

Taaie tijden voor cultuur

Op zoek naar het oerwoud – of – Kaarsjes in het duister

Het zijn taaie tijden voor cultuur.

Als we de economie redden, komt alles goed met de mens. Dat horen we. Met alle respect, maar ik geloof dat niet. In dezelfde trant hoor ik: een boek is een commercieel product. En ook dat wil ik eigenlijk niet onderschrijven.

Er is veel wat ons somber kan stemmen vandaag, en ik zal daar een paar dingen van aanstippen. Ik ga mij een beetje kwaad maken. Maar het is beter om een kaars aan te steken dan te vloeken op het duister, wist ooit Confusius, en Peter Benenson, de oprichter van Amnesty International, maakte er het logo van de organisatie van. Ik ga dus ook kaarsjes aansteken. En: ik ga er u van proberen te overtuigen dat Hamme in het oerwoud ligt.

Maar eerst het duister. Veel boekenhuizen lijden, sinds de crisis als een natte dweil in hun nek gevallen is, onder de angst voor het faillissement. Uitgeverijen (en boekhandelaars in hun verlengde) moeten kunnen leven van wat ze verkopen en onder druk van de crisis en de afkalvende verkoopcijfers beoordelen bijna alle uitgevers nu *elk* manuscript op dat op hun tafel terechtkomt in de eerste plaats op hoeveel het zal verkopen. Een boek waarvan men niet op voorhand zeker weet dat het winst zal maken, ligt eruit. Die 'survival of the fittest', zoals sommigen dat graag noemen, betekent niet: 'het overleven van de sterksten' – en dat is ook niet wat Darwin ermee bedoelde – maar wel: 'het overleven van de meest aangepasten'. De meest aangepasten van deze tijd zijn de commerciële denkers. Voor veel professionele auteurs wordt de toestand hierdoor onwaarschijnlijk moeilijk.

Kunst zou zelfbedruipend moeten zijn, formuleerde Jo Libeer van Voka onlangs in De Standaard, en zou het moeten kunnen stellen zonder subsidies. Hij haalde de populaire tv-serie *Game of Thrones* aan als voorbeeld. Dat de Engelstalige gemeenschap van lezers en kijkers bijna het honderdvoudige bedraagt van de Nederlandstalige ontging hem voor het gemak eventjes.

Concreet: een auteur die van zijn werk wil leven moet daarvoor de kaap van ongeveer tienduizend verkochte exemplaren halen. Jaarlijks. De Nederlandstalige boekenmarkt is zo klein dat dat maar aan een handjevol schrijvers gegeven is. De grote groep resterende kunstenaars redt het niet zonder steun van subsidies en beurzen, of een andere – velen zeggen smalend 'echte' – job ernaast. Zullen we hen dan maar afschaffen? Ik hoop van niet.

Het wordt nog een stukje cynischer als blijkt dat in de keten van medewerkers aan het tot stand komen van een boek het de schrijver is, de grondstoffenleverancier zonder wie er gewoon geen boek zou zijn, die steevast het laatst en het slechtst wordt uitbetaald en door nogal wat uitgevers en opdrachtgevers met een onaanvaardbaar contract of, zelfs liever nog, met een fles wijn naar huis gestuurd wordt dan met een eerlijke verloning. In die zin hebben auteurs en koffieboeren nogal wat gemeenschappelijk, zei Erik Vlamincx ooit.

