

# De oorsprong van conformisme in muziekkritiek

De buitenlandse beïnvloeding, in het bijzonder van  
*Rolling Stone*, op de muziekjournalistiek van *Humo*

**Ruben Arnaerts**

Masterproef aangeboden binnen de opleiding  
master in de culturele studies

Promotor prof. dr. Anneleen Masschelein

Academiejaar 2014-2015

158.038 tekens



# Abstract

---

Music lovers acknowledge the fabulous feeling of discovering a great new artist, song or album. In their search for new material, they rely on friends, radio, television, concerts, but in my opinion most of all: music journalism. Music magazines summarize what's worth listening to. Since the invention of what's called 'popular music' music critics are trying to understand their feelings when listening to something new and generate those feelings into a meaning for their readers. While finding out about new music, almost simultaneously critics provide music lovers with extensive perspectives about the history, roots, cultural and societal connotations with the new stuff.

While I always felt there was so much more old and new music to discover, I came to the disappointing conclusion that music magazines and blogs could no longer offer me something satisfying, since they all seem to single out the same artists. Despite humans' creativity, the music business presents the same obsolete stuff year after year. It looks like the music press has lost its critical edge since there's such a huge conformity, almost dullness, among music critics and their assessments. I started to ask myself which mechanisms could have caused this annoyance with the monotonous music industry.

On that account I decided to pursue the origins of this irrefutable sameness inside the music business and music press. Of course, the invention of the internet and contemporary blog culture have changed the connection between artist and critic, industry and press. Before the digitalization, both were much more dependent on each other. Actors in the music press nowadays pick up a lot of new music thanks to other authorities in the business. Has it always been like this or were music magazines during the early years more original?

*Humo* is one of the most important authorities concerning new quality music in Belgium and that's why the magazine is the main topic of this research. Especially the formation period, which is situated in the 1960's and 1970's is an interesting era to inspect because here the foundations were created for what the magazine is known for today. *Humo* is the most important Belgian gatekeeper of 'alternative mainstream', the kind of music that presumes a certain authenticity but is also inevitably deep-seated in the mechanisms of the music industry.

The research question that was the motive for this work reads thus: what were the main influences on the music journalism of the Belgian magazine *Humo* from foreign music magazines, especially *Rolling Stone*, between 1963 and 1978? In search for an answer, the Belgian magazine was contextualized in the broader historical, cultural and sociological field of music criticism. Subsequently, the comparison between *Rolling Stone*, still considered a major force in music criticism, and *Humo* will become apparent. With the theoretical framework as an instrument, *Humo* was analyzed through an archival research which was completed with an interview with former editor-in-chief and lauded instigator Guy Mortier.



# Dankwoord

---

Mijn promotor om mij op de goede weg te zetten en te begeleiden. Mijn broer, zus, vrienden en huisgenoten voor afleiding en nieuwe inzichten. Mijn moeder voor gezelligheid en warme maaltijden tussendoor. Mijn vader om destijds wekelijks die verdraaide *Humo* laten rond te slingeren en me in te leiden in de wondere wereld der muziek. En natuurlijk mijn vriendin voor de welgekomen genegenheid, nodige berispingen, maar vooral onvoorwaardelijke steun.

Ook de redactieleden van *Humo* voor hun gastvrijheid en in het bijzonder Anna van Beneden, verantwoordelijke documentatie bij *Humo*, voor haar hulp in het tijdschriftarchief verdienen een welgemeende bedanking.



*Most rock journalism is people who can't write interviewing people who can't talk for people who can't read – Frank Zappa, 1977*



# Inhoud

<b>Inleiding .....</b>	<b>9</b>
Situering en probleemstelling .....	9
Onderzoeksvraag .....	10
Methodiek en structuur .....	11
<b>Theoretisch kader .....</b>	<b>13</b>
Populaire cultuur .....	13
Populaire cultuur als massacultuur .....	13
Populaire cultuur als jongerencultuur .....	14
Populaire cultuur als tegenbeweging .....	14
Populaire cultuur: een archaïsme? .....	15
Postmodernisme en populaire cultuur .....	16
Postmodernisme en muziek .....	17
Rock: The magic that will set you free? .....	19
Rock als kritiek .....	20
Rock als kunstvorm .....	21
Alternatieve mainstream .....	22
Het stormachtige bestaan van rockkritiek .....	24
Van cultuur- naar muziekkritiek .....	24
Rockkritiek en de grens met maatschappijkritiek .....	25
Rockkritiek als cultureel veld <i>an sich</i> .....	27
Kritiek is geen journalistiek .....	28
De vormelijke veelzijdigheid van muziekkritiek .....	30
De muziekers .....	31
Britse muziekbladen .....	31
Amerikaanse (muziek)bladen .....	32
Belgische tegenhangers .....	33
De muziekers en de muziekindustrie .....	34
<i>Filter-flow</i> model van Hirsch .....	34
Culturele smaakmakers of financieel adviseurs? .....	35
<b>Rolling Stone Magazine .....</b>	<b>37</b>
De Beatles als Rolling Stone's cheerleaders .....	37
Transformatie naar een <i>general interest</i> magazine .....	38
En de evolutie naar <i>mainstream</i> .....	39

Megalomane hoofdredacteur en een resem topjournalisten .....	41
“Cover of the Rolling Stone” – Dr. Hook & The Medicine Show .....	42
<b>Humo</b> .....	<b>43</b>
<i>Humo's</i> prehistorie: <i>Humoradio</i> (1936-1958) .....	43
“Video killed the radio star” – The Buggles (1958-1963) .....	44
<i>Toodeloo</i> aan het verleden (1963-1967).....	45
Mortier, de messias? (1968-1972).....	50
Enter, Marc Didden (1973-1975) .....	54
Punk en hoe het te lijden (1976-1978).....	59
<b>Besluit</b> .....	<b>65</b>
<b>Bibliografie</b> .....	<b>69</b>
<b>Bijlagen</b> .....	<b>77</b>

# Inleiding

---

Dit werk is tot stand gekomen vanuit persoonlijke overwegingen die al snel uitgroeiden tot een sluimerende frustratie. Als zelfverklaard muzikale veelvraat ga ik stevast op zoek naar nieuwe kwaliteitsmuziek. Op een dag als vandaag, met een overvloed aan gespecialiseerde lectuur, digitaal nog meer dan in papieren versie, serveert de muziekindustrie me een ongezien divers buffet van muzikale acts, genres, downloads, albums, singles, optredens en festivals, met als toetje nog eens meningen, commentaar en reclame over en voor al het voornoemde. Al sinds mijn jongste puberjaren fungeren onder meer *Humo* en *Focus Knack* als voorraadkast voor mijn haast onstilbare honger naar kwaliteitsvolle muziek, ongeacht welk genre of tijdperk. Dankzij het internet zijn daar nog een paar invloedrijke blogs bij gekomen zoals *Pitchfork*, *Hypemachine* en *Stereogum*. De vakpers gidst iedere leek behendig door het dicht beboste woud dat de muziekwereld geworden is en stippelt een pad uit dat langs de 'belangrijkste' artiesten en genres kronkelt die het luisteren waard zouden zijn. 'Het luisteren waard' klinkt natuurlijk heel subjectief en de selectiecriteria die recensenten hanteren variëren dan nog eens individueel, per medium en worden door talrijke andere factoren beïnvloed. Ondanks die individuele, ideologische en organisatorische verschillen valt het conformisme op onder muzikrecensenten, alsof dezelfde kruin van de muziekwereld telkens weer het geluk heeft tot het firmament door te dringen en bovendien nog eens gelijkaardig gesmaakt wordt door zowat iedere actor in de vakpers (Keunen, 140).

## *Situering en probleemstelling*

---

De opvallende, haast storende gelijkenis op vlak van selectie én waardering in de huidige internationale muziekjournalistiek is dan ook het uitgangspunt van dit schrijven. In eerste instantie dichtte ik in deze trend een beslissende rol toe aan het internet, dat met haar blogwezen en webzines ongetwijfeld verantwoordelijk is voor enerzijds een enorme toegankelijkheid tot muziek voor zowel journalisten als lezers, anderzijds de verspreiding van hypes en artiesten. Tevens wordt het internet omwille van haar democratisch gehalte beschuldigd van het verval van kwaliteitsvolle muziekkritiek (McLeese, 2010). Maar muziekjournalisten zijn al van voor de aanvang van het internettijdperk aangewezen op het kopiëren van of aftoetsen aan buitenlandse (en binnenlandse) pers om tot hun eigen muziekselectie te komen. Die selectiecriteria zijn in feite onderdeel van een logisch mechanisme eigen aan algemene journalistiek: muziek is universeel en nieuws is nu eenmaal nieuws, ook over landsgrenzen heen (Keunen, 285). Maar waar ligt de origine van dit conformisme dat muzieksocioloog Gert Keunen (°1969) toedicht aan een systeem van

tweede-orde selectie waarbij instanties uit het machthebbende centrum als referentie gelden voor kleinere actoren uit de periferie? Want waar buitenlandse bladen lange tijd aan de wil van een muziklabel onderworpen werden, genoten Vlaamse bladen een grotere zelfstandigheid. Ondanks de duidelijke invloeden van een pluralistische samenleving, met een ongezien aanbod aan keuzemogelijkheden, vertonen ze nog steeds enorme inhoudelijke en zelfs vormelijke gelijkenissen.

Vlaamse muziekjournalistiek staat voor mij synoniem aan *Humo*, om verscheidene redenen zoals de organisatie van de Rock Rally, Jazz Bilzen, Torhout/Werchter (later Rock Werchter) en niet in het minst om hun muziekrubriek OHM, die tot 2012 'TTT' ('Tieners Toppers Treffers') heette. Het tijdschrift is in de eerste plaats een van mijn favoriete bladen en al sinds een jaar of tien mijn persoonlijke leidraad op het vlak van muziek. Daarnaast heeft het de meest uitgesproken stijl in de Vlaamse journalistiek en is het binnen de populaire cultuur een bastion van eigenzinnige, komische en messcherpe maatschappij- en cultuurkritiek. De eigengereide stijl van *Humo* straalt een soort zelfverzekerdheid uit. Die schwung, geruggesteund door immer correct Nederlands en een flukse jeugdigheid, lijkt wel mee te surfen op de revolutionaire roes van de jaren 1960, niet toevallig het tijdsgewricht waarin Guy Mortier (°1943) het roer als hoofdredacteur overnam. Een wel erg gelijkaardige evolutie maakte het magazine *Rolling Stone* door (Larkin, VI, 4627). *Rolling Stone* ademt, of ademde toch zeker in haar beginjaren, de sfeer uit van de muziek waarover het schreef. Het imago lijkt er al op, de thematiek zou, al dan niet op aansturen van Guy Mortier, ook overeenstemmen en zelfs op literair vlak zijn de parallellen talrijk.

### Onderzoeksvraag

---

De onderzoeksvraag van deze scriptie luidt dan ook: op welke manier, zowel vormelijk als inhoudelijk, werd *Humo* beïnvloed door een internationaal muziektijdschrift als *Rolling Stone*, vanaf 1963 tot 1978? De exacte tijdsafbakening is gebaseerd op de aanwezigheid van Guy Mortier. In 1963 sloot hij zich aan bij het weekblad, in 1968 nam hij het roer over van hoofdredacteur Karel Anthierens (°1935) en sindsdien wordt hij beschouwd als de bezieler van het magazine. In 1978 organiseerde *Humo* de allereerste Rock Rally, een talentenjacht die tot vandaag om de twee jaren georganiseerd wordt en steevast het Vlaamse muziekwezen mee vorm geeft. Bovendien werd in datzelfde jaar het eerste decennium van *Humo* onder leiding van Mortier afgerond en was zo de basis gelegd voor het verdere bestaan ervan. Bij het analyseren van deze vijftien jaar staat de vraag centraal waar en wanneer het machtige *Rolling Stone* de identiteit van *Humo* beïnvloedde.

Alvorens tot een besluit te komen, is een theoretisch kader een essentiële eerste stap. Hierin zullen, aan de hand van een literatuurstudie, enkele belangrijke concepten omtrent cultuur- en muziekkritiek ontleed worden. Vooreerst zal muziek binnen het breder begrip van populaire cultuur geïnterpreteerd worden, waarna er specifiek zal gekeken worden naar de rol die rockmuziek vervult in het kritisch apparaat en welke evolutie de muzikpers doormaakte. Ook zal de relatie tussen kritiek en journalistiek worden besproken en wordt er stil gestaan bij de mogelijkheid of ze ook naast elkaar kunnen bestaan. Als slot van de literatuurstudie zal de geschiedenis van *Rolling Stone* in enkele belangrijke gebeurtenissen en concepten worden gekentekend. Met deze theoretisering als achtergrond, vormt een grondige historische analyse van *Humo* een tweede stap. Dat zal gebeuren op basis van een archiefonderzoek, waarin enkele sleuteljaren van nabij bestudeerd werden, en volgt er, waar relevant, toetsing aan de ontwikkelingen van *Rolling Stone*, dit allemaal in het teken van een meer praktijkgericht onderdeel. Natuurlijk vormde het muziekkatern het brandpunt, maar het werd constant gereflecteerd aan de ontwikkelingen van de algemene publicatie. De derde en finale stap is een interview met Guy Mortier zelf, bij wijze van nabeschouwing, om zo onduidelijkheden op te helderen en zijn visie op bepaalde vaststellingen te achterhalen. Het antwoord op de onderzoeksvraag werd dus geformuleerd aan de hand van een theoretisch kader, vorm gegeven door de meest relevante denkwijzen binnen de muziekindustrie, muzieksociologie en cultuurkritiek. De geschiedenis van *Humo*, althans de periode waarin het blad de basis heeft gelegd voor haar huidig imago en aanzien, werd dan aan dit theoretisch kader getoetst.



# Theoretisch kader

---

In dit onderdeel wordt een geheel aan culturele, sociologische, journalistieke en muziekkritische begrippen geformuleerd. Aan de hand daarvan zal een populair blad als *Humo*, maar ook *Rolling Stone* en muziekbladen *tout court*, gesitueerd worden binnen een breder cultureel en historisch discours.

## *Populaire cultuur*

---

Het veld waar dit onderzoek zich eerst en vooral in begeeft is dat van de populaire cultuur. Het is een grillig en gevaarlijk begrip, want aan heel wat verandering onderhevig. Dat tijdschriften als *Humo* en *Rolling Stone* actoren en zelfs sturende krachten zijn binnen de populaire cultuur lijkt evident. Ze zijn beide echter vanuit een verschillend segment van de populaire cultuur tot stand gekomen. *Rolling Stone* profileerde zich als het lijfblad van een generatie, opgekomen vanuit de underground, met als stuwende kracht de toenmalige maatschappijbewuste muziek, terwijl *Humo* in de eerste plaats een blad is dat draait rond moderne media en een veel breder lezerspubliek beoogt. Welke positie bekleedt *Humo* nu exact binnen de populaire cultuur en in welke mate is dat concept nog relevant?

## **Populaire cultuur als massacultuur**

Eerst en vooral valt populaire cultuur heel eenvoudig in kwantitatieve termen uit te drukken, in dat geval wordt 'populair' simpelweg gelinkt aan de hoeveelheid publiek het aantrekt. Deze interpretatie ligt verscholen in een veel bredere spanning: die tussen 'hoge' en 'lage' cultuur (Gans, 5). De tegenstelling sluit beide van elkaar uit: populaire cultuur is het overblijfsel ten gunste van de massa, het is alles wat geen 'hoge' cultuur is, die dan weer wordt opgeëist door een elitaire minderheid. Op die manier is het eenvoudigweg een kwestie van te bepalen wat die 'hoge cultuur' juist is om zo tot een bepaling van de lagere tegenhanger te komen. Hierin speelt het bevooroordeeld canoniseringsproces een beslissende rol, dat heeft namelijk een opdeling van 'beste/hogste versus al de rest' tot gevolg, waarin 'al de rest' synoniem is voor triviaal en vergankelijk (Barker, 40). Banaal versus tijdloos dus. Hoe dat hoogste cultuurgoed juist afgebakend wordt, gebeurt doorgaans op basis van authenticiteit, wat op zich ook weer een vaag begrip is. Het 'authenticiteitscriterium' wordt voornamelijk geschapen door vormelijke aspecten: een esthetische voorwaarde. Beleving van (authentieke) emoties en dus subjectiviteit wordt hierbij afgezworen: een beoordeling van die authenticiteit wordt gestaafd op basis van technische kwaliteiten van de kunstenaar. Juist rond die esthetische criteria knelt het schoentje, want: wat houden die juist in en hoe vallen ze volledig objectief te beoordelen? En eenmaal ze gevonden zijn, zijn die dan universeel voor 'ernstige cultuur' en bovendien niet

toepasbaar op de tegenpool, 'populaire cultuur'? De esthetische criteria, zoals fijnzinnigheid, complexiteit en originaliteit, vatten niet per se wat 'kunst hoort te zijn', want die definitie is sterk tijdsgebonden en gaat bovendien uit van een voorgeprogrammeerd denken terwijl codes doorbreken, choqueren en vernieuwen evenzeer vereisten zijn voor een kwalitatieve kunstproductie én -beleving (De Meyer, 2004, 18-20).

Een iets bevattelijkere voorwaarde voor een begripsomschrijving is dan weer de productiemethode, waarbij authenticiteit makkelijker ontwaard kan worden. "Populair betekent dan zoveel als algemeen toegankelijk gemaakt door de cultuurindustrie, massaal geproduceerd voor het grote publiek en vandaar homogeen, en daarom weer: niet authentiek, niet origineel..." (De Meyer, 2004, 20) Dit idee van populaire cultuur is erg nauw verwant aan de commodificatietheorie van Theodor Adorno (1903-1969), waarin hij het cultureel product degradeert tot een economisch middel dat zijn authenticiteit verloochent (Horkheimer en Adorno, 2001). Theodor Adorno en Max Horkheimer (1895-1973) waren de bezielers van de Frankfurt School, een denktank met marxistische maatschappijopvattingen (Meijntjens, masterclass). Vereenvoudigd beschouwd gaan al hun ideeën over cultuur uit van de demarcatie tussen hoge en lage, goede en slechte, niet-commerciële en commerciële, authentieke en niet-authentieke cultuur (Barker, 36 en 42).

### Populaire cultuur als jongerencultuur

Populaire cultuur kan dus in feite ook gelijkgesteld worden aan jongerencultuur: het is in dat opzicht een zuiver op entertainment gebaseerde en gerichte beweging met weinig tot geen politieke basis. Als bewijs daarvan kan de desinteresse van de jeugd gelden, maar ook het losbandige en bohemien bestaan van de muzikant, die allesbehalve dicht bij zijn fans staat gezien zijn haast goddelijke status (Wicke, 91). Bovendien wordt er vaak van uit gegaan dat de fans uit de jaren 1950 amper een zelfbewustzijn over hun generatie hadden en waren ze enkel verenigd in hun liefde voor muziek en idolatrie voor de artiest. De jaren 1960 brachten daar echter verandering in: zij brachten een politiek en maatschappelijk bewustzijn met zich mee, geïnjecteerd door de rockmuziek. De jeugd had haar eigen expressiemiddel gevonden in rock met de hippiecultuur als prototype (Frith, 1978, 198-199).

### Populaire cultuur als tegenbeweging

Een ander aspect van populaire cultuur is 'het volkse, wat leeft bij de man in de straat', en daar wordt dan ook nog eens vaak 'het immature' aan toegevoegd. Als extra sturende kracht, bovenop de smaakklassen van Pierre Bourdieu (1930-2002), worden dus leeftijdsklassen geïnitieerd: "... populaire cultuur zou dan niet uitstijgen boven de kinderlijke eenvoud" (De Meyer, 2004, 22; Featherstone, 18). Hoe controversieel dit laatste ook mag klinken, de link tussen bepaalde uitpattingen van populaire cultuur en leeftijd valt moeilijk te ontkennen. Zo heeft rock en de cultuur die er rond is gegroeid zich gelijktijdig met een

bepaalde leeftijdscategorie ontwikkeld: de tieners en jonge twintigers van de zestiger- en zeventigerjaren zijn op gelijke tred gegroeid met hun geliefkoosde genre, waardoor magazines zich eveneens zouden aanpassen aan hun verouderend lezerspubliek (Frith, 1978, 150).

Ondanks de revolutionaire connotatie gaat populaire cultuur duidelijk gebukt onder een negatief imago binnen het algemeen cultureel historisch discours. Opmerkelijk is weliswaar de gelijkenis tussen enerzijds de tegenstelling populaire cultuur en ernstige cultuur volgens het vast vertoog van het cultuurpessimisme en anderzijds de tegenstelling tussen goede en slechte muziek, die op min of meer gelijkaardige criteria gestoeld wordt. Die parallel komt verderop in dit werk nog aan bod. Evenwel mag blijken dat *Humo* en *Rolling Stone* zich ongetwijfeld prima in hun sas voelen in de populaire cultuur en dat is geen schande voor een magazine dat mikt op een groot lezerspubliek en een veelzijdige thematiek nastreeft (Dahlgren, 5).

### Populaire cultuur: een archaïsme?

Het is een plausibele redenering dat de huidige legitimiteit van het begrip 'populaire cultuur' danig in twijfel kan worden getrokken, vermits het de consequentie is van de verouderde oppositie tussen hoge en lage cultuur (Gans, 1-5). Populaire cultuur ontstond als een tegenbeweging tegen de heersende massacultuur. Het was een sociale en politiek gedreven beweging die zich in de jaren 1960 afzette van de heersende waarden. Hoewel de dichotomie van hoog en laag nog steeds doorschemert in bepaalde culturele branches, is er in de tweede helft van de twintigste eeuw de idee gegroeid dat cultuur (en dus ook populaire cultuur) op zichzelf staat. Het heeft dan niet enkel betrekking op de kunsten, maar dringt door tot in de dagdagelijkse levenswijze van ieder mens: "... *human nature itself is the product of a 'whole way of life', of a 'culture'.*" (Williams, 29). Deze denkwijze is nauw verwant met enkele bekende concepten in het postmodernisme, vooral dan het afwijzen van het bestaan van elitaire kunst in de 20<sup>ste</sup>- en 21<sup>ste</sup>-eeuwse samenleving en "*the effacement of the boundaries between art and everyday life*" (Featherstone, 7-8).

In zekere zin aanvaardt de bewering dat cultuur ons dagdagelijkse leven beheerst dat de cultuurindustrie een mechanisme is dat zoals in een totalitair regime tracht door te dringen in elk aspect van ieders bestaan. Dit is ook waar Adorno op doelde in zijn kritiek op het cultureel apparaat dat uitgroeide tot een industrie die gestandaardiseerde, homogene producten fabriceerde met enkel oog voor winstbejag, en zo bijdroeg tot een massacultuur waarin individualiteit en creativiteit geweerd worden (Featherstone, 15). Het idee dat cultuur een instrument is van een selecte autoritaire minderheid die heerst over een massa is een

uitgesproken cultuurpessimistisch gedachtegoed. Een consequentie hiervan is de denkwijze dat het overaanbod aan keuzemogelijkheden slechts een illusie is, gecreëerd door het kwantitatieve karakter van de culturele industrie. *“Art has become entertainment, cultural choice has become selection in the marketplace, popular creation has become the commercial attempt to attract the largest possible number of consumers”* (Frith, 1978, 194). De cultuurconsument heeft een zwak ego wat afbraak doet aan de mogelijkheid om autonoom keuzes te maken, met kritiekloze aanvaarding van het cultureel product tot gevolg (Barker, 45).

### Postmodernisme en populaire cultuur

Het postmodernisme keert zich uitdrukkelijk af van deze gedachtegang. Allereerst keurt het de tegenstelling tussen hoog en laag af, ten tweede ontwaart het een vorm van eclecticisme en intertekstualiteit in culturele producten en als derde erkent het een groter zelfbewustzijn van de consument (Barker, 22). In tegenstelling tot het idee van een zwak ego, zien optimistische denkers als Mike Featherstone (°1946) juist de mogelijkheid voor de consument om hun eigen betekenis aan culturele producten te schenken. Daarnaast wordt er komaf gemaakt met de idee van de Grote Verhalen, allesomvattende filosofieën die grote groepen van de bevolking een zingeving schenken, een oplossing voor de interpretatie van het leven en de werking van de maatschappij (Featherstone, 86).

Het einde van de Grote Verhalen, door Daniel Bell (1919-2011) als het ‘einde van ideologie’ beschreven, is de leuze van het postmodernisme, waarin universele theorieën plaats ruimen voor ongebreideld pluralisme dat juist een individualisme in de hand werkt (Denisoff, 1972, 153). Jean-François Lyotard (1924-1998) is een van de prominentste 20<sup>ste</sup>-eeuwse denkers die meerdere werken over het postmodernisme schreef: hij ontkent evenzeer de idee van Grote Verhalen of waarheden die de mens kennis schenken over de zin en betekenis van de menselijke ontwikkeling en geeft toe aan het bestaan van meerdere waarheden, meerdere standpunten en dus een algemene subjectiviteit. Aan de andere kant is postmodernisme evenzeer de erkenning dat de wereld op zich een gefragmenteerde geschiedenis kent, met een hoge graad van reflexiviteit. Het verdwijnen van culturele grenzen (zoals die tussen hoog en laag) is hier een gevolg van, maar ook zaken als zelfbewustzijn, bricolage, intertekstualiteit en parodie komen terug in culturele teksten, annex culturele goederen. Dit heeft ontegensprekelijk een ineenstorting van de moderne distinctie tussen wat echt is en wat nagemaakt en dus van populaire cultuur op zich tot gevolg (Barker, 21-22).

