhoudingen. Het programma, getiteld ‘Magazines and Periodicals as Instruments of Twentieth-Century American Culture,’ richt zich op de vraag in welke mate Amerikaanse tijdschriften de politieke, culturele en sociologische ontwikkelingen in de Verenigde Staten beïnvloeden dan wel reflecteren.¹

Hoewel tijdschriften sinds lange tijd



Foyer met conferentiedeelnemers.

erkend worden als belangrijke historische bronnen, benaderen onderzoekers in zowel de Verenigde Staten als in Europa tijdschriften steeds meer als op zichzelf staand studieobject. Tijdschriften fungeren immers niet alleen als spiegels of barometers van

politieke, sociale en culturele ontwikkelingen, maar dienen ook als instrumenten in het produceren, publiceren en consumeren van cultuur. Ook het onderzoek van ondergetekenden, over de tijdschriften *The Reporter*, *Commentary* en *The Paris Review*, richt zich op de vraag welke rol deze tijdschriften hebben gehad in het reflecteren dan wel sturen van maatschappelijke ontwikkelingen.

Omdat er in Nederland maar in zeer beperkte mate onderzoek wordt gedaan naar Amerikaanse tijdschriften richtten we ons in onze zoektocht naar een overkoepelende methodologie in eerste instantie op de V.S. Hoewel tijdschriften daar net als in Nederland vanuit vele verschillende disciplines worden bestudeerd en er dus geen sprake is van een op zichzelf staand vakgebied, is er, vooral binnen de communicatiewetenschap, wel degelijk sprake van een zekere traditie. Van groot belang is het vijfdelig overzichtswerk van Frank Luther Mott, getiteld *History of American Magazines (1930-1968)*, dat de ontwikkeling van Amerikaanse tijdschriften tussen 1741 en 1930 beschrijft. Recenter is het onderzoek van David Abrahamson, werkzaam voor de Medill School of Journalism aan Northwestern University. Abrahamson is de auteur

van *Magazine-Made America: The Cultural Transformation of the Postwar Periodical (1996)* en redacteur van de belangrijke anthologie over tijdschriftwetenschap getiteld *The American Magazine: Research Perspectives and Prospects (1995)*. Zijn werken mogen als handboeken op het gebied van Amerikaans tijdschriftonderzoek worden beschouwd. Toch is er in de V.S. geen sprake van een discipline-overschrijdende traditie: tijdschriftonderzoekers uit de verschillende disciplines (communicatiewetenschap, journalistiek, *cultural studies*, literatuurwetenschap, etc.) blijken nauwelijks met elkaar in verbinding te staan.

De conferentie had als doel om de nieuwe ontwikkelingen van tijdschriftonderzoek een impuls te geven door verschillende disciplines en benaderingen bijeen te brengen en zo nieuwe inzichten over methodologie en aanpak te verwerven. Door zowel Amerikaanse als Europese sprekers uit te nodigen werd getracht naast een discipline-overbruggende ook een transatlantische dialoog op gang te brengen. In de *call for papers* werden de volgende hoofdvragen gesteld:

- Welke rol spelen tijdschriften in de vorming van de Amerikaanse identiteit?
- In welk opzicht geven tijdschriften

aanzet tot politieke, sociale en culturele ontwikkelingen en hoe kan men die invloed meten?

· Op welke wijze fungeren tijdschriften als fora voor ideeën van een specifieke groep in de Amerikaanse maatschappij en welke rol spelen zij als cultureel instituut?

TRENDSETTERS EN TRENDVOLGERS

De voorstellen die binnenkwamen op de *call for papers* vertoonden niet de samenhang van een duidelijk omlijnd onderzoeksveld met een eigen methodologie. Er waren voorstellen bij van onderzoekers en docenten op het gebied van geschiedenis, Engelse taal en cultuur, kunstgeschiedenis, Amerikanistiek, journalistiek en massacommunicatie.

