

Kranten zijn een vluchtig medium.

Welke plaats kennen zij toe aan de vluchtige kunst
van het theater, de dans, de opera?

Hoe motiveren zij de verschuiving

van podiumkritiek naar podiumverslaggeving?

Tom Michielsen sprak met

cultuurredacteurs,
hoofdredacteurs
en recensenten
van de meeste
Vlaamse kranten.

Voor sommigen klinkt het misschien wat vreemd, maar het is pas tijdens de jaren tachtig dat elke Vlaamse krant werk heeft gemaakt van een uitgebouwde, zelfstandig gecoördineerde en gestructureerde cultuurredactie. Hoewel cultuurverslaggeving altijd al in de krant aanwezig was, en dan prioritair in de kwaliteits- of kaderkrant, bedoel ik met deze uitbouw het toekennen van een aparte plaats aan een ruime cultuurberichtgeving, van welke aard dan ook, d.m.v. afzonderlijke rubrieken, katernen en supplementen. Vrij bizarre rubrieken onder de hoofding *Cultuur en Wetenschap* of *Cultuur en Religie* ziet men nog nauwelijks. Het supplement *Café des Arts* (vroeger een aparte rubriek) in *De Morgen* ontstond in 1991 als aanvulling op de dagelijkse cultuurbladzijden. *Kiosk* in *De Standaard* is nog maar een jong kind, net zoals *De Achterkrant* in *Het Belang van Limburg*. Ook *Buitenbeen* in de meeste regionale edities van *Het Nieuwsblad* is pas in 1984 van de grond gekomen, en de rubriek *Cultuur & Lifestyle* prijkt nog maar sinds 1987 in haar nationale edities. *Gazet van Antwerpen* heeft sinds september '94 de uitkrant *Formule 7*, die volumineuzer is dan de voorganger *Wegwijs*. En ten slotte maakt nu ook *De Financieel Economische Tijd* plannen voor de uitbouw van een cultuurkatern met zowel aankondigingen als recensies.

Door het toekennen van meer ruimte aan cultuurberichtgeving, werd ook de podiumverslaggeving uit de enge context van het louterere recenseren gelicht, en creëerde men een aanvullend forum voor een ruimere journalistieke benadering. Maar nu lijkt deze evolutie vooral in het nadeel van recensies uit te vallen, en worden journalistieke bijdragen geprefereerd boven artistieke evaluaties. Sommigen spreken zelfs van een populariserende 'vershowing' van podiumkunsten, wat volgens Peter Jacobs (*Het Nieuwsblad*) niet meer dan normaal is: 'Vroeger deden alleen kwaliteitskranten aan cultuur. Sinds het einde van de jaren tachtig hebben alle kranten, tot en met

Het Laatste Nieuws, ingezien dat ze cultuur toch niet links konden laten liggen. Maar wat gebeurt er dan! Het zijn populaire kranten en die zoeken naar populaire invalshoeken. 'Populariseren' vind ik op zich een positieve term, hoewel ik tegen de excessen ben. Maar ik vind het wel een beetje oneerlijk van de anderen dat ze zeuren over die benaderingswijze. Wij schrijven niet voor hen, wij schrijven voor een ander soort lezer. Dat onderscheid tussen kranten moet men blijven inzien.'

Overleven en populariseren

Het profiel van een krant is inderdaad bepalend voor de ruimte, de vorm en de aard van de podiumberichtgeving. Dat profiel omvat de informatieve doelstellingen die gekoppeld worden aan de verwachtingshorizon van de lezer. In het streven van elke krant, uitzonderd de gespecialiseerde, naar zogenaamd 'informatieve compleetheid' moet ook de podiumberichtgeving een plaats krijgen. Maar binnen die 'informatieve compleetheid' worden er door elke krant bepaalde accenten of prioriteiten gelegd die wel eens drastisch kunnen verschuiven wanneer de overlevingskansen op het spel staan. Een krant in moeilijkheden is vaak de eerlijkste, en daar merk je wat de eerste verschuiving is wanneer men een lezerspubliek wanhopig probeert te behouden. De enige reddingsboei blijkt dan het populariseren van alle rubrieken te zijn.