Terwijl Adorno aan het overaanbod van keuzemogelijkheden een identiteitsverlies koppelt, poneert het optimistische discours juist dat pluralisme en individualisme

gereedschappen zijn ten voordele van de persoonlijke ontplooiing (Featherstone, 26). Ondanks de enorme vrijheid die aan het individu wordt toebedeeld, valt de notie van een massacultuur moeilijk te ontkennen in een geglobaliseerde samenleving. “*The cultural life of the bulk of the population became thoroughly modified and was increasingly produced by professionals socially distanced from their audiences. The main motive of the controllers of production was commercial success and this led to a standardization and debasement of the cultural product*” (Dahlgren, 29). Daar wordt dan nog eens vaak aan toegevoegd dat die culturele industrie vooral door de VS wordt gecontroleerd. De veronderstelde Amerikaanse dominantie ten spijt, beschikt de consument als individu wel over het vermogen om het product een eigen betekenis te geven. Zo wordt een universeel goed op een persoonlijke manier ingevuld en kan het ego zich vrijvechten. Die emancipatie werd door Gust De Meyer het maturatiescenario genoemd en rekent af met het concept dat de periferie stevast beïnvloed, zelfs onderdrukt, zou worden door het centrum (De Meyer, 2010, 65). Een andere optie is om populaire cultuur, net zoals dat voor hoge cultuur geprobeerd is, gewoon als een hedendaagse subcultuur te zien. Het wordt dan een van de vele denkwijzen waaraan ieder persoon individueel waarde kan hechten, zonder noodzakelijke consequenties (Chambers, 194).

Vooraf beweren dat *Humo* of *Rolling Stone* vandaag nog magazines zijn van de populaire cultuur zou anachronistisch zijn, want tegenwoordig zijn ze onderdeel van een 21<sup>ste</sup>-eeuws pluralistisch gedachtengoed. Het is alsof de overdaad aan keuzemogelijkheden een schaduw werpt op de idee van een primaire en secundaire vorm van cultuur. Eclecticisme troef en ieder mens, in de rol van consument, maar ook ideologisch, bricoleert opgelegde ideeën tot zijn hoogstpersoonlijke individuele denken. Toch blijft de notie van populaire cultuur invloedrijk omdat *Rolling Stone* haar lot zo nauw aan de counterculture bond en omdat *Humo* er zich ook middenin nestelde in haar muziekkatern sinds 1960. Bovendien leeft de demarcatie tussen hoog en laag heden ten dage nog steeds door in de beoordeling van muziek, in de vorm van een canoniseringsproces. Daarnaast suggereert de emancipatie van het ego dat beoordeling van muziek een strikt individuele ervaring is, wat in feite een wegbereiding betekent voor de legitimatie van muziekkritiek.

### Postmodernisme en muziek

“*The ideology of rock rests on the claims that can be drawn from its roots – the realism of the blues, the honesty of folk, the sensuality of soul, the politics of reggae, and so on*” (Frith, 177).

De aanvang van postmodernisme, en zeker in de muziekwereld, wordt doorgaans in de jaren 1960, met de opkomst van rock, gesitueerd (Laermans, 1992, 258). Dat decennium

wordt als een transitieperiode beschouwd voor de perceptie rond populaire muziek, die evolueerde van quasi inhoudsloos cultureel product naar het element van de counterculture en zo een zekere authenticiteit vergaarde (Gloag, 399). Die claim op authenticiteit, geworteld in romantische idealen, was essentieel voor de geloofwaardigheid van artiesten uit de late jaren 1960 en begin 1970. Ze veronderstelt zelfreflectie en hoge historische kennis. Artiesten horen te weten wat er al gedaan is geweest (zelfreflectie) en juist in die kennis verschuilt zich een besef van de onmogelijkheid tot het maken van iets volledig nieuw, wat pijnlijk ironisch is. Op die manier is het de artiest enkel nog gegund een eclectisch geheel van oude codes te bricoleren, dat in haar nieuwe vorm wel de potentie in zich draagt om een nieuwe code te zijn en dus een nieuwe betekenis te genereren (Barker, 152-153). Authenticiteit wordt dus bekomen door een zelfbewuste intertekstualiteit, maar is evenzeer een imago dat gecreëerd wordt door de industrie.

### **De Beatles**

De Beatles is een muziekgroep die in dit werk nog vaak zal weerkeren (Larkin, I, 432-437). Een eerste keer wordt het viertal uit Liverpool hier vermeldt als een van de pioniers postmoderne muziek. Hoewel ze in het begin van de jaren 1960 een zeer herkenbare stijl hadden, evolueerden ze naar het einde van de *sixties* naar een experimentele groep met een hoog eclectisch gehalte. Hun *White Album* (dat eigenlijk titelloos werd uitgebracht, maar zo werd genoemd naar de witte cover) wordt als een van de eerste tekenen van de intrede van postmodernisme in muziek gezien (Gloag, 406).<sup>1</sup> Die status heeft het te danken aan de enorme diversiteit en het brede scala aan stijlen, bovendien werden veel van de songs opgevat als soloprojecten. Vooral in de evolutie van hun vorige album, *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, een conceptalbum dat veel meer als een geheel aanvoelt, naar het "empirische/experimentele, chaotische en heterogene" *White Album* wordt het ontluiken van postmodernisme gezien (Gloag, 407). Daarnaast betekende het ook, samen met *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, de start van de Beatles' carrière als erkende artiesten. Daarvoor werd de groep vooral gezien als een product van de industrie (Keunen, 60-61).

### **Frank Zappa & The Mothers of Invention**

Waar de Beatles vooral het eclecticisme van postmodernisme belichamen, kan Frank Zappa (1940-1993) met zijn groep eerder gezien worden als postmodernistisch omwille van het zelfbewustzijn en de intertekstualiteit in zijn werk (Featherstone, 7-8; Larkin, VIII, 5990-5993). Vooral het album *We're only in it for the money*, dat alleen al met de cover een rechtstreekse parodie is op *Sgt. Pepper's* van de Beatles, geldt als een van de ultieme

---

<sup>1</sup> In de bibliografie wordt verwezen naar het album. Een afbeelding van de albumcover is ook terug te vinden als bijlage achteraan dit werk (bijlage 1).

voorbeelden van postmoderne muziek.<sup>2</sup> Het album stelt de mechanismen van de muziekindustrie aan de kaak en benadert op een pientere, kritische manier de culturele uitholling van hedendaagse muziek (Glieca, 2010). Bovendien durfde Zappa zijn maatschappijkritiek ("*flowerpower sucks*") te uiten op een moment dat de perceptie errond juist gecultiveerd werd door de hele industrie (Didden, 2000, 16-17).

De Beatles en Frank Zappa gelden alleen al omwille van deze twee albums als actoren, zelfs profeten, van het postmodernisme, maar ze doen dat op een totaal andere manier én op een verschillend niveau. De Beatles' hun eclecticisme is vanuit een zeker standpunt zeer begrijpelijk als een postmodernistische kunstvorm: het album is vernieuwend doordat het slechts vormelijk als een geheel wordt gepresenteerd, maar een duidelijker voorbeeld van bricolage is moeilijk denkbaar. Het getuigt eveneens van een grotere zelfbewustzijn dan in eerste instantie zou blijken. De nummering die aan de eerste drieduizend albums werd gegeven, kan als een verwijzing geïnterpreteerd worden op het concept van cultuur als gestandaardiseerd, economisch product van de industrie. Het feit dat het album een onnavolgbare verzameling van stijlen en dus een heterogeen, gefragmenteerd bolwerk is, bekritiseert dan weer impliciet de idee van een totalitaire, homogene massacultuur. De notie van fragmentatie bewijst namelijk ineens ook het tegendeel, namelijk totaliteit (Gloag, 408). Zelfs het feit dat de Beatles het album geen titel schonken, kan gezien worden als een postmodernistische tendens. De vrijheid wordt zo namelijk aan de consument gelaten om het cultureel gegeven (om het eens geen product te noemen) op zijn eigen manier te interpreteren. De fan wordt een denkende fan (Frith, 1978, 147).

Frank Zappa lijkt met zijn pastiche dan weer een rechtstreekse aanval te richten op de Beatles, maar dat is geenszins een persoonlijke kwestie. Met zijn intertekstualiteit, zijn samenraapsel van codes, bekritiseert hij rechtstreeks de marktgerichtheid van de Beatles, maar nog meer die van de hele industrie. Door de muziekindustrie te parodiëren en maatschappelijke kwesties aan te kaarten, plaatst de artiest zich op een hoger echelon, wat weer meer bijdraagt aan zijn status als onafhankelijk kunstenaar.

### *Rock: The magic that will set you free?*<sup>3</sup>

---

Rock, dat als genre haar hoogtepunt kende eind jaren 1960 en begin 1970, was het uitdrukkingmiddel van de ondertussen uitgestorven populaire cultuur. Cruciale kanttekening hierbij is dat rock niet begrepen mag worden als de drijfveer van de populaire cultuur, de

---

<sup>2</sup> Een vergelijking van beide albumhoezen is terug te vinden als bijlage 2.

<sup>3</sup> Jann Wenner, oprichter van *Rolling Stone*, droeg het alleszins een dergelijke waarde toe in zijn betoog voor rock cultuur (Draper, 168).

*counterculture* van de jaren 1960, wel als slechts een element van die revolutionaire tegenbeweging. Revolutionair in de zin dat ze zich afzette van wat op dat moment nog doorging voor 'hoge cultuur', het establishment van de jaren 1960 en het conservatieve klassenmodel (Frith, 2015). Dat establishment liet zich gelden op verschillende vlakken in de samenleving: een verwevenheid van politiek, cultuur en ideologie (Frith, 198). Vanuit de *underground* ontwikkelde zich een ideologische verzetsbeweging die zich in de Amerikaanse geschiedenis veel duidelijker manifesteerde dan in de Belgische. Exponenten daarvan zijn talrijk, maar op muzikaal vlak en in de vorming van het blad *Rolling Stone* betekenden vooral de *Human Be-In* van 1967 in San Francisco en het Woodstock festival van 1969 mijlpalen in het discours van de populaire cultuur (Baskerville, 15; Larkin, VIII, 5916-5917).<sup>4</sup>

### Rock als kritiek

Die populaire cultuur is verwant aan de *youth culture* of de ideologie van de jeugd, die zo levendig heerste in de jaren 1960 en destijds een veel breder maatschappelijk draagvlak werd aangerekend. Aan jong of adolescent zijn werden heel wat voordelen gekoppeld: seksuele vrijheid, onuitputtelijke emotionele expressiemethodes, onverantwoordelijkheid, glamour, enzovoort. Jong zijn werd een ideologie op zich omwille van de voordelen en die voordelen had de adolescentie voor het eerst in de geschiedenis bereikt dankzij de Westerse welvaartstaat: jongeren hadden de luxe jong te zijn, er was een transitieperiode tussen studeren en werken waarin zowat iedere adolescent een zekere vrijheid werd gegund dankzij de economische welvaart in het tijdperk na de Tweede Wereldoorlog (1939-1944) (Frith, 1978, 188-189). Rockmuziek was het genre dat deze generatie verenigde in die periode: zowel werkloze, studerende tieners als *working class heroes*, allemaal vonden ze hun gading in het genre (Frith, 1978, 36). *Youth culture* verwerd al snel *rock culture* dankzij bijvoorbeeld muziekcritici in dienst van *Rolling Stone* en die cultuur, verenigd in één muziekgenre, werd een symbool voor solidariteit en een inspiratiebron voor het ondernemen van actie (Frith, 1978, 198).

Rock heeft haar wortels in een paar genres, maar de meest geciteerde zijn steevast de zuidelijke, rurale *blues*, gebracht door veelal onderdrukte zwarten, en *country* en *folk*, twee verwante soorten die voornamelijk werden bedreven door blanken vanuit de middenklasse. Kenmerkend voor beide genres is dat het publiek ideologisch en maatschappelijk quasi gelijk stond aan de *performers*. Elvis Presley (1935-1977) wordt vaak als de eerste artiest gezien die voor een symbiose van de twee genres zorgde in de vorm van rockabilly en er ook voor het eerst internationale faam mee verwierf, waarmee het pad

---

<sup>4</sup> David Holbrook (1923-2011) plaatst hier dan weer tegenover dat ook de *youth culture* een bewust commerciële creatie is: "*Rock, as a mass medium, is a false art serving a false community*" (Frith, 193).

werd geëffend voor het commerciële succes van rock (Friedlander, 15-19). Paradoxe ontwikkeling van de populariteit (in de vorm van massale bijeenkomsten op openbare plekken) die rock genereerde, dat als genre haar origine in de akoestische folkmuziek droeg, is dat met de amplificatie en het opnemen van hun muziek zakenlui juist in de mogelijkheid werden gesteld om controle over de productie en bij uitbreiding de hele muziekmarkt te nemen (Frith, 1978, 199). Die paradox draagt in zich de reden voor het erg korte bestaan van rock als radicaal genre, als expressievorm van de *counter culture* die zich wou afzetten van de heersende krachten. Progressieve rock werd al snel een integraal deel van de mondiale showbusiness, terwijl er nog wel aanstalten werd gemaakt op de radicale, revolutionaire ideologie waarvan rock voor een korte periode exponent van was, maar dat al snel als een marketingstrategie werd afgedaan van een genre dat haar ziel verkocht aan de commercie (Frith, 1978, 200).

### Rock als kunstvorm

Tegen het einde van de jaren 1960 ging het genre dan weer aanspraak maken op het etiket van kunstvorm, maar ten gevolge van de dynamiek die schuilgaat achter de platenindustrie maakt het daar geenszins aanspraak op. Het is bedenkelijk een zelfbewuste creatie individueel gemaakt door en voor een soort morele innerlijke verrijking. Er kan hoogstens van gezegd worden dat rock een vorm van populaire muziek was met als verdienste dat het door zijn songteksten de jeugd wel attent maakte op gebreken van de westerse cultuur. Wat tegen rock als kunstvorm pleit, is ten eerste dat het een product is dat op massale schaal gemaakt wordt en door meerdere mensen gecreëerd is, ten tweede wordt het onthaald als een vorm van 'gemakkelijk verteerbaar entertainment', terwijl kunst de ontvanger aan het denken zet (Frith, 1978, 201).

Rock en de er rond heersende gemeenschap of cultuur wordt gretig afgedaan als een mythe, maar net zoals bij magie is het waar zolang het publiek gelooft in de magie (Frith, 1981, 168; Wicke, 91). De sensationele ervaring van rock is niet minder waar omdat ze een marktconstructie is, want ondanks de overduidelijke commerciële doeleinden behoudt de luisteraar zijn recht op een eigen interpretatie (Frith, 164 en 192). Bovendien heeft het discours dat over rock schrijft de mythe enkel gecultiveerd: *Rolling Stone* in de eerste plaats, maar ook door verschillende recensenten van het eerste uur die rotsvast geloofden in de 'belofte' van rock (Draper, 69; Lindberg, 330). Rock zal altijd verdedigd worden door critici omdat het fundamenteel is voor hun eigen werkzaamheid. Als kern voor hun eis op legitimiteit beroepen ze zich enerzijds op het auteurschap van de artiest, anderzijds op de poëtische waarde van songteksten waarin een dubbele bodem en dus interpretatie, zoals bij kunst, nodig is (Regev, 91-92 en 95-96).

Rock boogt op authenticiteit, maar die verbrokkelde al van binnenuit ten gevolge van postmoderne invloeden. De authenticiteitsclaim leidde tot een vreemdsoortig en ambigu elitair denkpatroon, gelijkaardig aan de distictie tussen primaire en secundaire cultuur, maar dan binnen de muziekindustrie zelf. Onder primair wordt dan muziek begrepen die dankzij haar aanzien gecanoniseerd wordt, terwijl muziek als economisch massaproduct van de culturele machine die amper aanspraak maakt op artistieke integriteit gecategoriseerd wordt als secundair. Vernieuwende undergroundgenres zijn ironisch genoeg altijd afhankelijk van het systeem waar ze zich zo uitdrukkelijk van distantiëren.

### Alternatieve mainstream

Verouderd of niet, ook binnen muziek wordt er een onderscheid opgetekend tussen muziek van de 'hoge' cultuur en muziek behorende tot de 'lage' cultuur. Onder hoog wordt dan alles begrepen wat onderdeel is van de muziekhistorische canon. Laag staat dan uiteraard voor het omgekeerde, makkelijk bestempeld als volks. Binnen de moderne volkse muziek, wat geïnterpreteerd kan worden als muziek die wij kennen als populaire muziek, wordt nog een aparte canonisering doorgevoerd van artiesten die de tand des tijds wisten te overleven. Adorno maakte een soortgelijk onderscheid, zij het genuanceerder. Hij differentieerde niet serieuze tegenover populaire muziek, zoals vaak verkeerdelijk beweerd wordt, wel plaatste hij muziek die zichzelf aanvaardt als een cultureel en economisch product, gefabriceerd door de op handel gebaseerde machine die doorgaat voor de cultuurindustrie, tegenover zelf-reflectieve muziek die zich kritisch afzet tegen haar status als cultureel product, maar op die manier vervreemdt van de maatschappij waarin ze oorspronkelijk gemaakt werd en dus tevergeefs verankerd is (Paddison, 204). Een gelijkaardige stelling namen Stuart Hall (1932-2014) en Paddy Whannel (1922-1980) in. Zij erkenden een vorm van culturele hegemonie in de kapitalistische samenleving, maar onderscheidden ook een zilver randje: "*The distinction we are trying to make, however, goes beyond this important discrimination between good and bad popular art. It is essentially a distinction between two kinds of art. The typical 'art' of the mass media today is not a continuity from, but a corruption of, popular art. We want to suggest the sharp conflict between the works of artists, performers and directors in the new media, which has the intention of popular art behind it, and the typical offerings of the media – which is a kind of mass art*" (Hall en Whannel, 68). Terwijl ze de groeiende aanwezigheid van holle, betekenisloze producten als resultaat van een massacultuur onderkennen, onderscheiden ze dus ook de mogelijkheid om een oprechte vorm van 'kunst' – liever: cultureel gegeven – te maken.

Hall's, Whannel's en Adorno's theorieën gelijken sterk op de hedendaagse oppositie tussen commerciële en alternatieve muziek, waarbij commerciële muziek dan van bij haar

productieproces al financieel gewin beoogt en alternatieve muziek ontstaat vanuit de underground, bij wijze van strijdmiddel tegen commerciële verloedering. Diezelfde tegenstelling komt ook terug in Gert Keunen's uiteenzetting van de Vlaamse (en internationale) muziekindustrie. Keunen poneert zelfs wel een vorm van synthese, want hij ontwaart een derde soort muziek tussen commercieel en underground: de alternatieve mainstream. "De alternatieve mainstream is het terrein van dé muziekliefhebber: diegene die de pers volgt, die openstaat voor de nieuwe trends, naar concerten gaat, nieuwe releases via *streaming* beluistert en doelgericht geluidsdragers koopt" (Keunen, 39). Alternatieve mainstream is aldus het soort muziek waaraan de "*thinking fan*" zich graag bezigt (Frith, 1978, 147). Juist dat, weliswaar vage, muziekgenre is tegenwoordig ook het geliefkoosde soort muziek van een blad als *Humo*. Uiteraard zou het naïef zijn de alternatieve mainstream als dé oplossing op te hemelen. Het is nog steeds een product van de muziekindustrie die commerciële doeleinden nastreeft, maar de muziek lijkt wel gemaakt door artiesten die, net zoals dat in de sferen van de hoge cultuur het geval was, een zekere authenticiteit nastreven (en liefst ook etaleren). Daarentegen blijven ze, ondanks hun misschien ooit bijzonder romantische ideaalbeelden, onvermijdelijk een economisch product binnen de muzikale consumptiemarkt, zoals *indie* evenzeer een marktconstructie met winstbejag geworden is (Keunen, 63). Ook al is het maar een zweem van authenticiteit, in combinatie met de gedachte dat elitaire kunst en dus de opdeling tussen primaire en secundaire cultuur een ouderwetse denkwijze is, wordt de criticus zo wel het vermogen geschonken om een creatie, die alleszins als een eerlijk kunstwerk bedoeld was, oprecht te beoordelen en bespreken. Dat idee alleen al draagt bij aan het bestaansrecht van muziekkritiek.

Zoals *Humo* tegenwoordig een culturele representant is van een pluralistische samenleving, zo is de huidige muziek een samenraapsel van genres, een postmodern collage van stijlen. Alternatieve mainstream is evenzeer een veranderlijk begrip, want de perceptie van wat als mainstream en wat als alternatief beschouwd wordt, verandert door de jaren. Zo hebben commerciële groepen uit de jaren 60, zoals de Beatles, heden ten dage de reputatie alternatief te zijn, wat dan weer sterk betrekking heeft op de betekenisgeving van de consument (Frith, 1978, 192). Bovendien is het, door de veelheid van het aanbod, onmogelijk bepaalde genres onder te verdelen in een van de drie categorieën, commercieel, alternatief of er tussenin. De oorsprong voor die enorme mix van stijlen, die muzikale diversificatie, werd gelegd in de jaren 1950 en 1960, met de opkomst van de toenmalige populaire muziek in de vorm van rock & roll en werd verder uitgebouwd onder invloed van het postmodernisme.

## Het stormachtige bestaan van rockkritiek

---

Gezien de maatschappelijke, politieke en historische facetten van rockkritiek is haar legitimiteit nooit vanzelfsprekend geweest. Dat probleem is verankerd in de oorsprong van het genre. In dit onderdeel zal er op zoek gegaan worden naar de beginselen van muziekkritiek, de legitimiteit van rockkritiek en het alomtegenwoordige concept van authenticiteit, dat ook binnen kritiek zelf een ambigu criterium vormt.

### Van cultuur- naar muziekkritiek

De legitimiteit van cultuurkritiek is al eeuwenlang een voorwerp van discussie. Nog lang voor er sprake was van populaire cultuur in postmoderne zin, geloofde Immanuel Kant (1724-1804) al in de mogelijkheid van een subjectief waardeoordeel dat aanspraak maakt op een algemene waarheid. Hij gaat er van uit dat een esthetische betekenisgeving universeel kan zijn doordat ze gestoeld is op cognitieve eigenschappen die ieder persoon in zich draagt. Zo valideert hij dus de mogelijkheid om subjectieve interpretaties over te brengen naar anderen doordat ze een objectieve gemeenschappelijke noemer hebben: iemands interpretatievermogen (Bird, 2015). Robert Christgau (°1942), de zelfverklaarde *Dean of American rock critics*, sluit zich hierbij aan: hij gaat in de eerste plaats uit van het vermogen van de recensent om een persoonlijke mening te vormen. Secundair is het om die mening te kunnen verwoorden en beargumenteren. *“Judging by pure taste is judging by feeling and does not involve explicit criteria. Arguments come later.”* Hij voegt daar nog aan toe dat *“taste in the act of judging”* van vitaal belang is, een opinie die hij dus met Kant en menig ander reporter deelt (Lindberg et al., 12). Kant gaat uit van een soort intuïtieve interpretatie en ervaring van kunst, gebaseerd op emotie en dus impressief. Doordat er geen voorwaarden van kennis aan gesteld zijn, is de criticus' beoordeling universeel want voor iedereen begrijpelijk op een zeker moment.

Met de komst van rockmuziek, een genre dat geworteld is in de populaire cultuur en een bijzondere politieke lading in zich draagt, werd het moeilijker om muziek zonder vooroordeel te benaderen. Muziek viel niet langer zuiver wetenschappelijk te benaderen en ofwel beten critici hun tanden stuk op dit nieuwe genre, ofwel verwierpen ze het (Roka, 21). Het was de beurt aan nieuwe critici en nog veel meer aan een nieuw soort commentator. Want waar tot voor kort muziek zuiver te beoordelen viel op grond van virtuositeit, speelden vanaf rock & roll heel wat nieuwe aspecten een rol: de schier blasfemische uitvoering, de sociale impact, de politieke boodschap, enzovoort. Muziek was veel meer dan noten op een notenbalk, het oversteeg zichzelf en werd een vitale component van een beweging. Het bracht zelfs letterlijk een massa op de been.<sup>5</sup> Wat belangrijker dan ooit werd onder critici,

---

<sup>5</sup> Als voorbeeld kan hier de Human Be-In in San Francisco gelden, maar ook eender wel rockfestival.

was het aartsmoelijk uit te leggen 'gevoel' dat ze koesterden bij het horen van bepaalde muziek, meer dan de technische kwaliteiten van de muzikant. Jann Wenner (°1946), oprichter van *Rolling Stone*, onderscheidt twee manieren om muziek te beoordelen: een intuïtieve en een analytische. De intuïtieve interpretatie ziet hij als primordiaal en gaat over de emoties die een lied oproept. Het analytische onderdeel zet de criticus aan het denken, niet alleen over het technische aspect van de muziek, maar ook over de context, de geschiedenis en sociale invloed van een lied of album (Friedlander. 3-4).

De critici eisten bijgevolg ook een prominentere rol op, want zij konden onmogelijk zuiver objectief blijven. Bovendien, authentiek of niet, werd muziek meer dan ooit een economisch goed dat in eerste instantie impliciet geld moest opbrengen. Dit is nauw verwant aan Adorno's idee dat de cultuurcriticus zich verwaand gedraagt en het recht op kunstbespreking verloren is omdat hij/zij zich onterecht boven het product plaatst, terwijl de criticus evenzeer een onderdeel van het marketingproces is (Adorno, 1981,20). Ondanks die duidelijke onderlinge afhankelijkheid van muziek als product van de industrie en de rol van de criticus, waakt de criticus behoedzaam over diens vrijheid, met het oog op het behouden van diens eigenste integriteit en geloofwaardigheid. Hierin schuilt impliciet de mogelijkheid tot legitimiteit van de criticus: de afstand die bewaard moet blijven tussen recensent en industrie, omdat niet langer de hitparades, maar de recensie de standaard is waaraan nieuwe muziek onderworpen wordt sinds het ontstaan van impressionistische, gevoelsmatige muziekkritiek (Frith, 1978, 154).