Commercieel scoren verdraait in de culturele sector nogal eens de realiteit. Van een dakwerker is het vrij duidelijk of hij kwaliteit levert: als je veel geld betaalde en het regent binnen, zoek je de prutser niet meer op. Maar bij kunst wordt het ineens moeilijker om te bepalen wie dan wel 'goed' is. Ten eerste omdat groot succes aan de kassa vaak wordt aangehaald als een argument voor of een bewijs van kwaliteit. Dit is fundamenteel onjuist. Het commerciële succes van fastfood, om maar iets te zeggen, heeft niets te maken met voedingswaarde of met enige culinaire kwaliteit. Die twee met elkaar verwarren, zorgt voor een verschuiving van waarden. Iets is goed als het geld opbrengt, wordt het credo. Maar waar winst het wint van waarde, wordt verlies het resultaat, stelde de alternatieve septemberverklaring van de koepel *Hart boven hard*. Kunst is zelden een massaproduct dat geld opbrengt. Door succes te verwarren met kwaliteit, maken we het kunstenaars bijzonder moeilijk hun werk te doen, want we rekenen hen af op de verkeerde maatstaven. Bekroond auteur Christophe Van Gerrewey formuleerde in *De Standaard* een raak antwoord aan alle Jo Libeers van deze wereld:

Kunst dient niet om 'succesvol te scoren', niet om zo veel mogelijk mensen te lokken, niet om klanten tevreden te stellen, niet om winst te maken, niet om 'returns te laten terugvloeiën' – en ook niet om als lage rugpijn zo 'internationaal mogelijk uit te stralen'. Kunst en cultuur zijn er voor het tegendeel: om een plek te creëren waar die financiële overwegingen niet gelden.

Eerste kaarsje: mensen hebben altijd verhalen verteld. In zang en dans bij het vuur, op de wanden van hun grotten, in de tempels voor hun goden. Ik ben dus ook niet bang dat we er onder invloed van deze crisis mee op zullen houden. Er zijn immers maar twee dingen waarom culturen uit lang vervlogen tijden herinnerd en geapprecieerd worden: hun technisch vernuft, en hun culturele erfgoed. En de kans dat het recept voor junkfood de geschiedenis zal ingaan, schat ik érg klein. Want dat is uiteindelijk de lakmoesproef: wat echt waardevol is, overleeft de malende kaken van de tijd, en beroert generaties, ja, eeuwen later nog steeds mensen. Als we de wandschilderingen van Lascaux, het *Stabat Mater* van Pergolesi, de middeleeuwse tekst van Reynaert de Vos of de sonnetten van Shakespeare willen bewaren, is dat omdat ze iets in ons raken wat met ons mens-zijn te maken heeft. Verhalen helpen ons om dingen te doorleven, soms zonder woorden, die we anders niet zouden kunnen vatten.

Natuurlijk is dit niet de reden waarom wij leven. Maar het is wel een van de fundamentele redenen waarom wij het leven als zinvol ervaren. Tweede kaarsje.

Alleen komen we daar soms nogal laat achter als een kunstenaar ons uitdaagt met zijn werk. Heel vaak valt hij door het confronterende karakter van zijn oeuvre juist niét in de smaak bij zijn tijdgenoten. Voorbeelden genoeg van verguisde kunstenaars die soms pas eeuwen na hun dood werden ontdekt als 'geniaal'. Met de zelfmoordcijfers onder kunstenaars in het achterhoofd vroeg de Amerikaanse schrijfster Elizabeth Gilbert zich ooit af: *Shouldn't we encourage our great creative minds to live?*

Het beeld van de labiele, getormenteerde kunstenaar die in de diepste armoede leeft, heeft iets romantisch, maar J.K. Rowling (*Harry Potter*, weet u nog wel?) kan getuigen dat er niets nobels is aan armoede, en dat je werk er niet beter van wordt – het wordt in die omstandigheden vooral moeilijker om goed werk af te leveren.

Ja, natuurlijk denkt u nu: Shakespeare, Claus, Murakami... Kwaliteit wordt soms wel degelijk al opgemerkt tijdens het leven van de kunstenaar. En gelukkig maar. Maar wat met wie in vorige eeuwen berooid en onbekend stierven en nu verdrinken onder de aanstormende tsunami van wat heet 'de markt'? We verwijten vorige tijden vaak dat ze niet vooruitstrevend genoeg waren, niet open genoeg van geest, om het werk van een kunstenaar naar waarde te schatten. Willen wij dat over een eeuw of twee hetzelfde over ons wordt gezegd, maar dan met bedrijfsbelang en winst als excuus? In zijn roman *Cloud Atlas* schetst David Mitchell een nachtmerrieachtige samenleving die door bedrijven (*corporations*) geregeerd wordt en noemt haar de 'corpocratie'. Het lijkt mij soms dat we daar niet meer zo ver af zitten.