Neem nu *Het Volk*. Volgens Stef Vancaeneghem, chef cultuurredactie, 'wil HV haar

overlevingskansen vergroten door nog sterker te evolueren naar een populaire familiekrant, met als pijlers: regio, sport, televisie en wat wij noemen 'populaire cultuur'. Maar wel met het doel een complete krant te blijven maken waarin theater en klassiek een vaste stek hebben.' Die populaire cultuur wordt in de rubriek *Magazine* vermengd met zogenaamd zwaardere cultuur. Maar het conflict tussen die twee definities is onhoudbaar, waardoor er gezocht moet worden naar invalshoeken die de harde brokken in de culturele fruitpap verzachten. Eureka! Bekende of semi-bekende Vlamingen zijn ideaal om de podiumkunsten aan bod te laten komen. Filip Decruynaere (nationaal recensent HV) verwoordt het als volgt: 'Er moet hoe dan ook minder theater en dans komen in tegenstelling tot enkele maanden geleden. We proberen wel wat te compenseren met meer aankondigende interviews, het liefst met mensen die ook bekend zijn van de televisie. Ik krijg carte blanche, maar ik moet zoeken hoe, wat en waar aan bod kan komen. Ik zou nog graag willen schrijven over Cie De Koe en De Parade, maar dat zal veel minder moeten zijn. Een Blauwe Maandag Cie is dan weer gemakkelijker door de televisiebekendheid van Jan Declair, Els Dottermans en Lucas van den Eynde.'

Met alle begrip voor de situatie van *Het Volk*, maar in dit verhaal lijken overleven en populariseren elkaar noodgedwongen te impliceren. Bekende Vlamingen: een wet voor de zwakke, de kracht van de sterkste? Het selectiecriterium om aan podiumkunsten aandacht te besteden heeft bijgevolg niet meer te maken met de intrinsieke waarde ervan, maar wel met de bekendheid en populariteit van individuen in een collectief. Herkenbaarheid voor een grote massa is bij de populaire kranten inderdaad een prioriteit die ook moet toegepast worden op de podiumkunsten. Deze ingesteldheid werkt het signaleren of bekendmaken van nieuwe gezelschappen en fenomenen ongetwijfeld tegen.

Bekend, onbekend, miskend

De populaire kranten, die in de mate van het mogelijke de podiumkunsten willen blijven 'coveren', bevestigen en bestendigen een zekere canon. We mogen misschien nog van geluk spreken dat de canon in die kranten nog een plaats krijgt. Binnen de mogelijkheden en het profiel van hun krant kan het namelijk niet hun taak zijn om het alternatieve en het onbekende nieuwe een plaats te gunnen. Deze taak is meer weggelegd voor kranten die aan podiumkunsten een ruime aandacht willen besteden, en dan denken we in eerste instantie aan De Standaard en De Morgen. Volgens de cultuurredactie van De Morgen is de signaal-functie inderdaad zeer belangrijk, ook al is het volgens cultuurchef Eric Rinckhout kwalitatief niet allemaal even schitterend: 'We moeten signaleren dat er bijvoorbeeld een vijftal groepen al een tijdje bezig is. We willen die aan het woord laten om hen bestaansrecht te verlenen, en om zo de lezers uit te nodigen om hun voorstellingen eens bij te wonen. Dit is vooral een nieuwe invalshoek. We maken dan bijvoorbeeld een reeks van dat fenomeen.' Miriam Van Imschoot voegt er terecht aan toe dat vooral jonge gezelschappen enkel als fenomeen, heel egaliserend en nivellerend, worden bekeken: 'Het is niet leuk om zomaar als een fenomeen te worden benaderd, in plaats van als een individueel gezelschap dat kan zeggen: Hier zijn we mee bezig en daar staan we voor!'

Selecteer mij!