Pluralisme predikt in feite in het voordeel van een legitimatie van kritiek, want het erkent het democratische karakter van de postmoderne cultuur en ondersteunt de bewering dat betekenissen en symbolen van culturele producten evenzeer het eigendom zijn van de maker als van de consument (Frith, 1978, 195). Een optimistische houding binnen het postmodern discours schenkt allen dus een interpretatievermogen dat het mogelijk maakt eigen betekenis te genereren aan eender welk cultureel goed. Codes worden dus gedeeld door maker en gebruiker, de recensent heeft de mogelijkheid om zijn tekstinterpretatie door te geven, maar ook niet meer dan dat (Featherstone, 86).

### Rockkritiek en de grens met maatschappijkritiek

*"Little rock criticism is concerned with music, because most rock critics are less concerned with sound than sociology"* - Dave Marsh (°1950) (Frith, 1978, 176).

Hiermee wordt enerzijds op de sociale en politieke invloed van rockmuziek en –kritiek gewezen, anderzijds wordt er het, door muzikanten vaak beklagde, gebrek aan daadwerkelijke bespreking door recensenten van muzikale invloeden, ontwikkelingen en problemen mee blootgelegd. Het gebrek aan muzikaal inzicht bij autodidactische

recensenten wordt vooral gewijd aan onwetendheid, onwetendheid over concepten als melodie, harmonie, ritme en geluid. Een frequente fout is de eenzijdige analyse van de songtekst terwijl het belang van de muziek dan vergeten wordt (Frith, 1978, 176). Ook Wenner erkende al het belang van een analytische interpretatie, die de emoties van de recensent dus overstijgt en poogt een bredere context te formuleren. Niet alleen impressie is belangrijk, maar dus ook informatie en opinie. Informatie is echter een onderdeel dat door menig criticus wordt overgeslagen omdat het vaak al verondersteld wordt van de *thinking fan*. Opinie leunt aan bij impressie, maar is breder in die zin dat het de mening van de recensent bevat die pas bekomen wordt na het verwerken van informatie en impressie (Paap, 26-28).

Ook onder muzikrecensenten zelf wordt deze problematiek nu en dan aangekaart. Ten eerste beseft menig criticus dat hij een bepaalde functie vervult en is reflectie over de eigen rol cruciaal (Lindberg et al., 154). Ten tweede kwam er al van bij het ontstaan van rockmuziek een polemiek op gang tussen critici over de muzikale waarde van het genre en hoe er over te berichten. Tot op de dag van vandaag barst datzelfde debat af en toe nog eens los: het is nu niet meer zozeer de kwaliteit van de muziek die ter discussie staat, wel de manier van berichtgeving errond (Gioia, 2014 vs. Powell, 2014).

Een eerste veruitwendiging ervan was *The "Sgt. Pepper" Debate of 1967-69*, dat hier als een puik voorbeeld geldt van de veranderende muzikale tijden in de jaren 1960 en hoe Amerikaanse recensenten die veranderingen aanvoelden en becommentarieerden (Roka, 2004). De opkomst en nog meer de bekrachtiging van rockmuziek in de jaren 1960 zorgde voor een heel nieuw soort van recenseren. Critici stonden voor een bijzondere uitdaging: *"They had to break out of comfortable frames of prose and vocabulary to discuss how music connects to life's activities outside the concert hall"* (Roka, 21). Vergelijkbaar met de ondertussen veelvuldig besproken dichotomie zag men al snel de spanning tussen twee tegengestelden groeien: *"between a populist and an elitist attitude toward music, and another between a conceptualization of music as entertainment and music as a moral force"* (Les Roka, 21). Het dilemma van kunstbeoordeling is heden ten dage evenzeer een cultureel als politiek geschil. Aan de ene kant heerst er het verlangen om populaire cultuur te wettigen als waardevol binnen het traditionele westerse idee van hoge cultuur. Aan de andere kant is er het verzet tegen een erkenning van populaire cultuur omdat die impliciet alles wat populair is erkent als acceptabel, maar daarmee ook de rol van de recensent op losse schroeven plaatst. Barker poneert daarom de stelling dat de machthebbers over sociale, politieke en culturele kwesties het onderwerp van kritiek moeten zijn (Barker, 43-44). Dit gaat in feite terug op Williams' analysemodel van cultuur, waarin hij stelt dat cultuur beoordeeld moet worden aan de hand van enkele instanties die het vorm geven, zoals instituties, formaties,

productieprocessen, identiteit, maar ook de reproductie van en traditie in dewelke cultuur geworteld is (Barker, 40). Volgens die denkwijze evolueert de recensent tot een metacriticus.

### Rockkritiek als cultureel veld an sich

De idee dat rockkritiek (en bij uitbreiding moderne muziekkritiek) de afstand tussen journalistiek en populaire muziek overbrugt, en dus als een cultureel veld op zich gezien kan worden, is minder ver gezocht dan eerst lijkt (Lindberg et al., 329). Er zijn namelijk ettelijke redenen om het een cultureel veld te noemen. Een eerste is het canoniseringsproces van de muziek waarover geschreven wordt, maar evenzeer van de critici zelf (Regev, 92-93). Een tweede reden heeft betrekking op het voortleven van de aloude culturele constructie van een hoge (authentieke muziek) en lage (marktgerichte muziek) cultuur, die binnen populaire muziek en muziekjournalisten onderling gereproduceerd wordt. Een derde reden beroept zich er op dat het een internationaal cultureel veld is, met niet onbelangrijke lokale actoren. Het einde van de jaren 1960 en begin van 1970, niet toevallig de ontstaansperiode van *Rolling Stone* en de emancipatieperiode van *Humo*, worden als het tijdperk gezien waarin deze theorie haar basis heeft. Een vierde reden is de boekproductie over critici en hun oeuvre sinds de jaren 1970. Ze lijken een status van onsterfelijkheid bereikt te hebben en er wordt constant gerefereerd naar hun werk. Rockkritiek is een op zichzelf staand veld geworden met haar eigen regels, standaarden, tradities en toegankelijkheid (Lindberg et al., 329).

Het feit dat rock sinds de jaren 1960 meer en meer als een mogelijke vorm van hoge cultuur werd gezien, dankt het grotendeels aan het discours dat 'nieuwe intellectuelen', hoog opgeleiden die zich zouden toeleggen op het beoordelen van rockmuziek, er voor ontwikkeld hebben. Zij verdedigden rock en zagen zichzelf als megafoon van een generatie. Het overstijgen van rockkritiek als entertainment journalistiek door er juist een maatschappelijk, politiek element in te verwerken, droeg hier in grote mate aan bij (Lindberg et al., 330). "*The rock criticism of the founding fathers has often been characterized as the expression of a shared authenticity ideology*" (Lindberg, 331). Alleen al het feit dat rockkritiek zo iets als *Founding Fathers* heeft, bewijst dat het ook een vorm van tradities bezit die zo eigen zijn aan een cultureel veld. Diezelfde stichters van het genre bakenden zelfs af wat de rockmuziek origineel was en creëerden op die manier dus een analysemodel om de oh zo belangrijke authenticiteit te staven. Ook eigen aan muziekcritici is dat ze hun meningen aan elkaar af toetsen en zo een groepering vormen waarin een soort van onderlinge controle heerst (Lindberg et al., 331-333; Laermans, 1992, 252).

Hoewel critici hun onderwerp op heel diverse wijzen benaderen, streven ze als onderliggend, gemeenschappelijk doel de legitimatie van hun schrijven na. Boekproductie van critici met overzichten, geschiedenissen, top-100's enzovoort dragen sterk bij aan dat narratief.<sup>6</sup> Dit is een uitgesproken vorm van consecratie en conservatie, een waarde die ook Bourdieu toekende aan het 'secundaire' culturele veld, waartoe hij alles buiten de initiële productie van cultuur rekende (Laermans, 1992, 254). Critici worden onafhankelijke *cultural intermediaries* (Hesmondhalgh, 226-227). De enorme boekproductie die rock teweegbracht onder critici en fans, geldt in feite als het ultieme bewijs van hun legitimiteit als cultureel veld op zich. Het enige wat de legitimiteit van muziekkritiek nog kan onderuit halen, zijn de echte redenen van de legitimatiestrijd. Als de verdediging van de kunstvorm het hoogste doel is van de criticus, zal dat aanvaard worden. Wanneer hij echter toegeeft aan de mechanismen van de overkoepelende muziekindustrie, staat zijn geloofwaardigheid op het spel. Authenticiteit is dus, net zoals voor muzikanten, de basisvoorwaarde voor het bestaansrecht van de recensent.

### Kritiek is geen journalistiek

Een veel voorkomende discussie behelst de aanspraak die muziekkritiek kan of mag maken op het label van een journalistieke discipline. Parallellen zijn er zeker, bijvoorbeeld die van de waakhond en de sluiswachter, maar glasheldere verschillen even goed. Journalisten horen zich aan veel meer deontologische regels te houden en zijn van beroepswege verplicht zich op feiten te baseren (Powers, 328). De zaak voor moderne muziekkritiek als een autonoom cultureel veld werd al gemaakt, toch is het interessant om de link met journalistiek onder de loep te nemen. Zo is muziekkritiek ongetwijfeld beïnvloed door sommige vormen van journalistiek, *New Journalism* en *Gonzo Journalism* op kop, maar in se heeft het geen nieuwswaarde, net zoals essays en columns niet onder het brengen van actualiteit vallen (Lindberg et al., 11).

Een merkwaardig voorval dat de polemiek rond de taak van muziekjournalisten deed oplaaien, vond plaats in 2008 en ging de geschiedenis der muziekkritiek in onder de nogal pompeuze naam *Maximgate* (Powers, 2009). In het tijdschrift *Maxim* besprak een freelancerecensent in 2008 een nieuw album van de band *Black Crowes* (Larkin, I, 554-555). Daarin sabelde hij het album neer, maar dat bleek onterecht. Misschien niet omwille van de muziek, maar wel omdat hij het album onmogelijk geluisterd kon hebben: *Black Crowes* maakte namelijk onmiddellijk bekend dat ze nog geen demo's naar tijdschriften hadden opgestuurd (Powers, 322). Over de historische en culturele relevantie van dit voorval valt zeker te debatteren. Bijzonder echter is de discussie die het teweegbracht: critici gingen nog

---

<sup>6</sup> In de bibliografie zijn talloze voorbeelden terug te vinden van critici die hun werk later in boekvorm gepubliceerd zagen.

maar eens reflecteren over hun eigen functionaliteit als sluiswachters van de markt. Devon Powers zag het als de ideale gelegenheid om de complexe relatie tussen hedendaagse muziekcritiek en alternatieve vormen van journalistiek te analyseren. Zo stelde hij onder meer de onderwerping van muziek- en rockcritiek aan de journalistieke deontologie aan de kaak (Powers, 326).

### **New Journalism**

Rockcritiek ontstond in de jaren 1960, tegelijkertijd ontwikkelden er zich in de algemene journalistiek nieuwe stromingen die de discipline van binnenuit aantastten en voorgoed veranderden. Waar er voordien werd uitgegaan van de vereiste van absolute objectiviteit, kwam er vanaf het midden van de jaren 1960 een nieuw soort journalistiek, *New Journalism* en *Gonzo Journalism*, tot stand. Er werd korte metten gemaakt met de oubollige objectiviteit en niet enkel de schrijfstijl, maar de hele beweging kan gezien worden als zelfs een politiek statement tegen de verouderde vorm van berichtgeving die in de ogen van de nieuwe generatie had afgedaan: *“theirs were also political critiques, railing against what they characterized as mainstream journalism’s colorless delivery, misguided neutrality, and corporate ideologies”* (Powers, 324). Het kleurloze verslaggeven maakte plaats voor een blitsere soort journalistiek waarin er wel ruimte was voor opinie en eigen insteek. *“Accordingly, early rock writers traversed traditional boundaries of objectivity, point of view, and language in their writing as a way to reflect the electricity of the music itself”* (Lindberg et al., 76 en 113-115; Powers, 324). Het ego van de journalist schemerde vanaf nu door in het artikel, een stroming als *New Journalism* verschaftte de journalist, als deelnemend toeschouwer, de kans om diens persoonlijkheid een onderdeel van het verhaal te maken.

### **Gonzo Journalism**

De opkomst van *New Journalism* wordt gesitueerd in het midden van de jaren 1960. Tom Wolfe (°1931) wordt gezien als de peetvader van de stroming die de bakens van moderne journalistiek verzette. De belangrijkste kenmerken van de nieuwe journalistieke stroming bestaan in een hogere literaire invloed en een soort emancipatie van de journalist. Sterk gerelateerd aan *New Journalism* is natuurlijk *Gonzo Journalism*, dat zelfs als een gevolg van beschouwd kan worden. Hunter S. Thompson (1937-2005) geldt als pionier van de stijl en al gauw ook als personificatie ervan, met zijn *“part journalism and part personal memoir admixed with powers of wild invention and wilder rhetoric inspired by the bizarre exuberance of a young civilization”* (Powers, 326). Eigen aan gonzo is de combinatie van fictie en feiten. Terwijl *New Journalism* de auteur gunt zijn stempel te drukken, plaatst *Gonzo Journalism*, ook wel eens *“participatory journalism”* genoemd, de schrijver op de voorgrond (Flippo, II, 271). Daarnaast hoort gonzo onmiddellijk neergeschreven te worden, rechtstreeks vanuit de gedachten van de schrijver, zonder er achteraf nog aan te sleutelen (Mosser,

2012). Het spreekt voor zich dat dit ideeëngoed, de emancipatie van de journalist, bijdroeg aan de legitimiteit van contemporaine muziekkritiek. Naast Hunter Thompson is ook Lester Bangs (1948-1982) het vermelden waard. De betreurde muziekrecensent wordt als de voornaamste vertegenwoordiger, zelfs *“the poster child for punk-gonzo rock criticism itself”*, van het genre onder specifiek muziekrecensenten gezien (Powers, 327). Zijn schrijfstijl wordt dan ook, geheel naar gonzo-normen, beschreven als *“from the brain to the page without interruption”* (Morthland, xiii).

### De vormelijke veelzijdigheid van muziekkritiek

De recensie als belangrijkste, het interview, de hitparade, de songtekst, de actualiteit, foto's, maar ook het opiniestuk, een historisch overzicht, enzovoort, zijn allemaal onderdelen van muziekkritiek, duidelijk een hybride genre. Sommige genres zijn belangrijker dan andere, zo wordt de recensie als het prototype gezien, maar ook een interview kan van beslissend belang zijn voor het imago van een artiest en de interviewer (Lindberg et al., 11). Zo zijn de belangrijkste beoordelingscriteria waarop een recensent zich kan baseren de techniek, de tekst en het privéleven van de artiest (Vanden Bempt, 49-50). Een recensie wordt doorgaans gestuurd door drie grote factoren: impressie, opinie en informatie (Paap, 26-28). Als voorwaarde om dat geheel aan elementen te kunnen overbrengen naar de lezer, wordt een goede pen en een rijk vocabularium verondersteld om alles helder te kunnen neerschrijven. De interactie tussen de nieuwssectie, interviews, recensies en zelfs hitparades in enkel en alleen al de muziekrubriek van *Humo* draagt zo bij tot de vorming van een imago en beoordeling van een artiest.

Een recensie wordt niet enkel omwille van haar vorm als voornaamste vorm van kritiek gezien, het heeft ook omwille van haar invloed die status. Zo stuurt een recensie de lezer in een bepaalde richting, wat, afhankelijk van de symbolische macht, in koopgedrag kan resulteren (Jurgen Beckers. “Werk aan de platenwinkel. Onze man tussen cd's en vinyl.” *Humo* 3763, 144-148). Daarnaast wordt het belang van het interview genoemd als bepalende kracht in reputatievorming van een artiest. Ongeacht welk soort interview draagt het vanzelfsprekend bij aan de interpretatie van het werk van een artiest, zo polst het meestal naar muzikale teksten, de totstandkoming van bepaalde werken, de persoonlijke drijfveren en daar nauw mee verwant het privéleven van de artiest. Het interview kan bovendien zeer divers worden opgevat. De typologie van het interview is dan ook wijdlopig, zo zijn er ondertussen al een heel aantal genres: het bezoek in de artiest zijn werkruimte, de vragenlijst, het persoonlijk gesprek, het laatste interview (voor iemands dood of afscheid van het openbare leven), het interviewboek, het fictieve of imaginaire interview, enzovoort (Masschelein et al., 16-17). Deze verscheiden vormen van interview zorgen allemaal voor een aparte dynamiek, een andersoortig gesprek, wat bijdraagt aan een aangename

afwisseling binnen een magazine. *Humo* beheerste het interview als geen ander en gaat dan ook prat op haar reputatie als Vlaams interviewpionier (Mortier. Interview).

### De muzikpers

---

Door de opkomst van het rockgenre werden er vanaf het einde van de jaren 1950 heel wat nieuwe, gespecialiseerde magazines opgericht. Vooral de populariteit van het nieuwe genre, alsook de invloed van nieuwe soorten journalistiek waren bepalende factoren bij de opkomst van enkele magazines die zich eerst in de *underground* manifesteerden alvorens tot wijdverbreide magazines uit te groeien. De meeste muzikpers heeft een tweeledige taak: informatieverstrekking en kritiek (De Meyer, 2003, 193). Muziekbladen vertonen eenzelfde structuur, ondanks onderlinge verschillen in doelpubliek en schrijfstijl (Leonard, 39). Wat de magazines dus onderscheidt van elkaar is grotendeels de ideologie die ze aanhangen, maar ook het favoriete genre en de frequentie van het verschijnen zijn definiërende variabelen. Vooreerst zullen de belangrijkste publicaties sinds 1960 kort geschetst worden, verderop zal dan de gecompliceerde verhouding tussen pers en industrie bondig uit de doeken worden gedaan.

#### BRITSE MUZIEKBLADEN

In het licht van de onderzoeksvraag zullen enkel tijdschriften besproken worden die een duidelijke (on)rechtstreekse invloed hebben uitgeoefend op *Humo*.

#### Melody Maker (MM)

Groot-Brittannië bracht het oudste muziekmagazine voort: *Melody Maker*, dat in 1926 oorspronkelijk begonnen is als een jazzmagazine, maar in de jaren 1960 verschoof die focus naar progressieve rock en werd het de papieren veruitwendiging van de Britse hippiecultuur (Larkin, V, 3620). Net zoals voor andere magazines was 1964 een beslissend overgangsjaar, door de populariteit van de Beatles (Lindberg et al., 81). In 2000 bracht het magazine haar laatste nummer uit ("Melody Maker." *Rock's Backpages Library*).

#### New Musical Express (NME)

*New Musical Express*, een ander invloedrijk muziekmagazine, werd opgericht in 1952 en leeft tot op heden. In 2000 absorbeerde het de grootste concurrent in het Verenigd Koninkrijk, *Melody Maker* (Larkin, V, 3916-3917; "New Music Express." *Rock's Backpages Library*). In tegenstelling tot die tegenstrever, concentreerde *NME* zich van in den beginne op populaire muziek. Daarom kende het midden jaren 1960 ook een grotere circulatie onder jongeren (Lindberg et al., 81-82). *NME* zou altijd het magazine zijn geweest dat er het best in slaagde verslag te brengen over nieuwe trends, zoals ook met punk rond 1976 (Reynolds, 2015).

## Disc

*Disc* zag dan weer in 1958 het levenslicht, maar ging in 1975 alweer op in *Record Mirror*. Het weekblad onderging in die korte tijdspanne enkele naamsveranderingen: tussen '64 en '66 heette het *Disc Weekly*, tussen '66 en '72 dan weer *Disc and Music Echo*, terwijl het ervoor en erna gewoon als *Disc* verscheen ("Disc and Music Echo." *Rock's Backpages Library*). In tegenstelling tot *MM* en *NME* was het een echte muziekrant, waarin feiten werden weergegeven in plaats van diepere analyses. Het magazine wordt hier enkel vernoemd omdat *Humo* er destijds de exclusieve Belgische rechten op had en het een inspiratiebron voor de rubriek 'Views and News' was.

## AMERIKAANSE (MUZIEK)BLADEN

*NME*, *Melody Maker* en *Disc* golden als rechtstreekse inspiratiebron voor *Humo*, vooral haar 'Views & News' onder de rubriek 'TTT', later kwam daar ook het Amerikaanse *Rolling Stone* bij. Concurrenten had *Rolling Stone* in de Verenigde Staten te over, maar het zou een voor een met ze afrekenen als ultiem magazine van de populaire cultuur in de jaren 1970. Als vreemde eend in de bijt wordt ook *Playboy Magazine* hier kort besproken, omdat het met haar stijl een onrechtstreekse en dankzij enkele interviews een rechtstreekse inspiratiebron voor *Humo* was (Mortier. Interview). Ook *Creem* en *Crawdaddy!* worden hier kort aangehaald, niet omdat ze een rechtstreekse invloed uitoefenden op *Humo*, wel omdat ze onontbeerlijke begrippen vormen in de geschiedenis van de (Amerikaanse) muziekcritiek. Daarnaast worden *Crawdaddy*, *Creem* en *Rolling Stone* als de meest innovatieve publicaties uit de jaren 1960 gezien en waren ze allemaal gebaseerd op het geloof dat rock de belangrijkste culturele uiting van een revolterende generatie was (Lindberg et al., 132). Omdat vele Amerikaanse muziekcensenten als freelancers werkten, is het moeilijk ze aan bepaalde publicaties te binden. Verschillenden onder hen schreven voor meerdere bladen.

## *Crawdaddy!*

De 17-jarige Paul Williams (1948-2013) richtte in 1966 *Crawdaddy!* Op (Sparks, 2015). Het was het eerste Amerikaanse magazine dat zich op rock focuste en vooral een intelligent schrijven erover als hoeksteen had (Lindberg et al., 106). De piepjonge oprichter verliet het blad al in 1968. In 1979 veranderde het van naam, naar *Feature*, maar na 3 uitgaves was het al einde verhaal voor het blad. Daarna werden wel nog enkele pogingen ondernomen om het opnieuw op te richten, zonder al te veel succes ("*Crawdaddy!*" *Rock's Backpages Library*).

## *Creem*

*Creem* verscheen voor het eerst begin 1969 en was de tegenhanger van *Rolling Stone*, maar dan vanuit de stad Detroit. Dave Marsh nam het blad al snel onder zijn hoede, maar zou later ook nog voor de concurrentie schrijven (Lindberg et al., 137). Het blad werd

vooral bekend omdat het naar eigen zeggen het hiaat opvulde dat *Rolling Stone* en *Crawdaddy!* nalieten omdat ze vanaf 1971 de meer progressieve rock links lieten liggen (Reynolds, 2015). In 1989 hield het blad op met publiceren om in de jaren 1990 nog een korte heropleving als roddelblad te kennen (“Creem.” *Rock’s Backpages Library*).

### **Rolling Stone (RS)**

*Rolling Stone Magazine* werd opgericht in 1967 door de flamboyante Jann Wenner, met de hulp van de als jazzcriticus gevestigde waarde, Ralph Gleason (1915-1975). Aanvankelijk leek het blad uit San Francisco in een verwoestende concurrentiestrijd met *Crawdaddy!* te treden, maar *Rolling Stone* zou, zeker inhoudelijk, de concurrent snel ontgroeien (Reynolds, 2015). De geschiedenis en betekenis van het blad voor de Amerikaanse cultuur en wereldwijde muziekcultuur zal verderop nog ruim behandeld worden.

### **Playboy Magazine**

*Playboy* werd opgericht door de beruchte Hugh Hefner (°1926) in 1953. In het algemeen staat het blad vooral bekend omwille van de vrouwelijke naaktfoto’s. Dat maakt dat het haar reputatie tegen heeft als een van de belangrijkste steunpilaren van populaire cultuur sinds de jaren 1950. Bovendien heeft *Playboy* zich, naast het publiceren van gesofisticeerd naakt, een reputatie opgebouwd als een literair hoogstaand magazine dat verscheidene onderwerpen uit de populaire cultuur aansnijdt, weliswaar vooral gericht aan het mannelijke geslacht (“Playboy.” *Encyclopaedia Britannica Online*).

### **NEDERLANDSTALIGE TEGENHANGERS**

Naast *Humo* zelf, dat later nog uitgebreid aan bod komt, worden hier nog twee andere voorname krachten op het vlak van Nederlandstalige muziekcritiek besproken in het teken van een genuanceerde situatieschets. Gedurende de jaren 1960 en 1970 gold *Humo*, ondanks de opkomende concurrentie van *Focus Knack* en *OOR*, evenwel als het enige magazine dat een hoogstaande bespreking van moderne muziek aan lezend Vlaanderen en Nederland kon presenteren (Schelstraete en Droeven, 2014, 5).

### **Humo(radio)**

*Humo* zag het levenslicht onder de naam *Humoradio* in 1936. In 1958 werd de naam afgekort tot *Humo*, waarmee ook de nadruk van radio naar televisie verschoof (Schaevers, I, 43). Het blad heeft ondertussen al een hele rist hoofdredacteurs gehad. Tegenwoordig is dat Danny Ilegems, de belangrijkste was zonder twijfel Guy Mortier (Droeven, 2013, 20). De geschiedenis van *Humo* komt verderop uiteraard nog exhaustief aan bod.

### **Focus Knack**

*Focus* vormt een onderdeel van het actualiteitsblad *Knack*, dat sinds 1971 bestaat. Het magazine “heeft de vrijheid om zich te concentreren op alles wat enigszins kwalitatief

hoogstaand is in de ruime wereld van entertainment” (De Braekeleer, 2015). Qua format vormt het weekblad in Vlaanderen de enige noemenswaardige concurrent van *Humo* in die zin dat het zich ook aan kritische besprekingen van allerlei culturele goederen waagt. Thema's rond politiek, sport en lifestyle verschijnen echter in een ander katern van *Knack*.