De selectie die we uiteindelijk hebben gemaakt was gebaseerd op een tweedeling die ons opviel in de ingestuurde voorstellen. De eerste dag van de conferentie zou gewijd zijn aan de literaire, politieke en opinietijdschriften die een forum vormden voor debat, grotendeels bepaalden waar dat debat over ging, en gericht waren op een zekere elite. De tweede dag zou gewijd zijn aan de meer op het brede publiek gerichte commerciële tijdschriften. Bij de eerste groep tijdschriften is invloed

vaak intentioneel; de redacteurs van deze tijdschriften – vaak zeer sterke persoonlijkheden – trachten politieke, sociale en culturele ontwikkelingen te beïnvloeden of te bespoedigen. Deze tijdschriften zijn vaak gericht op een kleine groep geestverwanten rondom de redacteurs en het is niet per se de bedoeling dat er winst wordt gemaakt. De commerciële tijdschriften zijn uiteraard in de eerste plaats uit op winst en zijn gericht op een breed publiek. Deze tijdschriften zijn eerder trendvolgers dan trendsetters, redeneerden we. Ze reflecteren bepaalde sociale, politieke en culturele ontwikkelingen, maar spelen veel minder een rol in het vormgeven ervan. Deze gesignaleerde tweedeling werd gedurende de conferentie overigens onderwerp van debat.

De sprekers vertegenwoordigden niet alleen verschillende disciplines, maar ook verschillende nationaliteiten. Hoewel de meeste sprekers uit de Verenigde Staten kwamen, waren er ook sprekers en deelnemers uit Groot-Brittannië, Duitsland, Frankrijk, Turkije, Canada en natuurlijk Nederland. Ook buiten de academische wereld bleek er belangstelling te zijn voor de conferentie. Een van de sprekers was Jeffrey Lependorf, de directeur van de *Council of Literary Magazines and Presses*, een non-profitorganisatie die onaf-

hankelijke literaire uitgevers in de V.S. helpt hun tijdschriften op de markt te brengen. Ook waren er Nederlandse belangstellenden uit de journalistieke en de uitgeverwereld.

LITERAIRE TIJDSCHRIFTEN ALS CULTUREEL INSTITUUT

De eerste sessie van de eerste dag ging over de manier waarop een literair tijdschrift kan functioneren als cultureel instituut en over de manier waarop het een bepaalde groep schrijvers en lezers vertegenwoordigt en aan zich bindt. Jeffrey Lependorf vertelde in zijn lezing welke rol de vormgeving van een tijdschrift kan spelen bij het aantrekken en vormen van een lezerspubliek. Het uiterlijk van een tijdschrift vormt meestal onze eerste kennismaking met een tijdschrift. De identiteit die een nieuw tijdschrift zich door middel van vormgeving aanmeet, bepaalt in belangrijke mate welk type lezers het aantrekt en hoe die lezers het tijdschrift lezen en beoordelen. Lependorf had een aantal verschillend vormgegeven literaire tijdschriften meegebracht. Hij liet de deelnemers aan de conferentie op die manier kennis maken met verschillende experimenten, waaronder tijdschriften die eruit zien als *coffee-table books*, tijdschriften die eruit zien als kranten, en literaire tijdschriften

die eruit zien als commerciële publiekstijdschriften. In dezelfde sessie vertelde Patricia Gantt, verbonden aan de vakgroep Engels van Utah State University, over het literaire tijdschrift *Contempo* (1931-). In haar lezing beschreef Gantt *Contempo* als een tijdschrift dat niet zozeer de nadruk legde op de benadering van de lezers, maar veel meer op de link met de achterban van schrijvers en dichters. *Contempo* fungeerde als intermediair tussen schrijver en publiek en als doorgeefluik voor nieuwe ontwikkelingen zoals het modernisme.

POLITIEKE OF IDEOLOGISCHE BOODSCHAP

In de tweede sessie van die dag stond de rol die tijdschriften spelen in de vorming van nationale en regionale identiteiten centraal. Helaas moest de spreker die een lezing zou houden over regionale Amerikaanse tijdschriften verstek laten gaan, waardoor de sessie slechts uit één lezing bestond. In zijn lezing beschreef Frank Schumacher de manier waarop *National Geographic Magazine* (1888-) aan het begin van de twintigste eeuw functioneerde als belangrijk platform voor de voorstanders van het imperialistische buitenlandse beleid van de V.S. Schumacher, die als historicus verbonden is aan de Universiteit van



Usha Wilbers, Ellen Garvey, Tom Kuipers, Margaret Beetham en Elke van Cassel.