Maar er is een manifest probleem waar alle kranten naar verwijzen: het 'overaanbod' aan theater. Nieuwe gezelschappen en festivals doen hun intrede, de grens tussen professioneel en semi-professioneel theater vervaagt, en sommige culturele centra evolueren naar produktieve mini-kunstencentra. Ook de grenserving tussen de genres schept een nieuwe variëteit in het aanbod. Het gevolg is dat kranten niet alles meer kunnen bijhouden en dat de selectiecriteria voor 'covering' zeer strak moeten worden aangespannen. Geert Van Der Speeten, coördinator podiumkunsten van De Standaard, stelt dan ook terecht dat het opera- en dansaanbod veel makkelijker op te volgen zijn. De berichtgeving over opera kan zelfs tot ver buiten de landsgrenzen uitdeinen. De Scala in Milaan, de opera in Wenen, en de Metropolitan in New York zor-



Snoepgoed, Denmark (1993) / Johan Luyckx

gen voor een aantrekkelijke internationale en complete look. Voor het theater zijn enkel de internationale produkties die in België staan de leidraad, zoals Bob Wilson, Merce Cunningham, Heiner Müller en The Royal Shakespeare Company. Ook het festival van Avignon komt nog aan bod, maar door het Kunstenfestival zal het Theatertreffen Berlin, dat in dezelfde periode valt, in De Standaard niet meer aan bod kunnen komen.

De Standaard en De Morgen proberen nog een internationale en nationale berichtgeving te brengen. Maar de hoofdbrok is aan het Vlaamse podiumlandschap besteed waarbij, voornamelijk wat de recensies betreft, een zo groot mogelijke representativiteit van de provincies wordt nagestreefd. Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws zouden door middel van hun talrijke regionale edities een interessant combinatiebeleid kunnen voeren tussen het Vlaamse en het regionale aanbod. De vermindering van podiumverslaggeving in deze kranten is echter frappant. Bij de Gazet van Antwerpen (GvA), die sterk blijft recenseren, Het Belang van Limburg (HBvL) en Het Volk worden de selectiecriteria hoofdzakelijk regionaal genormeerd. Het Volk profileert zich op basis van de verkoopcijfers voornamelijk op Oost- en West-Vlaanderen, waardoor het NTG en Arca al sneller in aanmerking komen voor een bijdrage. Ook GvA streeft naar een verregaande regionalisering, wat volgens Frank Heirman (cultuurchef) ook in de cultuurberichtgeving tot uiting komt. D.m.v. de uitkrant *Formule 7* kan GvA wel het Vlaamse aanbod overschouwen, maar wat de recensies betreft, zo zegt Heirman, 'behandelen we niet het CC van Zolder omdat we vaststellen dat

ons lezerspubliek duidelijk Antwerps is. Wel maken we een duidelijk onderscheid tussen het professioneel, het amateur- en het professioneel amusementstheater, die we elk op een andere manier benaderen. Het professioneel theater wordt door de cultuurredactie gevolgd, het amateurtheater door regionale medewerkers en met het professioneel amusementstheater zitten we nog een beetje gewrongen.' Dit mengen van professionele en amateurgezelschappen gebeurt ook in HBvL, waardoor het mogelijk is dat een voorstelling van De Tijd een vrij negatieve recensie krijgt, terwijl op diezelfde bladzijde een lokaal amateurgezelschap door een regionale correspondent de hemel wordt ingeprezen. Maar volgens de cultuurredactie van HBvL zou in dergelijke contrastsituaties verandering komen door beide uitingsvormen naar een aparte pagina te verwijzen.

Regionale profilering is m.a.w. een zeer belangrijke factor in de selectie van interviews, aankondigingen, voorbeschuivingen en recensies. Een produktie die de regio zal aandoen komt dus sneller in aanmerking voor een verslag. Dat levert voor de medewerkers het voordeel op dat ze vrij veel tijd hebben voor een goede reflectie, omdat een recensie pas enkele dagen voordat een rondreizende produktie de regio aandoet wordt gepubliceerd. Als er tenminste nog een recensie komt, want de meeste kranten lijken een bijzonder recensie-onvriendelijk beleid te voeren. Recensies zouden een ruim beeld van het (over)-aanbod in de weg staan. En bovendien: 'wat heb je aan het persoonlijk oordeel van één iemand?' vraagt Luuk Rademakers (chef cultuurredactie HBvL) zich luidop af.