### **RifRaf**

Dit maandblad werd opgericht in 1989 en focust zich uitsluitend op muziek. Het selecteert niet en streeft een zo breed mogelijke muziekjournalistiek na.

### **OOR**

*Muziekrant OOR* werd in 1971 in Nederland opgericht, in 1984 werd die naam afgekort tot *OOR*. Oprichter Barend Toet liet zich inspireren op overzeese tegenhangers als *Rolling Stone* en *Melody Maker*. Het blad streefde expliciet een canonisering van popmuziek na door vanaf 1976 om de twee jaar een muziekencyclopedie te publiceren (Meijers, 1981; Vanden Bempt, 35-38).

## **De muziekers en de muziekindustrie**

De muziekers, als onderdeel van de muziekindustrie, definiëren in enkele zinnen is een aartsmoeilijke opgave. De interactie tussen artiest en journalist, platenbaas en journalist, publicist en journalist, artiestenmanager en journalist is tamelijk complex en nog eens heel amorf doorheen de muziekgeschiedenis. Bovendien zou een hele uiteenzetting van de muziekindustrie te uitvoerig en irrelevant zijn, daarom worden hier enkel de belangrijkste begrippen benaderd om vooral het groter geheel te vatten en de relatie tussen *Humo* en *Rolling Stone* te situeren.

### **Filter-flow model van Hirsch**

De muziekers wordt als een integraal onderdeel van de hele muziekindustrie gezien. De discussie over de positie die ze daarin juist inneemt zal echter nooit ophouden. De meningen erover zijn eindeloos (Stokes, 210; De Meyer, 1981, 131; Denisoff, 1975, 299). Of de muziekers nu optreedt als het verlengde, als het ware de publiciteitsafdeling en de megafoon of juist de toetssteen, de regulator en controleur van de muziekindustrie, als consensus geldt dat het zeker afhankelijk is van de overkoepelende industrie. Het *filter-flow* model van Hirsch is een kader dat die afhankelijkheid theoretiseert: “de platenfirma bepaalt wat gereleased wordt, wanneer het uitkomt en wanneer het voor de media beschikbaar is” (Keunen, 97; Hirsch, 640). De afhankelijkheid werkt echter duidelijk in twee richtingen, want platenmaatschappijen zijn ook afhankelijk van de publiciteit die journalisten kunnen verschaffen aan hun product. Bovendien dienen ze een gemeenschappelijk doel: het voortbestaan van het product muziek en dus hun job (Shuker, 91-92). Die onderlinge interactie impliceert dat absolute objectiviteit in feite onmogelijk wordt. Niettemin beroept de

criticus zich op de alomtegenwoordige authenticiteit, iets waar ook musici die serieus genomen willen worden aanspraak op maken. Die garandeert namelijk de integriteit en vrijheid van de journalist, maar nog belangrijker de geloofwaardigheid tegenover de lezer (Frith, 1978, 154).

*“In other words, criticism is a tiny part of the ecology of the music business, but an essential part. Without smart, independent critics who know their stuff, everything collapses into hype, public relations, and the almighty dollar”* (Gioia, 2014). Ondanks de afhankelijkheid van de markt, hebben critici wel een zekere macht. Ze zijn symbolische gidsen en gelden daarom als opinieleiders (Keunen, 251). Bovendien geldt het mechanisme heden ten dage veel minder (door de komst van het internet, waardoor ze niet meer exclusief van elkaar afhankelijk zijn) en zeker in België was het nooit zo sterk, omdat Belgische bladen nu eenmaal niet afhankelijk zijn van advertenties en de samenwerking met de Amerikaanse en Britse muziekindustrie (McLeese, 2010). Een blad als *Humo* heeft altijd een veel grotere vrijheid gehad in haar selectieproces. Toch werd het zeer sterk beïnvloed door de internationale pers, simpelweg omdat veel ‘goede muziek’ uit overzeese gebieden kwam overgewaaid. Een blad als *Humo* doet dat echter niet om zichzelf in te dekken, wel vanuit esthetische overwegingen (Keunen, 254-258; Mortier. Interview).

### **Culturele smaakmakers of financieel adviseurs?**

*“Maybe, just maybe, we should focus on their art”* – Bill Werde (Gioia, 2014).

Nadat Bill Werde zich dit liet ontvallen werd hij ontslagen als hoofdredacteur van *Billboard Magazine*, omdat het blad zich meer op de consument wenste te gaan focussen (Larkin, I, 537; Gioia, 2014). Dit doet natuurlijk de rol en vooral de geloofwaardigheid van de recensent wankelen. Ze dreigen hierdoor hun aanspraak op authenticiteit te verliezen, waarmee ze juist hun functie van zuiver medium tussen producent en consument transcenderen. Hun legitimiteit staat op het spel wanneer ze marionetten van de muziekindustrie worden. Een uitmuntend voorbeeld daarvan is pseudo-publiciteit: *“emphasizing the pictorial aspect rather than any extended critical commentary”* (Shuker, 73). Hiermee worden artikels bedoeld die meer weg hebben van persmappen vanuit de platenfirma, dan van kritische benaderingen een journalist waardig. De financiële afhankelijkheid in de VS en Groot-Brittannië bestaat niet in België, hier geldt namelijk een ander mechanisme: een systeem van geven en nemen (Keunen, 237-242). Een goede verstandhouding tussen platenmaatschappij en journalist is desgevallend essentieel. De journalist krijgt in ruil voor de vermelding van bepaalde artiesten bijvoorbeeld een exclusief interview met een internationaal gerenommeerd muzikant (Keunen, 238). Deze relatie is duidelijk ambigu en moeilijker te doorzien, maar het bestaan ervan staat buiten kijf.

Niet enkel de mening van de journalist is van belang, ook de positie van het tijdschrift waarvoor die werkt, speelt een voorname rol in het selectieproces en de beoordeling. De ideologie van een tijdschrift is in deze zin zeer belangrijk. Begeven zij zich in de alternatieve mainstream en willen zij zich profileren als muziekkenners met een zekere symbolische macht? Dit kluwen van mechanismen wordt door Keunen snedig samengevat als de samenkomst van drie verschillende logica's: de individuele, organisatorische en positionele logica (202). De individuele behelst de denkwijze en persoonlijke smaak van de criticus, de organisatorische gaat over de ideologie die het blad kenmerkt en de positionele typeert de positie die het blad en criticus innemen in het cultureel veld waarin ze zich begeven. Een dergelijke dynamiek wordt niet graag erkend door journalisten omdat het knaagt aan hun aura van authenticiteit. Doorgaans houden ze vol dat "de filter van de persoonlijke smaak" de basis voor hun selectie is, wat Keunen de individuele legitimeringslogica noemt (278).

Daarnaast vertoont deze discussie grote verwantschap met het reeds eerder aangehaalde idee dat journalisten een waakhondfunctie hebben ten opzichte van de lezer en het grote publiek (Powers, 328). Maar die functie kan cultureel of financieel opgevat worden. Cultureel gelden ze dan als betekenisgevers, smaakmakers voor melomanen. Financieel als raadgevers voor de consument van muziek in een "*consumer oriented culture*" (De Meyer, 2004, 18-19). Ook Adorno spreekt zich hierover uit en onderscheidt zelfs de potentie van een specialist, wat toch een impliciete voorwaarde is om zichzelf criticus te mogen noemen, om bepaalde mechanismen van de cultuurindustrie, die volgens hem tot een culturele uitholling leiden, te ontmaskeren (Horkheimer en Adorno, 2001). Twee vage begrippen als authenticiteit en een zekere integriteit zijn hier hoe dan ook kernwoorden om de rol van de criticus te kunnen plaatsen in de werking van de muziekindustrie en de wisselwerking tussen muzikpers en –producent. Critici zullen, bij wijze van overlevingsstrijd, steevast hun onafhankelijkheid verdedigen, hoe twijfelachtig die soms ook toeschijnt.

# Rolling Stone Magazine

---

Het Amerikaanse *Rolling Stone Magazine* verdient omwille van de finaliteit van dit onderzoek een apart hoofdstuk in dit discours. *Rolling Stone* wordt van bij de oprichting getypeerd als een buitenbeentje, wat het vooral dankt aan de woelige geschiedenis die het doorliep, maar ook aan de elitaire status die het blad snel vergaarde. Elitair klinkt in de eerste plaats bevreemdend voor een magazine dat zich vereenzelvigde met de *underground* cultuur. Daarentegen wierp het dat beeld al na een drietal jaar van zich af en werd het vanaf de jaren 1970 een dominante actor in de *mainstream* (Reynolds, 2015). Bondig gesteld maakte het dezelfde transformatie door als het genre waar het zich in de eerste plaats op richtte. *Rolling Stone* maakte dus op gelijke tred met rock een opwaartse beweging op de culturele ladder in de zin dat het al snel een groter publiek wist te vergaren.

## *De Beatles als Rolling Stone's cheerleaders*

---

Frappant is dat het magazine volgens haar originele ideologie een spreekbuis van de *counter culture* wou zijn en dat het daarvoor, op aansturen van oprichter Jann Wenner, de Beatles naar voren schoof als vertegenwoordiger van die populaire cultuur. “*For Wenner, the Beatles were, in essence, the fount from which the counterculture flowed*” (Frontani, 40). Hij schreef ze zelfs de verantwoordelijkheid toe voor een heel aantal veranderingen die de jongerencultuur doorging in de vijf jaar voorafgaand aan de oprichting van het magazine. Ook Ralph Gleason, medeoprichter van het magazine, ging mee in deze implementatie van de Beatles als aanstichters van de Amerikaanse *counter culture*. Dankzij het commerciële succes van het magazine won dat verhaal ook aan belang en aanhangers onder lezers, behorende tot de *counter culture* of niet. De band uit Liverpool kwam maar liefst 173 keer terug in een artikel, ofwel gewijd aan de groep als geheel, ofwel aan een van de vier leden, in de ontstaansperiode (1967-1970) van het blad waarin het nog als een *underground* publicatie gold (Frontani, 41-42). Hoezeer Wenner de Beatles ook begeesterde als afgezanten van de tegencultuur en die gedachte volop wou laten doordringen in de inkt van het magazine en de geesten van haar lezers, tegen die assumptie valt heel wat tegen in te brengen. Vooreerst schort er chronologisch wat aan zijn manier van denken, want de Beatles bestonden al voor dat er daadwerkelijk de idee van een tegencultuur rees. En hoewel ze hun muziek zelf maakten, ze waren toch ook initieel het bewerkte geesteskind van ontdekker en manager Brian Epstein (1934-1967; Larkin, III, 1770-1771). Zeker in de beginperiode van de groep, stonden ze gelijk aan het product van een zakenman. Als bijkomend element waren de Beatles, afgezien van de rechtstreekse invloed die ze hadden op experimentele rock en bepaalde ideeën van de Amerikaanse *counterculture*, afwezig op de twee belangrijkste

evenementen die het blad *Rolling Stone* vorm hebben gegeven: de samenkomst die de annalen inging als de *Human Be-In* in San Francisco en het legendarische festival *Woodstock* in New York (Draper, 53-54 en 103-106).

### *Transformatie naar een general interest magazine*

Toen *Rolling Stone* voor het eerst in de dagbladhandel verscheen, omschreef Jann Wenner zijn papieren bedenkstel als volgt: “*just a little rock & roll newspaper from San Francisco*” (Draper, 223). Eind jaren 1960 lag de nadruk expliciet op muziek én jongeren. Met de decenniumwisseling verschoof de aandacht naar zwaardere materie met meer ernst en een grotere gevoeligheid voor maatschappelijke thema's. *Rolling Stone* werd, ondanks het succes toch nooit vanzelfsprekend, zich zelfbewust van haar eigen sterkte en kwam daar ook openlijk voor uit tegen 1973: “*Rolling Stone is a biweekly general interest magazine covering contemporary American culture, politics and arts, with a special interest in music*” (Draper, 223).

Die evolutie dankte het magazine aan enkele politieke artikels, staaltjes van durf waarin controversie niet geschuwd werd, die hen nationale *prime time* zouden opleveren. In de 21<sup>ste</sup> uitgave publiceerde het blad haar eerste maatschappij gerelateerd artikel, over druggebruik onder Amerikaanse soldaten in Vietnam (*RS* 21; Flippo, I, 165). Eén editie later, een jaar na de eerste publicatie, waren John Lennon en Yoko Ono in evakostuum te bewonderen op de omslag; de geruchtmakende cover bevestigde de tot dan toe verworven status van het blad (*RS* 22). Die editie was de eerste die ook in Londen verscheen en daarmee werd de internationale faam natuurlijk opgeschroefd. *Rolling Stone* zocht niet per se de controversie, die diende zich bij wijze van spreken gewoon aan: het waren woelige tijden in de Verenigde Staten, met veel protestvertoningen, straatopkomsten en een revolutionaire gloed. Het blad ontwikkelde een overtuigende retoriek (“*American Revolution.*” *RS* 30). In 1969 vonden twee bepalende evenementen plaats voor de toekomst van het tijdschrift: het festival in Woodstock en het Altamont Free Concert. Het Woodstock festival (15-18 augustus 1969) belichaamde de *flower power* generatie en was het summum van een tijdsgeslacht waar *Rolling Stone* uitvoerig over rapporteerde (Jan Hodenfield. “Woodstock: “It was like balling for the first time.”” *RS* 42). Het optreden van de Rolling Stones op het Altamont festival (6 december 1969) werd dan weer een onverwachts dieptepunt door het overlijden van enkele concertgangers (John Burks en John Morthland red. “The Rolling Stones disaster at Altamont: Let it bleed.” *RS* 50; Larkin, VI, 4627-4632). Als 1969 een zomer van liefde had, had het ook een winter des doods. Het blad onderscheidde zich echter door kritisch verslag uit te brengen over het evenement en haar ongezouten mening te geven over de treurige mistoestanden. Met deze mijlpalen achter de rug werd 1970 ingezet,

het jaar waarin de overgang naar een uitstekende politieke en sociale gewaarwording onmiskenbaar werd.

*On America 1970: A Pitiful Helpless Giant* klonk de titel van een speciale editie rond de Amerikaanse wantoestanden ten gevolge van studentenopkomsten en tegenbewegingen (RS 60). Het meest beruchte nummer verscheen twee weken later. Charles Manson (1934), die een levenslange gevangenisstraf uitzit wegens moord, prijkte op de cover van *Rolling Stone*. De omslag met de gemediatiseerde crimineel ontlokte heel wat reacties en leverde het tijdschrift geen windeieren op. Dankzij het Altamont- en Manson-artikel verdiende RS de *Columbia Graduate School of Journalism National Magazine Award* in 1971, omwille van de frisse presentatie en het efficiënte journalistiek samenwerken ondanks de uitdagende onderwerpsstof (Flippo, I, 180). Paradoxaal genoeg was de redactie een rasechte duiventil: een komen en gaan van journalisten onder leiding van een flamboyante hoofdredacteur. Zo behield de redactie slechts drie vaste medewerkers tegen haar derde verjaardag op het einde van 1970, met Ben Fong-Torres (°1945), John Perry en John Lombardi en daarbovenop kampte Wenner met financiële problemen (Flippo, I, 182). Toch boekte het blad vanaf haar vierde publicatiejaar heel wat vooruitgang, dankzij stijgende advertentieprijsen en een ongeziene circulatie (Flippo, II, 258-259). Die circulatie dankte het ongetwijfeld aan de interviews met ex-Beatle John Lennon (1940-1980) in het begin van 1971 (Jann Wenner. "John Lennon: The Rolling Stone Interview." RS 74 en 75). Het interview zou ook nog in boekvorm verschijnen en er werd zelfs over bericht in *Humo* ("Het sensationele John Lennon-interview." *Humo* 1585-1587).

### En de evolutie naar mainstream

---

De hoofdredacteur was door de afvloeiing van enkele werkkrachten verplicht met veel freelancers te werken, waaronder Hunter S. Thompson. Die nood werd een zege want Thompson zou met zijn gewaagde stijl een bijdrage leveren aan de uitstraling van het tijdschrift én heel wat nieuwe lezers over de streep trekken (Draper, 164-166). Thompson, aanvankelijk vervloekt door collega's en bejubeld door lezers, leverde enkele artikels voor RS waarin hij over politieke evenementen berichtte zonder zijn mening erover te weerhouden. *Fear and Loathing in Las Vegas: A Savage Journey to the Heart of the American Dream* is nog altijd Thompson's bekendste werk, waarschijnlijk omdat het als boek en later ook als film verscheen, maar evenzeer omdat het voor RS de aanvang van een glorieus nieuw tijdperk met positieve vooruitzichten betekende (RS 95 en 96). Ook de tekenaar Ralph Steadman (°1936) droeg bij aan de luister van het artikel (Flippo, II, 272). Nog belangrijker in de vorming van het blad was ongetwijfeld Thompson's kijk op het Watergate-schandaal en de reeks rond de verkiezingen van 1972 (RS 110, 115 en 116).

Thompson introduceerde de *gonzo*-stijl, Joe Eszterhas (1944) en Tom Wolfe kwamen met *New Journalism* op de proppen. Eszterhas vervoegde de redactie in 1972 en groeide in mum van tijd uit tot de beste onderzoeksjournalist van het blad. Als voorbeeld daarvan kan zijn schokkende artikel over een moordschandaal door een drugsagent gelden ("Nark, a tale of terror." *RS* 102). Tom Wolfe, die als vader van de nieuwe journalistieke stroming gezien wordt, leverde vanaf 1973 dan weer bijdragen, maar die lijken van minder belang geweest te zijn voor *RS* zelf ("The Astronauts: Post-orbital Remorse II." *RS* 126).

In de periode waarin politiek prioritair werd, veranderde ook het lezerspubliek. *RS* was niet langer een blad enkel en alleen voor jongeren, maar ook voor dertigers en bij uitbreiding Amerikaanse burgers met interesse in nationale politiek. Die evolutie gebeurde volgens Wenner op een natuurlijke, ongeforceerde wijze en werkte omdat het blad in zijn ogen nooit zijn geloofwaardigheid verloor (Flippo, III, 293-4). Ondanks het sensationele nieuws dat gebracht werd, konden de schrijvers altijd bogen op hun eigenzinnige en ongedwongen blik (Flippo, II, 279). De wortels van het magazine lagen dan in de *counter culture* van San Francisco, de verhuis naar New York is het voorbeeld bij uitstek dat het blad die wortels ontgroeid was (Draper, 244-245). Die verhuis staat namelijk symbool voor de volwassenwording van *RS* en in het algemeen een trend naar algehele aanvaarding, waardoor het magazine zich niet langer uitdrukkelijk moest bewijzen. De zucht naar rebellie verwaterde en het lijfblad van de haast uitgestorven *counter culture* verloor enigszins haar scherp kantje. Niettemin vergat het blad zeker haar ontstaansreden niet, getuige daarvan uitgave waarin het tienjarig bestaan van de *psychedelic era* werd gevierd ("What a long strange trip it's been." *RS* 207; Larkin, VI, 4353-4355). De verhuis naar New York in 1976 stond symbool voor de verandering in toon, stijl en ambitie: "*the Wall Street Journal of rock & roll*" (Draper, 15). De evolutie naar een *general interest magazine* kon evenwel niet verhelen dat het blad muzikaal verankerd bleef in de traditie van psychedelische, progressieve en folk rock. Dat is vooral merkbaar aan de canonisering van artiesten uit de jaren 1970, zoals Bob Dylan (°1941), Bruce Springsteen (°1949), de Beatles en de Rolling Stones (Larkin, III, 1671-1678 en VII, 5092-5093).<sup>7</sup> De symbolische macht van *RS* zou evenwel enorm blijven, maar het werd nadrukkelijker een integrale schakel in de hele muziek business.

---

<sup>7</sup> In de album top 50 van 2014 kwamen bijvoorbeeld Bruce Springsteen, U2, maar ook de protestzanger Jackson Browne, een cultheld uit de seventies, terug ("50 Best Albums of 2014." 2015).

Op de redactie heerste, zeker toen het kantoor nog in San Francisco gevestigd was, een vreemde spanning. Hoofdredacteur Jann Wenner zorgde er op zijn eentje voor dat de redactie een zootje ongeregeld was, deadlines werden in het eerste publicatiejaar soms niet gehaald en later was het vaak erg op het nippertje. De rock & roll waarover geschreven werd, leek ook te leven onder het personeel, wat dan weer gecompenseerd werd door noeste werkkraft met de deadline in zicht en natuurlijk een onvoorwaardelijk geloof in muziek (Draper, 8-9). Wenner, wiens daden de typering van zijn persoonlijkheid lijken tegen te spreken, verenigde flamboyant gedrag met een hunker naar politieke rechtvaardigheid. *Mojo Navigator*, een gelijkaardig blad uit San Francisco, bewees dat er een markt was voor liefhebbers van het genre, aanhangers van de tegenbeweging. Toch hield het blad heel snel op met bestaan en als reden daarvoor wordt het gebrek aan de uitstraling van een ambitieuze hoofdredacteur gegeven (Flippo, I, 160). “*He was the unique fulcrum, the pivot point that made the magazine possible,*” klinkt het geromantiseerd (Draper, 11). Ondanks Wenner’s rol als katalysator, botste hij ook met menig journalist. Hij wordt heel vaak als een moeilijk karakter beschreven, wat volgens anderen dan weer op zijn onverdroten ambitie wijst (Draper, 75).

Een eigenaardig voorval bewijst de wispelturigheid en het gebrek aan vertrouwen van Wenner tegenover zijn personeel, maar heeft ook rechtstreeks betrekking op de drie logica’s van Keunen en de rol van recensenten in de muziekindustrie (cf. supra). Het betreft het ontslag van gevierd recensent Greil Marcus (°1945) in 1970 nadat die een negatieve bespreking over Bob Dylan’s nieuwste album neerschreef. Wenner was, deels uit persoonlijke overwegingen, deels ten gevolge van afspraken met platenfirma’s, volstrekt ontevreden met Marcus’ recensie waarop zijn ontslag volgde (Draper, 170-72; Lindberg et al., 136).

Een ander voorbeeld van Wenner’s excentrieke stijl was de publiciteitsstunt die hij uit zijn mouw schudde in de vijfde editie van *RS*, waarin hij een *roach clip* beloofde bij de aankoop van de volgende uitgave (“This handy little device can be yours free!” *RS* 5). De *roach clip* is een gebruiksvoorwerp dat eigenlijk als houder dient om een joint vast te houden, erg populair in het hippietijdperk (Draper, 72). Wenner won hier ongetwijfeld heel wat jeugdige harten mee, maar sommige adverteerders stuitte het natuurlijk tegen de borst.<sup>8</sup> De promotiestunt zette echter duidelijk de toon wat betreft het imago van het blad, zo straalde het een zekere tegendraadsheid en *je-m’en-foutisme* uit.

---

<sup>8</sup> Zie bijlage 3.

Ondanks de fratsen van Wenner wist hij steevast talentrijke schrijvers aan zich te binden. Die droegen bij aan het literair niveau van de recensies, de verademende manier van investigeren en de gewaagde stijl van interviewen. Vooral met de interviews oogstte *Rolling Stone* in het begin enorme lof en die zouden ook Guy Mortier niet ontgaan (Mortier. Interview). Wenner schakelde onder meer Tom Wolfe en Hunter S. Thompson als vertegenwoordigers van *New* en *Gonzo Journalism* in, en kon rekenen op recensies van de gouden pennen van Dave Marsh, John Landau (°1947), Robert Christgau, Jim DeRogatis (°1962), Greil Marcus en Lester Bangs, die allemaal een prominente rol speelden in de emancipatie van moderne muziekkritiek.<sup>9</sup>

### “Cover of the Rolling Stone” – Dr. Hook & The Medicine Show<sup>10</sup>

“*Within this business, all anybody cares about is an article in the Stone*” – Howard Bloom (°1943) (Flippo, II, 278).

*Rolling Stone* groeide in een mum van tijd uit tot de autoriteit op het vlak van muziek. Zowel nationaal als internationaal gold de mening en werkwijze van het magazine als leidraad voor andere redacties. Ook *Humo* erkende die genialiteit, impliciet door er heel wat van over te nemen en zelfs expliciet door het “het beste wat wij ooit lazen” te noemen (*Humo* 1585, 172). De symbolische macht is dan ook, in tegenstelling tot wat Gust De Meyer beweert over de mythe van het Amerikaans rockimperialisme, zeer reëel en voelbaar (Keunen, 263; De Meyer, 2010, 61-67). Sinds de jaren 1970 is het een blijvend opinieleider, maar bleef het wel deels hangen in de muziek van het tijdperk waarin het ontstond. Dat uit zich in de canoniseringsdrang van artiesten uit het ontstaanstijdperk als de Beatles, Rolling Stones en Bob Dylan (Lindberg et al., 137). Ook in haar jaaroverzichten behoudt het blad een enorm respect voor oudere artiesten, zoals protestzanger Jackson Browne, maar ook Prince, Bruce Springsteen en U2 (“50 Best Albums of 2014.” 2015). Elke groep, of het nu met laaiend enthousiaste commentaren is of met schokkend slechte, wil in *Rolling Stone* verschijnen, simpelweg omwille van de impact die dergelijke promotie teweeg brengt (Frith, 1978, 146).

---

<sup>9</sup> Jon Landau zou, na lovende kritieken geschreven te hebben over en zijn bewondering voor Bruce Springsteen meermaals geuit te hebben, diens manager worden. Dit duidt nogmaals op de dubbelzinnige, gevaarlijke positie die rockcritici innemen in de muziekindustrie (Lindberg et al., 141-151).

<sup>10</sup> *The Cover of “Rolling Stone”*. Dr. Hook & The Medicine Show. Columbia Records, 1972. Lied. Zie bijlage 4 met tekst van dit lied waarin de symbolische kracht van *Rolling Stone* mooi bezongen wordt.