Erfurt, probeerde via een inhoudsanalyse aan te tonen dat *National Geographic Magazine* de negatieve aspecten van het imperialistische beleid structureel negeerde en – veelal met behulp van foto's – de positieve effecten van het beleid uitvergrootte. De discussie over de Amerikaanse nationale identiteit, die voortkwam uit de tegenstelling tussen het Amerikaanse antiekoloniale verleden en de nieuwe imperialistische politiek, is vooral interessant in het licht van de nauwe banden die het tijdschrift onderhield met de Amerikaanse regering. Ook door het definiëren en afbeelden van 'de ander' versterkte het tijdschrift de eigen Amerikaanse identiteit.

De derde sessie, gewijd aan de invloed van tijdschriften die een expliciete politieke of ideologische boodschap uitdragen, bleek goed voort te bouwen op Schumachers

lezing over *National Geographic Magazine*. In deze sessie – getiteld 'Instigators and Powerbrokers' – bespraken Robert Cottrell en Charles Ponce de Leon twee verschillende vormen van invloed die een op opinieleiders gericht tijdschrift kan hebben. Cottrell vertelde in zijn lezing hoe I.F. Stone's *Weekly* (1953-1971) – een onafhankelijk tijdschrift dat geheel door hoofdredacteur I.F. Stone werd geschreven en uitgegeven – de manier waarop journalistiek werd bedreven veranderde door als voorbeeld te dienen voor de ondergrondse en onderzoeksjournalistiek van de jaren zestig. Ponce de Leon legde in zijn lezing uit hoe het tijdschrift *Fortune* (1930-) het Amerikaanse kapitalisme promoveerde in een periode – de jaren dertig – waarin het zich in een crisis bevond.

MASSACOMMUNICATIE VS. CULTURAL STUDIES

De eerste dag van de conferentie werd afgesloten met een hoofdlezing door Ellen Garvey, voormalig voorzitter van de *Research Society for American Periodicals*. Garvey is de auteur van *The Adman in the Parlor: Magazines and the Gendering of Consumer Culture* (1996), een boek waarin ze de manier beschrijft waarop reclame en de redactionele inhoud van een tijdschrift zich tot elkaar verhouden in commerciële Ame-

rikaanse tijdschriften aan het eind van de negentiende eeuw. In haar lezing – ‘An Overview of Research on U.S. Magazines in the Long Twentieth Century’ – nam Garvey de scheiding tussen onderzoekers uit de massacomunicatiehoek en cultuurhistorici als uitgangspunt. Ze ging in op de verschillende vragen die onderzoekers stellen als ze tijdschriften bestuderen en de verschillende methodes en hulpmiddelen die ze aanwenden om die vragen te beantwoorden. Ze beschreef de verschillende uitgangspunten van tijdschriftonderzoek met een communicatie- of journalistieke achtergrond en tijdschriftonderzoek met een literaire, *cultural studies*- of Amerikanistiek-achtergrond. Er zijn verschillen in stijl, verschillen in opvattingen over wat belangrijk is en welke vragen er moeten worden gesteld, en waarom het überhaupt van belang is om tijdschriften te bestuderen. Onderzoekers met een communicatieachtergrond besteden bijvoorbeeld meer aandacht aan de uitgevers en reclamemakers dan aan de redacteurs en de lezers. Ook zijn er verschillen in methodologie: zo zijn onderzoekers met een communicatieachtergrond geneigd een tijdschrift op een kwantitatieve manier te benaderen, terwijl cultuurhistorici een

tijdschrift eerder op een kwalitatieve manier zullen onderzoeken.