Van podiumkritiek naar podiumjournalistiek

De pure recensiepolitiek wordt bij de meeste kranten omgevormd tot een combinatiebeleid van aankondiging, voorbeschouwing, reportage, interview en recensie. Een dergelijke variatie zorgt inderdaad voor een contextualisering, een nieuwe 'informatieve compleetheid', en een aantrekkelijkheid door het zoeken naar nieuwe registers en vormen om iets te belichten. Maar wat moet er in godsnaam belicht worden? Wat heeft nog nieuws waarde binnen de podiumkunsten? 'Alleen de écht belangrijke en grote dingen' is vaak het antwoord. Bij De Morgen en De Standaard vallen termen als: artistieke relevantie, een spreiding van de aandacht, het algemene podiumbeleid, tendensen binnen een landschap, de premières, het moment waarop een kunstenaar een bepaald traject aanvangt of afsluit, nieuwe fenomenen enz. Op die manier probeert vooral De Morgen om de podiumkunsten te plaatsen in een breed maatschappelijk spectrum. Volgens De Morgen is dat een op zoek gaan naar tendensen die het theaterlandschap kunnen veranderen, en dat gaat veel verder dan het bespreken van een voorstelling.

Samengevat betekent dit een verschuiving van een enge podiumkritiek naar een brede podiumjournalistiek. Deze evolutie past perfect binnen de doelstellingen van hoofdredacteur Yves Desmet (DM): 'Ik probeer te streven naar een podiumjournalistiek die meer nieuwsgericht is, om de clichéberichtgeving van een aankondiging vooraf en een recensie achteraf om te vormen, zonder dat het klasieke recenseren daarbij uit de boot zou vallen. Maar het zou niet het hoogtepunt van de journalistieke benadering mogen zijn.' Wat dan het onderwerp van die journalistieke benadering zou moeten zijn, drukt Desmet als volgt uit: 'Er bestaat een misvatting dat kwaliteitsjournalistiek te maken zou hebben met kwaliteitsthema's, en daar zijn vele wenkbrauwen omhoog gegaan. Er is een soort dogma gegroeid dat wanneer je over Jan Fabre schrijft je per definitie kwaliteitsjournalistiek bedrijft, en dat je met het schrijven over het MMT per definitie populistisch wordt. Quod non! Het is perfect mogelijk om shitstukken te maken over Jan Fabre en prachtige diepgravende journalistiek over het MMT.' In die zin had Desmet een groot respect voor de passie en de gedrevenheid van Wim van Gansbeke, maar had hij moeite met zijn goeroe-achtig statuut en zijn fanatisme voor een bepaalde vorm van toneeluitingen. Critici kunnen vaak de behoefte hebben om vanuit de zijlijn in te grijpen en om een bepaalde smaak te legiti-

meren. Van Gansbeke weigerde bijvoorbeeld om over het MMT te schrijven.

En toch is men bij alle cultuurredacties van mening dat kritiek nooit legitimerend of normerend mag zijn. Maar door de strakke selectiecriteria van wat aandacht kan krijgen en wat niet, komen impliciete normen van artistieke relevantie bovendrijven. Waarom krijgt het Ballet van Vlaanderen zo weinig aandacht in De Morgen, en worden MMT en Gezelschap Yvonne Lex in de meeste kranten al vlug naar de agenda of de regionale edities doorverwezen waar ze besproken worden door regionale correspondenten? Dit heeft uiteraard te maken met de persoonlijke smaak van de criticus en de cultuurredactie die autonoom beslissen wat aandacht 'verdient' en wat niet. Toch probeert men bij elke krant de produkties van deze gezelschappen op te volgen en aanwezig te zijn tijdens de voorstellingen. Aanwezigheid, dat is belangrijk! Maar bijgevolg kan er een mechanisme in werking treden van positieve discriminatie: je schrijft er niet over, maar als ze iets goeds brengen, dan wel! Zo hoor je bij veel kranten de opmerking dat het voor sommige gezelschappen beter is er niet over te schrijven dan wel. Je zou wel eens te cynisch of sarcastisch kunnen worden. Critici gaan bijgevolg een soort missionarisrol vervullen. Het theater heeft het ocharme al zo moeilijk, waarom er dan nog slecht over schrijven. Voor Ingrid Van Der Veken (HLN) en Peter Jacobs (HNBL) zijn het dus nog alleen de goede produkties die geselecteerd kunnen worden voor