# Humo

---

*Humo* wordt in België beschouwd als een van de sturende krachten op het vlak van muziek en in het bijzonder wat alternatieve mainstream betreft. Met onder andere de organisatie van de Rock Rally en de quasi onvoorwaardelijke steun aan het grootste Belgische muzikfestival Rock Werchter vervult het de rol van bepalende factor, scherprechter en smaakmaker op het vlak van muziek in Vlaanderen. Het was in de jaren 1960 dat het weekblad haar opmars als absolute autoriteit op vlak van media inzette. De periode die hier het uitvoerigste besproken zal worden is die van de eerste vijftien jaar die Guy Mortier, voormalig en tot nu toe langst agerend hoofdredacteur van *Humo*, bij het blad spendeerde. Het bestaat echter al langer dan 75 jaar, dus ook de periode ervoor en erna wordt kort aangehaald. Er volgt eerst een historische benadering, daarna worden de meest markante vaststellingen nog eens naast elkaar gezet.

## *Humo's prehistorie: Humoradio (1936-1958)*

---

*Humoradio*, een samentrekking van 'humor' en uiteraard 'radio', verscheen voor het eerst op 23 februari 1936. Het tijdschrift was het geesteskind van René Matthews, schoonzoon van de Waalse uitgever Jean Dupuis. De bijzonder conservatieve familie Dupuis controleerde het blad aanvankelijk heel nadrukkelijk en censureerde zelfs regelmatig, wat het niet altijd makkelijk maakte voor de redacteurs om hun werk naar behoren te volbrengen. Oorspronkelijk was *Humoradio* de Nederlandstalige tegenhanger van het Waalse blad *Moustique*. De eerste *full time*-redacteur was Willy Courteaux (°1924), die onder het pseudoniem Max Helder schreef. Aan het roer, wat dat ook mogen betekenen in die periode, stond Jan Kuypers als hoofdredacteur vanaf 1936 tot 1958. De voornaamste opdracht als hoofdredacteur destijds was de schrijfsels controleren op een correct Nederlands (Schaevers, I, 40-42).

## *De basis*

Naast een puik taalgevoel verwerf *Humoradio* ook veel faam omwille van de "aparte, stoute toon" (Schaevers, I, 42). Over de eerste 20 jaar van het magazine is overigens weinig geweten: de archiefmappen waren pover gestoffeerd en ook over de schrijvers die het blad leven inbliezen is weinig geweten. Toen al werkten de *Humo*-redacteurs onder pseudoniemen, zoals Peter Polder (Georges van den Bossche), Bert Brem (Jef Anthierens) en Max Helder (Willy Courteaux). "... onder eigen naam publiceren vond men pretentius," liet Karel Anthierens zich ontvallen en die denkwijze zou zich later, zij het niet consistent, doorzetten (Mortier. Interview).

In de jaren 1950 ontstonden twee belangrijke rubrieken: 'Open Venster' en 'Moderne muziek voor moderne mensen', daarnaast was het blad toen al bekend om haar interviews met bekende artiesten zoals La Esterella (1919-2011), Will Ferdy (°1927) en Bob Benny (1926-2011) (Schaevers, I, 43). 'Open Venster' is een forum voor lezersreacties, die in den beginne heel braaf en quasi kritiekloos waren, en bestaat vandaag nog steeds. De eerste 'vensterman', zoals de man die reageert op lezersbrieven door het leven gaat, was ene Karel Cavens. 'Moderne muziek voor moderne mensen', opgericht in 1954, werd in het leven geroepen door deeltijds muziekmedewerker Jan Torfs. De besprekingen waren divers, gaande van jazz (zoals Gerry Mulligan) tot vroege pop (bijvoorbeeld Johnnie Ray), maar de meningen over het destijds opkomende rock & roll waren aanvankelijk zeer verdeeld, van "verachtelijk" (dixit Jef Anthierens) tot "obsederend" en "fascinerend" (dixit Jan Torfs) (Schaevers, I, 43). Opvallend is alleszins dat er geen enkel muziekgenre geweerd werd, in tegenstelling tot de hedendaagse publicaties, waarin Vlaamse populaire muziek ontegensprekelijk geschuwd wordt (De Meyer, 2010, 94).

### ***"Video killed the radio star" – The Buggles<sup>11</sup> (1958-1963)***

---

1958, 22 jaar na stichting, was een cruciaal jaar voor het blad. Jef Anthierens werd hoofdredacteur en zou uiteindelijk het pad effenen voor Guy Mortier. In 1958 verkortte de titel tot gewoon *Humo*, als blijk van de thematische transformatie naar televisie, én werd het een onafhankelijk weekblad in het sterk verzuilde Vlaanderen, waarmee de 'Humoïsten' toch een helder statement maakten. Ook niet onbelangrijk was de verhuis van de redactie naar Brussel, een indicatie voor de almaar moeizamere samenwerking tussen conservatieve uitgever en progressieve redactie (Schaevers, I, 43).

### ***Rebels en democratisch***

Een opvallend kenmerk van *Humo* was de lezersgerichtheid en het democratisch gehalte van haar uitgaves. De redactieleden presenteerden zichzelf als "een hechte tienling ten dienste van de lezer" (Schaevers, I, 44). De jovialiteit naar de lezers was groot, getuige daarvan een rubriek als 'Open Venster', maar later ook 'Uitlaat', en de rebellie tegen het establishment, zowel tegen de eigen bazen als tegen bepaalde conventies, nog groter, hoewel die pas haar hoogste vlucht zou kennen een decennium later. Om het met de woorden van Karel Anthierens te zeggen: "*Humo* werd een rebels blad" (Schaevers, I, 44).

### ***Televisie als kwintessens***

*Humo* zag al snel het belang in van televisie, het nieuwe, fascinerende medium zou vanaf 1958 tot nu de ruggengraat van het magazine worden (Mortier. Interview). Naast de televisiegids in het midden van het blad, is de rubriek 'Dwarskijker', opgericht in 1960, enorm

---

<sup>11</sup> *Video killed the radio star*. The Buggles. Island: 1979.

belangrijk geweest om die ambities kracht bij te zetten. De rubriek besprak wekelijks nieuwe televisieprogramma's: de kritieken waren streng, zelfs voor de nationale omroep, maar die onbevangenheid was juist wat *Humo* zo bijzonder maakte (Hanot, 2010). Als eerste 'dwarskijkers' worden onder meer Willy Courteaux, Paul Snoek (1933-1981) en zelfs Jeroen Brouwers (°1940), nu gelauwerd romanschrijver, genoemd (Schaevers, I, 45).

### *TTTijd voor de jeugd*

Vanaf 1961 richtte *Humo* zich explicieter tot de jeugd met de rubriek 'Tieners Toppers Treffers' ('TTT'), wat alludeert op de *teeny boppers* (Frith, 1978, 150). Hiermee werd de keuze voor populaire cultuur, na eerst radio, dan televisie en nu muziek voor tieners, vervolledigd. In eerste instantie was deze rubriek niet veel meer dan een zoethoudertje voor een jong publiek en dus eerder een strategische zet in de strijd om een groter lezerspubliek dan een ideologische keuze om meer en gedegen muziekjournalistiek te bedrijven. De rubriek begon als een soort roddelkwartier over de internationale muziekwereld waarin *Humo* weinig selectie maakte: er werd verhaald over alle populaire sterren, uit eender welk land of genre, van die tijd. De hitlijst, die ook ervoor al in het blad stond, werd een ander onderdeel van de pasgeboren rubriek, die slechts twee tot vier bladzijden inpalmde.

### *Interviewpionier*

In 1962 zag de rubriek '*Humo sprak met*' het levenslicht. Het zou een van de langstlopende en meest succesvolle rubrieken worden die het blad een uitstekende reputatie bezorgden. In '*Humo sprak met*' interviewde, in den beginne veelal de hoofdredacteur een aanzienlijk, actueel figuur, zoals politici, sporters, mediafiguren, schrijvers, enzovoort. In de jaren 1970 zou het duo Herman De Coninck (1944-1997) en Piet Piryns (°1948) de interviewrubriek tot een ongezien hoog niveau tillen. Het interview was destijds een journalistiek genre dat nog vrij nieuw was, bovendien deinsden de interviewers er niet voor terug om lastige, soms confronterende vragen te stellen aan eender wie, wat natuurlijk enkel maar bijdroeg aan *Humo*'s rock & roll-status. Een belangrijke gebeurtenis in datzelfde jaar was de acquisitie van Guy Mortier, die aanvankelijk alleen maar *freelance* werk leverde in de zomermaanden. Wanneer Mortier gevraagd wordt naar de definitie van een 'Humodier', antwoordt hij als volgt: "Fascinatie voor taal, muziek en humor", wat zeker terugkwam in zijn schrijven en later de weg die *Humo* als weekblad zou inslaan, want: "Swingend Nederlands, rock-'n'-roll en humor: met die combinatie, dacht ik, zou *Humo* onverslaanbaar zijn" (Schaevers, I, 46).

### *Toodeloo aan het verleden (1963-1967)*

---

In 1963 kreeg de pas afgestudeerde Guy Mortier zijn eigen rubriek, 'Toodeloo', waarin hij zijn gang mocht gaan met platenbesprekingen. Natuurlijk vormden die een

integraal onderdeel van 'TTT' en vijzelden ze het niveau van de rubriek merkbaar op. Een jaar later mocht hij voor zijn verfijnde werk al een journalistieke prijs in ontvangst nemen: de Anthierensen begrepen dat ze een goudklompje in handen hadden met de vernuftige journalist (*Humo* 1230, 79). In 1964 schakelde 'TTT' een versnelling hoger: de rubriek won aan belang voor het blad, wat zich liet weerspiegelen in het aantal keer dat een 'TTT'-onderwerp terug kwam op de voorpagina.<sup>12</sup> Het belang van de rubriek groeide dankzij de populariteit van de Beatles, waarover *Humo* zich vanaf dat jaar verplicht zag te rapporteren. Mortier beschreef dit als een logische keuze omdat de Beatles simpelweg zo goed en vernieuwend waren, maar op de redactie en vooral onder het lezerspubliek kon dat indertijd niet op unanieme goedkeuring rekenen (Mortier. Interview).

*“It was the year of the Beatles, it was the year of the Stones” (Schaevers, I, 45).*

Vanaf 1964 won muziek met rasse schreden aan belang voor *Humo*, met als exponent de berichtgeving rond de Beatles. Marc Didden, later muziekverslaggever bij het blad, kocht in datzelfde jaar als jonge knaap zijn eerste exemplaar, omwille van de Beatles-cover: “Je kan je niet meer voorstellen hoe marginaal dat was, de Beatles op de cover zetten. [...] In de kranten stond geen woord over rockmuziek” (Schaevers, I, 46). Met dit citaat wordt toch gewezen op het vooruitstrevend denken dat *Humo* als magazine en nieuwsmedium destijds kenmerkte. Naast innovatie als motivatie mag hier ook het strategisch belang van een voorpagina met de Beatles niet uit het oog worden verloren, want ondanks veel protest dat geuit werd in lezersbrieven, bleven de oplages stijgen per editie (Schaevers, I, 46). En zo de oplages stegen, bereikte ook de Beatles-populariteit ongeziene hoogtes: quasi wekelijks kwamen ze terug in *Humo*. Soms was het enkel een songtekst die gepubliceerd werd, vaker waren het voor de muziekgeschiedenis totaal irrelevante roddels die onder 'Views and News' werden meegegeven en regelmatig werd er ook eens een groep vergeleken met de *Fab Four* (“I want to hold your hand.” *Humo* 1218, 78; “Sterker dan de Beatles: The Dave Clark Five.” *Humo* 1220, 82; “Ook België doet mee aan de Beatle-rage: The Ghosts spelen Merseybeat.” *Humo* 1223, 79).

Het eerste nummer van 1964 slaat de nagel op de kop met de Beatles pronkend op de voorpagina. Ze komen regelmatig terug in behoorlijk betuttelende artikels in 'TTT' met vooral veel foto's en weinig diepgang over hun muzikale prestaties. Wel wordt er over het imago van de groep verteld, bijvoorbeeld wat het inhoudt om een zogeheten *Mod* te zijn en de term *Mersey Sound*, “zo genoemd naar de stroom die Liverpool voorbij vloeit”, wordt uit de doeken gedaan (*Humo* 1217, 80). Over het algemeen doet het artikel nogal kinds aan: de

---

<sup>12</sup> Uit eigen onderzoek blijkt dat een 'TTT'-onderwerp in 1964 15 keer op de cover prijkte. Dat is een aantal dat in latere jaargangen (wat betreft de afbakening van mijn onderzoek) nooit meer zo hoog zou zijn.

beschrijvingen zijn vloeiend geschreven, maar oppervlakkig van toonaard. Muzikaal wordt er amper uitgeweid over wat de groep al betekend heeft, alleen de ontstaansgeschiedenis van de groep vertoont een zweem van degelijke onderzoeksjournalistiek (*Humo* 1217, 80-82). De advertentie voor een *Mod*-pruik die bij het artikel is gevoegd als voorbeeld voor wat het is om een *Mod* te zijn geldt als een uitmuntend voorbeeld dat deze rubriek, anno 1964, hoofdzakelijk voor tieners bedoeld was (*Humo* 1217, 82).

In 'TTT' kan enkel de rubriek van Guy Mortier die oppervlakkige toonaard overstijgen. In zijn platenbesprekingen, waarin hij zich richt op singles in plaats van albums, etaleert hij een fijnzinnige humor en gaat hij uitvoerig in op de melodie van het lied en de zangkwaliteiten van de artiest (*Humo* 1217, 77). Het valt op dat hij zich focust op de technische kwaliteiten van het lied, zo ook op de opnamekwaliteit, maar dat hij het ook over de emoties heeft die het lied teweeg brengen. Bovendien geeft hij blijk van een uitgebreide muzikale kennis door te verwijzen naar eerdere prestaties van de muzikant. In feite druisen zijn singlebesprekingen in tegen de gangbare opvatting dat met de komst van rockmuziek er een nieuw soort criticus nodig was: een recensent die het gevoel dat muziek genereert beter kon vatten dan de muzieknoten en het ritme die de harmonie hebben gecreëerd. Mortier combineerde een autoritaire en impressieve interpretatie, weliswaar altijd in beknopte vorm, op een of een halve bladzijde (Vanden Bempt, 49-50).

Hoewel 1964 ook het jaar van de Rolling Stones wordt genoemd, schijnt dat niet door op de pagina's van *Humo*. Ze krijgen wat aandacht als een van de concurrenten van de Beatles, maar dat artikel legt meer de nadruk op de muzikale hegemonie van het viertal uit Liverpool dan op de kwaliteiten van Mick Jagger (°1943), Keith Richards (°1943) en co ("Britse pop-scène: Beat-achtervolgers." *Humo* 1223, 77). Bovendien is het wachten tot het einde van dat jaar vooraleer de groep op de cover prijkt, maar ze komen dan wel terug onder de rubriek '*Humo* sprak met', om onduidelijke redenen want normaal verschijnen groepen van dat soort altijd in 'TTT'. De Britse groep krijgt wel meer aandacht dan gewoonlijk, in de vorm van drie volledige bladzijden, weliswaar met heel grote foto's. Het interview zelf schetst perfect het imago dat de groep toen had: ze komen over als arrogante, stompzinnige jongemannen. Jammer genoeg is het onduidelijk of het een importartikel betreft of daadwerkelijk werd afgenomen door een van *Humo*'s medewerkers.

### *De mythe ontkracht*<sup>13</sup>

Overigens valt het op dat *Humo* anno 1964 een heel divers muzikaal spectrum hanteerde. Zoals de Beatles en in mindere mate Rolling Stones er waren om tieners te plezieren, zo ontbrak het ook niet aan diepgaandere en zelfs intieme interviews met Vlaamse artiesten. Will Tura (1940) en Bobbejaan Schoepen (1925-2010) zijn twee artiesten die meer dan één cover vulden en verschillende keren een uitgebreid gesprek aangingen met de *Humo*-journalisten.

Will Tura ging met Karel Anthierens in gesprek en leende ook zijn gezicht om op de omslag te staan. Dat was volgens de interviewer al de vijfde keer in zeven jaar. Het interview gaat over Will Tura's meest recente muzikale successen, maar ook zijn persoonlijk leven komt aan bod. Karel Anthierens behoudt evenwel een groot respect en een zekere afstand, waardoor de lezer zich als een derde persoon in de kamer voelt, een toeschouwer (Karel Anthierens. "*Humo* sprak met Will Tura." *Humo* 1223, 20-21 en 82). Op het einde van 1964 pakt *Humo* uit met een reeks, gespreid over vijf edities, over de Vlaamse countryzanger Bobbejaan Schoepen. De artikels zijn deels portret, deels interview. De artiest wordt vanuit verschillende hoeken benaderd en de serie is voorzien van heel wat foto's, onder meer van zijn kinderen, ongetwijfeld om een band te scheppen met de lezers. Jammer genoeg heeft de reeks artikels veel weg van een publiciteitsstunt, op aansturen van Schoepen's platenfirma of hemzelf. De rechten op de artikels worden alleszins gedeeld door uitgeverij Dupuis en Bobbejaan Schoepen zelf, wat toch verdacht lijkt ("De Bobbejaan-story." *Humo* 1261-1265). De biografische schets is eensluidend positief en haast kritiekloos, maar de lof komt niet vanuit het niets want doorheen het jaar werden zijn songteksten enkele keren gepubliceerd in 'TTT'. Hoe dan ook maakt het terugkeren van deze twee artiesten alleen al komaf met de idee dat *Humo* een blad was dat zich distantieerde van populaire liedjeszangers (De Meyer, 2010, 94). Het sloeg hier zelfs een brug tussen hoge en lage cultuur, binnen de muziekgeschiedenis dan wel te verstaan.

### *Over de "merkwaardigste ongewilde parodie op wat muziek is" (Bouman, 192).*

Het Eurovisiesongfestival vormt een andere belangrijk, weerkerend muzikaal thema op de bladzijden van *Humo*. Het is in feite een interdisciplinair onderwerp, want het is even veel, en misschien wel meer, televisie dan muziek (Bouman, 192-193). Allicht is dat ook een van de hoofdredenen waarom het, zeker in de eerste helft van de jaren 1960 nog zo frequent besproken wordt (Anton van Casteren. "Tien jaar Eurovisie." *Humo* 1238, 60-61). Ook

---

<sup>13</sup> Hiermee wordt bedoeld op de stelling die Gust De Meyer formuleert omtrent populaire Belgische liedjeszangers, zoals Will Tura, dat zij geen of enkel negatieve aandacht krijgen in een nogal honend beschreven "prachtblad" als *Humo* (2010, 93). De Meyer haalt heel wat mythes, zoals die van de rockdominantie en het Amerikaans cultuurimperialisme, onderuit, maar bezondigt zich hier aan een iets te kortzichtige analyse.

andere muziekgenres, jazz zelfs wekelijks, duiken regelmatig op, zoals het Franse chanson. 'Jazz in de ether' is een wekelijkse rubriek waarin jazzprogramma's en –artiesten besproken worden (Jazzthone. "Jazz in de ether." *Humo* 1249, 53). De rubriek valt onder het tv-katern en is wellicht enkel daarom nog onderdeel van *Humo*. Aan het Franse chanson wordt zelfs een gewichtig opiniestuk gewijd door Johan Anthierens (1937-2000), broer van. Hij bespreekt uitvoerig de belangrijkste chansonniers van dat moment, zoals Serge Gainsbourg (1928-1991) en Charles Aznavour (°1924), en werpt een meer algemene blik op het ontstaan en de muzikale aspecten van het genre (Johan Anthierens. "De charme van het chanson." *Humo* 1238, 66-67). Het artikel valt buiten de bladzijden van 'TTT', wat er weer op wijst dat dit door de *Humo*-redactie werd aangevoeld als een genre dat niet per se voor de jeugd bestemd was. Eveneens bewijst het dat *Humo* voor zichzelf een soort culturele opdeling maakt.

### **Groeipijnen van Tieners (en Toppers en Treffers)**

De rubriek 'TTT' nam wekelijks een zevental bladzijden in op het einde van iedere *Humo*, die in 1964 nog geen honderd bladzijden dik was, maar vanaf dat jaar tot het einde van het decennium jaarlijks in aantal pagina's zou stijgen. De tienerrubriek bezat alle klassieke onderdelen van een muziekmagazine: een nieuwssectie, 'Views and News', met concertdata, albumreleases en allerlei sappigs uit de muziekwereld als opener, gevolgd door een interview met of beschouwend artikel over een artiest, dan een rist platenbesprekingen onder 'Toodeloo', en tot slot een opsomming van de hitparades uit binnen- en buitenland (Sheperd, 39). Geleidelijk aan zouden er dat jaar ook songteksten van 'Top-Hits' (later zou dat 'De hitlijster' worden) verschijnen en vanaf 1965 konden lezers een lidkaart kopen om kortingen voor concerttickets te krijgen. De redactie van 'TTT' bestond in 1966 al uit een heus team van vooral freelancers. Eindverantwoordelijke voor de redactie was natuurlijk hoofdredacteur Karel Anthierens, 'TTT'-redacteurs waren Jan Guus Waldorp en Fons de Haas. Etienne Smet, Jan Theys (niet te verwarren met de televisiepresentator), Jan van Rompaey (°1940), Guy Mortier en Erik Borrey worden als medewerkers genoemd. Hun bijdragen waren echter geenszins consistent (Mortier. Interview).

Opvallend is dat Mortier's rubriek 'Toodeloo' eind 1965 ophoudt met bestaan en er geen onmiddellijke vervanging kwam. Mortier werd dat jaar namelijk gevraagd door Karel Anthierens om het blad mee te helpen reanimeren. De breuk met de uitgeverij Dupuis was in realiteit al definitief, zo censureerde Rene Matthews, een devoot katholiek, zelfs bepaalde stukken zonder de redactie daarvan op de hoogte te brengen (Schaevers, I, 44). Hoewel in 1966 het rubriekje in telexstijl 'Pop Secret' nog werd opgericht, onderging de muzieksectie van *Humo* klaarblijkelijk een periode van armoede, want de nieuwssectie, bestaande uit irrelevante weetjes en roddels over showbizzmensen, werd zo enkel uitgebreid. Dat is

zonder twijfel een tegenstrijdige evolutie, want 'TTT' groeide zo tot een onbenulliger rubriek, terwijl Karel Anthierens een zakelijkere stijl ambieerde (Meermans, 107). Vermoedelijk was het een kwestie van behelpen, ook Mortier weet niet meer zeker of er een strategie achter zat (Mortier. Interview).

In 1967 zette het blad alweer de remonte in: de eerste Pop Poll werd georganiseerd en *Humo* ondersteunde de organisatie van het ondertussen gesneuvelde festival Jazz Bilzen (Schaevers, I, 47). "*Humo* vervelde nu snel": met 'Bilzen '67: Liever Lief' had het blad haar eigen vertaling van *flowerpower* bekookstofd, Guy Mortier nam op 24-jarige leeftijd definitief het roer over, maar nog voor dat gebeurde, verhuisde de hele redactie dat jaar naar nog naar de Livornostraat 97 in Brussel (Schaevers, I, 47). Op dat adres hing er, volgens ieder redactielid dat er toen bij was, een magische sfeer. Het zou echter nog een poos duren eer 'TTT' ook weer wat meer aanzien genoot. De algemene reanimatie eiste op dat moment ongetwijfeld meer aandacht op.

### *Mortier, de messias? (1968-1972)*

---

1968 gaat op hetzelfde elan verder. Terugkerende fenomenen in de eerste drie *Humo*'s van dat jaar: de Beatles, Will Tura en véél 'Views and News', maar evenzeer een gevoelig gebrek aan recensies én dieptereportages wat gecompenseerd wordt door heel veel foto's ("Wat bedoelen de Beatles ermee?" *Humo* 1427, 87-90; "Will Tura in het Boudewijnpark." *HUMO* 1426, 79; "Views and News." *Humo* 1425, 74-76). De fotocollages neigen sterk naar pseudo-publiciteit en hebben geen echte nieuwswaarde. Toch werden er in 1968 ook enkele vernieuwingen doorgevoerd: 'Toppers van tobbers: hitparade van de schooljeugd' en de hitparades van Engeland, Nederland, Frankrijk en de Verenigde Staten (*Humo* 1425, 83 en 86). Vooral die van Engeland zijn in het teken van dit schrijven interessant omdat ze werden bekomen via *Melody Maker*, waarmee de aanzet voor een rechtstreekse beïnvloeding zich hier al aandient. Natuurlijk was er in 1967 ook Jazz Bilzen, een festival dat enorm succesvol was en de Belgische tegenhanger van de Amerikaanse populaire cultuur genoemd kan worden. *Humo* nestelde zich dus wel degelijk tussen de jongere generatie, ook al spat dat niet onmiddellijk van 'TTT' af.