Daarnaast ging Garvey in haar lezing in op een aantal nieuwe ontwikkelingen op het gebied van tijdschriftonderzoek. Binnen *cultural studies* en genderstudies gaan onderzoekers er steeds minder vanuit dat tijdschriften een vaste betekenis hebben. Er wordt steeds meer aandacht besteed aan de lezer en hoe die met het tijdschrift omgaat. Via analyses van ingezonden brieven, advertenties, brieven en dagboeken van lezers, maar ook via analyses van lezersonderzoeken en het beeld dat redacteurs hadden van hun ideale lezer proberen onderzoekers de manier waarop het tijdschrift werd gelezen te doorgronden. Vooral binnen *cultural studies* wordt het tijdschrift steeds meer als geheel bestudeerd, dus inclusief afbeeldingen, advertenties, opmaak, en lezers. Tijdschriften worden ook niet langer gezien als fora voor invloedrijke mensen, maar als vormgevend voor een bepaalde groep binnen de Amerikaanse samenleving. De verdeling van tijdschriften in trendsetters en trendvolgers vindt Garvey dan ook niet relevant. Ieder tijdschrift draagt actief bij aan de groepsvorming van zijn lezers, op welke groep binnen de samenle-

ving het ook gericht is; dit geldt net zo goed voor commerciële als voor niet-commerciële tijdschriften. Commerciële tijdschriften kunnen een heel andere functie hebben dan we in eerste instantie veronderstellen en ook 'vergeten' tijdschriften kunnen heel invloedrijk zijn geweest.

Garvey probeerde de discussie en uitwisseling van ideeën tussen de deelnemers aan de conferentie op gang te brengen door hun twee vragen voor te leggen: van welk gedeelte van je onderzoek zou je willen dat iemand anders het al gedaan had voordat je aan je eigen project begonnen? En wat zou je kunnen bereiken of welke gedachtesprongen zou je kunnen maken als dat werk al gedaan was? Garvey probeerde op deze manier aan te geven dat tijdschriftonderzoek altijd interdisciplinair is, omdat er zoveel verschillende aspecten aan zitten. Als je zelf *cultural studies*-onderzoek doet, zo stelde Garvey, heb je vaak behoefte aan statistische gegevens, en als je onderzoek doet vanuit een communicatie- of journalistieke achtergrond kan het juist zijn dat je behoefte hebt aan een goed historisch overzichtswerk om het tijdschrift in de context van de tijd te kunnen plaatsen. Vervolgens gaf ze de toehoorders de opdracht hun antwoorden op haar twee vragen met

elkaar te delen. Dat bleek een zeer effectieve manier om discussies op gang te brengen die tijdens de aansluitende borrel en het sprekersdiner enthousiast werden voortgezet.

GENDERIDENTITEIT EN DE ROL VAN HET LEZERSPUBLIEK

De sessies van de tweede conferentiedag waren respectievelijk gewijd aan de invloed die tijdschriften hebben op de vorming en interpretatie van genderidentiteit, en van de rol van het lezerspubliek. In de eerste sessie sprak Valerie Begley over de rol die het Afro-Amerikaanse tijdschrift *Ebony* (1945-) speelde in het construeren van raciale en gender-verhoudingen binnen de Amerikaanse samenleving. Begley's onderzoek maakt deel uit van *critical white studies*, een subdiscipline van *African American studies* waarin onderzoekers de betekenis van de begrippen 'blank' en 'zwart' proberen te ontsluiten om op die manier het overheersende blanke perspectief te nuanceren. Aan de hand van het beeld van de huisvrouw in *Ebony* toonde Begley aan dat het tijdschrift het aan de kaak stellen van de rassenverhouding verkoos boven het aan de kaak stellen van de traditionele rolverdeling tussen mannen en vrouwen. In dezelfde sessie analyseerde Jay Kleinberg - hoogleraar Amerikanistiek aan

Brunel University (Groot-Brittannië) en auteur van onder andere *Women in the United States, 1830-1945* (1999) – de manier waarop *The Ladies Home Journal* (1883-) tussen 1930 en 1960 het debat reflecteerde over de veranderende plaats die vrouwen innamen in de maatschappij.

