

Het stripverhaal: geen krantevulsel

Er was een tijd dat één strip een krant kon maken of breken. Zo werd trouwens de krantestrip geboren: als een geducht wapen in een moordende concurrentieslag tussen Amerikaanse dagbladen in het laatste decennium van de vorige eeuw.

Vandaag zal nauwelijks één vakman nog oprecht geloven dat leven of dood van een krant afhangt van een bepaald stripverhaal. Daarvoor is de aard van de kranten en de rol van de pers in het algemeen te veel geëvolueerd.

De eerste strip in een dagblad verscheen in 1892 in de *San Francisco Examiner*. Illustrenderende tekeningen, korte verhaaltjes in tekenvorm en satirische cartoons kon je op dat ogenblik natuurlijk al in vele bladen vinden. Maar de strip in de *SF Examiner* was een dagelijks, getekend verhaaltje, waarin steeds dezelfde helden een rol speelden. En daarmee voldeed de strip aan de definitie van het moderne krantestripverhaal.

De *SF Examiner* was de krant van de toen nog jonge toekomstige persmagnaat William Randolph Hearst, de man die later meer dan om het even wie zijn stempel op de Amerikaanse pers zou drukken. Uiteindelijk zou Hearst als 'Citizen Kane' vereeuwigd worden door het filmgenie Orson Welles — en als een klassieker de geschiedenis ingaan.

De strip in de *Examiner* heette *Little Bear and Tiger*, werd geschreven én getekend door de toen zeventienjarige James Swinnerton. Verteld werden de verhaaltjes van een clubje beertjes en in het algemeen was de strip zo slecht, dat moderne lezers er misschien wel hun krant voor zouden opzeggen. In 1892 sloeg de strip in als een bom.

Maar in die tijd sloeg elk plaatje in een krant in als een bom. De grafische reproductietechnieken waren toen nog zo primitief, dat alle kranten bijzonder pover geïllustreerd waren. Elke illustratie was het produkt van een moeilijk en ingewikkeld proces, dat daarenboven zeer duur was. Hearst, die zijn lezers elke dag een strip beloofde, werd door zijn collega's uitgever dan ook beschouwd als een dwaas, die nodeloos geld over de balk smeedt.

Maar in feite was het een meesterlijke zet, waarvan de impact op de lezers van die tijd met niets in onze tijd te vergelijken is, zelfs niet met de impact die de invoering van de vierkleuren-druk heeft gehad. De stuntelige beertjes in de *Examiner* waren uniek. Bestaande lezers werden erdoor gebocid. Vooral werd een totaal nieuw lezerspubliek aangesproken.

Zoals in alle grotere steden van de Verenigde Staten bestond de bevolking van San Francisco in die tijd voor een belangrijk gedeelte uit mensen die nauwelijks of heel slecht Engels konden spreken en lezen.

Het tekenverhaal, met eenvoudige, summier teksten die je dank zij de tekeningen nog gemakkelijker kon verstaan, bood deze immigranten voor het eerst de kans om ook eens 'echt' een krant te 'lezen'.

De strip van Swinnerton werd een bliksemsucces in San Francisco — en leerde Hearst een truk die hij vier jaar later met nog groter succes zou toepassen.

In het midden van de jaren negentig vestigde Hearst zich in

New York en begon aan de verovering van de krantemarkt in die stad, de meest winstgevende van de Verenigde Staten. Met geld dat zijn vader verdiende in zilvermijnen kocht W.R. Hearst een noodlijdend blad, de *New York Journal*, en begon een moordende concurrentieslag tegen de op dat ogenblik grootste krant van het land, de *New York World*. De *World* was eigendom van de persmagnaat Pulitzer.

Het succesrijkste onderdeel van de *World* was de zondagse uitgave van het blad, geproduceerd door de geniale hoofdredacteur Morrill Goddard. Hij liet voor het magazinedeel van zijn blad elke week een stripverhaal tekenen door de jonge R.F. Outcault.