### *Britse beïnvloeding*

De jongerenrubriek 'TTT' zou, naarmate 1968 vorderde, wat lijviger (soms tot 20 bladzijden inclusief advertenties) en vooral inhoudelijk iets sterker worden. Tekenend daarvoor is de vermelding dat *Humo* op het einde van maart onder 'Views and News' voor het eerst het volgende vermeldt: "Copyright *Humo* – exclusieve rechten voor België van "Melody Maker" en "New Musical Express" [sic.]. Overname – ook gedeeltelijk – verboden" (*Humo* 1437, 89). Maar impliciet dragen de reportages of interviews, doorgaans zo'n drie

bladzijden lang op het einde van elke 'TTT', nog veel meer bij aan de kwaliteit van de muzieksectie. In feite waren er drie soorten reportages: ten eerste de anoniem geschreven stukken, vaak van geringe kwaliteit, die meer weg hadden van verdoken promotie met veel fotomateriaal dan van gedegen onderzoeksjournalistiek, als tweede de artikels die wel ondertekend werden door een *Humo*-redacteur en die doorgaans van een hoger niveau waren en ten slotte was er een heel aantal importartikelen, veelal interviews met internationaal bekende muzikanten die werden overgenomen van buitenlandse media of een overzeese correspondent die vermoedelijk als freelancer werkte.<sup>14</sup>

De reportages als vaste afsluiter van 'TTT' verschilden onderling dus sterk van kwaliteit. De anonieme werken werden volgestouwd met foto's en de vragen waren schools. Doorgaans betekenden ze niet veel meer dan simpelweg een voorstelling van de artiest of groep in kwestie, een instrument voor promotie dus (Masschelein et al., 15). De buitenlandse artikels waren dan weer het tegengestelde: meer diepgang en vooral durf in de vragen aan de artiesten. Dit was waar Mortier ook later naartoe wou (Mortier. Interview). De interviews van eigen makelij varieerden naargelang de reporter: de beginnende Daan Delannoy kon anno 1968 nog niet tippen aan de snedige schrijfstijl van Mortier of Waldorp. Uitzondering die de regel bevestigt is een interview de Kinks, waarin de anonieme reporter de groep het vuur aan de schenen legde met kwieke, pientere vragen en een puik instinct voor onzin toonde (Larkin, IV, 3022-3024). De journalist citeert Dave Davies (°1947): "... van de laatste LP heb ik 20% geschreven – en Ray vond ze best," waar de interviewer achteraf met een dosis ironie aan toevoegde: "Klaarblijkelijk de hoogste lof die hij zich kan indenken. Een ogenblik zien wij in gedachten Ray broerlief met een bemoedigend schouderklapje belonen", de interviewer zette hier het broederschap tussen de twee artiesten te kijk en tegelijkertijd nam hij de lezer in vertrouwen wat voor een groter verwantschap met het lezerspubliek zorgt ("The Kinks, meer dan Ray alleen." *Humo* 1430, 87-90). De buitenlandse interviews zorgden niet enkel voor een kwaliteitsinjectie, het ontnam de vaste medewerkers ook wat extra werk in drukke periodes zoals augustus, wanneer Jazz Bilzen weer wekelijks in het blad verscheen. Dat heeft tot gevolg dat er meer anonieme artikels verschijnen, waarvan de bron dus onbekend is, en ook meer import. Zo interviewt een van *Humo*'s Britse correspondenten Paul McCartney (1942) en wordt er ook rechtstreeks uit *NME* vertaald met een artikel over de Kinks door Richard Green (Smith en Green. *Humo* 1459, 81 en 82-83). Een zonderlinge reportage verschijnt er een week later over de muziekscène in de toenmalige USSR: een sterk politiek geladen artikel dat niettemin heel luchtig en bevattelijk geschreven is. Het is een puik voorbeeld van de stijgende aandacht voor politiek in het blad zonder de wortels te verloochnen ("Swinging Moskou, pop onder het borstbeeld van Lenin." *Humo* 1431, 88-90).

---

<sup>14</sup> Bijlage 5 toont een goed voorbeeld van pseudo-publiciteit.

Een ander staaltje daarvan komt terug in een interview van Mortier met een Parijse groep, bestaande uit vier diplomatenzonen, waaraan hij zonder blozen vraagt wat hun mening over de Gaulle is (“The Association, mens in de musicus.” *Humo* 1456, 86).

### *Bilzen bij beetjes*

Jazz Bilzen monopoliseerde zowat gedurende de volledige zomermaanden de bladzijden van ‘TTT’ en meer. Aan het festival werd heel wat aandacht gespendeerd en de reden daarvoor was tweeledig: enerzijds was het een publiek toonmoment voor *Humo*, anderzijds lokte de verslaggeving van en samenwerking met het festival ongetwijfeld nog meer jonge lezers. *Humo* berichtte letterlijk over alles wat met het festival te maken had en deinsde er ook toen niet voor terug om de negatieve kanten van het festival te belichten. Vanaf midden juni tot het einde van augustus eiste Jazz Bilzen, veelal onder de titel ‘Bilzen bij beetjes’, de aandacht op (*Humo* 1445 en 1449-1461). Uiteraard bezondigde het magazine zich ook aan weinig omfloerste pseudo-publiciteit in de vorm van klassieke voorstellingsartikels (in de stijl van de vrij inhoudsloze reportages op het einde van ‘TTT’) over groepen die enkele weken later op het festival zouden optreden (“The Pebbles, Continentale underground.” *Humo* 1455, 78-81). Pure publiciteit waren dan weer de covers naar aanleiding van het festival die tweemaal het resultaat waren van een ingezonden poster van een lezer (*Humo* 1458 en 1459). In de weken juist na het festival zat er een extra publicatie in het midden van het blad, met een uitgebreid verslag en kiekjes van huisfotograaf Herman Selleslags (°1938) (Daan Delannoy. “Jazz Bilzen 68.” *Humo* 1460, 51-55 en 81). Het laatste artikel over Jazz Bilzen maakte de balans op van het festival en die was opvallend genuanceerd en dus kritischer: “Met een gebrekkige programmaorganisatie, een uitstekende geluidswaergave [...] tevreden publiek en zorgelijke organisatoren. Doorzetten toch maar, de jazz is het waard” (*Humo* 1461, 36). Al een jaar na de eerste samenwerking tekenden er zich aldus lichte barsten af in de relatie tussen organisatie en tijdschrift.

### *Voor ieder wat wils*

De hele zoektocht naar underground en het jongerenfestival terzijde: *Humo* verloor de moderne, nationale pop van dat moment zeker niet uit het oog. ‘Alles over Canzonissima’ was bijvoorbeeld een artikel over een nationale zangwedstrijd waarin, samen met televisiekijkend Vlaanderen, op zoek werd gegaan naar de zanger(es) en song van het jaar (*Humo* 1432, 28-31). Liliane Saint Pierre (°1948, voormalig winnares van diezelfde zangwedstrijd) palmt dan weer een zomerse voorpagina in, terwijl Will Tura daar tot vier keer toe in slaagt gedurende 1968, waarvan een keer zelfs in volle Jazz Bilzen-gekte (*Humo* 1450 en 1427, 1442, 1452, 1472). Overigens blijven ook nog andere (inter)nationale charmezangers op de radar flikkeren, zo kleurt Marc Dex (°1943) zelfs een cover of krijgt

Engelbert Humperdinck (°1936) nog eens een interview (*Humo* 1449; “Engelbert Humperdinck, is dat dan zo’n rotstreek?” *Humo* 1463, 90-92). Een trend die zich in latere jaren, met de komst van soul, disco en punk, nog zou doorzetten, maar al in 1968 begon: *Humo*'s eigen canonisering, waarbij het geen genre uit de weg ging. Interessant is dat *Humo* specifiek in haar geschiedenis van popmuziek belangrijke (veelal Amerikaanse) maatschappelijke trends koppelde aan de evolutie van muziek (“Handleiding voor de pop.” *Humo* 1458, 73). Die canoniseringsdrang kan als de prelude op een solidere, diepgaandere muziekjournalistiek gezien worden. Wat dat echter weer tegensprak, was de uitbreiding van ‘Views and News’, waarin de *Humo*-redacteurs heil zagen (omdat dit rechtstreeks uit Engelse muziekbladen kwam?).<sup>15</sup> De rubriek werd wel evenwichtiger: meer korte interviews, uitgebreidere cd-aankondigingen en korte concertbesprekingen.

Zoals ‘Views and News’ op zich een meer divers aanbod had, zo evolueerde ook *Humo* naar een evenwichtiger totaalpakket. Het groeiende aandeel van politieke thema’s werd al eerder vernoemd, opvallend was dat dit eind jaren 1960 vooral Amerikaanse politiek betrof (niet omwille van een Amerikaanse hegemonie, wel omdat het sensationeel nieuws betrof): dossiers over meerdere edities rond de dood van Robert Kennedy (1925-1968), over de moord op Martin Luther King (1929-1968), enzovoort (“De Bob Kennedy Story.” *Humo* 1460; “Moord op King, aanval op USA.” *Humo* 1469-1471). Maar ook in de rubriek ‘*Humo* sprak met’ werden verscheidene Belgische ministers letterlijk aan de tand gevoeld (Mortier. “*Humo* sprak met Frans van Mechelen.” *Humo* 1462, 22-30; Mortier. “*Humo* sprak met Hugo Schiltz.” *Humo* 1464, 16-24). Vanaf de jaren 1970 zou er naast politiek ook een groter aanbod van dieptereportages rond sport en maatschappelijke kwesties komen, minder schokkend maar toch sterk gelijkend op de evolutie die *RS* doormaakte. Mortier noemde bijvoorbeeld de reeks rond wantoestanden in Vlaamse bejaardenhuizen als erg sterke onderzoeksjournalistiek (Mortier. Interview).

### *De weg der geleidelijkheid*

Toch was het geen algemene goed-nieuwsshow met de overname van Mortier als hoofdredacteur, getuige daarvan vooral de klachten in verschillende lezersbrieven waarin ergernissen worden geuit over vooral Mortier’s taalgebruik. Diens taal kan getypeerd worden als een uiterst vlotte spreektaal, wat tegenwoordig als hedendaags aanvoelt, met bovendien een scheut humor en veel neologismen. Een stijl die ondertussen echt kenmerkend is voor het moderne *Humo* maar iets waar de klassieke lezer het destijds blijkbaar moeilijk mee had (R.E., “Guy Mortier.” *Humo* 1464, 46). Ondanks de kritische opmerkingen in lezersbrieven, bleef de oplage stijgen en besepte de hoofdredacteur maar al te goed dat de veranderingen

---

<sup>15</sup> Zo steeg de rubriek sowieso al in aantal sinds '68, maar waren er ook publicaties waar ‘TTT’ enkel uit ‘Views and News’, dus korte nieuwsberichten, bestond (*Humo* 1471).

die hij wou doorvoeren nu eenmaal controverser zouden uitlokken (Schaevers, I en II, 46 en 122).

Met 1968-1969 zette het onafhankelijk tijdschrift een transitieperiode in: algemeen wordt erkend dat het blad enkele cruciale veranderingen onderging die vooral op lange termijn hun vruchten zouden afwerpen. De hoofdredacteur zelf begreep dat zijn progressieve ideeën met mondjesmaat doorgevoerd zouden moeten worden, opdat ook het oude lezerspubliek van *Humo* behouden zou blijven. De personeelstoevoegingen zijn, naast natuurlijk redactionele aanpassingen, het voornaamste bewijs voor de nieuwe wind die door *Humo* blies. De belangrijkste figuren die er in dit tijdsgewricht bijkwamen: Daan Delannoy in '68 als muziekmedewerker, Piet Piryns en Herman De Coninck in '69 die als duo talloze interviews zouden afnemen in het volgende decennium, Guido van Meir (°1947) in '70 als verteller van onder andere 'De Volkserilja', De Standaard-journalist Hans Muys die zich vanaf nu aan platenbesprekingen zou wagen, maar ook cartoonist Ever Meulen (°1946) in datzelfde jaar die *Humo* volgens Mortier een eigen, unieke uitstraling schonk (Schaevers, II, 122).<sup>16</sup> De vele aanwervingen zouden in de jaren 1970 het blad definitief doen swingen, toch mag Mortier zeker niet het "God-de-Vaderschap" worden toegedicht, want er was al een structuur dankzij de Anthierensen en zelfs de eerste hoofdredacteur, Jan Kuypers, had al "kiemen van non-conformisme" uitgezaaid (Schaevers, II, 122). Met de komst van Marc Didden (°1949) in 1972 zou *Humo* een zoveelste talentrijke journalist aan de rangen toevoegen en het is ook pas vanaf dan dat het blad zich permanent zou manifesteren als muzikaal smaakmaker in Vlaanderen.

### Enter, Marc Didden (1973-1975)

Pas drie jaar na de oprichting van *Rolling Stone* werd het expliciet een inspiratiebron voor *Humo*. Dat was in de eerste plaats aan de nieuwssectie van 'TTT' te merken, waarin het Amerikaans magazine voor het eerst genoemd werd (*Humo* 1585, 170). Dankzij de toevoeging van enkele sterke journalisten werd het takenpakket van Mortier gevoelig verlicht en kon hij zich meer focussen op de algemene inhoudelijke uitbouw. 'Uitlaat', een rubriek waarin lezers hun mening mochten ventileren over allerlei zaken, liefst gerelateerd aan muziek, verscheen voor het eerst begin 1971 (Schaevers, II, 123). Pas tegen het einde van het volgende jaar zou het forum, waarin puik inzendingen beloond werden met eventuele verdere medewerking, volgroeid zijn en kreeg het iedere week inzendingen van niveau met overdachte beschouwingen over toenmalige muzikale trends ("Uitlaat." *Humo* 1675, 159). Een van die inzendingen kwam van de toen pas afgestudeerde Marc Didden, die niet te

---

<sup>16</sup> Karel de Knagter was het pseudoniem van Hans Muys, wiens echte naam geheim moest blijven omdat de *Humo*-ideologie niet strookte met die van De Standaard (Mortier. Interview).

spreken was over een platenrecensie van Karel de Knagger, pseudoniem van Hans Muys, over het nieuwste album van John Lennon (*Humo* 1677, 181). Didden profileerde zich op deze manier als de *enlightened fan*, een melomaan met literaire vaardigheden (Atton, 53). Mortier had het schrijverstalent en vooral de imposante muziekkennis van Didden gespot en bood hem prompt een job aan bij het blad. Vanaf 1973 zou Marc Didden de grootste sterren uit de muziekwereld, van Will Tura tot Bob Marley (1945-1981), interviewen (Didden en Mortier, 1981).

### *Didden deed het niet alleen*

De aankomst van Didden symboliseerde de overgang naar een muziekjournalistiek van een uitmuntend niveau, met kritische analyses over de muziek, maar evenzeer over de hele industrie, en vooral authentiek, origineel werk. *Humo* was niet langer verplicht om voor haar muziekkatern buitenlandse opinieleiders te raadplegen. Natuurlijk deed het dat nog wel, als het bijvoorbeeld om sterk materiaal ging. Daarnaast was het gewoon onhaalbaar om alleen maar eigen werk te publiceren (Mortier. Interview). De interviews en reportages overgenomen van magazines als *NME*, *RS* en *Playboy* zijn dan ook talrijk en gingen verder dan enkel de 'TTT'-bladzijden (Richard Meryman. "Humo sprak met Dustin Hoffman." *Humo* 1834, 1975, 12-34; Craig Copetas. "Burroughs interviewt Bowie." *Humo* 1753, 36-47). Ook andere instanties als *ABC* en *Der Spiegel* leverden nu en dan een welgekomen bijdrage aan de *Humo*-publicaties (Oriana Fallaci. "Indira Gandhi: met India getrouwd." *Humo* 1647, 32-43; "Hans-Joachim Klein: een terrorist biecht op." *Humo* 1983, 1978, 124-140). Uiteraard was het vooral door artikels van de laatstgenoemde media te importeren dat *Humo* de serieuzere weg insloeg, maar ook door de artikels van internationale tegenhangers bekwamen ze een degelijker vorm van journalistiek. Figuren als Oriana Fallaci (1929-1996) en Hunter S. Thompson, die interviews domineren en karakteriseren met hun unieke stijl, en zelfs William Burroughs (1914-1997), die het interview als conversatie tussen twee kunstenaars initieert in de *Humo*-bladzijden, oefenden een rechtstreekse invloed uit op de interviewstijl van het weekblad waarbij de reporter even, zo niet belangrijker werd dan de geïnterviewde, en waarin objectiviteit als gevolg van de *gonzo*-stijl secundair werd (Masschelein et al., 7-8, 21 en 23).

### *Humo's coverpolitiek*

Het muzikaal compartiment van het blad groeide gestaag en zou tot een summum komen in 1978, maar eerst had het nog enkele klippen te rondren. Het bleef een uitdagende evenwichtsoefening om zowel ernstige maatschappelijke thema's als luchtigere verhalen rond sport, muziek en televisie te combineren. De covers van *Humo* zijn daar een uitstekend voorbeeld van: die varieerden altijd al heel sterk, maar de nadruk kwam toch steeds op televisie te liggen. Gek genoeg was het aantal covers dat over een 'TTT'-onderwerp ging, in

1964 het hoogste met vijftien. Dat aantal nam sterk af, in 1972 waren het er nog maar zes, waarmee de verschuiving van het thematische zwaartepunt snel duidelijk werd, ondanks Mortier's aspiraties. Aan kwaliteit werd er in het muziekcompartiment echter allerminst ingeboet. Vanaf het einde van 1968 werd de pseudo-publiciteit, in de mate van het mogelijke, ingeruild voor gedegen onderzoeksjournalistiek. Het muziekkatern stond al snel op zich en wordt dan ook terecht beschreven als "een onafhankelijk katern in een onafhankelijk weekblad" (Druyts, 13). De *Humo*-medewerkers waren daar ongetwijfeld trots op en permitteerden het zich dan ook om te reflecteren over de gebreken van de muziekindustrie en de precaire connectie met muziekcritici.

### *Humo als onontkoombaar metacriticus*

Dat deden ze door nu en dan een sneer te richten naar de falende Belgische muziekindustrie, die blijkbaar niet in staat werd geacht degelijke muziek te produceren in het begin van de jaren 1970: "In verband met zijn gezondheid bespreekt Karel de Knagger geen platen meer van Belgische groepen" ("Het gesjeesde popoverzicht 1972." *Humo* 1635, 118-119). Maar ook door af en toe te reflecteren op hun rol van muziekrecensenten en in welke positie ze zich bevonden binnen de algemene industrie. Dat de *Humo*-redactie zich terdege bewust was van haar rol als muzikaal smaakmaker, bewijst het popcolloquium waaraan het in 1973 deelnam. Op deze vergadering, waar "de kreem van de kreem van de Vlaamse pop [sic.]" bij elkaar kwam werd nagedacht over de platenindustrie, de toestand van de Belgische muziekwereld, de rol van radiostations en muziekbladen als schakels, *intermediaries*, tussen producent en consument. Over het algemeen werd er één wens in het bijzonder zeer duidelijk: het verlangen naar meer authenticiteit en bedachtzaamheid vanwege artiesten, managers en organisatoren stond centraal. Didden, destijds een groentje, en Mortier sloegen op deze bijeenkomst klaarblijkelijk met hun vuist op tafel, maar ze moesten zich ook verdedigen voor het gebrek aan aandacht voor Belgische acts ("Het 1<sup>ste</sup> grote Vlaamse Popkollokwium: Aha!" *Humo* 1739, 108-109). De nood aan een Belgisch rockconкурс leek hier reeds prangend.

Over hun controversale en verwarring zaaiende rol als muziekrecensenten waren *Humo*-schrijvers zich anno 1972 al zeker bewust. In een artikel over het nieuwe boek van de Nederlandse muziekjournalist Pim Oets, citeert reporter van dienst onder het pseudoniem 'Maften Doemp' uit Oets' introductie. Daarin wordt de rol van de criticus op een heel vernuftige manier besproken. Het is duidelijk dat de recensent kampt met de status van "verlengstuk van de platenindustrie" en langs de ene kant die status erkent, langs de andere kant waarschuwt voor hersenloze recensenten die als een wolf in schapenvacht gewoon zwendelaars in dienst van de muziekindustrie zijn ("Popgetogen, popera, poptie, olitie, popening, poplicherij, popsmuk." *Humo* 1983, 156-157). Impliciet plaatste *Humo* zich, door

dergelijke fragmenten te publiceren, op een hoger niveau dan de kritiekloze popfan die het cultureel product van de industrie zonder morren aanvaardde en kan dit kleine stukje al als een pleidooi worden gezien voor oprechte en grondige muziekjournalistiek (cf. het concept van metakritiek). Evenzeer liet het, net zoals het legendarische lezersforum 'Uitlaat', ook ruimte voor debat en droeg het bij aan het democratisch karakter van het blad.

### *Ik canoniseer, jij canoniseert, wij canoniseren*

Verder werd er op muzikaal vlak gebouwd aan een canonisering, die zich op twee manieren reveleerde. Ten eerste door de weerkerende interviews met grootheden als de Rolling Stones, Beatles, The Who, David Bowie (°1947) en Bob Dylan (Larkin, I, 684-687 en VII, 5810-5812; Didden, 1981). Ten tweede dankzij de eerder educatieve artikels over muziekgenres als soul, disco en reggae, maar ook over historische gebeurtenissen die de muziekgeschiedenis vorm gaven ("Het soul-rapport." *Humo* 1744, 136-138; "De trage, grage disco-rage." *Humo* 1835, 164-165; Poel. "Het reggae-dossier." *Humo* 1979-1981; Didden. "3-2-'59: The day the music died." *Humo* 1992, 194-196; Meijers, 85-86 en 234-238). Hierin speelden Marc Didden, voornamelijk met interviews, en Charlie Poel, met verscheiden artikels over de belangrijkste namen van nieuwe genres, een bepalende rol. Ook de thematische veelzijdigheid sinds 1972 nam een hoge vlucht: zo prijkt de populaire liedjeszanger Willy Sommers (°1952) op de cover, maar wordt er even goed een concert van jazztrompettist Miles Davis (1926-1991) besproken en verschijnen er regelmatig platenbesprekingen door Johan Anthierens over Vlaamse kleinkunstenaars (Peter Cnop. "Willy Sommers in "De jonge ster"." *Humo* 1654, 172-175; "Stoute neger in de Vlaamse huiskamers." *Humo* 1664, 113; "De nieuwe De Buck: woor es d'inspiroasse?" *Humo* 1662, 119). Uiteraard droeg dit allemaal bij tot een ongezien diverse muziekkrubriek die maar weinig thema's schuwde en garant stond voor een buitengewone veelzijdigheid op muzikaal vlak. 'TTT' zelf oversteeg soms zelfs muziek en richtte zich meer tot jongeren in het algemeen, met thema's zoals de Belgische dienstplicht (en hoe ze te ontlopen), maar ook drugs en een filosofische overpeinzing van wat nu juist *underground* is (Delannoy. 'Dossier dienstweigering.' *Humo* 1636, 111-115; 'The Underground.' *Humo* 1441, 96; Jantiene Van Aschs. 'Weet je wat jij bent? Een vieze, vuile junk.' *Humo* 1904, 128-132). Wat betreft interviews gelijkt *Humo* sterk op *RS* qua methode en functionaliteit, in die zin dat de 'groten', de tijdloze artiesten, veelvuldig terugkeren: exponent daarvan is de overname van een interview met Bob Dylan, afgenomen door Ben Fong-Torres van *RS* ("En de achtste dag sprak Dylan." *Humo* 1749, 150-153).

### *Dwars als lijfspreuk*

Muziek terzijde gelaten, evolueerde *Humo* in het algemeen tot een *allround* weekblad. Zoals eerder aangehaald, injecteerde Mortier zachtjes aan politiek: eerst veelal

Amerikaanse verhalen, dan ook interviews met staatshoofden vanuit de hele wereld en een heleboel Belgische kopstukken. Ook sport werd een frequenter onderwerp in het blad: vooral wielrennen en voetbal, de twee nationale sporten, kaapten heel wat voorpagina's weg, maar ook andere disciplines kwamen nu en dan aan bod. Cultuur, en dan vooral literatuur en natuurlijk muziek, won ook aan belang. Literatuur kwam vaak terug in de vorm van interviews met schrijvers, maar evenzeer in de vele kortverhalen die gepubliceerd werden (Meermans, 81). Niet te vergeten bleef televisie de kern van het magazine, met als bewijs daarvan de talloze covers die eraan gewijd werden en het omvangrijke tv-katern. Het weekblad bracht al deze thema's met een soms verschroeiend kritisch inzicht, vaak geestig verpakt en sporadisch zelfs bijtend, maar altijd 'dwars'. Mark Schaevers (°1956), huidig journalist bij *Humo* omschreef het tijdschrift als dwars boven alles, niet per se opiniërend vanuit een politieke overtuiging, maar als massablad altijd vanuit het idee zo sceptisch mogelijk tegen eender welke instantie aan te kijken (Meermans, 105).

Als subliem voorbeeld van dat kritisch inzicht gelden ongetwijfeld de politieke interviews die vanaf de jaren 1970 bijna wekelijkse kost werden in *Humo*. Vragenstellers van dienst was doorgaans het duo Piet Piryns en Herman De Coninck, die zonder schroom vele politici verbaal folterden. Mortier moedigde hun scherpe stijl aan en zag interviews dan ook als een bokswedstrijd (Schaevers, II, 122). De buitenlandse beïnvloeding manifesteert zich het duidelijkst in de bitsige interviews, waarin de reporters soms een loopje namen met de geïnterviewde, dan weer diens woorden te letterlijk neerschreven naar de zin van het subject (Schaevers, II, 123). De meest spraakmakende interviews van het duo werden gebundeld in *Woe is woe in de Nedderlens* (Piryns en De Coninck, 1972). Die titel duidt dan weer op een ander aspect van *Humo*: de taalspelletjes in titels en vanuit het Engels geïnspireerde neologismen. Termen als "intervjoetjen", "tiener- en twenpubliek" zijn schering en inslag in de rubriek 'TTT' (*Humo* 1653, 1972, 158; *Humo* 1454, 1968, 88).

Deze jaartallen worden vooral gekenmerkt door meer standvastigheid en consistentie. 'TTT' legde de basis voor de rubriek die het nog tot 2012 (en later) zou zijn, met subcategorieën als 'Wizoektivint', 'Toppers van tobbers', 'De Hitlijster', de recensies en interviews. Het aanwerven van verschillende journalisten, zoals Marc Didden, maar even goed Wilfried Hendrickx (°1947) en later bijvoorbeeld Marc Mijlemans (1958-1987) en Serge Simonart (°1966), droeg onverminderd bij aan de kwaliteit van *Humo* die in de jaren 1970 en 1980 op eenzame hoogte zou verkeren in Vlaanderen. Didden vormde samen met Piryns, De Coninck, zelfs sportjournalist Jan Wauters (1939-2010) en anderen een nieuwe generatie die *Humo* onder leiding van Mortier overnam en er haar eigen draai aan gaf (Mortier. Interview). Durf, humor, een tikkeltje arrogantie, maar vooral de hang naar pure degelijkheid vormden de hoekstenen waarop de redactie nog lange tijd op zou teren.