In de tweede sessie van die dag gingen drie verschillende onderzoeksters in op de vraag hoe commerciële tijdschriften die zich expliciet richten op een bepaald segment van de markt zowel een vormende als een reflecterende functie kunnen hebben. Sammye Johnson – hoogleraar journalistiek aan Trinity University in Texas en tevens gelauwerd journaliste en redacteur van een groot aantal verschillende tijdschriften – stelde in haar lezing dat tijdschriften niet alleen pleitbezorgers zijn voor bepaalde ontwikkelingen, maar dat ze ook actief bijdragen aan de samenhang van bepaalde groepen binnen de samenleving en deze een stem in het maatschappelijk debat geven. In haar lezing ging Johnson specifiek in op tijdschriften die zich richten op minderheden binnen de Amerikaanse samenleving. Deze tijdschriften reflecteren demografische veranderingen en vertegenwoordigen verschillende groepen binnen die samenleving, en zorgen er bovenal

voor dat deze minderheden zichzelf kunnen herkennen in de tijdschriften die ze lezen en op die manier hun eigen identiteit bevestigd zien. Vooral voor Hispanics en Asian-Americans geldt dat de op hen gerichte Engelstalige tijdschriften lezers met verschillende achtergronden (Spaans, Portugees, Latijns-Amerikaans, Koreaans, Vietnamees, Chinees, etc.) samenbrengen. Zo wordt de identiteit van deze groepen opnieuw vormgegeven. Tijdschriften voor etnische groepen, zo stelde Johnson, vormen en versterken de identiteit van die groepen ongeacht de onderwerpskeuze, toon, of benadering.

In haar lezing 'Older, But No Wiser: Second-generation Senior Magazines and the Redefinition of Aging in America' analyseerde Carol Fletcher aan de hand van verschillende tijdschriften voor ouderen de manier waarop een nieuwe generatie ouderen, de babyboomers, het begrip ouderdom probeert te herdefiniëren. Fletcher, die naast haar aanstelling als docent journalistiek en massamedia meer dan twintig jaar ervaring heeft in de tijdschriftenindustrie, vergeleek in haar lezing de beeldvorming in drie nummers – uit 1960, 1980 en 2000 – van *Modern Maturity* (1958-), het meest vooraanstaande tijdschrift

voor ouderen in de V.S. Daarnaast vergeleek ze *Modern Maturity* met drie nieuwere tijdschriften; *New Choices* (1995-), *More* (1997-), en *My Generation* (2001-). De grote verandering die zich sinds de jaren zestig heeft voltrokken is dat ouder worden niet langer wordt gezien als een overwinning, maar als een nederlaag. In plaats van zelfreflectie en het zoeken naar betekenis zijn de nieuwe tijdschriften vooral gericht op genotzucht. Deze tijdschriften presenteren niet alleen een vertekend beeld van ouder worden, ze dragen zelfs de boodschap uit dat ouder worden niet langer geaccepteerd is. Eeuwigdurende jeugd, dat is de nieuwe norm.

In de lezing van Jessica Wurster – verbonden aan McGill University in Montreal (Canada) – stond niet zozeer het tijdschrift centraal als wel de complexe relatie tussen de alternatieve subcultuur en de overheersende massacultuur. Het tijdschrift *Sassy* (1988-1994) kwam aanvankelijk op de markt als alternatieve tegenhanger van de meer *mainstream*-tijdschriften voor tienermeisjes. Toen begin jaren negentig – met de opkomst van de rockgroep Nirvana – de alternatieve subcultuur deels opging in de *mainstream*, begon *Sassy* echter een ander publiek te trekken. Het tijdschrift



Hans Bak en Sammye Johnson

kwam onder vuur te liggen van de alternatieve media, die het bestempelden als een *sell out* omdat het de alternatieve levenswijze zou aanprijzen als wegwerp-levensstijl. Volgens Wurster was *Sassy* dat echter niet. In plaats van de alternatieve subcultuur in te lijven bij de *mainstream* probeerde het tijdschrift juist een groep die vrijwel nooit buiten de *mainstream* trad – tienermeisjes – toegang te bieden tot een alternatieve levenswijze. Hiermee stelde Wurster niet alleen de traditionele opvattingen over de tegenstelling tussen de subcultuur en de *mainstream* aan de kaak, maar toonde ze ook aan dat lezers een zeer actieve rol kunnen spelen bij het toekennen van betekenis aan een tijdschrift en het eventueel vervormen ervan.