een recensie, want wat voor zin heeft het om te zeggen: 'Daar speelt men een stuk maar gaat u er vooral niet naartoe!'

Critici kunnen daardoor in een merkwaardig conflict komen met het profiel van hun krant. Een krant die streeft naar herkenbaarheid zou eigenlijk het MMT aan bod moeten laten komen, maar de grote autonomie van de cultuurredactie beslist daar vaak anders over. Geen wonder dat bij sommige kranten de cultuurredactie argwanend als elitair wordt bekeken. Vaak had ik het gevoel dat kranten niet houden van zuiver artistieke evaluaties. Ze lijken het overbodig te vinden. Ze schreeuwen om een 'boeiende' journalistiek en willen die muggezifters hun verslag laten doen tegen het beeld van Thersites op hun nachtkastje. Maar in het land van de boeiende journalistiek kan er wel eens een 'vervelend' spook een groot deel van het territorium komen bezetten:

Human Interest

Het openingsverhaal over Het Volk toonde aan dat podiumkunsten vaak nieuws waarde hebben wanneer er een link gevonden kan worden met populariteit, herkenbaarheid en lichte verteerbaarheid. Maar HV staat hier zeker niet alleen. Er wordt bij de meeste kranten gespeurd naar nieuwe en zachte invalshoeken om de podiumkunsten 'journalistiek' te benaderen. Eén van die invalshoeken is het zoeken naar Human Interest: 'Mensen maken het nieuws!' Die Human Interest zou een bruistablet moeten zijn tegen de indigestie van de zwaar-op-de-maag-liggende Cultuur.

Ook Het Belang van Limburg wil in die richting. Luuk Rademakers vat de toekomstige verslaggeving in zijn krant als volgt samen: 'Ten eerste korte aankondigingen van voorstellingen in de provincie. Van die voorstellingen die we echt belangrijk vinden, zoals een BMCie of De Tijd, zullen we af en toe een bespreking geven. Ten derde interviews met belangrijke regisseurs en acteurs. En ten vierde het gebeuren rond het theater om het lezerspubliek daar wat warmer voor te maken via een Human Interest-aspect (een schoonmaakter in een schouwburg bijvoorbeeld) om daarmee zoveel mogelijk lezers te lokken. Wat ook voor het theater interessant kan zijn. Nu blijven we te veel steken op het niveau van de recensie. We moeten zoeken naar een meta-niveau, naar nieuwe invalshoeken. Dat is een tendens voor de hele krant. De mens is in het nieuws belangrijk, dus ook voor het theater. Niemand ligt wakker van wat één persoon van een theaterstuk vindt, de theaterbezoeker zal zelf wel een oordeel vormen.'

Maar laat iemand zijn slaap om toch maar



te weten te komen wie de mens is die de tickets verkoopt, die de hapjes bereidt, en die de toiletten schoonmaakt? Deze keuze komt mij over als een wanhoopsdaad om interesse te forceren, als een laatste uitweg om te zeggen WIJ DOEN OOK AAN CULTUUR. En is het theater wel zo gediend met de Human Interest-invalshoek? De legitimatie van verborgen verleiders vertoont veel overeenkomsten met missioneringswerk, of vriendelijker gezegd, met een utopie van stijgend theaterbezoek. De theaterliefhebber wordt echter uit het oog verloren, en die zou al dat lokaas zonder vis wel eens als een schop tegen de schenen kunnen ervaren.