## *Punk en hoe het te lijden (1976-1978)*

---

Hoewel duurzaamheid een feit leek in 1975, kwam er in 1976 een nieuw genre vanuit Engeland overwaaien: punkmuziek. Karel de Knagger gaf er de brui aan omdat hij zich naar eigen zeggen enkel maar tot “*ouwemannengelul*” in staat voelde betreffende het nieuwe genre (Schaevers, II, 123). Kamagurka, de nieuwe huiscartoonist sinds datzelfde jaar, was de personificatie van de punk. Niet alleen was hij iemand van de nieuwe generatie, hij was letterlijk een gesel voor de redactie (Mortier. Interview). Kamagurka en de punk maakten slachtoffers, maar *Humo* professionaliseerde en dus berichtte het ook over dit nieuwe genre. De schuchtere ontvangst veranderde in een omarming en *Humo* zou het eveneens canoniseren. De stempel van Mortier werd almaar duidelijker: de vaart op de bladzijden viel niet meer weg te denken, de thematische balans, maar ook de lay-out voelde almaar natuurlijker en in 1978 zou de kers op de taart worden gezet met de eerste Rock Rally én een nieuw publiek toonmoment in de vorm van Torhout/Werchter (Schaevers, II, 123).<sup>17</sup> *Humo* ontgroeide op die manier de rol van muzikaal verslaggever en werd een scheppende factor in het Belgische muzikale landschap. Het vulde een hiaat op, namelijk kwaliteitsvolle Belgische muziek, waar de Belgische industrie maar niet in leek te slagen.

### *Punk verdeelt ...*

Vanuit Engeland kwam de punk rock overwaaien, een genre waar de redactie het aanvankelijk niet mee onder de markt had. Punk evoceerde, om het zacht uit te drukken, minder enthousiaste reacties dan rock & roll en psychedelische rock dat ervoor deden. Technisch viel het de redactieleden aanvankelijk tegen en, gezien ze al net iets ouder waren, werden ze ook niet warm van de teksten die anarchie en rebellie propageerden. Tegelijkertijd dwarrelde er op de redactie een nieuwe jonge tekenaar binnen, Kamagurka, die met zijn cartoons tot op de dag van vandaag in het tijdschrift verschijnt. Aanvankelijk werd zijn stijl, niet bepaald esthetisch maar wel komisch en zeker vernieuwend, zonder meer slecht ontvangen door lezers én collega's, maar Mortier zag er wel iets in (Mortier. Interview). De cartoons pronkten op de titelpagina van de rubriek 'TTT' en na verloop van tijd verschenen ze verspreid over elke editie. Zoals Luc Charles Zeebroek (°1956), de echte naam van de cartoonist, na een tijd werd gedoogd, zo groeide ook de belangstelling voor punk. De Britse Sex Pistols en het Nederlandse Gruppo Sportivo verdienden bijzondere aandacht en konden over het algemeen rekenen op de goedkeuring van de *Humo*-redactie (Paul Nelson. “Rod over Rotten: als hij mijn poen wil, dat hij ze komt halen.” *Humo* 1962, 168-169; Hendrickx. “Gruppo Sportivo.” *Humo* 1951, 112-113).

---

<sup>17</sup> Torhout/Werchter was aanvankelijk een festival dat op twee locaties in Vlaanderen plaatsvond, waarbij beide locaties een dag voor hun rekening namen. Later vond het enkel nog plaats in Werchter (Delvaux, 2014). Bijlage 6 vertoont de affiche van de eerste editie die door *Humo* werd gesponsord.

### ... en heerst (kortstondig)

Pas in 1977 wordt punk correct voorgesteld aan de lezers, onder de voor *Humo* typische titel 'Punk of New Wave (u vroeg zich wellicht al af waar het blave) [sic.]' (Didden. *Humo* 1921, 112-113). Dit gebeurde op de ouderwetse manier, namelijk met korte bio's van de bekendere groepen uit het genre, en het artikel palmde meteen de voorpagina in. De aanvaarding werd zo een feit en die werd verdergezet in 1978, waarin de bespreking van punkmuziek zelfs door hoofdredacteur Mortier verdedigd moest worden in een extra editie van 'Uitlaat' rond punk als gevolg van een klachtenbrief ("Uitlaat extra-editie: punk." *Humo* 1951, 115). Hierin geeft hij uiting aan de filosofie van *Humo*, namelijk dat het zich niet wil laten leiden door vooroordelen en wil berichten over wat leeft, ook al strookt dat niet per se met de ideeën van de schrijvers. Ietwat paradoxaal gaf hij achteraf mee dat de schrijvers altijd voor zichzelf uitmaakten of iets van voldoende kwaliteit was om opgenomen te worden in het blad en dat ze daar probleemloos hardvochtig in durfden optreden.

### Torhout/Werchter

Jazz Bilzen, dat al langer werd gehekeld omwille van organisatorische en infrastructurele mislukkingen, werd ingeruild voor Torhout/Werchter (Vanden Bempt, 28-29). Hier zou *Humo* vanaf 1978 zijn lot aan verbinden, maar dat deed het minder expliciet dan bij Jazz Bilzen tien jaar eerder. Er werd tamelijk droog bericht over het festival, dat natuurlijk wel meermaals aangekondigd en achteraf ook uitvoerig besproken werd (Poel. "Torhout en Werchter, middenin de modder: muziek." *Humo* 1976, 110-111). Hoewel het initiatief door de verslaggever van dienst wordt toegejuicht, spaart hij zijn kritiek allerminst en beschrijft hij sommige groepen als aanstellerig, oervervelend en zelfs overbodig. Ondanks de samenwerking tussen festival en tijdschrift is dit dus het bewijs dat de *Humo*-journalisten een markante autonomie genoten, waarover Mortier waakte zolang het in het teken van goedgeschreven en oprechte journalistiek stond (Mortier. Interview). Overigens werd er in 1978 nog een verdoken vorm van promotie gevoerd voor Jazz Bilzen, door een week voor het festival een interview te publiceren met Herman Brood (1946-2001), die naar Bilzen zou afzakken (Alice Fuldauer. "Herman Brood: hoe eerder kapot, hoe sneller bij God." *Humo* 1978, 100-101). Ook omdat het een importartikel betrof, maakt het een verdachte vorm van bladvulling. Niettemin leunt de stijl van het interview nauw aan bij de *Humo*-ideologie: uitdagende vragen stellen zonder een blad voor de mond te nemen. Zo wordt de Nederlandse artiest meerdere keren expliciet gevraagd naar zijn druggebruik...

### *Humo's Rock Rally*

In hetzelfde jaar ontstond er een ander uithangbord voor het toen al toonaangevende Belgische muziekblad: de Rock Rally.<sup>18</sup> De Rock Rally is een concours waarin door een jury, bestaande uit (voornamelijk) muziekjournalisten van het tijdschrift, uit honderden inzendingen enkele artiesten worden geselecteerd voor live rondes met uiteindelijk een grote finale. De finalisten kunnen rekenen op heel wat media-aandacht en de winnaars krijgen naast uiterst positieve reclame ook prijzengeld mee naar huis (Vanden Bempt, 22-26). In feite blijft de berichtgeving errond op een laag pitje. Het evenement wordt niet uitvergroet, wat dan ook weer de voorzichtige houding van *Humo* rond het nieuwbakken initiatief aantoont (“Rock Rallye ’78.” *Humo* 1951, 115; “De Rock-Rallye is Alive & Well: ga ’s kijken.” *Humo* 1960, 149; Didden. “Rock Rallye achtensheventig, hij zit erop.” *Humo* 1963, 168-169). De behoedzame aanpak niettegenstaande, zou het evenement sinds 1978 een tweejaarlijkse norm worden en zou het de Belgische muziekscène voorgoed veranderen: het belang ervan valt moeilijk te onderschatten wat betreft de Belgische alternatieve mainstream (Keunen, 267-269). Het oversteeg zichzelf op die manier en werd een creërende kracht in de industrie waar het tot voorheen enkel als bevoorrecht toeschouwer over schreef.

### *De soms schimmige selectiepolitiek*

Terwijl recensies van artiesten als Will Tura of Willy Sommers als geen spek voor de bek van de ‘TTT’-lezer werden beschouwd, werden wel talloze andere, vaak buitenlandse artiesten becommentarieerd. Volgens Mortier waren er twee manieren om in aanmerking te komen voor een recensie: wat goed was, moest gedeeld worden met het publiek, wat slecht was, maar waar aanvankelijk meer van verwacht werd, moest terecht gewezen worden. Populaire Belgische zangers vulden een andere categorie in: het soort waar Mortier groot respect voor had en zeker inkt verdienden, maar niet in de vorm van een recensie (Mortier. Interview). Hierin is de gewezen hoofdredacteur behoorlijk vaag. De selectiemethoden buiten beschouwing gelaten, viel de gevarieerde en immer frisse stijl van de recensies op. Terwijl er vaak beweerd wordt dat recensenten te weinig technische bagage hebben om muziek op instrumentele virtuositeit te kunnen beoordelen, zijn woorden als compositie, melodie en partituur een quasi wekelijks weerkerend fenomeen (Willem Dauw. “Soft Machine: “Alive and Well”.” *Humo* 1977, 105). De schrijver waar hier naar verwezen wordt was Willem ‘Van de Fillem’ Dauw, vast filmrecensent, maar occasioneel ook muzikcriticus (Mortier. Interview). Karel de Knagger was er in 1978 al mee opgehouden, dus waren het vooral Mortier en Didden die de albums bespraken en dat deden ze in een uiterst rijke taal, met veel humor en vanuit een erg persoonlijk oogpunt. Hun recensies zijn zonder twijfel impressief te noemen, meer dan autoritair (Vanden Bempt, 50-51). Zo overvloedig en lyrisch ze genialiteit konden

---

<sup>18</sup> In de *Humo*-bladzijden spreekt men over de Rock Rallye, met een “e” achteraan dus, maar die term wordt in het voordeel van de leesbaarheid in dit werk vermeden tenzij er letterlijk geciteerd wordt.

ophemelen, zo kordaat en ongenadig waren ze voor niet authentieke muziek. Een voorbeeld vanwege Mortier: “We zijn erg laat met de bespreking van deze elpee, maar nog altijd een stuk te vroeg: dit wordt namelijk de klankband van de apocalyps. Een stuk platgestreken stront is dit, bedrieglijk als plaat vermomd. De pijngrens bij u thuisbezorgd. De avonturen van een robot in snarenland. Het niets, maar dan door honderdduizend boxen. Bah.” (“Van Halen.” *Humo* 1974, 117). Didden was zo mogelijk nog veelzeggender en had daar minder woorden voor nodig: “De nieuwe van Sammy Hagar!” (“Sammy Hagar: “All night long.”” *Humo* 1996, 190).<sup>19</sup> De ironie droop er met momenten van af; Mortier dankt die vrijheid aan de onafhankelijke status van het blad. Een dergelijke zelfstandigheid genoten buitenlandse bladen, omwille van hun rechtstreekse band met de muziekindustrie, nooit (Mortier. Interview).

### *De kwetsbare onafhankelijkheid*

Die vrije rol uitte zich ook in het terechtwijzen van collega smaakmakers van de nationale radio-omroep. Ook in deze periode bleef *Humo* dus zelfverzekerd en kritisch omgaan met haar rol als muzikaal opinieleider. Daardoor distantieerde het zich letterlijk van de platenindustrie en beweerde het, zoals het hele weekblad overigens, een onafhankelijke, autonomie positie in te nemen in de muziekwereld. Op die manier stond het garant voor frank en vrije, ja authentieke, muziekkritiek, niet beïnvloed door marktmechanismen, in tegenstelling tot later, waarin het op z'n minst bevooroordeeld zou gehandeld hebben, bijvoorbeeld tegenover Rock Rally-groepen (Druyts, 144; Mortier. Interview). Anno 1978 schetst *Humo* de problematiek van het Belgische concertwezen en is het vooral staalhard voor de nationale (radio)-omroep, die verwijten als “loon-slaven van de business [sic.]” te verduren krijgt (Hendrickx. “Om de macht en de miljoenen: het konsertwezen kraakt.” *Humo* 1252, 126-128; “Met rooie stip van schaamte.” 1958, 147).

De onafhankelijkheid werd bekomen op een paradoxale manier. *HUMO* verklaarde zichzelf al onafhankelijk in 1958, maar nog tot 1985 zou het blad onderdeel zijn van de oerconservatieve uitgeverij Dupuis. De Waalse uitgever klaagde steen en been over de progressieve, schokkende uitgaves, maar omdat de verkoop van het product in de jaren 1970 een ongeziene hausse kende, had de familie Dupuis geen recht van spreken (Mortier. Interview). De redactie keerde zich, onder leiding van de provocerende Mortier, tegen haar werkgever en die stond voor een voldongen feit. Doordat het blad een hecht blok vormde, met de hoofdredacteur aan het roer, kon het zich permitteren hard van leer te trekken tegen eender wie, vermits het enkel financieel afhankelijk was van de uitgeverij, annex werkgever. De Coninck beschreef de kwaliteit van *Humo* als wraak, wraak tegenover Dupuis die het blad al meermaals tevergeefs aan de leiband had willen binden (Schaevers, II, 124).

---

<sup>19</sup> Kamagurka voegde nog een rake cartoon toe aan de recensie, zie hiervoor bijlage 7.

### Geven en nemen

Ondanks de zelfverkleerde eigenzinnigheid was het ook verplicht toegevingen te doen aan haar lezers. De hype rond de filmmusical *Grease* bewees enerzijds het democratisch gehalte van het blad, waarin de mening van de lezer werd gerespecteerd en het aanvoelen van lezerswensen essentieel was, anderzijds duidde het op de kwetsbaarheid van een populair tijdschrift, waarbij aan de wil van de lezer moeilijk te ontsnappen valt (Larkin, III, 2255-2256). Dat werd al duidelijk door de acceptatie met tegenzin van genres als disco en punk, maar nadat de populariteit van *Grease* ongeziene hoogtes bereikte, werd ook daaraan toegegeven. In de laatste weken van 1978 palmde de musicalsoundtrack voortdurend de 'Toppers van Tobbers'-lijst in, een hitparade samengesteld aan de hand van stemmen van lezers, waardoor het vermoeden rees bij de redacteurs dat *Grease* wel wat meer aandacht verdiende. Desondanks was er in de weken daarvoor al meerdere keren uitgehaald naar de oppervlakkigheid van de nieuwe stortvloed aan Hollywoodmusicals ("Alsmaar dollar!" *Humo* 1984, 169). De toon verschoof nadat de populariteit een feit bleek, zo werden John Travolta (°1954) en Olivia Newton-John (°1948) geïnterviewd (Tom Burke. "Travolta: 24, superstar." *Humo* 1992, 37-53; "Olivia Newton-John: "Ook in pap zijn er gradaties"." *Humo* 1988, 172). De lezerswens ingewilligd: een duidelijk voorbeeld van een meesleureffect (Keunen, 263; Laermans, 2010, 41).

Mortier dicht de veelzijdigheid toe aan een kwestie van aanvoelen wat er leeft bij de massa. Hij scheen dat in de jaren 1970 als geen ander te weten. Zijn interesse begon met muziek, maar het thematisch spectrum van *Humo* oversteeg dat moeiteloos. In een bijzonder boeiende periode voor België pakte het dwarsliggende tijdschrift wekelijks uit met een nieuwe titel die een aanzienlijk deel van de bevolking aanbelangde dan wel intrigeerde. De oplages kenden in de jaren 1970 een onverhoopte hausse: blijkbaar stond de selectie van Mortier het grote publiek aan en wist hij ook als geen ander in te spelen op de actualiteit. Zo redeneerde men bij *Humo* naar eigen zeggen vooral vanuit een individuele logica, maar onbewust speelden organisatorische en positionele logica ook een beslissende rol (Keunen, 202). Mortier beweerde vooral vanuit eigen smaak te selecteren, maar Piryns nuanceerde dat door te stellen dat ze "meesurften op de golfstroom van die dagen" en dat het tijdsgeest was die *Humo* voortbracht en niet omgekeerd (Schaevers, II, 127).



# Besluit

---

Nog meer dan naar de expliciete of impliciete invloed van het Amerikaanse *Rolling Stone* op het Belgische blad *Humo*, ging dit schrijven op zoek naar de origine van de ervaren eentonigheid in hedendaagse muziekkritiek. De zoektocht naar die oorsprong vereiste de situering van een magazine als *Humo* in een bredere historische, culturele en (muziek)sociologische context. Dankzij die context werd geconstateerd dat het tegenwoordige conformisme het resultaat is van de verwevenheid tussen muziekindustrie en muzikpers, van bij aanvang verankerd in de aard van het genre. Hoewel die stelling een onophoudelijke polemiek veroorzaakt, staat vast dat iedereen in de muziekindustrie, van roadie tot artiest en van manager tot journalist, hetzelfde doel voor ogen heeft, namelijk het voortbestaan van muziek. Daarbij is geloofwaardigheid essentieel voor iedere pion in de industrie opdat ze anders onvermijdelijk aan statusverlies lijden.

*Humo* distantieert zich tot op vandaag (al dan niet terecht) gretig van haar rol binnen de promotieketen van de industrie, door zichzelf al sinds 1958 onafhankelijk te verklaren. Die onafhankelijkheid had in de eerste plaats betrekking op de politieke verzuiling in België, waar het blad zich graag buiten wenste te houden. Maar ze weerspiegelde zich op tal van vlakken, zo ook in het muziekkatern. *Humo* was in de jaren 1960 en 1970, de twee decennia waarin het haar succes bestendigde, een geprivilegieerd toeschouwer. Het kon zich permitteren een uiterst kritisch, dwars standpunt in te nemen ten opzichte van zowat alles dat zich aandiende. Het schrander standpunt oogstte lof onder lezers, maar verontrustte de uitgesproken conservatieve uitgeverij. Die bevond zich echter in een patstelling omdat de verkoopcijfers er dermate op vooruitgingen. De redactie was één hecht blok dat met niets of niemand rekening hoefde te houden en geen verantwoording hoefde af te leggen. Dit ietwat verheerlijkte beeld wordt ook door de toenmalige redactieleden gepreveld, gecultiveerd en met heimwee gememoreerd.

Die onafhankelijkheid brokkelde vanaf 1978 langzaam af. *Humo* verbond haar lot aan dat van de Rock Rally en aan Torhout/Werchter. Door het initiatief van het rockconcorso zag het zichzelf genoodzaakt de winnaars van de wedstrijd te gaan verdedigen en door de samenwerking met het dubbelfestival sprak het zich meer dan ooit openlijk uit over haar muzieksmaak. *Humo* werd een constructieve kracht, eiste een onwrikbare positie op in de muziekwereld, maar riep daardoor ook een zekere kwetsbaarheid uit over zichzelf. Daarentegen getuigen beide initiatieven ook van de volgroeiing van het tijdschrift, doordat het zich meer op de Belgische markt ging focussen, kleur bekende en voluit van haar eigen sterkte uitging.

Terwijl Guy Mortier onverdroten een eigen pad uitstippelde, bevond Jann Wenner zich in een gecompliceerdere positie. Als hoofdredacteur van het Amerikaanse *Rolling Stone* was hij rechtstreeks afhankelijk van de sponsoring van de nationale platenmaatschappijen, waardoor toegevingen soms ongelukkigerwijze, maar meestal logisch volgden. Het magazine uit San Francisco was structureel anders georganiseerd, waardoor de kloof tussen hoofdredacteur en schrijvers van bij den beginne veel groter was. Mortier had tot de overname van uitgeverij Dupuis in 1985 de luxe zich geen zorgen te moeten maken over adverteerders, terwijl dat Wenner's bekommernis vanaf de eerste editie was.

'Tieners Toppers Treffers', *Humo's* muziekkatern, onderging een duidelijke transformatie in de jaren waarin het blad tot haar definitieve gestalte uitgroeide. Het was altijd een apart katern in het blad, met een eigenzinnige stijl en duidelijk meer creativiteit dan op de gewone bladzijden. Aanvankelijk was het niet meer dan een *fanzine* binnen het blad, met totaal onkritische benaderingen van de toenmalige populaire muziek. Er werd nog geen selectie gemaakt op basis van genre, kwaliteit of smaak van de medewerkers. Met de overname van Mortier veranderde de toon nadrukkelijk en werd er de aanzet gegeven voor een kwaliteitsvollere, rijpere muziekbenadering. Pas rond 1975 zou dat proces voltrokken zijn, dankzij de aanwerving van enkele journalisten met een puike pen en vooral kennis van zake, zoals Marc Didden, Charlie Poel en Wilfried Hendrickx. Zij zouden historisch en cultureel perspectief bieden in de muzikale ontwikkelingen van dat moment en bijdragen aan een duidelijke canonisering waar het blad jaren later nog naar zou teruggrijpen. Beredeneerde besprekingen en diepzinnige interviews ter zijde gelaten, werd het katern ook een democratisch lezersforum, dankzij de rubriek 'Uitlaat', waarin lezers hun mening op muziek ventileren sinds 1971. 'TTT' evolueerde dus van een veredeld *fanzine* met loze weetjes over de populairste groep van het moment naar een coherent en vooral verhelderend geheel waarin een soort sociale ceremonie rond aandacht voor muziek onder melomanen geschiedde. Anno 1978 had het blad zich een schijnbaar onaantastbare status toegeëigend. *Humo* positioneerde zich als een niet beïnvloedbaar, rigoureuze metacriticus: vanop een hoger schavot was het bijzonder scherp in het terecht wijzen van oneerlijke muziek, haar makers en de instanties die het belangeloos zouden moeten verspreiden. Na de piek van '78 volgde onherroepelijk een periode van decompressie, waarin *Humo*, net zoals *Rolling Stone* enkele jaren eerder, haar scherpzinnigheid lichtelijk zag afbuigen. Niettemin bleef het de sluiswachter bij uitstek over 'alternatieve mainstream'.

Als magazine in zijn geheel onderging *Humo* een soortgelijke ontwikkeling, grotendeels dankzij de introductie van politieke en maatschappelijke thema's. Ook dit werd door Mortier aangemoedigd. Dat weerspiegelde zich in de overname van gedegen onderzoeksjournalistiek uit het buitenland, maar ook in de talloze interviews, ofte verbale

bokswedstrijden, door het duo Piet Piryns en Herman De Coninck. De mentaliteit van onpartijdig dwarsligger was een cruciale conditie om de rol van maatschappelijk én cultureel scherprechter te rechtvaardigen.

Hoewel *Rolling Stone* een meer duistere positie had in het maatschappelijk en cultureel veld, geleek het zeker in de beginperiode qua toon en stijl erg sterk op *Humo*. Als blad dat ontstond vanuit de *counter culture* was dat aanvankelijk een natuurlijke rol. Na het verwerven van een schijnbaar niet te evenaren symbolische macht evolueerde het Amerikaanse magazine naar een meer *mainstream* publicatie, waardoor de vergelijking met *Humo* na verloop van tijd niet langer steek hield. *Rolling Stone* heeft slechts gedurende een korte periode daadwerkelijk invloed uitgeoefend op *Humo*: de parallellen wat betreft *gonzo* en *new journalism*, maar ook de interviewstijl, de functie als vernuftig sociaal commentator én thematiek zijn onmiskenbaar, maar waren nooit een evidentie. Beide magazines weerspiegelden een gemeenschappelijke, progressieve tijdsgeest en dus is *Humo*, weliswaar op kleinere schaal en met minder symbolische macht tot gevolg, even authentiek en origineel als *Rolling Stone*.

*Humo* kwam op een totaal andere manier tot stand dan de *underground* publicatie *Rolling Stone*. Terwijl *Rolling Stone* het etiket van *underground* al snel van zich afwierp, was *Humo* al ervoor en erna een uitgesproken 'alternatief' blad. De oprechte, kwaliteitsvolle recensies in 'Toodeloo' waren alweer opgedoekt nog voor er sprake was van een Amerikaanse popcultuur, wat erop wijst dat er nooit sprake was van eenrichtingsverkeer. Amerikaanse beïnvloeding vanwege *Rolling Stone*, maar nog veel meer van de onvermijdelijke, overkoepelende muziekindustrie staat buiten kijf, maar actieve toe-eigening, lokale waardering en betekenisgeving door *Humo* evenzeer. Afsluiten doet dit schrijven met de Beatles, de groep die voor beide publicaties een doorslaggevend katalysator betekende, maar op een totaal andere manier werd geëxploiteerd. *Humo* erkende hun verdiensten al in 1964, maar pas tegen het einde van dat decennium zouden ze definitief bejegend worden als volwaardige, authentieke artiesten, terwijl *Rolling Stone* van bij het begin de groep inschakelde als publiekstrekker en haar hoedanigheid als representant van de waarden van de *counter culture* cultiveerde ten bate van het eigen bestaan.



# Bibliografie

---

## Bibliografische noot

---

Als student geschiedenis was ik niet vertrouwd met het MLA-referentiesysteem. Omwille van de overzichtelijkheid heb ik het me toch eigen proberen te maken. Alle namen van artiesten, bands, filosofen, sociologen en schrijvers werden geraadpleegd via encyclopedieën zoals *Britannica*, *The Encyclopedia of Popular Music*, *OOR's Encyclopedie* en desnoods *Wikipedia*. Ik heb ervoor gekozen om de artikels uit *Humo* en *Rolling Stone*, waarnaar verwezen wordt in mijn werk zelf, niet in onderstaande lijst op te nemen omdat dat simpelweg overbodig en te uitgebreid zou zijn. Wel verwijst ik naar de volledige tijdschriften en via de annotaties tussen haakjes in de tekst zelf zijn deze eenvoudig op te zoeken. Het artikel van Schaevers vormt hierop een uitzondering omdat het belang ervan simpelweg te groot was voor het eindresultaat. Ook wat betreft de bijlagen heb ik beslist om enkel te refereren naar de algemene website die als bron fungeerde voor de afbeeldingen of teksten en niet naar het specifieke artikel in deze lijst. Overigens werden alle personen waarnaar in dit werk verwezen wordt voorzien van geboorte- en sterfdata, enkel indien dergelijke gegevens terug te vinden waren.