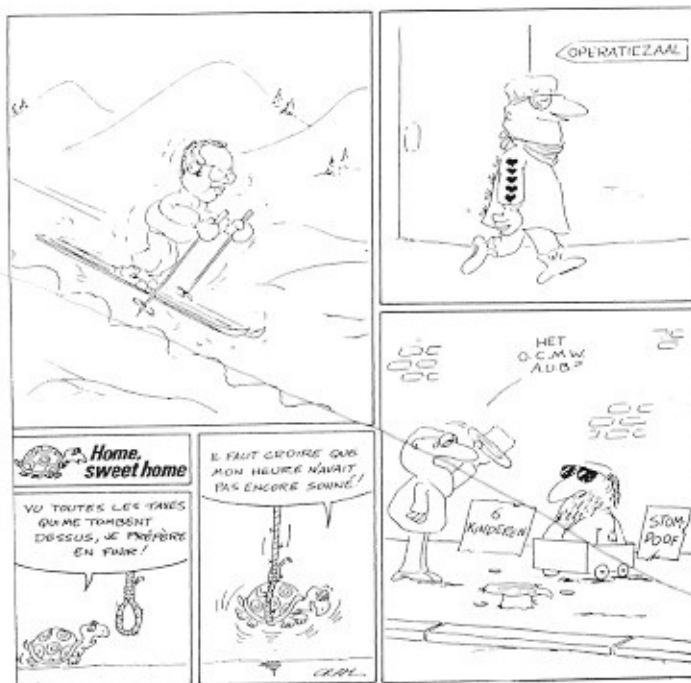
Held van die strip was een jongetje, in onze ogen bijzonder stuntelig en karakterloos getekend, dat evenwel opviel door één heel speciale eigenschap: hij was 'gekleed' in een vlek gele steunkleur.

De strip heette *The Yellow Kid* en het effect ervan was in New York best te vergelijken met die van de beertjes in San Francisco.

Hearst kocht hoofdredacteur Goddard weg bij Pulitzer. En Goddard voerde in zijn gevolg tekenaar Outcault mee naar de *Journal*. *The Yellow Kid* werd een dagstrip en de krant van Hearst zag haar oplage meteen stijgen.

Pulitzer beschouwde de strip evenwel als zijn eigendom en engageerde een nieuwe tekenaar, George Luks, die een eigen versie van de *Kid* tekende voor de *World*.

Marc Mestag.





Eddi De Winter.

Maandenlang verschenen de twee versies van het gele knaapje naast mekaar in de twee kranten. De bladen gingen mekaar te lijf met zulke hysterische journalistieke technieken, dat men uiteindelijk van 'yellow journalism' ging spreken wanneer men 'sensatiejournalistiek' bedoelde: de term staat vandaag in elk Engels woordenboek en refereert direct naar de gele steunkleur van de Kid-strips.

The Yellow Kid was daarmee de eerste krantestrip die een hoofdrol moest spelen in een 'oorlog' tussen twee kranten. Hij werd meteen een trendsetter.

In de volgende decennia werden steeds opnieuw strips gebruikt als middel om lezers aan kranten te binden, of van de ene krant naar de andere te halen. In vakkringen blijft men een aantal spectaculaire voorbeelden onthouden, zoals in Groot-Brittannië, waar in de jaren twintig de *Daily Express* een topplaats in de oplage-hitparade bevocht dank zij *Rupert the Bear* (en dat is een strip die vandaag nog altijd in die krant verschijnt).

Bij ons spreekt men in dat verband nog altijd over Marc Sleens *Nero*, in de jaren zestig door de Standaardgroep weggekocht van *Het Volk*, in een poging om de hegemonie van die krant te breken in de provincies Oost- en West-Vlaanderen. (Het maneuver lukte toen niet; *Het Volk* verloor uiteindelijk de concurrentieslag, maar veel minder op basis van stripkwaliteit, eerder op basis van andere, zuiver journalistieke elementen.)