Podiumberichtgeving tussen lokaas

Het idee om podiumberichtgeving te plaatsen in een aantrekkelijke context van algemeen herkenbare topics – wat niet zo zeer Human Interest hoeft te zijn – wordt door bijna alle kranten uitgewerkt. Ook De Morgen, die zich eind jaren tachtig onder Paul Goossens ernstig cultureel profileerde, gaat nu door de richtlijnen van Yves Desmet op zoek naar een nieuw evenwicht tussen populaire en ernstige cultuur. Eric Rinckhout ziet de evolutie als volgt: ‘Bij Yves Desmet zijn er in die mate verschillen omdat hij voor heel de krant een mengeling nastreeft van berichtgeving. Dat gaat zowel over de verschillende disciplines die aan bod moeten komen als over de manier waarop. Het is een mengeling tussen de ‘belangrijke’ en de ‘boeiende berichtgeving’. Vroeger hebben we inderdaad zaken links laten liggen omdat wij dat te populair en wat te gemakkelijk vonden. Desmet vraagt ons nadrukkelijk om ook aandacht te besteden aan het populaire, de ‘hapklardere’ dingen zoals een Dana Winner. Op die manier probeert hij mensen in een pagina te lokken die ze anders toch niet zouden lezen. Je lokt mensen door algemeen herkenbare dingen zoals Suske en Wiske, Pavarotti... En op diezelfde pagina staan moeilijkere stukken die door die ‘triggering’ ook gelezen kunnen worden. Dat nastreven van een mengelmoes is een grote verandering die geldt voor de hele krant.’

De krant lokt niet alleen lezers door herkenbare onderwerpen. Ook de mysterieuze, sensationele en vaak banale titels grijpen de lezer bij de neus om eens wat theater op te snuiven. Het vooropgestelde procédé werkt als volgt: de lezer laat zich verleiden door titels als ‘De engelen schijten op het korenveld’ of ‘Ik ben een Hollander, maar ik schaam mij daar niet voor’, om dan tot de conclusie te komen dat kunstenaars zinnige dingen te ver-

tellen hebben. De tijd dat koppen boven een artikel al een duidelijke conclusie of evaluatie van een gezelschap of een voorstelling inhielden is voorbij. Frank Heirman (GvA): ‘Ik maak die koppen allemaal zelf, ik hou er erg veel van. Daar zijn wel veel reacties op. De medewerkers klagen vaak bij mij en zeggen: ‘Als je nog eens een kop verzint, pas dan op!’ Ik weet dat de medewerkers veel meer met de kunstenaars in contact staan dan ik die achter mijn bureau zit, hoewel ik ook wel geregeld in de zaal zit. Maar zeker geen zuiver informatieve koppen, geen “KNS brengt knappe Strindberg”, maar iets om te lokken, om de aandacht te trekken!’

En zo belanden we bij een ander thema: de spanningen tussen chef-kok cultuur en de medewerkers, die lijdzaam moeten toezien hoe in hun verslag naar hartelust wordt geknipt, titels worden veranderd, en zachte nuancerings tot duidelijke zwart-wit tegenstellingen worden omgevormd.

Recensent in de verdrinking?

Recensenten hebben inderdaad geen auteursrechten en staan hun pennevruchten af in de hoop dat die authentiek in de krant zullen verschijnen. Vooral de free-lance medewerkers, die weinig op de redactie aanwezig zijn, worden zelden of nooit geraadpleegd wanneer hun artikel wordt ingekort en woorden worden veranderd. Zeker bij de populaire kranten waar de chef cultuur alle takken van cultuur moet coördineren, kan dit uit onwetendheid soms tot flagrante misvormingen leiden. Dat dit het imago van de recensent schaadt, hoeft geen uitleg. Geen wonder dat veel recensenten hun origineel artikel naar theaterhuizen en gezelschappen opsturen. Als je daar nog eens de schamele vergoeding bijreken (bij nogal wat kranten een erbarmelijke 1000 fr. per artikel, ongeacht de lengte, en 200 fr. verplaatsingskosten) dan lijkt dit enkel nog een ‘bijverdienste’ voor idealisten te zijn.