Bovendien, en dat vergeten we zo graag, is die 'wet van de markt' tot op zekere hoogte doorgestoken kaart. Een concreet voorbeeld: er wordt door de uitgever promotie gemaakt voor een boek in functie van wat er geraamd wordt dat het zal verkopen – de kosten van drukwerk, perspresentatie en andere aandachtstrekkers worden immers afgetrokken van de verwachte opbrengst die het boek zal genereren. Deze strategie is vooral een zelfvullende profetie: boeken waarvoor veel reclame gemaakt wordt, verkopen nu eenmaal beter dan boeken die al die media-aandacht niet krijgen.

Ja, natuurlijk denkt u nu: Shakespeare, Claus, Murakami... Kwaliteit wordt soms wel degelijk al opgemerkt tijdens het leven van de kunstenaar. En gelukkig maar. Maar wat met wie in vorige eeuwen berooid en onbekend stierven en nu verdrinken onder de aanstormende tsunami van wat heet 'de markt'? We verwijten vorige tijden vaak dat ze niet vooruitstrevend genoeg waren, niet open genoeg van geest, om het werk van een kunstenaar naar waarde te schatten. Willen wij dat over een eeuw of twee hetzelfde over ons wordt gezegd, maar dan met bedrijfsbelang en winst als excuus? In zijn roman *Cloud Atlas* schetst David Mitchell een nachtmerrieachtige samenleving die door bedrijven (*corporations*) geregeerd wordt en noemt haar de 'corpocratie'. Het lijkt mij soms dat we daar niet meer zo ver af zitten.

Bovendien, en dat vergeten we zo graag, is die 'wet van de markt' tot op zekere hoogte doorgestoken kaart. Een concreet voorbeeld: er wordt door de uitgever promotie gemaakt voor een boek in functie van wat er geraamd wordt dat het zal verkopen – de kosten van drukwerk, perspresentatie en andere aandachtstrekkers worden immers afgetrokken van de verwachte opbrengst die het boek zal genereren. Deze strategie is vooral een zelfvullende profetie: boeken waarvoor veel reclame gemaakt wordt, verkopen nu eenmaal beter dan boeken die al die media-aandacht niet krijgen.

Dat werd onlangs nog maar eens krachtig bewezen toen *Vlam* verscheen, het nieuwe boek van veelvuldig bekroond Floortje Zwigtmán. Dat was, na één dag toe aan de tweede druk. Eén dag. Niet verbazend, zult u denken, want Zwigtmán is een fantastisch schrijver en er werd reikhalzend uitgekeken naar haar roman. Maar zo eenvoudig is het niet. Er ging een grootse promotiecampagne aan vooraf. Ik vermoed dat ze bij haar vorige uitgever eens stevig gevloekt hebben toen ze er vertrok, maar zij wilden of konden een dergelijke promotie nu eenmaal niet voeren. De andere uitgeverijen met wie ze gesprekken aanknoopte evenmin. Kwaliteit drijft dus bovendere kaarsje. Maar ze verkoopt vaak alleen als er ook een megafoon aan te pas komt. Derde kaarsje flakkert.

Het culturele landschap heeft, net zoals elk complex, meerlagig landschap, iets weg van een ecosysteem. En een ecosysteem, dat weet u, kan pas gedijen als er voldoende diversiteit is. Een gezond landschap heeft een humuslaag, een kruidlaag, een struiklaag en boomlagen van verschillende hoogtes. Dieren en planten vervullen nuttige functies voor elkaar en houden elkaar in evenwicht. Er is kruisbestuiving, er is rijkdom.