De *Nero*-slag was waarschijnlijk de laatste keer dat een strip in ons land een dergelijke rol mocht en kon spelen. Want intussen is de (hoofd)rol van de strip in het concurrentie-arsenaal van de kranten grondig veranderd.

Natuurlijk, makers en verkopers van stripverhalen slijten hun produkten nog steeds met de kreet dat hun produkten gegarandeerde 'circulation builders' zijn, maar geen enkele kranteman zal dat nog echt en onvoorwaardelijk geloven. Dat klinkt misschien paradoxaal, als je weet dat de kwaliteit van de krantestrip in de voorbije twee decennia zo ongelooflijk verbeterde. Maar terwijl de strips op zichzelf beter werden, veranderden hun functies in de kranten ook snel, grondig en geruisloos.

Terug naar het recente verleden: tot rond het einde van de jaren zestig waren kranten in Vlaanderen in hoge mate 'statische' publikaties. Wat toen 'nieuws' werd genoemd, was in hoofdzaak afkomstig uit een beperkt aantal traditionele, geïnstitutionaliseerde bronnen.

Nieuws voor de kranten werd geleverd door het Parlement, door de rechtbanken, door enkele grote sociale en culturele organisaties, door provincie- en gemeenteraden. Journalisten kregen nieuws voorgelezen, noteerden het en gaven het weer in hun blad.

Creatieve journalistiek was zeldzaam. Commentatoren waren er natuurlijk wel, en in overvloed, maar de moderne reporter die buiten de begane paden treedt om nieuws te vergaren, was eerder een witte duif.

Wie vandaag bladert in kranten van twintig jaar geleden, stelt telkens opnieuw vast dat die bladen tjokvol zaten met verslagen van 'gebeurtenissen', maar verschrikkelijk arm zijn aan analyse, achtergrond, verhalen — en fantasie.

Differentiatie tussen de kranten had te maken met uiterlijkheden zoals formaat en grafische vormgeving (of het ontbreken daarvan) — of met de verschillende politieke en ideologische standpunten die werden ingenomen door hun commentatoren.

Fantasie in kranten was in hoge mate het terrein van de strip-tekenaars. Want vaak waren hun produkten, samen met het feuilleton, de enige vonkjes van verbeelding die een krant een beetje deden oplichten.

Vandaag voldoen de elektronische media aan de 'blote' nieuwsnood van de burger. Kranten hoeven (en mogen) niet langer registratie-apparaten te zijn van het nieuwsgebeuren; journalisten hebben al hun fantasie moeten opdiepen om aan de concurrentiedruk van radio en televisie te ontsnappen. En het gevolg daarvan is een krant die zoveel meer fantasie bevat, dat ze in vergelijking met twintig jaar geleden van een andere planeet lijkt te komen.

In een moderne krant ontmoet de lezer bladzijde na bladzijde 'speciale' reportages, stukken die een onderwerp wat diepgaander pogen te ontleden, infografieken die ingewikkelde onderwerpen visueel, snel en efficiënt duidelijk maken, voetnoten bij de actualiteit, tot en met ironiserende cursiefjes die dingen zeggen die de serieuze commentator moeilijk kwijt kan. De strip is daarbij gedegradeerd tot slechts één van de

vele fantasievonkjes in de krant, misschien nog maar een kort rustpuntje.

Slechts een rustpunt, maar wel een belangrijk rustpunt. Daarover bestaat in elk geval nog geen twijfel. Datzelfde kan echter niet worden gezegd over de formule van het typische Vlaamse krantestripverhaal.

De Vlaamse krantestrip bestaat uit twee bandjes (d.w.z. de helft van een bladzijde in een album) en vertelt een vervolghet verhaal. Dat veronderstelt dat de tekenaar elke dag aan het begin van zijn eerste bandje met een nieuw onderdeel in zijn verhaal begint, en aan het einde van zijn tweede bandje een hoogtepunt bereikt dat de lezer naar de krant van de volgende dag meesleept.