Daarenboven weet de recensent vaak niet wanneer zijn verslag wordt gepubliceerd, als het tenminste nog verschijnt. Want terwijl een bespreking van een popconcert vrijwel onmiddellijk in de krant komt, moeten theaterrecensenten soms aandringen op een publicatie. ‘Een krant moet nieuws en feiten brengen, en niet terugkomen op bepaalde zaken maar dingen aankondigen’ is een vaak gehoorde en wat vreemde motivering. Klassieke muziek, theater, dans en opera zijn in dat opzicht een vluchtig medium. En éénmalige popconcerten zijn dan plots niet meer vluchtig? Ah nee, want een popconcert is jong, fris en aantrekkelijk; het verkoopt tenminste.

Voor theaterrecensenten is het dikwijls onzeker afwachten, en hopen dat de plaats van hun verslag niet door één of andere advertentie wordt ingenomen. En kan een negatieve kritiek nog verschijnen wanneer er op dezelfde pagina een sponsoractie voor het betreffende gezelschap staat? Ik heb gevallen vernomen waar dit inderdaad niet kon, en toch beweert elke cultuurredactie dat er een strikte scheiding bestaat tussen sponsoring en oordeel. Missioneren is de nieuwe boodschap: niet oprecht evalueren, maar mobiliseren.

En toch zijn er nog veel kandidaten die professioneel als recensent aan de slag willen gaan, voornamelijk geleid door intellectuele motivaties. Bij heel wat kranten botsen ze op gesloten deuren: men verkiest (goedkope) free-lance medewerkers en/of men werkt niet met vakspecialisten maar met polyvalent inzetbare journalisten. Die journalisten moeten dan de ene dag het huwelijk van een Spaanse prinses verslaan of een interview met Paul Jambers brengen, en de volgende dag een ‘boeiende beschrijving’ en ‘nuttige informatie’ over een artistiek gegeven afleveren.

Gevraagd: artistieke evaluatie in duidelijke taal

De nadruk ligt hier inderdaad op de journalistieke kernwoorden ‘beschrijving’ en ‘informatie’, terwijl de notie ‘artistieke evaluatie’ naar de achtergrond wordt verwezen. Heel wat kranten leggen een norm op van 30 à 40 (computer-)lijnen per recensie, ongeacht de complexiteit van een voorstelling. Binnen die 40 lijnen moet de recensent een evenwicht zoeken tussen de contextualisering van een voorstelling en het gezelschap, een samenvatting van het verhaal, en een korte (des)appreciatie. Maar plaats voor een duidelijke artistieke evaluatie met zorgvuldig afgewogen argumenten is er niet meer.

Die artistieke evaluatie en analyse worden immers beschouwd als de bron van belerend en ondoorzichtig taalgebruik. Elke krant wil af van het zogenaamd elitaire karakter van kunst, en dat moet opgelost worden door het onderdrukken van het vakjargon. ‘Protagonist wordt hoofdrolspeler’, zegt Frank Heirman (GvA). ‘Je schrijft geen Etcetera!’, zei Yves Desmet (DM) tegen zijn cultuurredactie. Recensenten voelen zich dan vaak als een brok hamburgervlees, gekneld tussen enerzijds het broodhelftje krant en de gemiddelde lezer, en anderzijds het broodhelftje theaterkenners, liefhebbers en de incrowd. De recensent zit m.a.w. gewrongen in een spanningsveld van conflicterende verwachtingen. En het inlossen van die verwachtingen wordt er zeker niet eenvoudiger op wanneer je als vakspecialist

de neiging hebt om je theatergeheugen en vakkennis aan te wenden.