GRENSOVERSCHRIJDEND ONDERZOEK

De afsluitende paneldiscussie werd ingeleid door Margaret Beetham, verbonden aan Manchester Metro-

politan University, waar ze Engels en vrouwenstudies doceert. Beetham is de auteur van onder andere *A Magazine of her Own? Domesticity and Desire in the Woman's Magazine, 1800-1914* (1996) en *The New Woman and the Periodical Press* (2001). Beetham was gevraagd of zij het Europese perspectief op tijdschriftonderzoek wilde vertegenwoordigen, maar zoals ze meteen aan het begin van haar lezing aangaf, is er niet genoeg sprake van een overkoepelende Europese benadering om daar een lezing aan te wijden. Wel probeerde Beetham in haar lezing aan te geven dat tijdschriftonderzoekers over hun eigen landsgrenzen heen moeten kijken. Hoewel van groot belang is de specifieke historische en geografische kenmerken van de cultuur die men bestudeert te herkennen, is het minstens zo belangrijk in te zien dat er op het gebied van tijdschriften veelvuldig sprake is van kruisbestuiving. Gedurende de twintigste eeuw heeft de Europese journalistiek de Amerikaanse veelvuldig geïmiteerd en zijn er in Europa veel tijdschriften verschenen die gebaseerd waren op Amerikaanse voorbeelden. Andersom geldt natuurlijk ook dat Amerikaanse tijdschriften profijt hebben gehad van tradities, ervaring, schrijvers en materiaal die niet specifiek Amerikaans waren. Uitwisselingen van geld,

technologie, ideeën, formules, genres, journalistieke technieken, personeel en tekst- en beeldmateriaal maken allemaal deel uit van de context waarin tijdschriftonderzoekers werken. En juist omdat ze zich niet hoeven te beperken tot een enkele discipline, hebben tijdschriftonderzoekers de mogelijkheid grenzen te overschrijden en deel te nemen aan een internationale en interdisciplinaire uitwisseling van ideeën.

Net als Garvey trok Beetham de doors aangebrachte tweedeling tussen grote commerciële tijdschriften en kleinere opinievormende tijdschriften in twijfel. Opnieuw vroeg ze zich af of de grenzen zo duidelijk getrokken kunnen worden. Alle tijdschriften – ook tijdschriften die zeggen niets met commercie te maken te willen hebben – maken deel uit van de markt en worden regelmatig geconfronteerd met hun eigen commerciële levensvatbaarheid. Beetham verwees naar het werk van Richard Dyer – een Brits onderzoeker op het gebied van filmstudies – die stelt dat het vaak de meest populaire en commerciële films zijn die leiden tot nieuwe inzichten en de verschuivingen in culturele opvattingen. Zij opperde dat dit ook voor tijdschriften zou kunnen gelden.

In het tweede gedeelte van haar lezing haalde Beetham een aantal vragen aan die gedurende de eerste dag van de conferentie naar voren waren gekomen. Ze ging met name in op de vraag hoe lezers met tijdschriften omgaan. Onderzoek naar de invloed van tijdschriften, zo stelde Beetham, werpt allerlei vragen op over de manier waarop we lezen en informatie tot ons nemen. De achtergrond van de lezer speelt hierbij een belangrijke rol. De context waarin een tijdschrift wordt gelezen en de invloed die deze context heeft op de interpretatie van de inhoud van het tijdschrift is een nog vrijwel onontgonnen terrein. Ook vroeg Beetham zich af in hoeverre de *imagined communities* waar tijdschriften zich op richten echt bestaan. Vinden tijdschriften een al bestaand lezerspubliek, of creëren ze het zelf? Wat de interpretatie van tijdschriften nog verder bemoeilijkt, is het feit dat de inhoud veelal meerduidig is en verschillende meningen, schrijfstijlen en standpunten in zich verenigt.