## Referentielijst

---

"50 Best Albums of 2014." *Rolling Stone Magazine*. Rolling Stone, 1 dec. 2014. Web. 25 maart 2015.

Adorno, Theodor W. *Prisms*. Vert. Samuel en Sherry Weber. Cambridge: The MIT Press, 1981. Print.

Aerts, Jerry. "De muziekkritiek in Vlaanderen". *Contra. Stemmen over muziek* 1 (2001): 3-9. Print.

"Artikels door Karel de Knagge." *Humo The Wild Site Online Archief*. Humo N.V., 1999. Web. 27 nov. 2014.

"Artikels door Marc Didden." *Humo The Wild Site Online Archief*. Humo N.V., 1999. Web. 27 nov. 2014.

Atton, Chris. "Writing about listening: alternative discourses in rock journalism." *Popular Music* 28.1 (2009): 53-67. *Cambridge Journals*. Web. 18 maa. 2015.

Bangs, Lester. *Mainlines, Blood Feasts, and Bad Taste. A Lester Bangs Reader*. John Morthland red. New York: Anchor Books, 2003. Print.

Bangs, Lester. *Psychotic Reactions and Carburetor Dung*. Greil Marcus red. New York: Alfred A. Knopf, 1987. Print.

Barker, Chris. *Cultural Studies: Theory and Practice*. Londen: Sage, 2000. Print.

- Baskerville, David. *Music Business Handbook and Career Guide*. Los Angeles: The Sherwood Company, 1979. Print.
- Bird, Otto Allen. "Immanuel Kant." *Encyclopaedia Britannica Online: Academic Edition*. Encyclopaedia Britannica Inc., 2015. Web. 7 apr. 2015.
- Bouman, P.J. *Cultuurgeschiedenis van de twintigste eeuw. In Westeuropees perspectief*. Elsevier: Amsterdam, 1977. Print.
- Browne, Ray B. en Browne, Pat red. *The Guide to United States Popular Culture*. Bowling Green: State University Popular Press, 2001. Print.
- Carroll, E. Jean. *Hunter: The strange and savage life of Hunter S. Thompson*. New York: Dutton, 1993. Print.
- Chambers, Iain. *Popular Culture: the metropolitan experience*. Londen: Methuen, 1986. Print.
- Christgau, Robert. "History of Rock Criticism." *Reporting the Arts II: New Coverage of Arts and Culture in America*. New York: National Arts Journalism Program, 2003. 140-143. *Najp*. Web. 25 nov. 2014.
- Christgau, Robert. "Writing about music is writing first." *Popular Music* 24.3 (2005): 415-421. *JSTOR*. Web. 3 jan. 2015.
- Cooper, B. Lee. "Rock Journalists and Music Critics: A Selected Bibliography." *Popular Music and Society* 33.1 (2010): 75-101. *Routledge*. Web. 25 nov. 2014.
- Coward, Rosalind. *Speaking Personally: the rise of subjective and confessional journalism*. Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2013. Print.
- "Crawdaddy!" *Rock's Backpages Library*. Rock's Backpages, s.d. Web. 13 mei 2015.
- "Creem." *Rock's Backpages Library*. Rock's Backpages, s.d. Web. 13 mei 2015.
- Dahlgren, Peter en Sparks, Colin, red. *Journalism and popular culture*. Londen: Sage, 1996. Print.
- De Braekeleer, Mireille. "Redactionele formule." *Roularta Media*. Roularta Media, 2013. Web. 7 mei 2015
- Delvaux, Jan. *Rock Werchter sinds 1975*. Antwerpen: Manteau, 2014. Print.
- De Moor, Wam. *De kunst van het recenseren van kunst*. Bossum: Coutinho, 1993. Print.
- De Meyer, Gust. *Cultuur met een kleine c*. Leuven: Acco, 2004. Print.
- De Meyer, Gust. *De hitfabriek: een kijkje achter de schermen van de populaire muziek-industrie*. Leuven: Cabay, 1981. Print.
- De Meyer, Gust. *Rock is dood*. Gent: Academia Press, 2010. Print.
- De Meyer, Gust en Trappeniers, Alex. *Lexicon van de muziekindustrie*. Leuven: Acco, 2003. Print.

- Denisoff, Serge R. *Sing a song of social significance*. Bowling Green: University Popular Press, 1972. Print.
- Denisoff, Serge R. *Solid gold: the popular record industry*. New Brunswick: Transaction, 1975. Print.
- DeRogatis, Jim. *Let it Blurt: The Life & Times of Lester Bangs, America's greatest rock critic*. New York: Broadway Books, 2000. Print.
- De Schryver, Sander. "Gatekeeping in de muziekjournalistiek: een literatuurstudie en onderzoeksoepzet." Bachelorpaper. Lessius Antwerpen, 2011. Print.
- Didden, Marc. *May I quest you an askion?* Gent: Globe, 2000. Print.
- Didden, Marc. *Enkele interviews: Een selectie uit Humo*. Guy Mortier red. Brussel: Dupuis, 1981. Print.
- "Disc and Music Echo." *Rock's Backpages Library*. Rock's Backpages, s.d. Web. 13 mei 2015.
- Draeck, Kristin. "Geshiedenis en inhoudsanalyse van *Humoradio* (1936-1993). Van radioblad naar méér dan radio- en televisieblad." Thesis. KULeuven, 1992. Print.
- Draper, Robert. *Rolling Stone Magazine: The uncensored history*. New York: Doubleday, 1990. Print.
- Droeven, Valerie. "'Humo is zoals het nationale elftal. Iedereen heeft er een mening over'." *De Standaard Cultuur* 2 maa. 2013: 18. *Go Press Academic*. Web. 30 maa. 2015.
- Droeven, Valerie. "'Ik wil het zure Vlaanderen verzoeten'." *De Standaard Cultuur* 2 maa. 2013: 20. *Go Press Academic*. Web. 30 maa. 2015.
- Droeven, Valerie en Schelstraete, Inge. "'Er was niets rock-'n-roll aan mijn leven'." *De Standaard Cultuur* 26 apr. 2014: 6. *Go Press Academic*. Web. 30 maa. 2015.
- Druyts, Kristien. "Discours over muziek in *Humo*: tussen kritiek en promotie?" Thesis. KULeuven, 1995. Print.
- Featherstone, Mike. *Consumer culture and postmodernism*. Beverly Hills: Sage, 1991. Print.
- Flippo, Chet. "The History of Rolling Stone." I, II en III. *Popular Music & Society* 3.3 en 3.4 (1973-1974): 159-188, 258-280 en 281-298. Print.
- Friedländer, Paul. *Rock and roll: a social history*. Boulder: Westview Press, 1996. Print.
- Frith, Simon. "Rock." *Encyclopaedia Britannica Online: Academic Edition*. Encyclopaedia Britannica Inc. 2015. Web. 7 apr. 2015.
- Frith, Simon. "'The magic that can set you free': the ideology of folk and the myth of the rock community." *Popular Music* 1.1 (1981): 159-168. *JSTOR*. Web. 29 dec. 2014.
- Frith, Simon. *The Sociology of rock*. Londen: Constable, 1978. Print.

- Frontani, Michael R. "'Beatlepeople': Gramsci, the Beatles and Rolling Stone Magazine." *American Journalism* 19.3 (2002): 39-61. *Routledge*. Web. 18 maa. 2015.
- Gans, Herbert J. *Popular culture and high culture: analysis and evaluation of taste*. 2e ed. New York: Basic Books, 1999. Print.
- Gevels, Felix. "De radio- en televisieweekbladen *Humo* en *TV-Ekspres*, een inhoudsanalyse." Thesis. KULeuven, 1975. Print.
- Gioia, Ted. "Music Criticism Has Degenerated Into Lifestyle Reporting." *The Daily Beast*. The Daily Beast Company, 18 maa. 2014. Web. 21 maa. 2015.
- Glieca, Osvaldo. "Frank Zappa, his music, and the legacy with postmodernism." Thesis. Goldsmiths University of London, 2010. *Scribd*. Web. 10 mei 2015.
- Gloag, Kenneth. "Situating the 1960s: Popular Music – Postmodernism – History." *Rethinking History: The Journal of Theory and Practice* 5.3 (2001): 397-410. *Routledge*. Web. 26 apr. 2015.
- "Greil Marcus." *Rolling Stone Archives Online*. Web. 27 nov. 2014.
- Hall, Stuart en Whannel, Paddy. *The Popular Arts*. New York: Pantheon, 1965. *Google Scholar*. Web. 1 mei 2015.
- Hanot, Jules. "'Dwarskijker' kijkt niet meer". *De Morgen* 9 sept. 2010. *De Morgen tv & media*. Web. 27 nov. 2014.
- Heath, Joseph en Potter, Andrew. *Nation of Rebels: Why Counterculture Became Consume Culture*. New York: HarperBusiness, 2005. Print.
- Hesmondhalgh, David. "Bourdieu, the media and cultural production." *Media, Culture & Society* 28.2 (2006): 211-231. *Sage*. Web. 3 maa. 2015.
- Hirsch, Paul M. "Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems." *American Journal of Sociology* 77.4 (1972): 639-659. *JSTOR*. Web. 30 maa. 2015.
- Hoffmann, Frank. *The Literature of Rock*. Vol. 1: 1954-1978. Metuchen: Scarecrow, 1981. Print.
- Horkheimer, Max en Adorno, Theodor W. "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception." *Media and Cultural Studies: keywords*. Meenakshi Gigi Durham en Douglas M. Kellner red. Oxford: Blackwell, 2001. 41-72. Print.
- Hoskyns, Barney red. *The Sound and the Fury. A Rock's Backpages Reader: 40 years of Classic Rock Journalism*. Londen: Bloomsbury, 2003. Print.
- Humo, onafhankelijk weekblad voor radio en televisie* 1-... (1936-...). Tijdschrift. Print en web.
- "Hunter S. Thompson." *Rolling Stone Archives Online*. Web. 27 nov. 2014.

- Jones, Steve red. *Pop music and the Press*. Philadelphia: Temple University Press, 2002. Print.
- Keunen, Gert. *Alternatieve mainstream, over selectiemechanismen in het popmuziekcircuit*. Tiel: Lannoo Campus, 2013. Print.
- Knack 1-... (1971-...). Tijdschrift. Print.
- Laermans, Rudi. *Sociologie*. 2e ed. Leuven: Acco, 2010. Universiteitscursus. Print.
- Laermans, Rudi. "The Relative Rightness of Pierre Bourdieu: Some Sociological Comments on the Legitimacy of Postmodern Art, Literature and Culture." *Cultural Studies* 6.2 (1992): 248-260. Print.
- Larkin, Colin. *The Encyclopedia of Popular Music*. 3e ed. Vol. 1-8. Londen: Macmillan, 1998. Print.
- Leonard, Marion, et al. *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World*. Vol. 1: Media, Industry and Society. Red. John Shepherd et al. Londen: Continuum, 2003. Print.
- "Lester Bangs." *Rolling Stone Archives Online*. Web. 27 nov. 2014.
- Levenson, Jacob. "Why John Lennon Matters." *Columbia Journalism Review* 48.2 (2009): 54-58. Web. 16 apr. 2015.
- Lindberg, Ulf, et al. *Rock Criticism from the Beginning: amusers, bruisers and cool-headed cruisers*. New York: Peter Lang, 2005. Print.
- Marcus, Greil red. *Psychotic Reactions and Carburetor Dung, the Work of a Legendary Critic: rock'n'roll as literature and literature as rock'n'roll*. New York: Anchor Books, 1988. Print.
- Marcus, Greil red. *Rock and roll will stand*. Boston: Beacon, 1969. Print.
- Masschelein, Anneleen, et al. "The Literary Interview: Toward a Poetics of a Hybrid Genre." *Poetics Today* 35.1 (2014): 1-50. Web. 26 apr. 2015.
- McLeese, Don. "Straddling the Cultural Chasm: The Great Divide between Music Criticism and Popular Consumption." *Popular Music and Society* 33.4 (2010): 433-447. *Routledge*. Web. 17 jan. 2015.
- Meermans, Anne. "*Humo* en literatuur: bevestiging van een ideologie?" Thesis. KULeuven, 1996. Print.
- Meijers, Constant. *Muziekkrant OOR's eerste Nederlandse Pop Encyclopedie*. 3e ed. Hilversum: Folio, 1981. Print.
- Meijntjens, Gert-Jan. *Adorno and the culture industry*. KUL, Leuven, BE. 11 maa. 2015. Masterclass.
- "Melody Maker." *Rock's Backpages Library*. Rock's Backpages, s.d. Web. 13 mei 2015.

- Mertens, Siep. *Beoordelingscriteria die journalisten gebruiken bij het beoordelen van pop- en rockmuziek*. Diss. KULeuven Faculteit Sociale Wetenschappen, 2011. Web. 25 nov. 2014.
- Mijlemans, Marc. *Mijl op zeven: nagelaten werk*. Leuven: Kritak, 1993. Print.
- Miller, Jim red. *The Rolling Stone: illustrated history of rock & roll*. New York: Random House, 1976. Print.
- Missault, Bram. "Hedendaagse muziekjournalistiek in Vlaanderen, het spoor bijster?" *Enola*. Enola vzw, 2010. Web. 25 nov. 2014.
- Morthland, John red. *Mainlines, Blood Feasts, Bad Taste: a Lester Bangs Reader*. New York: Anchor Books, 2003. Print.
- Mortier, Guy. Persoonlijk interview. 18 mei 2015.
- Mortier, Guy red. *Het leukste uit Humo*. Leuven: Kritak, 1989. Print.
- Mortier, Guy red. *HUMO: de koppen bij elkaar, VAN POOL TOT ZEVEARAAR*. Antwerpen: Coda, 1992. Print.
- Mortier, Guy red. *Het leukste uit Humo*. Leuven: Van Halewyck, 2001. Print.
- Mosser, Jason. "What's Gonzo About Gonzo Journalism?" *Literary Journalism Studies* 4.1 (2012): 85-90. EBSCO. Web. 25 november 2014.
- "New Music Express." *Rock's Backpages Library*. Rock's Backpages, s.d. Web. 13 mei 2015.
- Paap, Wouter. *Wegen en dwaalwegen der muziekkritiek*. Utrecht: Spectrum, 1978. Print.
- Paddison, Max. "The Critique Criticised: Adorno and Popular Music." *Popular Music* 2.1 (1982): 201-218. JSTOR. Web. 28 dec. 2014.
- Pichaske, David. *A generation in motion: popular music and culture in the sixties*. New York: Macmillan, 1979. Print.
- Piryns, Piet en De Coninck, Herman. *Woe is woe in de Nedderlens*. Amsterdam: Manteau, 1972. Print.
- "Playboy." *Encyclopaedia Britannica Online: Academic Edition*. Encyclopaedia Britannica Inc. 2015. Web. 13 mei 2015.
- Powell, Mike. "Music Criticism is not "Lifestyle Reporting": A Response." *Pitchfork*. Pitchfork Media Inc., 19 maa. 2014. Web. 22 maa. 2015.
- Powers, Devon. "'BYE BYE ROCK": On the possibility of an ethics in rock criticism". *Journalism Studies* 10.3 (2009): 322-336. Ebsco. Web. 23 feb. 2015.
- Regev, Motti. "Producing artistic value: the case of rock music." *The Sociological Quarterly* 35.1 (1994): 85-102. ProQuest. Web. 13 maa. 2015.
- Reynolds, Simon C.W. "Rock criticism." *Encyclopaedia Britannica Online: Academic Edition*. Encyclopaedia Britannica Inc. 2015. Web. 7 apr. 2015.

Roka, Les. "A Day in the Life of American Music Criticism: the Sergeant Pepper Debate of 1967-69." *Journalism History* 30.1 (2004): 20-30. Ebsco. Web. 25 nov. 2014.

*Rolling Stone* 1-... (1967-...). Tijdschrift. Print en web.

Schaevers, Mark. "Humo 75 (1), Humo 75 (slot)". *Humo* 75.7 en 75.8 (2011): 40-47 en 120-127. Print.

Schelstraete, Inge en Droeven, Valerie. "Een onverwachte keuze die er geen zou moeten zijn." *De Standaard DS2* 24 apr. 2014: 5. *Go Press Academic*. Web. 30 maa. 2015.

*Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*. The Beatles. Parlophone, 1967. Album.

Shuker, Roy. *Understanding Popular Music*. Londen: Routledge, 1994. Print.

Simonart, Serge. *Fuck Off & andere citaten*. Amsterdam: Nijgh & Van Ditmar, 1997. Print.

Simonart, Serge. *Off the record*. In *gesprek met grootste rocksterren van vandaag*. Tielt: Lannoo, 2007. *Google Books*. Web. 27 nov. 2014.

Smith, Jen. "Advertising at its best." *Flickr*. Yahoo Company, s.d. Web. 13 mei 2015.

Stokes, Geoffrey. *Star-making machinery: inside the business of rock and roll*. New York: Random House, 1977. Print.

*The Cover of "Rolling Stone"*. Dr. Hook & The Medicine Show. Columbia Records, 1972. Lied.

*The White Album*. The Beatles. Apple, 1968. Album

Thompson, Hunter S. *Fear and Loathing at Rolling Stone. The Essential Writing of Hunter S. Thompson*. Jann Wenner red. New York: Simon & Schuster, Inc., 2011. Print.

Van Boxem, Koen. "Humor is saus die alles bij elkaar hield." *De Tijd* 24 apr. 2014: 13. *Go Press Academic*. Web. 29 maa. 2015.

Vanden Bempt, Jonas. "Een kwalitatieve inhoudsanalyse van albumrecensies van Belgische muziekgroepen: een vergelijking tussen 'Oor' en 'Humo'." Thesis. KULeuven, 2007. Print.

Vantighem, Peter. "Hiphop was grotere revolutie dan rock." *De Standaard* 6 mei. 2015: 4-5. Print.

*Video killed the radio star*. The Buggles. Island, 1979. Lied.

Voorjans, Bert. "De evolutie van de Angelsaksische muziekjournalistiek. Case-Study: Simon Reynolds als moderne New Journalism." Thesis. KULeuven, 2014. Print.

*We're only in it for the money*. Frank Zappa. Verve, 1968. Album.

Wenner, Jan en Lennon, John. *John Lennon: de interviews uit Rolling Stone*. Vert. Pim Oets. Utrecht: Bruna, 1972. Print.

Wenner, Jan, red. *Rolling Stone: 1,000 covers: a History of the Most Influential Magazine in Pop Culture*. New York: Abrams, 2006. Print.

Whiteley, Sheila. *The Space Between the Notes, Rock and the counter-culture*. New York: Routledge, 1992. Print.

Wicke, Peter. *Rock Music: Culture, aesthetics and sociology*. Vert. Rachel Fogg. Cambridge: University Press, 1990. Print.

Williams, Raymond. *Culture and society 1780-1950*. Harmondsworth: Penguin Books, 1975. Print.

Wolfe, Tom. *The New Journalism*. New York: Harper and Row, 1973. Print.

### **Websites (volledig)**

Comer, Tye M red. *Billboard*. Billboard, s.d. Web. 25 apr. 2015.

*Encyclopaedia Britannica Online: Academic Edition*. Encyclopaedia Britannica Inc., s.d. Web. 13 mei 2015.

Hoskyns, Barney. *Rock's Backpages*. Backpages Limited, 2000. Web. 13 mei 2015.

*Humo, The Wild Site*. Humo N.V., 1999. Web. 26 mei 2015.

*Hypemachine*. Hypemachine, 2005. Web. 1 mei 2015.

Lapatine, Scott. *Stereogum*. Stereogum, 2002. Web. 1 mei 2015.

*Oldie Lyrics*. Oldies Lyrics, s.d. Web. 13 mei 2015.

Oor. European Magazine Distributors, EMD, s.d. Web. 11 mei 2015.

*Pitchfork*. Pitchfork Media Inc., s.d. Web. 1 mei 2015.

*RifRaf*. RifRaf Musiczine, s.d. Web. 12 mei 2015.

*Rock Werchter*. Rock Werchter, s.d. Web. 13 mei 2015.

*Rolling Stone Coverwall 1967-2013*. Rolling Stone LLC, s.d. Web. 21 mei 2015.

*Roularta Media*. Roularta Media Group, 2013. Web. 7 mei 2015.

*The Beatles Online*. Apple Corps, s.d. Web. 23 mei 2015

*Wikipedia*. Wikimedia Foundation, 2001. Web. 21 mei 2015.

*Zappa*. Montanasoon, 1993. Web. 23 mei 2015.

# Bijlagen

---

Bijlage 1: Cover van *The White Album* van de Beatles ("The Beatles (White Album)."  
*The Beatles Online*. Apple Corps, s.d. Web. 23 mei 2015).



Bijlage 2: parodie *We're Only in it for the Money* van Frank Zappa (links) op *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* van de Beatles (rechts) ("We're Only in it for the Money." Zappa. Montanasoon, 1993. Web. 23 mei 2015; "The Beatles (Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band)." *The Beatles Online*. Apple Corps, s.d. Web. 23 mei 2015).



Bijlage 3: De *roach clip*-advertentie die bij de vijfde editie van *Rolling Stone* zat (Smith, Jen. "Advertising at its best." *Flickr*. Yahoo Company, s.d. Web. 13 mei 2015).



BY JOHN F. BRYANT JR. 1962

Fac

# This handy little device can be yours free!

Actual Size  
4 3/4"

\* An essential accessory for the successful musician and the completely equipped rock and roll fan. It has one thousand and one uses around the home, in rehearsal or for better music appreciation. Applications of this delightfully simple piece of machinery range from the frivolous (changing earrings) to the practical (preventing singed lips.) Each handle comes individually lashed in either mahogany, ebony, oak or rosewood. No two alike! Get 'em while they last.

Without delay, subscribe to *Rolling Stone*! We'll give you one "Handy Little Device" free with your subscription. If you would like to give a gift subscription to a loved one, we'll send you two "Handy Little Devices" or one to you and one to your loved one. Act now before this offer is made illegal.

Bijlage 4: de songtekst van "Cover of the Rolling Stone" ("Cover of the Rolling Stone – Dr. Hook and The Medicine Show." *Oldie Lyrics*. Oldies Lyrics, s.d. Web. 13 mei 2015).

Well we're big rock singers  
We got golden fingers  
And we're loved everywhere we  
go  
We sing about beauty and we  
sing about truth  
At ten thousand dollars a show  
We take all kinda pills  
That give us all kinda thrills  
But the thrill we've never known  
Is the thrill that'll getcha  
When you get your picture  
On the cover of the Rollin' Stone  
Wanna see my picture on the  
cover  
Wanna buy five copies for my  
mother  
Wanna see my smilin' face  
On the cover the cover of the  
Rollin' Stone  
I got a freaky old lady  
Name a Cocaine Katie  
Who embroideries on my jeans  
I got my poor ol' grey haired  
Daddy  
Drivin' my limousine  
Now it's all designed  
To blow our minds  
But our minds won't really be  
blown  
Like the blow that'll getcha  
When you get your picture  
On the cover of the Rollin' Stone

Wanna see my pictures on the  
cover  
Wanna buy five copies for my  
mother  
Wanna see my smiling face  
On the cover the cover of the  
Rollin' Stone  
We gotta lotta little teenage blue-  
eyed groupies  
Who'll do anything we say  
We got a genuine Indian guru  
Who's teachin' us a better way  
We got all the friends that money  
can buy  
So we never have to be alone  
And we keep gettin' richer, but  
we can't get our picture  
On the cover of the Rollin' Stone  
Wanna see my picture on the  
cover  
Wanna buy five copies for my  
mother  
Wanna see my smilin' face  
On the cover of the Rollin' Stone  
On the cover of the Rollin' Stone  
Gonna see my picture on the  
cover  
Gonna buy five copies for my  
mother  
Gonna see my smiling face  
On the cover of the Rollin' Stone

Bijlage 5: een duidelijk voorbeeld van pseudo-publiciteit, met een overvloed aan foto's en een gebrek aan tekst en diepgang ("De verenigde gabbers." *Humo* 1444, 96-97).



Bijlage 6: de affiche voor het dubbelfestival Torhout/Werchter van 1978. *Humo* is prominent aanwezig en lijkt wel de hoofdorganisator. Daarnaast valt het op dat de line-up heel wat artiesten bevat die dezelfde jaargang meermaals terugkwamen in de *Humo*-bladzijden ("Woodland Festival Torhout/Rock & Blues Festival Werchter 1978." *Geschiedenis Rock Werchter*. Rock Werchter, s.d. Web. 13 mei 2015).

**WERCHTER 10 km van LEUVEN**  
**ROCK & BLUES**  
**FESTIVAL '78**

met medewerking van  
**HUMO**  
onafhankelijk weekblad voor radio en televisie

**zaterdag 8 juli 20 u**  
**T-DANSANT MET**  
**FLASH EXPERIENCE**

**zondag 9 juli 14 u**  
**RAYMOND VAN HET GROENEWOUD**  
**GRUPPO SPORTIVO**  
**RUNAWAYS**  
**TALKING HEADS**  
**DR. FEELGOOD**  
**NICK LOWE, DAVE EDMUNDS**  
**& ROCKPILE**

(verantw. uitg. VZW Altsien, Walstraat, 38, Werchter)

Bijlage 7: de cartoon van Kamagurka die de sarcastische woorden van Marc Didden's recensie ondersteunde ("Sammy Hagar: "All night long". Humo 1996, 190).