Volgens Luuk Rademakers (HBvL) zitten de recensenten te diep in hun kunstsector. Daardoor lijden ze aan 'ego-building': 'Ze willen niet afgaan voor hun collega's.' Yves Desmet stelt het op deze manier: 'Zowel in stijl als in toonzetting moeten recensenten uit dat intellectualistisch jargon wegraken. Recensies moeten op de eerste plaats begrepen worden door mensen die in de zaal zitten en niet door de mensen op het podium. Dat is een dagdagelijkse opgave. Het gevaar bestaat dat je op een bepaald moment voor je bronnen gaat schrijven, dus ook voor het theatermilieu, en dat je hun jargon, interesse en leefwereld gaat reflecteren. Wat ook normaal is, omdat je de meeste reacties vanuit dat milieu mag verwachten.'

Het begint er zowaar op te lijken dat recensenten als een last worden beschouwd, als onstuimige hengsten en merries die met strakke teugels in bedwang gehouden moeten worden. Die strakke teugels betekenen een limiet van 40 lijnen, en dat maakt de helderheid en de argumentatie er niet makkelijker op. Het zorgt alleen maar voor een oppervlakkige beschrijving van het verhaal. Een joekel van een 'lokkende' foto, eventueel groter dan de 'begeleidende' tekst, kan er natuurlijk wel bij. De lezer heeft volgens de krant geen behoefte aan het houvast van een artistieke evaluatie en analyse. Hij is wel sterk en slim genoeg om zelf een oordeel te vormen, maar blijkbaar te dom om de inhoud of het verhaal van een voorstelling zelf te weten te komen. Waarom recensies dan niet gewoon afschaffen? Sommige kranten doen dat al regelmatig, want wanneer een productie een voorbeschuwing heeft gekregen, is een recensie



blijkbaar niet meer nodig. Het 'coveren', onder welke vorm dan ook, volstaat.

Een fenomeen apart: De Gentenaar

Uiteindelijk heb ik de indruk dat de meeste kranten het liefst een risicoloze en aantrekkelijke service willen bieden in de vorm van aankondigingen, voorbeschuwingen en culturele agenda's. Een krant die een eigenzinnige podiumverslaggeving wil blijven voeren is De Gentenaar. De Gentenaar, als regionale editie van Het Nieuwsblad, maar met een eigen traditie, gaat d.m.v. het wekelijks aankondigend katern *Buitenbeen* dieper in op het culturele leven van Oost-Vlaanderen. De fo-

cus ligt daarbij natuurlijk op Gent. *Buitenbeen* (gestart in 1984) is in bijna elke regionale editie van Het Nieuwsblad terug te vinden, maar komt bij De Gentenaar sterk uit de hoek door de anticipatie op de dagelijkse recensies. De formule werkt als volgt. Elke donderdag verschijnt *Buitenbeen* met aankondigingen en voorbeschuwingen over film, dans, theater, opera en muziek. Die voorbeschuwingen zijn vaak diepgaande interviews met kunstenaars die de doelstellingen van een project of voorstelling uit de doeken doen. Dat schept bij de lezer een verwachtingshorizon en biedt een houvast om de daaropvolgende recensies te interpreteren en te nuanceren. Recensies blijven daardoor niet in het ijle zweven, maar kunnen terugvallen op de concrete informatie uit de voorbeschuwing.

Toch moet ook Cecilia De Mulder (chef cultuurredactie) veel harder vechten om deze situatie te behouden dan in de jaren tachtig. Ook zij voelt de druk van de televisie-aandacht, de marginalisering van cultuur, en het voortdurend zwaaien met de leescijfers. Maar, zo zegt ze: 'Ik blijf vechten tegen de boze wolf van de vervlakking en ben bovenal geïnteresseerd in de mens die iets maakt!' Ze betreurt het dat het tegenwoordig een toevalstreffer is wanneer je in Het Laatste Nieuws nog een recensie vindt, en dat veel recensies 'uit de losse pols' geschreven worden. Haar standpunt blijft dat podiumverslaggeving thuishoort in een krant: 'Je mag cultuur niet marginaliseren en isoleren, dat zou het elitaire alleen maar in de hand werken.'

Tom Michiels
(met dank aan Mark Geurden)