Dat is iets wat bijvoorbeeld het Antwerpse Letterenhuis helemaal begrepen heeft. In hun indrukwekkend archief bewaren zij niet alleen met grote zorg de handgeschreven manuscripten van Paul van Ostaijen en Hendrik Conscience, maar ook de versjes die een of andere onbekende koster ooit tussen de recepten van zijn kookboek krabbelde. Wat elitarisme – ‘alleen de echte literaire auteurs zijn goed genoeg’ – met het literaire landschap doet, is literatuur beperken tot pakweg het beukenbos.

Beukenbossen zijn prachtig. Maar ze zijn schatplichtig aan de generaties van kruiden, struiken en pioniersbomen als berken en wilgen die de grond jarenlang hebben bewerkt tot die geschikt werd voor beuken. Als de beuken (of de bosbezoekers) vervolgens hun neus ophalen voor al het andere wat leeft en groeit, bezondigen ze zich niet alleen aan snobisme maar net zo goed aan een kwalijke vorm van blindheid. Hoge literatuur kan pas bloeien op de vruchtbare bodem van alles wat daarvoor kwam en daaronder ligt.

Het andere extreem bestaat ook en is eigenlijk nog erger. Wat de commerciële markt namelijk doet met boeken, met álles van waarde, als we haar ongecontroleerd en zonder bijsturen haar gang laten gaan, is niets minder dan een kaalslag. Waar ooit het oerwoud in al zijn diversiteit en rijkdom stond, groeit nu een palmolieplantage. En marketing zal de consument wijsmaken dat die monocultuur, die snelle hamburger, alles is wat hij nodig heeft. En als de consument het niet gelooft, zal de commerciële druk – survival of the fittest, weet u nog wel? – uiteindelijk zorgen dat het alles is wat er overblijft.

Goed, ik geef het toe: het duister haalt even de overhand. Het beeld dat ik schets is té grimmig. Maar alles van waarde is weerloos, schreef ooit Lucebert, en zelfs al klopt dat misschien niet helemaal en trek ik mij op aan het verzet dat overal weerklinkt, ik zie de laatste tijd te veel waardevolle dingen bezwijken onder hakbijlen, en daarom maak ik mij kwaad.

Hoog tijd voor het vierde kaarsje. En het oerwoud, hier in Hamme.

De keuze die nu, in deze crisisbeladen tijden, in alle hevigheid op ons afkomt, is die tussen respect voor het ecosysteem of gaan werken op de plantage. Het is nodig dat wij als samenleving het oerwoud herontdekken. Maar ziet u, ik sta daar al. In dat oerwoud. Op dit moment, hier. En u bent hier ook.

Bent u trots om hier te zijn? Ik wel. Ik heb zelfs mijn brousekleren al aan – bij wijze van spreken dan.

Wat het Boekenweekend Hamme de laatste zeven jaar gepresteerd heeft, is vrij uniek. Is dit het beste literaire festival van Vlaanderen dat zich kan meten met Mind the Book? Beslist niet. Is dit een grootse commerciële successhow die de Boekenbeurs naar de kroon steekt? Ook niet. Hier in Hamme vind je geen beukenbos, en evenmin een palmolieplantage. Hier groeit een oerwoud. Dit Boekenweekend heeft oog voor

auteurs van heel dichtbij, en van over de grenzen. Het heeft oog voor kinderen, jongeren, volwassenen. Voor literaire kwaliteit, streekeigen amateurs en alle gradaties ertussenin. Hier wordt geld verdiend, maar hier wordt ook met volle teugen genoten van tegendraadse kunst zonder winstoogmerk. De toegang is gratis voor iedereen. Auteurs worden eerlijk betaald. Hier heerst diversiteit, rijkdom en kruisbestuiving. Aan dat licht warm ik mij in deze duistere tijden heel erg graag. Het geeft hoop voor de toekomst.

Laten we dit kaarsje vooral brandend houden. En samen op ontdekking gaan in ons oerwoud.

Kirstin Vanlierde

Openingspeech van het Boekenweekend Hamme, 17 oktober 2014