Dat was ongetwijfeld zeer mooi in een tijd toen de lezers geen andere informatiebronnen hadden dan kranten, nauwelijks andere verstrooiing zochten dan dat wat hen in de kranten werd geboden. Toen onthield waarschijnlijk iedereen nog haarfijn wat Suske of Jommeke deden in hun laatste 'prentje'. Maar is dat vandaag nog zo?

De moderne lezer wordt nu bestookt en geprikkeld van zoveel kanten tegelijk, dat hij het steeds moeilijker krijgt om de 'draad' van zijn vervolghet verhaal nog vast in zijn geheugen te verankeren.

Tussen twee acties van Suske liggen vandaag waarschijnlijk een paar tv-series, een tv-spelletje, een speelfilm, zoveel dingen die ervoor zorgen dat de herinnering aan dat laatste 'prentje' wordt uitgewist.

Vlaamse stripproducenten hebben zich tot nog toe niet veel van die evolutie aangetrokken. Zij lijken blind te blijven voor de gevaren die hen steeds meer bedreigen: aan de ene kant hebben de kranten hen minder nodig als leveranciers van klantenwervende, klantenbindende produkten. Aan de andere kant ervaren de lezers steeds meer dat de traditionele strips niet meer aangepast zijn aan het moderne informatie-levensritme.

Uitgevers van stripalbums hebben de kranten nodig, omdat albums alleen vlot te verkopen zijn dank zij de reclame die ze krijgen bij prepublikatie in de pers. Op dit ogenblik zoeken alle uitgevers onafgebroken naar nog meer mogelijkheden tot voorpublikatie — zonder die te vinden. Want ruimte is schaars.

Maar intussen is de doorbraak van vooral buitenlandse stopstrips, beter aangepast aan de noden van de lezers, in de Vlaamse kranten begonnen. De invasie is onafwendbaar geworden. Die stopstrips tonen lezers hoe leuk het is om strips te lezen die slechts één bandje lang zijn, snel hun gags debiteren, waarna je de volgende dag gewoon van voren af aan begint, zonder te eisen dat de lezer zich het verhaaltje van de vorige dag ook nog herinnert.

In de volgende jaren zal die trend zich ongetwijfeld verder doorzetten, waarschijnlijk zal hij nog versnellen. Wat gebeurt dan met de traditionele Vlaamse krantestrip? Ik laat het antwoord op die vraag open.

Sterven zal de krantestrip zeker niet. Verder veranderen zal hij zeker wel.

Ik denk daarbij speciaal aan een nieuwe generatie van politieke strips, zoals je die nu al ontmoet in de Angelsaksische pers. Dat zijn échte stripverhalen, die echter een combinatie brengen van stripverhaal plus actuele politieke satire plus commentaar bij het bredere maatschappelijke gebeuren. Strips die, in hun beste vorm, even actueel zijn als de huidige politieke cartoons, even indringend als sommige geschreven politieke commentaren, maar even plezierig en lichtlezend als de traditionele strips.

Ik denk daarbij ook aan de sterk oprukkende educatieve strips, waarin op een visuele manier nuttige informatie wordt gegeven, over onderwerpen die zo verscheiden kunnen zijn als een les in voetbalregels, een kooktip en een demonstratie van hoe je een automotor moet afstellen. De moderne strip werpt in die nieuwe uitingen van de stripkunst zijn boeien af. De striptekenaar wordt een journalist.

En de krant wordt er beter door, want de strip is niet langer iets met een gele vlek in, niet langer een zeldzame fantasieleverancier, maar een informatief onderdeel van het grootste informatiemedium dat de krant nog altijd is, en zal blijven.

Roger H. Schoemans

Pol De Valck.