NIEUWE INZICHTEN

In de afsluitende discussie kwam een aantal vragen die gedurende de conferentie een belangrijke rol hadden gespeeld opnieuw voorbij. Het panel bestond uit Sammye Johnson, Jeffrey Lependorf en Sophie Levie

– hoogleraar algemene literatuurwetenschap aan de KUN – en werd voorgezeten door Hans Bak – hoogleraar Amerikaanse letterkunde en Amerikanistiek aan de KUN. Er werd onder andere gediscussieerd over de verschillende vormen van tijdschriftonderzoek die voortkomen uit verschillende disciplines, de verschillende manieren waarop tijdschriften functioneren, de verschillende aspecten van een tijdschrift die je als onderzoeker kunt bestuderen, en de tegenstelling tussen het gebruik van een tijdschrift als bron en het tijdschrift als object van studie. De discussie bevestigde eens te meer dat er geen eenduidige antwoorden zijn op de vragen die aan de conferentie ten grondslag lagen. Tijdschriften, zo bleek, worden vanuit veel verschillende invalshoeken bestudeerd en er is geen overkoepelende aanpak of methode.

Gedurende de conferentie werd duidelijk dat het begrip ‘invloed’ op vele verschillende manieren gedefinieerd en geïnterpreteerd kan worden. Tijdens de conferentie werd er aan tijdschriften gerefereerd als (onder andere): spiegels, vensters, barometers, aanstichters, machtige manipulators, gatekeepers, agenda setters en *community builders*. Ook de methodes om die verschillende vormen van invloed te

meten verschillen nogal. Sommige tijdschriftonderzoekers proberen de tijd waarin het tijdschrift functioneerde te laten herleven, bijvoorbeeld door uitgebreid archiefonderzoek, terwijl anderen zich vooral bezighouden met de inhoud van het tijdschrift, of met de afbeeldingen in het tijdschrift, en weer anderen proberen het lezerspubliek in kaart te brengen of zich richten op de gemeenschap van schrijvers en intellectuelen die zowel contribuanten als lezers waren.

Het lijkt erop dat verschillende soorten tijdschriften – commerciële, niet-commerciële, intellectuele en massatijdschriften – toch vragen om verschillende onderzoeksmethodes. De vragen die een onderzoeker stelt worden in belangrijke mate bepaald door het type tijdschrift dat hij of zij bestudeert. Desondanks kunnen we veel nieuwe inzichten verwerven door over de grenzen van onze disciplines heen te kijken. Vragen, benaderingen en methodes afkomstig uit een andere discipline kunnen een onderzoeksproject meer diepgang geven. Cultuurhistorici, letterkundigen en anderen die geneigd zijn kwalitatieve methodes toe te passen kunnen net

zoveel leren van de kwantitatieve aanpak van massamedia-deskundigen als van bijvoorbeeld de *deconstructivist cultural studies*-benadering. En andersom kunnen onderzoekers die zich normaal gesproken vooral bezighouden met statistieken en grafieken een geheel nieuwe dimensie van hun onderzoeksonderwerp ontdekken door het in een historische context te plaatsen en zich ook in de inhoud van het tijdschrift te verdiepen.

→ DE AUTEURS zijn als AiO's verbonden aan het Roosevelt Study Center en de Katholieke Universiteit Nijmegen (vakgroep Amerikanistiek). Elke van Cassel studeerde Amerikanistiek en schrijft een dissertatie over het Amerikaanse politieke tijdschrift *The Reporter* (1949-1968). Tom Kuipers studeerde eveneens Amerikanistiek en schrijft een dissertatie over het Joods-Amerikaans intellectuele tijdschrift *Commentary* (1960-1981). Usha Wilbers studeerde Engelse Taal- en Letterkunde en schrijft een dissertatie over het Amerikaanse literaire tijdschrift *The Paris Review* (1953-1973).

1. Voor meer informatie over het Roosevelt Study Center, zie Marc van Gestel, 'Het Archief', TS#11, 56-63